



اسلام و مطالعات اجتماعی

سال سیزدهم، شماره دوم، تابستان ۱۴۰۴

۴۹

صاحب امتیاز:

دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

www.isca.ac.ir

مدیر مسئول: نجف لک‌زایی

سر دبیر: حمید یارسانیا

مدیر اجرایی: محسن قنبری‌نیک

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 موجب امتیازات قانونی در دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه می‌باشد».

فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)؛ بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran)؛ سیویلیکا (Civilica)؛ مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)؛ پرتال جامع علوم انسانی (ensani.ir)؛ پایگاه Google Scholar نمایه و در سامانه نشریه: jiss.isca.ac.ir و پرتال نشریات دفتر تبلیغات اسلامی (<http://journals.dte.ir>) بارگذاری می‌شود. هیئت تحریریه در اصلاح و ویرایش مقاله‌ها آزاد است. دیدگاه‌های مطرح‌شده در مقالات صرفاً نظر نویسندگان محترم آنهاست.

نشانی: پردیسان، انتهای بلوار دانشگاه، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، طبقه همکف، اداره نشریات.

صندوق پستی: ۳۷۱۸۵/ ۳۶۸۸ * تلفن: ۰۲۵-۳۱۱۵۶۹۰۹ سامانه نشریه: jiss.isca.ac.ir

رایانامه Eslam.motaleat1394@gmail.com

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان



www.jiss.isca.ac.ir

اعضای هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

نصرالله آفاجانی

استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

کریم خان محمدی

دانشیار و مدیر گروه آموزشی مطالعات فرهنگی و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

محمود رجبی

استاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام

سیدعباس صالحی

استادیار پژوهشکده اسلام تمدنی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

حسن غفاری فر

استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

حسین کچویان

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

نعمت الله کرم الهی

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

شمس الله مریجی

استاد دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

داوران این شماره

قاسم ابراهیمی پور، خلیل امیری زاده، محمدرضا انواری، فاضل حسامی، حسین حاج محمدی، سیدعباس حسینی، سیدمیر صالح حسینی جلی، داود رحیمی سجاسی، محمد علینی، حسن غفاری فر، محسن قنبری نیک، مرتضی مرتضوی.

فراخوان دعوت به همکاری

فصلنامه علمی - پژوهشی 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 علمی - پژوهشی 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، راهبردی و آینده‌پژوهی؛

اولویت‌های پژوهشی فصلنامه با رویکرد دینی، اعتقادی و تطبیقی

۱. بازخوانی و نقد نظریات حوزه علوم اجتماعی؛
۲. جریان‌شناسی حوزه مطالعات فرهنگی اجتماعی؛
۳. سیاست‌پژوهی ناظر به مسائل فرهنگی و اجتماعی جامعه؛
۴. روش‌شناسی حوزه علوم اجتماعی با تأکید بر نظریات فرهنگی.

رویکردهای اساسی

۱. تمرکز محتوایی بر مباحث فرهنگی و اجتماعی معطوف به حوزه دین با رویکرد تطبیقی، بین‌رشته‌ای؛
۲. رعایت معیارها و ضوابط علمی - پژوهشی به‌ویژه در ابعاد روشی و نظری؛
۳. پژوهش محوری با تأکید بر پژوهش‌های میدانی و پیمایشی؛
۴. مسئله محوری و راهبردی و راهبردی 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

شرایط اولیه پذیرش مقاله

- ✓ نشریه اسلام و مطالعات اجتماعی در پذیرش یا رد و ویرایش علمی و ادبی مقالات، آزاد است.
- ✓ مقالات ارسالی به نشریه اسلام و مطالعات اجتماعی نباید قبلاً در جای دیگری ارائه یا منتشر شده و یا همزمان جهت انتشار به نشریات دیگر ارسال شده باشند.
- ✓ با توجه به اینکه همه مقالات فارسی ابتدا در سامانه سمیم نور مشابهت یابی می شوند، برای تسریع فرایند داوری بهتر است نویسندگان محترم قبل از ارسال مقاله، از اصالت مقاله خود از طریق این سامانه مطمئن شوند.
- ✓ نشریه اسلام و مطالعات اجتماعی از دریافت مقاله مجدد از نویسندگانی که مقاله دیگری در روند بررسی دارند و هنوز منتشر نشده، معذور است.
- ✓ مقاله در محیط Word با پسوند DOCX (با قلم Noorzar نازک ۱۳ برای متن و Times New Roman نازک ۱۰ برای انگلیسی) حروف چینی گردد.
- شرایط مقالات استخراج شده از آثار دیگر: چنانچه مقاله مستخرج از هر کدام از موارد ذیل باشد، نویسنده موظف است اطلاعات دقیق اثر وابسته را ذکر کند. در غیر این صورت در هر مرحله‌ای که نشریه متوجه عدم اطلاع‌رسانی نویسنده شود، مطابق مقررات برخورد می کند:
- پایان‌نامه (عنوان کامل، استاد راهنما، تاریخ دفاع، دانشگاه محل تحصیل، دانشکده، گروه تحصیلی)
- *** مقاله ارسالی از دانشجویان (ارشد و دکتری) به تنهایی قابل پذیرش نبوده و ذکر نام استاد راهنما الزامی می باشد.
- طرح پژوهشی (عنوان کامل طرح، تاریخ اجرا، همکاران طرح، سازمان مربوطه)
- ارائه شفاهی در همایش و کنگره (عنوان کامل همایش یا کنگره، تاریخ، سازمان مربوطه)
- روند ارسال مقاله به نشریه: نویسندگان باید فقط از طریق بخش ارسال مقاله سامانه نشریه جهت ارسال مقاله اقدام کنند، به مقالات ارسالی از طریق ایمیل یا ارسال نسخه چاپی ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- ✓ برای ارسال مقاله، نویسنده مسئول باید ابتدا در بخش «ارسال مقاله» اقدام به ثبت نام در سامانه نشریه نماید.
- ✓ نویسندگان باید همه مراحل ارزیابی مقاله را تنها از طریق صفحه شخصی خود در سامانه مجله دنبال نمایند.
- قالب و موضوع مقالات مورد پذیرش
- ۱. نشریه اسلام و مطالعات اجتماعی فقط مقالاتی را که حاصل دستاوردهای پژوهشی نویسنده و حاوی یافته‌های جدید است را می پذیرد.
- ۲. مجله از پذیرش مقالات مروری صرف، گردآوری، گزارشی و ترجمه معذور است.
- فایل‌هایی که در زمان ثبت نام نویسنده مسئول باید در سامانه بارگذاری کند:
- ✓ فایل اصل مقاله (بدون مشخصات نویسندگان)
- ✓ فایل تعهدنامه (با امضای همه نویسندگان)
- ✓ فایل مشخصات نویسندگان (به زبان فارسی و
- ✓ فرم عدم تعارض منافع
- ✓ فایل فرم مشابه‌یاب مقاله (انگلیسی)

- تذکر: (ارسال مقاله برای داوری، مشروط به ارسال سه فایل مذکور و ثبت صحیح اطلاعات در سامانه است).
- تکمیل و ارسال فرم عدم تعارض منافع، توسط نویسنده مسئول الزامی می‌باشد.
 - حجم مقاله: واژگان کل مقاله: بین ۵۰۰۰ تا ۷۵۰۰ واژه؛ کلیدواژه‌ها: ۴ تا ۸ کلیدواژه؛ چکیده: ۱۵۰ تا ۲۰۰ واژه (چکیده باید شامل هدف، مسئله یا سؤال اصلی پژوهش، روش‌شناسی و نتایج مهم پژوهش باشد).
 - نحوه درج مشخصات فردی نویسندگان: نویسنده مسئول در آثاری که بیش از یک نویسنده دارند باید حتماً مشخص باشد. عبارت (نویسنده مسئول) جلوی نام نویسنده مورد نظر درج شود. فرستنده مقاله به‌عنوان نویسنده مسئول در نظر گرفته می‌شود و کلیه مکاتبات و اطلاع‌رسانی‌های بعدی با وی صورت می‌گیرد.
 - وابستگی سازمانی نویسندگان باید دقیق و مطابق با یکی از الگوی‌های ذیل درج شود:
 ۱. اعضای هیئت علمی: رتبه علمی (مربی، استادیار، دانشیار، استاد)، گروه، دانشگاه، شهر، کشور، پست الکترونیکی سازمانی.
 ۲. دانشجویان: دانشجوی (کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری) رشته تحصیلی، دانشگاه، شهر، کشور، پست الکترونیکی سازمانی.
 ۳. افراد و محققان آزاد: مقطع تحصیلی (کارشناسی، کارشناسی ارشد، دکتری) رشته تحصیلی، سازمان محل خدمت، شهر، کشور، پست الکترونیکی سازمانی.
 ۴. طلاب: سطح (۴،۳،۲)، رشته تحصیلی، حوزه علمی/ مدرسه علمی، شهر، کشور، پست الکترونیکی.
 - ساختار مقاله: بدنه مقاله باید به ترتیب شامل بخش‌های ذیل باشد:
 ۱. عنوان؛
 ۲. چکیده فارسی (تبیین موضوع/ مسئله/ سؤال/ هدف/ روش/ نتایج)؛
 ۳. مقدمه (شامل تعریف مسئله، پیشینه تحقیق (فارسی و انگلیسی)، اهمیت و ضرورت انجام پژوهش و دلیل جدید بودن موضوع مقاله)؛
 ۴. بدنه اصلی (توضیح و تحلیل مباحث)؛
 ۵. نتیجه‌گیری (بحث و تحلیل نویسنده)؛
 ۶. بخش تقدیر و تشکر: پیشنهاد می‌شود از مؤسسه‌های همکار و تأمین‌کننده اعتبار بودجه پژوهش نام برده شود. از افرادی که به نحوی در انجام پژوهش مربوطه نقش داشته، یا در تهیه و فراهم‌نمودن امکانات مورد نیاز تلاش نموده‌اند و نیز از افرادی که به نحوی در بررسی و تنظیم مقاله زحمت کشیده‌اند، با ذکر نام، قدردانی و سپاس‌گزاری شود. کسب مجوز از سازمان‌ها یا افرادی که نام آنها برای قدردانی ذکر می‌شوند، الزامی است؛
 ۷. منابع (منابع غیرانگلیسی علاوه بر زبان اصلی، باید به انگلیسی نیز ترجمه شده و بعد از بخش فهرست منابع، ذیل عنوان References درج شوند).
 - روش استناددهی: APA (درج پانویس، ارجاعات درون متن و فهرست منابع) می‌باشد که لینک داللود فایل آن در سامانه نشریه (راهنمای نویسندگان) موجود می‌باشد.

فهرست مقالات

- ۷..... آثار حجاب و بی‌حجابی در دو نظام فطری و تخیلی
نصراله آقاچانی
- ۳۳..... بررسی ابعاد و علل فرعی انگاری تبلیغ دینی در حوزه علمی و راهبردهای پیش رو
سید محمدحسین هاشمیان - سید صابر رضایی - محمد حسن جاویدی
- ۶۵..... خوانشی دیگر از علوم اجتماعی اسلامی: ساحت توصیف
مهدی حسین‌زاده یزدی
- ۹۳..... تبیین بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی
سعید امیرکاوه - منصور غفاری گوشه
- ۱۲۳..... واکاوی انتقادی مفهوم جنس و جنسیت در دیدگاه جودیت باتلر
سارا چاوشی - شمس‌الله مریجی - مهدی سلطانی
- ۱۴۷..... انگیزه‌های کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران
حبیب‌الله اسداللهی
- ۱۸۱..... فهم تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری؛ با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری
محمد عباس‌زاده - سکینه حیدری‌پور مرند - ابراهیم محمدپور

The Effects of Hijab and Non-Hijab in the Two Systems of Innateness and Imagination*

Nasrollah Aghajani 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran.

nasraqajani@bou.ac.ir



Abstract

Human life within each of the two systems—innate and imaginary—shapes distinct perspectives, tendencies, and behaviors. One rational approach to explaining the phenomenon of hijab and non-hijab is to consider the consequences of human existence within these two worlds. The concepts of the “innate world” and the “imaginary world” are key notions highlighted by Allameh Tabatabaei, through which many social issues can be analyzed. This article, using a documentary and analytical method, explores the social effects of hijab and non-hijab based on these two concepts, within sixteen categories. Some of these include: continuity or rupture with other aspects of human life, symbolic representation, identity formation, internal harmony or contradiction, support or confrontation, relation to human and gender perspectives, control and liberation, attractiveness or aversion in marriage, family stability or fragility, security

* Aghajani, N. (2025). The Effects of Hijab and Non-Hijab in the Two Systems of Innateness and Imagination. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 7-32.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.69848.2104>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2024/09/09 • **Revised:** 2025/01/12 • **Accepted:** 2025/10/20 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



or threat, authenticity or fluidity, dignity or passivity, efficiency, political dimension, and the rise or decline of Islamic resistance.

Keywords

Hijab, Non-Hijab, Effects, Innate System, Imaginary System.

آثار حجاب و بی حجابی در دو نظام فطری و تخیلی*

نصراله آقاجانی

استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران.

nasraqajani@bou.ac.ir



چکیده

زیست انسان در هر یک از دو نظام فطری و تخیلی و به تناسب آنها، بینش‌ها، گرایش‌ها و کنش‌های مختلفی را برایش رقم می‌زند. یکی از راه‌های تبیین عقلانی پدیده حجاب و بی حجابی، توجه به آثار و پیامدهای حضور انسان در هر یک از دو جهان فطری و تخیلی است. «جهان فطری» و «جهان تخیلی» از مفاهیم کلیدی است که علامه طباطبایی به آنها توجه کرده و بسیاری از مسائل اجتماعی را می‌توان با نظر به آن بررسی کرد. بررسی آثار حجاب و بی حجابی با رویکرد اجتماعی و مبتنی بر دو مفهوم مذکور، و در شانزده مقوله و با روش اسنادی و تحلیلی مورد توجه این مقاله است. برخی از این مقولات عبارتند از: پیوستاری و گسست با دیگر اجزای زیست انسانی، نشان نمادین داشتن، هویت‌سازی، تناسب و تناقض داشتن اجزای درونی، حمایت و ستیز داشتن، ارتباط آن با نگاه انسانی و جنسیتی، کنترل و رهائی، گوارایی و گریزانی ازدواج، تحکیم و تزلزل خانواده، امنیت و تهدید، اصالت و سیالیت، عزت و انفعال، کارآمدی، ویژگی امر سیاسی و افزایش و کاهش مقاومت اسلامی.

کلیدواژه‌ها

حجاب، بی حجابی، آثار، نظام فطری، نظام تخیلی.

* آقاجانی، نصراله. (۱۴۰۴). آثار حجاب و بی حجابی در دو نظام فطری و تخیلی. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۷-۳۲.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.69848.2104>

▣ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

▣ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۹ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۰/۲۳ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



مقدمه

جهان تکوین مرکب از جهان محسوس و جهان غیر محسوس است. جهان محسوس در مرأی و منظر ما است و همه افراد به تناسب حواس خود با آن مرتبط و از مزایا و ثمرات آن بهره مند می شوند. جهان غیر محسوس دارای مراتبی از هستی های مثالی، عقلی و فراعقلی است. انسان با هر دو جهان محسوس و غیر محسوس سروکار دارد و بین او و این جهان ها پیوندی وجودی و غیر قابل گسست وجود دارد هر چند نخواهد یا اعتراف نکند. انسان همچون عوالم هستی، مراتبی از عوالم محسوس و غیر محسوس را در درون خود دارد و در واقع ارتباط او با مراتب هستی به معنای به فعلیت رساندن جهان های مختلف در خویشتن و بهره مندی از آنها به میزان حضور خود در آنها است. یکی از نظامات وجودی در انسان نظام فطری است که او را به حقائق عالم و بینش ها و گرایش های حقیقی و متعالی فرامی خواند و دیگری نظام تخیلی است که بیشتر به حوزه ادراک و گرایش امور محسوس و مادی مربوط می شود. دو مفهوم «جهان حقیقی و فطری» و «جهان طبیعی و تخیلی» از مفاهیم کلیدی است که علامه طباطبائی به آنها توجه کرده و مبتنی بر آنها بسیاری از مسائل اجتماعی را تحلیل و تبیین نموده است. از نظر علامه طباطبائی، حیات انسانی متأثر از حضور دو نوع نظام است یکی بر حسب فهم فطری و شعور باطنی که با حقائق و جهان های حقیقی مرتبط است و دیگری بر حسب نظام تخیلی که با جهان طبیعت و مادی مربوط می شود. نظام فطری هیچ نوع خبط و خطایی در آن نیست و قابل سلب دائمی هم نمی باشد (طباطبائی، ۱۳۹۰، ص ۳۶). فعالیت این نظام که از بینش ها و گرایش های ساده و بسیط شروع می شود و تا عقل نظری و عملی و نیز گرایش های متعالی ادامه می یابد نیازمند شریعت و دین الهی است (طباطبائی، ۱۳۹۰، ج ۲، صص ۱۵۲ - ۲۴۹). نظام فطری یعنی امر فراگیری که در همه انسان ها وجود دارد و از درون، افراد را به خود فرامی خواند و بطلان احکام آن به معنای بطلان انسانیت است. لذا نظر به گسترش آن در همه افراد، می توان از آن به جهان فطری تعبیر کرد و همین فطرت و جهان فطری است که مبنای قوانین و نوامیس اجتماعی را فراهم می کند (طباطبائی، ۱۳۹۰، ج ۲، صص ۵۳-۵۴). اما نظام تخیلی در انسان با ایجاد تخیلاتی در درون افراد، آنها را به

سمت و سویی که خود اقتضا دارد پیش می‌راند. نظام تخیلی بر خلاف نظام فطری بسیار در اشتباه و خطا واقع می‌شود (طباطبائی، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۳۶). نظام تخیلی آنگاه که در ذیل عقل قرار نگیرد، در حوزه بینش‌ها با پندارها و توهمات و در حوزه گرایش‌ها با میل و شهوات گره می‌خورد. یعنی نظام تخیلی ترکیبی از ظن و شهوت را می‌سازد لذا قرآن کریم تبعیت از ظن و میل و شهوت نفسانی را تمام سرمایه برخی افراد معرفی می‌کند. چنین می‌فرماید: «إِنْ يَشْتَعُونَ إِلَّا الظَّنَّ وَمَا تَهْوَى الْأَنْفُسُ وَلَقَدْ جَاءَهُمْ مِنْ رَبِّهِمُ الْهُدَى» (نجم: ۲۳). نظام تخیلی انسان با نظام طبیعی و مادی این جهانی پیوند می‌خورد و آثار بینشی و گرایشی خود را در چارچوب آن دنبال می‌کند ولی نظام فطری انسان با نظام حقیقی و با همه مراتب عالم تکوین گره می‌خورد و انسان در این نظام، هیچ‌گاه بینش، گرایش و انتظارات خود را تنها در سطح محدود جهان طبیعی دنبال نمی‌کند بلکه در همه مراتب هستی یعنی از جهان مادی و دنیوی تا عوالم معنوی و ابدی پیگیر می‌شود. لذا علامه طباطبائی می‌گوید: اعمال انسان از جهت تأثیرشان در سعادت و شقاوت، از نظام دیگری پیروی می‌کند که متفاوت با نظامی است که به حسب طبیعت اعمال در این جهان مادی، حاکم بر آن است (طباطبائی، ۱۳۹۰، ج ۲، صص ۱۷۴-۱۷۵). این رویکرد که در تحلیل معناداری و آثار و پیامدهای کنش انسانی، به همه عوالم وجودی و ابدیت انسانی نظر دارد، از دقت و جامعیتی برخوردار است که دیگر رویکردهای مادی و این جهانی را در تفسیر و تبیین کنش انسانی به چالش می‌کشد. پدیده حجاب و بی حجابی از جمله پدیده‌های اجتماعی است که می‌توان آثار و پیامدهای آن را با نظر به دو جهان فطری و تخیلی، با نگاهی نوینی تفسیر و تحلیل کرد، نگاهی که به عمق رفتار انسانی و آثار در همه مراتب هستی نظر دارد و تنها به سطوح روئین و آثار این جهانی بسنده نمی‌کند. آثار و پیامدها با نظر به زیست جهان افراد و نوع جهانی که در آن زندگی می‌کنند، متفاوت است. یعنی از جهان تخیل که با جهان محسوس مادی همراه است تا جهان فطرت که با جهان واقعی و نفس‌الامری پیوند دارد، و از دنیا تا آخرت را شامل می‌شود، هر یک از حجاب و بی حجابی آثار مختلفی به دنبال دارد و این مقاله در صدد بررسی و تحلیل این آثار است. در جهان تخیل، بی حجابی معانی و آثار دیگری دارد که در جهان فطرت به

رسمیت شناخته نمی‌شود بلکه واقعیت بی‌حجابی را به گونه‌ای دیگر و آثار آن را به نحو دیگری می‌بیند. روش این تحقیق تحلیلی اسنادی است یعنی با مراجعه به منابع اسلامی و آثار برخی از اندیشمندان مسلمان و با تأکید بر دیدگاه علامه طباطبایی به بازخوانی آن در باره موضوع حجاب و بی‌حجابی می‌پردازد. علیرغم آثار فراوانی که در باره موضوع حجاب نوشته شده است، ولی با تأکید بر دو مفهوم جهان فطری و جهان تخیلی، بررسی آثار حجاب و بی‌حجابی را با رویکرد اجتماعی مورد توجه این مقاله است تا گام دیگری در این مسیر برداشته شود. سؤال اساسی این است که حجاب و بی‌حجابی چه آثاری در جهان فطری انسانی و جهان تخیلی بر جای می‌گذارد؟ آثار حجاب و بی‌حجابی در تناظر با یکدیگر هستند و تبیین آثار هر یکی به معنای تبیین نفی و طرد آثار دیگری است. لذا در این بحث به جهت عدم تکرار، مجموعه‌ای از مهم‌ترین آثار حجاب در جهان حقیقی و فطری را در مقابل آثار بی‌حجابی در جهان طبیعی و تخیلی را مطرح می‌کنیم لذا عناوین دوگانه بحث ناظر به پیامد مهم حجاب و بی‌حجابی در دو جهان فطری و تخیلی است. آثار و کارکردهای حجاب و بی‌حجابی بسیار گسترده است و دامنه شمولش به جهات فردی، خانوادگی، اجتماعی، دنیوی، اخروی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی ادامه می‌یابد. در این مقاله تنها به برخی از مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱. پیوستگی و گسست

در نظام فطری و در جهان حقیقی، همه اجزای عالم بهم پیوسته است و انسان و کنش‌هایش در پیوستاری از طبیعت تا فراطبیعت و از دنیا تا آخرت امتداد می‌یابد. در نظام تخیلی این پیوستگی مشاهده نمی‌شود و اساساً مشاهده و احتساب آن در قدرت تخیل انسان نیست، تخیلی که ذیل عقل شکل نگرفته است. افراد در نظام فطری چیستی و آثار عمل خود را در دنیا و با توجه به امتداد آن تا آخرت و نیز از منظر حقیقت عالم و رب متعال دنبال می‌کنند ولی در نظام تخیلی، عمل و آثار آن در محدود طبیعت و لذا اند طبیعی آن نگریسته می‌شود. آثار حجاب و بی‌حجابی با توجه به این که به کدامین جهان

تعلق داریم متفاوت است. در جهان فطرت و حقیقت، به دلیل پیوستگی حیات انسان با کل هستی، عمل او هم از قبیل حجاب و بی‌حجابی آثار ممتدی از دنیا تا آخرت و همه مراحل هستی انسانی دارد لذا انسان مؤمن تنها نگاه محدود به آثار مثبت و منفی آن در اینجا و اکنون ندارد. ولی در جهان تخیلی به دلیل محدودیت نگاهش به هستی طبیعی و مادی، همه حقائق را نمی‌بیند و پیوستگی عالم به یکدیگر مشاهده نمی‌شود لذا تنها اکنون و اینجا مهم می‌شود و این یعنی گسست پدیده از جایگاه پیوسته خود. پدیده حجاب با بسیاری از پدیده‌های دیگر از قبیل عفاف، تقوی، غیرت، طهارت، قرب به خدا در جهان فطری پیوسته است، لذا وجودش برای رشد و پیشرفت انسان مؤمن، همانند همه امور شایسته از قبیل ایمان، علم و عمل صالح، و با نظر به دنیا و آخرت او امری لازم و بایسته و بی‌حجابی به معنای بی‌مایگی و آفت است. اما کسانی که در نظام تخیلی زندگی می‌کنند، نمی‌تواند بعد پیوستاری بی‌حجابی را که از جسم تا روح و از فرد تا اجتماع و از دنیا تا آخرت آثارش امتداد می‌یابد، ببینند لذا همین ناتوانی سبب التذذ و خوشایندی پدیده بی‌حجابی برای آنها است. زندگی در جهان تخیلی، ذائقه انسان را بیمار می‌کند. فیلسوف بزرگ اسلام مرحوم فارابی سخن بس شنیدنی در این باره دارد: همان‌طوری که فساد مزاج در افراد بیمار، سبب رنج و اذیت آنها از خوردن غذای لذیذ می‌شود در حالی که از غذای غیرلذیذ، لذت می‌برند، در بیماران روحی هم فساد تخیل همین بلا را بر سرشان فرود می‌آورد یعنی از ویژگی‌ها و اعمال پست خوششان می‌آید و لذت می‌برند اما از امور جمیل و ارزشمند بدشان می‌آید (فارابی، ۱۹۹۵، صص ۱۳۶-۱۳۷). زندگی در نظام تخیلی، پدیده بی‌حجابی را از جایگاه خود خارج می‌کند و بدین سان گسست پدید می‌آید.

۲. نشان نمادین

هر یک از دو جهان فطری و تخیلی، نظام‌های معنایی متمایزی دارند و این نظام‌های معنایی واجد نشانه‌هایی نمادین برای ظهور و تجلی خود هستند. برخی از نشانه‌های نمادین، پدیده‌هایی هستند که در نخستین مواجهه به چشم می‌آیند و از کلیت آن نظام

معنایی نمایندگی می‌کنند. این نمادها، بر حسب نشانی که از نوع معانی دارند، دارای مراتب و اهمیت می‌باشند. در جهان فطری و حقیقی، معنای عفاف، پاکدامنی، پاک‌چشمی، تقوی، حیا و غیرت از اهمیت بالایی برخوردار است و در همه تعاملات اجتماعی در مرحله نخست از اهمیت و توجه و مراقبت قرار دارد. حجاب پدیده‌ای فرهنگی و با ارزش‌های متعالی است و تجلی بخش نمادین این ارزش‌ها در جامعه است و تنها در حد یک معنا یا یک عنصر فرهنگی قابل تقلیل نیست. در نقطه مقابل، بی‌حجابی هم نشان از فرهنگی دیگر دارد و مجموعه‌ای از عناصر فرهنگی را به صورت نمادین نمایندگی می‌کند، هر چند فرد بی‌حجاب همه آن معانی و دلالت‌ها را قصد ننماید. پدیده بی‌حجابی از منظر اجتماعی نشان از جهان تخیلی و طبیعی و مجموعه‌ای از دل‌بستگی‌ها و باورهای متعلق به این جهان دارد؛ مؤلفه‌هایی از قبیل تبرج، جلب توجه و نگاه مردان نامحرم، مدرن و روزآمد شدن، احساس شخصیت کاذب، رهایی از خودکنترلی، مخالفت با حجاب یا بی‌اهمیت دانستن آن و گاه اغراض سیاسی هم آن را همراهی می‌کند مانند همصدایی با دشمن و همراهی با سبک زندگی غربی. عریانی و بی‌حجابی در جامعه غربی هم امری نمادین و پرچمی برای جهان لیبرال دموکراسی غرب است (ابراهیم‌زاده، ۱۳۹۰، صص ۱۲۸-۱۲۹). انتخاب حجاب، انتخاب زندگی بر اساس فطرت انسانی است و حجاب علامتی نمادین از این جهان برین است و انتخاب بی‌حجابی، انتخاب زیست مبتنی بر تخیل و جهان طبیعی مادی است و بی‌حجابی و عریانی نشانی از این جهان فرودین است.

۳. هویت‌سازی

وقتی حجاب در برابر بی‌حجابی قرار می‌گیرد، نشان از یک تمایز هویتی دارد که از جهت اجتماعی این تمایز مهم است. در سطور بالا گذشت که حجاب مجموعه‌ای از ارزش‌ها را نمایندگی می‌کند همان‌طوری که بی‌حجابی مجموعه‌ای از گرایش‌ها و دل‌بستگی‌های دیگر نشان می‌دهد. هر یک از حجاب و بی‌حجابی با توجه به نوع نمایندگی خود از دو جهان فطری و تخیلی، نقشی هویت‌ساز دارد و فرد هویت و

شخصیت مطبوع و مقبول خویش را تحت امر نمادین حجاب و بی‌حجابی می‌پذیرد و از این زاویه به خویش می‌نگرد و نیز دیگران به تناسب حجاب و بی‌حجابی، او را وابسته به امر هویتی دو جهان فطری یا تخیلی می‌دانند. همچنین از این منظر حجاب یک پدیده فردی محض نیست بلکه امری هویتی و نشان از تعلقات هویتی و اجتماعی و وابستگی فرد به یک جبهه ارزشی فراتر از خویش دارد. به‌ویژه‌به‌ویژه ملاحظه حجاب در سطح فراملی و بین‌الملل به معنای احساس تعلق به جامعه‌ای بزرگ‌تر به نام جهان اسلام است (حق‌شناس، ۱۳۹۵، ص ۲۲۵). مشاهده زن باحجاب در جهان نشان می‌دهد که او زن مسلمان است و احساس اشتراک و وحدت در دیگر افراد مسلمان پدید می‌آورد (حق‌شناس، ۱۳۹۵، ص ۲۴۰). لذا نظام سلطه در کشورهای غربی به دلیل احساس خطر از هویت فعال اسلامی، با یکی از نمادهای مهم آن یعنی حجاب و زنان محجّه برخورد شدیدی می‌کند. هویت‌سازی حجاب بعد نمادین دیگری هم دارد که عبارت است از افزایش منزلت اجتماعی. با رسیدن دختر بچه به سن بلوغ، پوشش و حجاب یک واجب شرعی می‌شود. یعنی نگاه دیگران به او باید همراه با مراعات حریم یک زن مسلمان باشد. نوع نگاه، نوع سخن گفتن و نوع تعامل با او باید درون همان حدود شرعی انجام گیرد که با بانوی بزرگسال انجام می‌شود و این به معنای افزایش منزلت اجتماعی اوست. امر نمادینی که چنین منزلت اجتماعی را طلب می‌کند، همان حجاب واجب شرعی اوست. در جهان تخیلی هم منزلت‌های اجتماعی مناسب خود را دارد. ثروت، مقام، قدرت و دیگر مزایای اجتماعی اگر به تنهایی (و با صرف نظر از جهت‌گیری مؤمنانه که می‌تواند ارزشمند باشد)، منشأ منزلت اجتماعی افراد باشد، این مناسب با جهان تخیلی است. گاه بی‌حجابی هم در جهان تخیلی منزلت و اعتبار اجتماعی خلق می‌کند. برخی افراد گمان می‌کنند، بی‌حجابی اعتبار اجتماعی بیشتری می‌آورد و در درون یک گروه یا جامعه ارزش بیشتری دارند. این پدیده هم از دستاوردهای زندگی در جهان تخیلی است.

۴. تناسب و تناقض

هر یک از دو نظام فطری و تخیلی در درون خود به نوعی از تناسب و هماهنگی

برخوردارند. در نظام فطری، دین مبنای عمل و روش زندگی است و در آن تلاش می‌شود هر نوع رفتار ناظر به حیات دنیوی و طبیعی به همان اندازه با دین هماهنگ و مناسب باشد که رفتار ناظر به حیات اخروی. در نظام تخیلی هم گرایش به امور لذت بخش دنیوی، لهو و لعب، ظن و گمان نسبت به یکدیگر هم‌پوشانی و وفاق دارند در حالی که امور دینی و اخروی در آن بی‌اهمیت یا متناقض است. یک عنصر از نظام تخیلی تناسبی با نظام فطری ندارد بلکه با آن چالش و سرستیز دارد. در نظام تخیلی نمی‌توان از اصول و مفاهیم ارزشی و الهی سخن گفت چون تناسبی با این نظام ندارد و آن را پس می‌زند همان‌طوری که در نظام فطری و حقیقی، اصول و ارزش‌های پست مادی و شهوت‌طلبی جایگاهی ندارد چون با آن متعارض است. این تناسب و تناقض‌ها به حسب دو نظام فطری و تخیلی در جریان است. کسانی که تلفیقی از دو نظام فطری و تخیلی را در خود جمع کرده‌اند، این تلفیق تناقض‌آمیز و شکننده است و تنها با یک حالت ناهوشیاری و عدم توجه به لوازم چنین تلفیقی و یا توجیهات ناموجه قابل تحمل می‌باشد. مسئله حجاب و بدحجابی را از این منظر هم می‌توان دنبال کرد. حضور پدیده بی‌حجابی در زیست‌جهان فطری و یا حضور حجاب در زیست‌جهان تخیلی قابل تحمل و استمرار نیست مگر آن که سبب تغییر و دگرگونی زیست‌جهان به نفع خود شود. نمی‌توان با بی‌حجابی شخصیت مؤمنانه داشت.

۵. حمایت و ستیز

همان‌طوری که گذشت فرهنگ مجموعه‌ای از عناصر بهم مربوط و هماهنگی است که یکدیگر را حمایت و تقویت می‌کنند و مجموعه آن در برابر یک عنصر فرهنگی مغایر و معارض، ستیز و مقاومت نشان می‌دهد تا آسیبی بر هماهنگی آن وارد نسازد (ر.ک: پارسا، ۱۳۹۱، صص ۱۴۹-۱۵۰). هر یک از دو جهان فطری و تخیلی، عناصر و مؤلفه‌های آنها غیر از این که متناسب خودشان هستند، از حمایت عناصر درونی خود و ستیز با عناصر بیرونی برخوردار می‌باشند. حجاب غیر از این که با ارزش‌هایی مثل تقوی، طهارت، غیرت و عبادت متناسب است، بلکه آنها را حمایت می‌کند و این اختصاصی به حجاب

ندارد. همه ارزش‌های الهی و واجبات و محرمات دینی، مراعات یکی به معنای حمایت از دیگری است و در این صورت فرهنگ و ارزش‌های جامعه اسلامی از تعارض‌ها و ستیزها دور مانده و تثبیت و تقویت می‌شوند. بی‌حجابی و بدحجابی، عنصر ناهماهنگ با مجموعه عناصر فرهنگی جامعه اسلامی است و نمی‌تواند با عناصری از قبیل عفاف، تقوا و طهارت درونی، و حتی با امنیت اخلاقی جامعه کنار بیاید بلکه با آن معارضه و ستیز دارد و آسیب می‌زند و در عوض، به تقویت جهان تخیلی و طبیعی و باورها و ارزش‌های آن کمک می‌کند. از این جهت بی‌حجابی سبب تقویت دیگر عناصر و مؤلفه‌های جهان تخیلی است که مصداق اتم آن در زیست‌جهان غرب معاصر است و سبب تضعیف عناصر مربوط به جهان فطری است که در فرهنگ و ارزش‌های اسلامی تجلی یافته است.

۶. کنترل و رهایی

یکی از آثار مهم حجاب را باید در هدایت‌یابی و بازدارندگی غریزه جنسی در جهان فطری و آثار بی‌حجابی را رها شدگی در جهان تخیلی دانست. در جهان حقیقی و فطری، غریزه جنسی در وجود انسان، پدیده‌ای تکوینی است که از سوی خداوند متعال برای بقای نسل انسانی و سکونت و آرامش زوجین نسبت به یکدیگر قرار داده شد. این غریزه خواهان جنس مخالف است لذا زن و مرد کششی طبیعی بر حسب خلقت و آفرینش به یکدیگر دارند: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً» (روم: ۲۱). اگر غریزه و کشش به جنس مخالف نبود، ازدواج شکل نمی‌گرفت. از سویی دیگر، غریزه یک کشش است و نیازمند چارچوبی برای راهنمایی، هدایت و تعدیل؛ در غیر این صورت، چه بسا غریزه‌ای مانند خشم، همه قوای انسانی را مقهور خود کند. لذا غرائز و از جمله غریزه جنسی نیازمند الزاماتی برای هدایت، کنترل و جهت‌دهی است. در اسلام این الزامات تحت عنوان «حدود» آمده است یعنی مرزهایی که مراعات آن لازم و ضروری است. برخی از این مقررات مربوط به حلیت و حرمت رابطه جنسی و هدایت آن است: «وَاللَّهُ يُرِيدُ أَنْ يَتُوبَ عَلَيْكُمْ وَيُرِيدُ

الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الشَّهَوَاتِ أَنْ تَمِيلُوا مَيْلًا عَظِيمًا» (نساء: ۲۷). و برخی دیگر مربوط به مقدمات و زمینه‌هایی است که فعالیت غریزه جنسی را هدایت می‌کند یعنی خداوند متعال، غریزه جنسی انسان را در مواردی که ازدواج حلال است، بدون یک برنامه هدایتی رها نکرده است تا این غریزه به میل خود عمل کند؛ زیرا چنین رهاشدگی‌ای پیامدهای خطرناکی از جهت طهارت روحی و نیز تباهی و اختلال نسل انسانی و اختلال در نظم اجتماعی پدید می‌آید. رهاشدگی غریزه جنسی، طهارت و معنویت و اعتدال قوای انسانی را مختل می‌سازد و هویت نسلی و آثار مهم آن را مخدوش می‌کند. لذا برای آن که چنین عواقب خطرناکی پدید نیاید، باید زمینه‌های ظهور و بروز غریزه جنسی را هدایت و مدیریت کرد. حجاب و عفاف، غریزه جنسی را کنترل می‌کند و بی‌حجابی در نقطه مقابل آن است. در برخی از آیات قرآن کریم، کنترل چشم و حفظ فروج با هم ذکر می‌شود «قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ... وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا» (نور: ۳۰-۳۱)، و آنگاه دستوراتی مبنی بر لزوم پوشش و آشکار نکردن زینت زنان در برابر نامحرم به هدف طهارت معنوی، توبه و رجوع به سوی خدا و رسیدن به فلاح و رستگاری ارائه می‌دهد: «ذَلِكَ أَرْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ ... وَلِيَضْرِبَنَّ بِخُمْرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِيُزَوِّجَهُنَّ أَوْ آبَائَهُنَّ أَوْ ... وَلَا يَضْرِبَنَّ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ وَتُوبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهَا الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ» (نور: ۳۰-۳۱). بنابراین حجاب و بی‌حجابی هر دو با غریزه جنسی ارتباط می‌یابد با این تفاوت که حجاب و پوشش و نگاه پاک، در جهان فطری و حقیقی مانع تحریک غریزه جنسی و سبب هدایت آن و زمینه فلاح و رستگاری فرد را فراهم می‌کند در حالی که بی‌حجابی سبب تحریک غریزه جنسی و رهاشدگی آن در جهان تخیلی و اشباع هرچه بیشتر غرایز انسانی می‌شود. حجاب می‌تواند حس ارزشی و معنوی بیشتری به زن دهد. از نظر اجتماعی در جامعه‌ای که حجاب را پذیرفته‌اند و یک ارزش می‌دانند، از او نمی‌پذیرند که رفتاری انجام دهد که فرد بی‌حجاب ممکن است انجام بدهد. لذا سعی می‌کند حرمت حجاب را حفظ نماید و با این لباس به بزه کاری نزدیک نشود.

۷. نگاه انسانی و جنسیتی

جهان فطری همه نگاه‌ها و رفتارهای انسانی را به تناسب ذائقه فطرت انسانی، متعالی می‌سازد و مانع از گرایش‌های پست می‌شود ولی جهان تخیلی به دنبال هر چیزی است که لذت و تمنیات اشباع‌ناپذیر انسانی را تأمین نماید. زندگی در جهان فطری، جهت‌دهنده همه سکناات و رفتارهای آدمی در مسیر تعالی و معنویت است. در این جهان نگاه جنسیتی به زن و به تعبیر دقیق‌تر جاذبه‌های جنسیتی زن مجال ظهور و بروز ندارد بلکه تلاش می‌کند با ضوابط شرعی از قبیل حجاب، کشش جنسیتی را کنترل و نگاه انسانی را حاکم نماید. همه ضوابط و احکام شرعی مربوط به جنسیت از امور واجب تا مستحب و مکروه آن، غالباً برای کاهش نگاه جنسیتی به زن و افزایش نگاه انسانی و بهره‌مندی از ظرفیت‌های وجودی زن و مرد در تعاملات اجتماعی است. حجاب هم در همین راستا معنا می‌یابد. در مقابل، در جهان تخیلی و طبیعی، جاذبه‌های جنسیتی و در دسترس بودن عمومی آن مهم است. در این جهان، جنسیت و جاذبه‌های جنسیتی به مثابه امری اجتناب‌ناپذیر و موضوعی برای تخیل شهوی است که باید در همه سکناات و کنش‌های افراد خود را نشان دهد. بی‌حجابی یکی از مهم‌ترین آن است. زینت‌نمایی زنان در جامعه که مورد نهی الهی قرار گرفت «وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا» (نور-۳۱)، به دنبال جلب نگاه جنسیتی مردان است و در صورت نهادینه‌شدن در جامعه، زنان پیش از هر چیز با نگاه جنسیتی مشاهده می‌شوند. برخی از مفسرین گفته‌اند مطابق آیه شریفه زنان نباید اندام‌شان و حتی لباس‌های زینتی مخصوص را که معمولاً زیر لباس عادی یا چادر می‌پوشند، در مواجهه با نامحرم آشکار کنند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۴، ص ۴۳۹). مشابه همین معنا را آیه نهی از تبرج جاهلی بیان می‌کند «وَلَا تَبْرَجْنَ تَبْرُجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَى» (احزاب-۳۳). بنابراین هر چه که بدن‌نمایی و زینت‌نمایی زن در جامعه را اشاعه می‌دهد در واقع نگاه جنسیتی مردان به زنان را به دنبال دارد و آن را بیشتر می‌کند در حالی که قرآن کریم از آن نهی کرده است.

ممکن است کسی رابطه بین بی‌حجابی با امر جنسی و کشش جنسیتی را نپذیرد و بگوید

بی‌حجابی به خودی خود زمینه‌کشی جنسی را فراهم نمی‌کند بلکه این نگاه جنسی مرد به زن و به تعبیری دیگر «ابژه جنسی بودن زن» است که تحریک جنسی را ایجاد می‌کند. اگر مردان با «عینک جنسی» زن را نبینند، بی‌حجابی زمینه جنسی شدن تعامل مرد و زن را پدید نمی‌آورد بلکه به مرور زمان یک امر عادی می‌شود. بدیهی است که این مطلب با نظر به طبیعت زن و مرد و تاریخ زندگی بشری، مطلب نادرستی است و بر خلاف واقعیت خارجی افراد انسانی در همه جوامع می‌باشد. حتی در جوامع غربی که پرچم‌دار بی‌حجابی و عریانی در جهان هستند، امر جنسی و شهوت‌طلبی نامشروع مردان علیه زنان در اوج خود وجود دارد. آمار فرزندان نامشروعی که پدران‌شان نامعلوم است در بیشتر کشورهای غربی، بسیار بالا و وحشتناک است. اساساً علت کشف حجاب برای نشان دادن زینت‌ها و زیبایی‌های زنانه برای اشتعال شهوت مردانه است. بنابراین نمی‌توان رابطه کشف حجاب و بدحجابی را با کشش جنسی بین زن و مرد و تحریک‌پذیری مرد نفی کرد. در روایت ذیل بر وجود رابطه بدحجابی با تحریک‌گریزه جنسی به خوبی تصریح شده است. مطابق این روایت نگاه به مو و بدن، سبب تحریک و تهییج جنسی می‌شود و آنگاه تحریک جنسی هم به نوبه خود فساد اخلاقی و جنسی را به دنبال دارد. امام رضا علیه‌السلام فرمود: «حُرِّمَ النَّظَرُ إِلَى شُعُورِ النِّسَاءِ الْمُحْجُوبَاتِ بِالْأَزْوَاجِ وَ إِلَى غَيْرِهِنَّ مِنَ النِّسَاءِ لِمَا فِيهِ مِنْ تَهْيِيجِ الرِّجَالِ وَ مَا يَدْعُو إِلَيْهِ التَّهْيِيجُ مِنَ الْفَسَادِ وَ الدُّخُولِ فِيمَا لَا يَحِلُّ وَ لَا يَجْمَلُ وَ كَذَلِكَ مَا أَشَبَّ الشُّعُورَ إِلَّا الَّذِي قَالَ اللَّهُ تَعَالَى وَ الْقَوَاعِدُ مِنَ النِّسَاءِ اللَّاتِي لَا يَرْجُونَ نِكَاحاً فَلَيْسَ عَلَيْهِنَّ جُنَاحٌ أَنْ يَضَعْنَ ثِيَابَهُنَّ غَيْرَ مُتَبَرِّجَاتٍ بِزِينَةٍ أَيْ غَيْرِ الْجِلْبَابِ فَلَا بَأْسَ بِالنَّظَرِ إِلَى شُعُورِ مُثْلِهِنَّ» (عاملی، ۱۴۱۲، ج ۲۰، صص ۱۹۳-۱۹۴)؛ «نگاه کردن به موی زنان شوهردار و دیگر زنان به این دلیل حرام شده است که سبب تحریک مردها می‌شود و این تحریک به فساد و ارتکاب اعمال حرام و ناشایست می‌انجامد. همچنین است چیزهایی که [به لحاظ تحریک‌کنندگی] مانند مو باشد. مگر در مواردی که خدای متعال فرموده است (و زنان از کار افتاده‌ای که امید به ازدواج ندارند) نگاه کردن به موهای این گونه زنان اشکالی ندارد».

۸. گوارایی و گریزانی

پدیده ازدواج و تشکیل خانواده در دو جهان فطری و تخیلی دارای معنا و آثار متفاوتی است. در نظام فطری، ازدواج پدیده‌ای گوارا، آرزویی شیرین و دلنشین و میلی فزاینده است. تحلیل اجتماعی آن این است که حضور زنان با حجاب و عفاف در جامعه، زمینه‌ای برای التذاذ نامشروع باقی نمی‌گذارند. در این وضعیت میل غریزی و طبیعی جوان او را به سوی تشکیل خانواده سوق می‌دهد و ازدواج نخستین تجربه مشاهده زیبایی‌های جنسی برای زوجین است. همچنین حجاب سبب می‌شود که این حس که زیبایی‌های همسر را تا کنون هیچ نامحرمی ندیده و تنها مرد اوست که از آن بهره‌مند است، لذت زندگی مشترک را بیشتر می‌کند. اما در جهان طبیعی و تخیلی که به دنبال اشباع غرایز طبیعی بدون تحمل مسئولیت است، با افزایش بی‌حجابی در جامعه، چشم و هوش جنسی جوان به مراتبی از ارضای نیاز جنسی می‌رسد و زیبایی‌های جنسی زنانه به راحتی در دسترس نگاه، هم‌صحبتی و هم‌نشینی او قرار می‌گیرد. در این صورت آن آرزوی شیرین تشکیل خانواده که راهی برای التذاذ مشروع جنسی بود، انحصارش می‌شکند و جوان از تشکیل خانواده و انحصار التذاذ جنسی می‌گریزد. خانواده ابعاد متکثری دارد. یکی از ابعاد کارکردی آن، انحصار رفتار جنسی و رضایت‌مندی جنسی بین زوجین در محیط خانه است. رفتار جنسی خارج از این چارچوب، رضایت‌مندی جنسی بین زوجین را با چالش مواجه می‌کند و یکی از ابعاد مربوط به فلسفه خانواده، کارکرد خود را از دست می‌دهد و قهراً نقطه آغازی برای چالش‌های بعدی خواهد شد. دستورات دینی که به منظور کنترل نگاه به نامحرم، پرهیز از اختلاط، لحن کلام و نحوه سخن گفتن، توصیه به خودآرایی نسبت به همسران، و ... جملگی به هدف تنظیم خانواده در انجام این کارکرد و جلوگیری از انحراف رضایت‌مندی جنسی بیان شده است (غلامی، ۱۳۹۱، صص ۶۷-۶۸).

۹. تحکیم و تزلزل

در جهان فطری اختلاف جنسیتی زن و مرد و ازدواج آنها، تأمین‌کننده آرامش، مودت

و رحمت بین آنها است که به جعل تکوینی الهی انجام شده است: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً» (روم-۲۱). حال عوامل و زمینه‌هایی وجود دارد که می‌تواند تقویت‌کننده این هدف تکوینی یا تضعیف‌کننده آن باشد. برای مثال هم‌کفو بودن اخلاقی، اعتقادی و پای‌بندی به ارزش‌های الهی، سبب افزایش این انس و الفت تکوینی است. حجاب از موضوعاتی است که نقش مهمی را در حوزه روابط پایدار خانواده ایفا می‌کند. یکی از ابعاد تأثیرگذار حجاب و عفاف در تحکیم خانواده و ایجاد روابط پایدار، نیافتادن در چاه مقایسه زیبایی‌های زنان دیگر با همسر خویش است؛ چنین مقایسه‌ای اگر اتفاق بیفتد، فرد با مشاهده تنوع زیبایی‌های زنان مکشوفه، زیبایی همسرش از چشم او می‌افتد و جاذبه‌های جنسیتی همسر برایش اقناع‌آور نخواهد بود. در حالی که حجاب و عفاف در نقطه‌ی مقابل این پدیده‌ی زشت است. با فرض مراعات حجاب و عفاف در جامعه، کشش جنسیتی همسر، همچنان پدیده‌ی بی‌بدیلی برای مرد و عامل مهمی در تحکیم خانواده است. همچنین جهت دیگر از نقش‌آفرینی حجاب در تحکیم خانواده را باید در اطمینان‌بخشی زن به همسر خود در حفظ پاکدامنی، عفاف و تقوای خویش ملاحظه کرد. زن مسلمان محجبه، نه تنها در محیط اجتماعی بیرون از خانواده آرامش ایجاد می‌کند و تنش‌های اجتماعی برخاسته از لذت‌جویی جنسی را کاهش می‌دهد، در محیط خانواده هم آرامش و اطمینان شوهر خود را فراهم می‌کند که در بیرون از خانواده هیچگاه به لغزش و گناه جنسی مبتلا نمی‌شود و زیبایی‌ها و آرایش خود را در معرض دید نامحرم قرار نمی‌دهد. طبیعی است چنین نقشی از حجاب، زن را محبوب شوهرش قرار می‌دهد و مانع از ستیزهایی در درون خانواده می‌شود که از عدم مراعات حجاب برمی‌خیزد. در جهان تخیلی و طبیعی، بی‌حجابی انس و آرامش پایدار را از محیط خانواده سلب یا تضعیف و تزلزل را جایگزین آن می‌سازد.

۱۰. امنیت و تهدید

جهان فطری که با ایمان و عمل صالح همراه است، آرامش و امنیت روحی را به دنبال

دارد: «فَمَنْ يُؤْمِنُ بِرَبِّهِ فَلَا يَخَافُ بَخْسًا وَلَا رَهَقًا» (جن-۱۳) مؤمن در زندگی ایمانی خود نه ترس از نقصان در خیر دارد و نه ترس از احاطه مکروه تا او را از مبادرت در ایمان و اقدام به عمل باز دارد (طباطبائی، ۱۳۹۰ ج ۲، ص ۴۵). همچنین در برخی از آیات فرمود مجاهدان در راه خدا از سرزنش هیچ ملامت کننده‌ای ترس ندارند «وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةً لَّائِمًا» (مائده-۵۴). بنابراین به طور کلی جهان فطرت جهان امنیت و آرامش است. در خصوص حجاب، اولین مدافع و محافظ امنیت زن، پای‌بندی او به حکم الهی حجاب است. به این معنا که شخصیت و ظاهر زن، نوع لباس و رفتار او متانت و وقار او، بهترین مراقب او در برابر تعرض دیگران است. حجاب حافظ امنیت زن در برابر چشم‌های آلوده، هوس‌های پلید، سخن‌های رکیک و دست‌های کثیف است که به دنبال شهوت‌رانی و سلب شرافت زن مسلمان هستند. به تعبیر شهید مطهری ممکن است نوع لباس و پوشش زن، نوع راه رفتن، طرز سخن گفتن و اطوار و افعالش فریاد بزند که به دنبال من بیا، مرا تعقیب کن، سربه‌سر من بگذار، متلک بگو، در مقابل من اظهار عشق و پرستش کن. در نقطه مقابل نحوه پوشش دیگری با زبان بی‌زبانی و به عبارت بهتر با زبان بدن می‌گوید دست تعرض تو از این حریم کوتاه است (مطهری، ۱۴۲۰ ق، ج ۱۹، ص ۴۴۷-۴۴۸). بنابراین نخستین پاسدار حریم زن و عزت و شرافت او، شخصیت و رفتار خود زن است و نخستین فردی که این حریم را می‌شکند و اجازه تعرض به شرافت و شخصیت خویش را می‌دهد، باز خود زن است که با بی‌حجابی و عدم مراعات حدود شریعت مقدس اسلام در مواجهه با نامحرمان سلب امنیت اخلاقی خود را رقم می‌زند. اگر شهوت تبدیل به هوس و عطش روحی شود، تمام‌شدنی نیست. شاهد این معنا، انواع انحرافات جنسی در غرب است از همجنس‌گرایی تا ارتباط با حیوانات. این عطش، تنوع‌طلبی را در جهان تخیلی و طبیعی به اوج خود می‌رساند و همچنان طالب نوع شدیدتر انحراف جنسی خواهد بود. زنان بدحجاب بیشترین قربانی این میدان هستند ولی حجاب در فرهنگ عمومی جامعه، برای زنان احساس امنیت درست می‌کند یعنی هر چه حجاب در فرهنگ عمومی بیشتر و ارزش آن متعالی‌تر، احساس امنیت برای زنان بیشتر می‌شود. از منظر اجتماعی حجاب وقتی صدایی اجتماعی برای اعلام به غفیف‌بودن

است که در آن جامعه فرهنگ عفاف معنا و حضور داشته باشد. یعنی مردم با معنا و هدف حجاب آشنا باشند و دست کم در فرهنگ آرمانی آنها جایگاه مطلوبی داشته باشد. لذا در قرآن کریم حجاب زنان مؤمنه را وسیله ای می داند که به پاکدامنی شناخته می شوند و زمینه امنیت اجتماعی آنها را فراهم می کند: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ قُلْ لِّأَزْوَاجِكَ وَبَنَاتِكَ وَنِسَاءِ الْمُؤْمِنِينَ يُدْنِينَ عَلَيْهِنَّ مِنْ جَلَابِيبِهِنَّ ذَلِكَ أَدْنَى أَنْ يُعْرَفْنَ فَلَا يُؤْذَيْنَ وَكَانَ اللَّهُ غَفُورًا رَحِيمًا» (احزاب-۵۹) «ای پیامبر به زنان و دخترانت و به زنان مؤمنان بگو پوشش های خود را بر خود فروتر گیرند این برای آنکه شناخته شوند و مورد آزار قرار نگیرند [به احتیاط] نزدیک تر است و خدا آمرزنده مهربان است».

۱۱. اصالت و سیالیت

اصالت و سیالیت قبل از تعلق به حوزه اجتماعی از مبنایی فلسفی برمی خیزد یعنی اصالت های انسانی، مربوط به جهان فطری و حقیقی است ولی سیالیت و تغییر مدام مربوط به جهان تخیلی است. سیالیت زندگی ناظر به عدم ثبات در باورها و ارزش ها و چگونگی رفتارها است و منشأ آن به عدم باورمندی به اصالت های دینی و اسلامی بازمی گردد. مرجع سیالیت و تغییر مدام از جهت فلسفی مربوط به زندگی در جهان تخیلی است ولی از جهت اجتماعی از ویژگی های مدرنیته محسوب می شود. سیالیت جهان تخیلی در خصوص موضوع پوشش، تغییر و تنوع مدام بی حجابی و عریانی را دامن می زند در حالی که پوشش در حدود شرعی، بدن و لباس را دارای حد و ضابطه شرعی می کند و به بسط ثبات در این حوزه منجر می شود. تنوع فرهنگی (و نه سیالیت فرهنگ) در میان اقوام مختلف اسلامی، امر پذیرفته شده ای است ولی واقعیت دیگری هم به نام «فرهنگ مشترک اسلامی» وجود دارد که این تنوعات را تحت محور واحدی به نام ارزش های اسلامی به وحدت می رساند. در مسئله پوشش هم تنوع در نوع پوشش، باید در مرکزیت حجاب و عفاف تعین و وحدت یابد. نوع و رنگ لباس، باید حدود شرعی حجاب و روح عفاف را منعکس سازد لذا در زیست جهان فطری سیالیت افراطی غربی در پوشش و حجاب جامعه اسلامی رنگ می بازد.

۱۲. عزت و انفعال

از مؤلفه‌های مهم فطرت انسانی، عزت‌طلبی و نفی هر نوع ذلت و اسارت است. مطابق برخی از روایات، عزت با مقوله عبادت خدا پیوند دارد و ذلت با معصیت گره می‌خورد. امام صادق علیه السلام فرمود: من اراد عزا بلا عشیره، و غنی بلا مال و هیبه بلا سلطان فلینقل من ذل معصیه الله الی عز طاعته؛ (صدوق، ۱۳۷۳، ج ۱، صص ۱۶۹-۱۷۰). عزت نفس هر چند مفهومی اخلاقی و روان‌شناختی است، ولی ملازم با امری اجتماعی می‌باشد و آن برتری انتخاب خود بر نگاه و نظر دیگران و حس کنترل خود و بدن خود توسط خویشتن است در مقابل، بی‌حجابی و بدحجابی غالباً نوعی متابعت و سپردگی نفس و بدن خویش به نگاه و سلیقه دیگران را به همراه دارد. بی‌حجابی معمولاً با ملاحظه سلاطین دیگران در نوع پوشش جهت جذب نظر آنها همراه می‌باشد. فرد بی‌حجاب مجبور است زیبایی را آن‌گونه که دیگران با نگاه و توجه خود از او مطالبه می‌کنند، ارائه دهد و این نوعی از خود بیگانگی و کاهش عزت نفس را به تدریج به ارمغان می‌آورد. ولی پدیده حجاب، احساس بیشتری از عزت نفس و کنترل خود بر بدن را به دنبال دارد. بنابراین حجاب و بی‌حجابی هر کدام از جهت معناداری عمل‌شان در مواجهه با دیگران از جهت فعال و منفعل بودن در انتخاب‌های خویش و نیز مستقل یا دنباله‌رو بودن در چگونگی پوشش، دلالت‌های اجتماعی و فردی مهمی دارند. در نظام تخیلی، سیالیت انتخاب‌های انسان و انفعال از شرایط بیرونی، به بسط و تنوع بی‌حجابی در اشکال مختلف می‌انجامد ولی در نظام فطری، اصالت‌هایی از قبیل عفاف و تقوی، عاملیت فعال فرد انسانی و تأثیرگذاری او بر شرایط بیرونی را نتیجه می‌دهد.

۱۳. افزایش و کاهش کارآمدی

نقش‌های اجتماعی و تکالیفی که افراد در زندگی اجتماعی دارند سنگ‌بنای زیست اجتماعی و کارآمدی آن را تشکیل می‌دهد. هر گاه نقش‌های اجتماعی به درستی انجام نگیرد، عواقب منفی آن اجتناب‌ناپذیر خواهد بود. نقش‌های اجتماعی بر حسب زمینه‌های کاری، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی، علمی و آموزشی بسیار متنوع

می‌باشد. در عین حال دو مطلب قابل توجه افراد و گروه‌ها و نهادهای اجتماعی است، یکی رساندن این نقش‌ها به حد نصاب لازم خود به‌مثابه شرطی برای بقای جامعه و پویایی و استكمال آن است. به این معنا که اگر تکالیف و نقش‌های اجتماعی توزیع متعادلی بر حسب جنس، سن، تخصص، شغل، تعهد دینی و بر اساس نیازهای عینی جامعه صورت نگیرد، جامعه با عدم تعادل و مشکلات برخاسته بعدی آن مواجه می‌شود. مطلب دوم، انجام این نقش‌ها در یک زمینه و قدر مشترکی از ارزش‌های متعالی است که همه افراد و گروه‌ها به آن باورمند و ملتزم باشند. این قدر مشترک از ارزش‌ها و باورهای متعالی تنها در دین الهی و جهان فطری مصداق می‌یابد. پیامد چنین قدر مشترکی ایجاد تعاملی انسانی و الهی بین افراد در ایفا نقش‌های اجتماعی و اجتناب از تعاملاتی خارج از این چارچوب مانند تعامل جنسیتی است. ایفا نقش‌های اجتماعی در چارچوب ارزش‌های اسلامی و الهی، روابط بین افراد را انسانی و کارآمدی آنها را در انجام وظایف و نقش‌های اجتماعی افزایش می‌دهد. مراعات حجاب و عفاف به‌مثابه لباس تقوی و طهارت، یکی از پیش‌شرط‌های لازم افزایش این کارآمدی است. زیرا تعامل افراد تنها در همان چارچوب و قدر مشترک متعالی، و برای همان حوزه اجتماعی خاص شکل می‌گیرد در حالی که بی‌حجابی، جهان تخیلی را فعال می‌کند و زمینه ظهور ارتباطات جنسی و نمادهای جنسیتی را به وجود می‌آورد و کارآمدی و ویژگی اخلاقی و انسانی خود را از دست می‌دهد.

۱۴. افزایش و کاهش هزینه‌ها

هر یک از دو نظام فطری و تخیلی به تناسب زیست‌جهان خود هزینه‌های مناسب خود را می‌طلبد لذا با تمایز هزینه‌ها مواجه هستیم. این هزینه‌ها ابعاد گسترده‌ای از جهت فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و حتی بدنی دارد. یکی از این هزینه‌ها، هزینه‌های مالی و اقتصادی است. در نظام فطری با مفهوم قناعت در جایگاه یک ارزش مواجه‌ایم اما در نظام تخیلی و طبیعی، مصرف در ذیل ارزش‌های تخیلی هدف نهایی است. هر یک از دو موضوع حجاب و بی‌حجابی به تناسب جهان‌های خود، هزینه‌هایی را برای فرد،

خانواده و جامعه درست می کنند. در جهان تخیلی غرب به جهت اهمیت یافتن بدن و خودنمایی جسمی در جلب توجه دیگران و افزایش منزلت و ارضای شهوت، بدن زنان باید متحمل هزینه های سنگینی شود. هزینه های مربوط به کشیدن پوست، عمل جراحی زیبایی و بازسازی بینی، چاقی و لاغری اجباری و در حالی با توجه به مبانی حجاب در اسلام، معنای نهفته در حجاب به گونه ای است که خودنمایی و خودآرایی برای جلب توجه دیگران، رنگ می باززد و قهرا برخی از هزینه های جسمی و مالی را کاهش می دهد.

۱۵. حجاب و امر سیاسی

همان طوری که کشف حجاب در دنیای اسلام و در ایران از زمان رضاخان به هدف امری به شدت سیاسی و فرهنگی پدید آمد تا مردم از ارزش های اسلامی فاصله بگیرند و شباهت هر چه بیشتری به غرب پیدا کنند، حجاب هم در نقطه مقابل، امری به شدت سیاسی و فرهنگی است. رهبر معظم انقلاب اسلامی در سخنرانی رضوانی خود با مسئولین نظام در سال ۱۴۰۳ فرمودند: «کشف حجاب، حرام شرعی و حرام سیاسی است» (خامنه ای، ۱۴۰۳)؛ مخالفت برخی دولت ها با حجاب و تبدیل شدن حجاب به مثابه نمادی از پیوند با انقلاب اسلامی و از سوی دیگر بی حجابی را نماد مخالفت با نظام اسلامی از سوی برخی از افراد و گروه های معارض با انقلاب اسلامی، همگی نشان دهنده بعد سیاسی حجاب یا سیاسی شدن آن است (ر.ک: ابراهیم زاده، ۱۳۹۰، صص ۱۰۰-۱۰۸). برخی از افراد تأکید نظام اسلامی بر حجاب را مثبت تلقی نمی کنند و معتقدند چنین چیزی سبب سیاسی شدن حجاب و بهانه ای برای مخالفت با آن از سوی افراد معترض به مسئولین حکومتی می شود لذا حجاب نباید مورد تأکید مضاعف نظام اسلامی باشد چون آن را سیاسی می کند. البته معنای نادرستی از مفهوم «سیاسی شدن» در چنین تحلیلی وجود دارد. در اسلام همه چیز آن سیاسی است. «اغلب احکام واقعیه نیز مشتمل است بر سیاست؛ مثل طهارت و صوم و صلات و زکات و حج و جهاد و لذا می توان علی التحقیق گفت که دین اسلام، دین سیاسی است» (شاه آبادی، ۱۳۸۶، ص ۲۵). امام

خمینی علیه السلام چنان ابعاد سیاسی دین را جدی و فراگیر می‌داند که حکومت را تجلی گاه فقه معرفی می‌نماید (خمینی، بی‌تا، ج ۲۱، ص ۲۸). جهان فطری نیازمند تدبیر و مدیریت است و شریعت برای مدیریت نظام فطری و تحقق خارجی آن است. حجاب یکی از سیاست‌های شریعت برای شکوفایی فطرت انسانی و تدبیر جنسیت است. بنابراین حجاب امری سیاستی در شریعت است. جهان تخیل هم سیاست‌های خاص خود را دنبال می‌کند. سیاست بدن‌نمایی و برهنگی، جهان تخیل را در حوزه جنسیت اشباع می‌کند. بنابراین حجاب و بی‌حجابی هر دو امری سیاسی هستند ولی برای دو جهان مختلف. البته روشن است که امر سیاسی در اینجا به معنای اعم است و شامل کار فرهنگی هم می‌شود. یعنی امر سیاسی تنها به این معنا نیست که در آن الزام حکومتی و بگیر و ببند باشد بلکه امر سیاسی یعنی تدبیر درست حکومت برای رسیدن به نقطه مطلوب اسلامی. در این صورت کار فرهنگی و معرفتی و ایجاد گرایش مناسب برای رغبت افراد به حجاب از سوی حکومت قطعاً لازم است.

۱۶. افزایش و کاهش مقاومت اسلامی

زندگی در جهان فطری، زندگی در نظامی از اصالت‌ها، ثبات‌ها، استقامت‌ها و حرکت بسوی رشد و تعالی است ولی زندگی در جهان تخیل، زندگی بر امور محسوس گذرا، تغییر مدام، سیالیت مادی و لذا این جهانی است لذا جز لذت مدام و سود مادی هیچ اصل ثابتی را به رسمیت نمی‌شناسد. مقاومت بر ارزش‌های الهی و اسلامی در جهان تخیلی معنایی ندارد اما جهان فطری با استقامت بر مسیر معین که همان صراط مستقیم الهی است، هویت می‌یابد. هر یک از دو جهان جبهه گسترده‌ای است که دوستان و دشمنان خاص خود را دارد. مؤلفه مقاومت اسلامی مربوط به زندگی در جهان فطری است و در این جهان است که همه عناصر آن نقشی در مقاومت در برابر جهان تخیل ایفا می‌کنند. حجاب هم در بازسازی بیرونی و نمادین جهان فطری برای رسیدن به عفاف و تقوی، نقش مقاوم‌سازی افراد و حیات اجتماعی را در برابر فحشا که برآمده از بدن‌نمایی و بی‌حجابی است، برعهده دارد. در نقطه مقابل، بی‌حجابی که مناسب جهان

تخیلی است، سبب کاهش عنصر مقاومت اسلامی در برابر تمنیات شهوت انگیز است. حال در کارزار میدان مواجهه با دشمن، هر اقدامی که سبب حمایت دشمن و خوشحالی دشمن شود، ضربه به جبهه خودی و کمک به جبهه دشمن است و هر اقدامی که سبب خشم دشمن می شود، حتما آسیب برای دشمن و پیروزی برای جبهه خودی است. روی این قاعده در جوامع اسلامی به ویژه ویرانه های ایران اسلامی باید روی این موضوع دقت کرد که آیا دشمن از بی حجابی حمایت می کند یا از حجاب؟ کدامیک از این دو موضوع، دشمن را عصبانی و کدامیک دشمن را خوشحال می کند؟ بدیهی است که تاریخ بیش از یکصدساله اخیر به ویژه عصر پهلوی نشان می دهد که بی حجابی و عریانی یکی از پروژه های مهم دشمنان اسلام در ایران است و در حکومت پهلوی علیرغم مخالفت علما و مردم متدین، تا حدودی زیادی به این هدف رسیده بودند و بعد از انقلاب اسلامی هم یکی از اهداف مهم دشمن ترویج بی حجابی در کشور با هدف تخریب ایمان و عفاف جوانان و به انحراف کشاندن آنها بوده است. در این شرایط هر نوع بدحجابی و بی حجابی عمداً یا غیرعمداً، آگاهانه یا ناآگاهانه، در مسیر سیاست دشمن و حمایت برنامه های اوست. در نقطه مقابل، حجاب تودهنی زدن به دشمن و تقویت جبهه خودی است. در هنگامه فراخوان عوامل و زمینه های اجتماعی به بی حجابی، حجاب نشان از مقاومت و مجاهدت فرد در راه خدا و در راه تعبد و عمل به شریعت الهی است. در نقطه مقابل بی حجابی وسیله ای برای در هم شکستن هویت و مقاومت اسلامی در جامعه است. تجربه اندلس به خوبی گویای این حقیقت است که مسیحیان برای بازگرداندن اندلس از هویت اسلامی به هویت مسیحی پیشین، چاره ای ندیدند که از راه بی حجابی و طنازی دختران مسیحی وارد شوند. آنها از طریق اشاعه فساد اخلاقی در برابر جوانان یعنی از دو راه مشروبات الکلی و عریانی دختران مسیحی در جامعه به نتیجه برسند. جوانان مسلمان را به عیاشی، مشروبات الکلی، قمار و دختربازی عادت دادند به طوری که هر جوان مسلمان یک دوست دختر داشت. فساد اخلاقی جامعه و افرادش را از اراده و حس سلحشوری و غیرت می اندازد (مطهری ۱۳۹۰، ج ۲۵، ص ۳۰۶).

نتیجه‌گیری

حیات انسانی متأثر از حضور دو نوع نظام فطری و تخیلی، آثار خاصی به دنبال دارد. نظام فطری از بینش‌ها و گرایش‌های بسیط شروع می‌شود و تا عقل نظری و عملی و نیز گرایش‌های متعالی ادامه می‌یابد و با نظام حقیقی از دنیا تا آخرت مرتبط می‌شود. اما نظام تخیلی انسان با نظام طبیعی و مادی این جهانی پیوند می‌خورد. آثار حجاب و بی‌حجابی در تناظر با یکدیگر هستند و اثبات آثار هر یکی به معنای نفی آثار دیگری است. ملاحظه آثار حجاب و بی‌حجابی در دو جهان فطری و تخیلی، رویکرد عمیق‌تری در تحلیل این دو پدیده به ما خواهد داد تا از محدودیت نگاه فردی و این جهانی فراتر رفته پیامدهای آن را برای حیات ابدی انسان و از دنیا تا آخرت، از فرد تا جامعه، و از نگاه ملی تا فراملی دنبال کنیم. مؤلفه‌های شانزده گانه‌ای که در این مقاله بررسی شد مهم‌ترین دستاوردهایی است که می‌توان هر یک را در تحقیق مستقل دیگر به تفصیل مورد بررسی قرار داد.

فهرست منابع

* قرآن کریم

- ابراهیم زاده، حسن. (۱۳۹۰). مسأله پوشش (چاپ اول). تهران: کانون اندیشه جوان.
- پارسانیا، حمید. (۱۳۹۱). جهان‌های اجتماعی (چاپ سوم). قم: ناشر کتاب فردا.
- حق‌شناس، سیدجعفر. (۱۳۹۵). نظام اسلامی و مسأله حجاب (چاپ چهارم). قم: دفتر مطالعات و تحقیقات زنان.
- خامنه‌ای، سید علی. (۱۴۰۳). سخنرانی معظم له در رمضان با حضور مسئولین نظام.
- خمینی، روح‌الله. (بی‌تا). صحیفه امام (ج ۲۱). تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمه الله.
- شاه‌آبادی، محمدعلی. (۱۳۸۶). شذرات المعارف (چاپ اول). قم: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- ابن بابویه، محمدبن علی. (۱۳۶۲). خصال (ج ۱، چاپ اول). قم: انتشارات جامعه مدرسین قم.
- طباطبایی، محمدحسین. (۱۳۹۰ق). المیزان فی تفسیر القرآن (ج ۲، چاپ دوم). بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
- عاملی، حر. (۱۴۱۲ق). وسائل الشیعة (ج ۲۰، چاپ اول). قم: چاپ مؤسسه آل‌البیت لإحياء التراث.
- غلامی، علی. (۱۳۹۱). مسأله حجاب در جمهوری اسلامی ایران (چاپ اول). تهران: دانشگاه امام صادق.
- فارابی، ابونصر. (۱۹۹۵م). آراء اهل المدينة الفاضلة و مضاداتها (چاپ اول). بیروت: مکتبه الهلال.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۹۰). مجموعه آثار شهید مطهری (ج ۲۵، چاپ پنجم). تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی. (۱۴۲۰ق). مجموعه آثار شهید مطهری (ج ۱۹، چاپ یازدهم). تهران: انتشارات صدرا.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۱). تفسیر نمونه (ج ۱۴، چاپ دهم). تهران: دار الکتب الإسلامية.

An Examination of the Dimensions and Causes of Marginalizing Religious Propagation in the Islamic Seminary and the Strategies Ahead*



Seyyed Mohammad Hossein Hashemian¹

Seyyed Saber Rezaei² 

Mohammad Hassan Javidi³ 

1. Associate Professor, Department of Strategic Management, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran (**Corresponding Author**).

hashemi1401@gmail.com

2. PhD Candidate, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran. resaberza@gmail.com

3. PhD Candidate, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran. mh.javidi@yahoo.com

Abstract

Religious propagation, as the central mission of divine prophets and a fundamental identity element of the Islamic Seminary (Hawza), has always played a vital role in preserving and spreading Islamic teachings. In religious texts, propagation is emphasized as a divine duty and a strategic approach to guide humanity, holding a special place within the academic and social structure of seminaries throughout history. However, in contemporary times, propagation has seemingly lost its priority. This shift in perspective—especially within the domains of education, research, and spiritual refinement—has led to a decline in attention toward

* Hashemian, S. M. H., Rezaei, S. S. & Javidi, M. H. (2025). An examination of the dimensions and causes of marginalizing religious propagation in the Islamic Seminary and the strategies ahead. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 33-64.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70773.2121>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/01/08 • **Revised:** 2025/04/10 • **Accepted:** 2025/10/21 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



propagation, consequently reducing its influence on the social and cultural transformations of the Islamic community. This study, employing thematic analysis and Causal Layered Analysis (CLA), explores the dimensions and causes of this phenomenon across four levels: litany, systemic, discursive, and metaphorical. The findings indicate that, at the litany level, signs such as the primacy of jurisprudence (fiqh) in the educational system, the marginalization of propagation training, and its detachment from contemporary realities are evident. At the social/structural level, factors such as the Seminary's prevailing value system, spatial changes in schools, and weak institutional support contribute to this trend. At the discursive level, simplified perceptions of propagation and an imbalanced understanding of its people-centered nature are significant causes. Finally, at the metaphorical and symbolic level, metaphors such as "the pulpit preacher" and "the last refuge of the unsuccessful" reflect the underlying cultural imagery. These findings suggest that restoring the position of religious propagation within Seminary programs can profoundly impact the reconstruction of the Islamic community's religious identity, counter national and global challenges, and foster collective movements toward upholding divine principles and spreading Islamic discourse across contemporary societies.

Keywords

Religious propagation, Marginalization of propagation, Causal Layered Analysis (CLA), Strategy.

بررسی ابعاد و علل فرعی انگاری تبلیغ دینی در

حوزه علمی و راهبردهای پیش رو*



محمد حسن جاویدی^۳

سید صابر رضایی^۲

سید محمدحسین هاشمیان^۱

۱. دانشیار، گروه مدیریت راهبردی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران (نویسنده مسئول).

hashemi1401@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران.

resaberza@gmail.com

۳. دانشجوی دکتری، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، قم، ایران.

mh.javidi@yahoo.com

چکیده

تبلیغ دینی به مثابه رسالت محوری انبیای الهی و عنصر هویتی بنیادین حوزه علمی، همواره نقشی اساسی در حفظ و گسترش آموزه‌های اسلامی ایفا کرده است. در متون دینی، تبلیغ وظیفه‌ای الهی و راهبردی برای هدایت بشر دانسته شده و مورد تأکید قرار گرفته و از دیرباز در ساختار علمی و اجتماعی حوزه‌های علمی جایگاه ویژه‌ای داشته است. با این حال، در دوران معاصر، مشاهده می‌شود که تبلیغ در اولویت‌های پایین‌تری قرار گرفته و این تغییر نگرش، به ویژه در سطح آموزش، پژوهش و تهذیب، منجر به کاهش توجه به تبلیغ شده و تأثیرگذاری آن در تحولات اجتماعی و فرهنگی جامعه اسلامی را کاهش داده است. پژوهش حاضر، با استفاده از روش تحلیل مضمون و مدل تحلیل لایه‌ای علت‌ها (CLA)، ابعاد و علل این پدیده را

* هاشمیان، سید محمدحسین، رضایی، سید صابر، جاویدی، محمدحسن. (۱۴۰۴). بررسی ابعاد و علل فرعی انگاری

تبلیغ دینی در حوزه علمی و راهبردهای پیش رو. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۳۳-۶۴.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70773.2121>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۹ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۱/۲۱ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



در چهار سطح لیتانی، ساختاری، گفتمانی و استعاری بررسی می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد در سطح لیتانی، نشانه‌هایی مانند اصالت فقاقت در نظام آموزشی، حاشیه‌نشینی آموزش تبلیغ و گسست تبلیغ از زمانه مشاهده می‌شود. در سطح علل اجتماعی؛ عللی نظیر؛ نظام ارزشی حاکم بر حوزه، تغییرات فضایی مدارس، و ضعف پشتیبانی، در لایه گفتمانی؛ مواردی همچون؛ بسیط‌انگاری تبلیغ، فهم نامتوازن از مردم‌پایه بودن آن و در سطح استعاری و نمادین، مواردی نظیر؛ «منبری»، «آخرین پناهگاه ناکامان» به دست آمده است. این نتایج نشان می‌دهد که اعاده جایگاه تبلیغ دینی در برنامه‌های حوزه‌های علمیه تأثیرات شگرفی در باسازی هویت دینی جامعه اسلامی و مقابله با چالش‌های ملی، جهانی و همچنین ایجاد حرکت‌های عمومی در جهت اقامه حدود الهی و صدور گفتمان اسلامی به سایر جوامع معاصر داشته باشد.

کلیدواژه‌ها

تبلیغ دینی، فرعی‌انگاری تبلیغ، CLA، تحلیل لایه‌ای علت‌ها، راهبرد.

مقدمه

«تبلیغ دینی» اساسی‌ترین ارکان حفظ و گسترش آموزه‌های اسلامی و اصلی‌ترین اهداف انبیا، اوصیا و پویندگان مسیر ایشان بوده است و از همین رو در قرآن کریم با واژه‌های مختلفی از «تبلیغ» گرفته تا «بلاغ»، «انذار»، «تبشیر» و. به این امر و ضرورت آن تاکید شده است. مرور تاریخ حوزه علمیه و ماهیت و مسیر مجاهدت‌های علمی و عملی علما و بزرگان این نهاد مقدس، از همین واقعیت پرده برمی‌دارد که تبلیغ دینی - به معنای اعم از فقه، عقاید و اخلاق و به معنای جامع تبلیغ دینی نه معنای بخشی از آن - تا حد زیادی تعیین‌کننده محتوا، ساختار و مواجهات ایشان با پدیده‌های معاصر خویش بوده است.

«لذاست که شما می‌بینید در حوزه‌های علمیه از اول، از هزار سال پیش، سنت تبلیغ وجود داشت. فرض کنید از زمان مثلاً شیخ صدوق، این کتاب‌های متعدد شیخ صدوق (رضوان الله علیه) همه تبلیغات است: امالی تبلیغ است، خصال تبلیغ است، عیون اخبار الرضا تبلیغ است؛ همه اینها تبلیغات است. فقط هم تبلیغ مذهب نیست؛ تبلیغ اخلاق است، تبلیغ دین است، تبلیغ توحید است؛» (رهبر انقلاب، ۱۴۰۲/۰۴/۲۱).

با وجود تأکیدات فراوان متون دینی و علما بر اهمیت تبلیغ دینی به مثابه عنصر هویت‌بخش حوزه علمیه، در عمل شاهد به حاشیه رفتن تبلیغ در ساختار و واقعیت‌های موجود در حوزه علمیه بوده و برخی از نخبگان و دغدغه‌مندان این عرصه از «کم‌اهمیت‌شدن تبلیغ» و «فرعی‌انگاری آن» سخن گفته و این مسئله را یکی از چالش‌های کلیدی نظام تبلیغ دینی معرفی نموده‌اند. این روند، ظرفیت‌های علمی، ساختاری و عملی حوزه علمیه را در حل مسائل جامعه اسلامی محدود کرده و به‌طور جدی می‌تواند یکی از مسائل بنیادی عرصه تبلیغ دانسته شود.

«فرعی‌انگاری تبلیغ»، «درجه ۲ بودن امر تبلیغ» در مقابل «اولیت و اولویت داشتن تبلیغ»، «عنصر محوری در تنظیم نهادی و ساختاری حوزه علمیه»، «عنصر هویت‌بخش نهاد حوزه علمیه»، «تعیین‌کننده جهت تمام فعالیت‌های حوزه علمیه» است که در بخش

بررسی ابعاد این پدیده، به روشنی از بدیل‌های این مسئله پرده برداشته می‌شود.
«امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمیّه این است که تبلیغ در مرتبه دوم قرار دارد.
مرتبه اول چیزهای دیگر است [مانند] مقامات علمی و امثال اینها؛ «تبلیغ» در
مرتبه دوم است. ما از این نگاه باید عبور کنیم. تبلیغ، مرتبه اول است؛» (رهبر
انقلاب، ۱۴۰۲/۰۴/۲۱).

و یا در بیان دیگر می‌فرمایند:

«من مصرّم که جامعه تبلیغی ما باید به تبلیغ به صورت یک کار اصلی و حقیقی
و لازمه قطعی علم دین نگاه کند. جامعه علمی دینی (روحانیت) اولین وظیفه
اش تبلیغ است. تبلیغ، یک وظیفه درجه دوم مخصوص عده‌ای خاص از
روحانیون نیست.» (رهبر انقلاب، ۱۳۷۴/۱۰/۲۷ و خراسانی، ۱۳۹۶، ج ۲، ص ۲۹۹).

پژوهش حاضر با استفاده از داده‌های ترکیبی شامل بیانات رهبر معظم انقلاب و
مصاحبه با ۸ نفر از نخبگان حوزوی و مسئولین نهادهای پژوهشی و تبلیغی - که از
محتوای ۴ مصاحبه در این مقاله استفاده شده است -، به تحلیل لایه‌ای علتها
و نشانه‌های پدیده «فرعی‌انگاری تبلیغ دینی» در حوزه علمیّه پرداخته است. این
پژوهش در تلاش است تا ابعاد عینی و علل ساختاری، گفتمانی و استعاری/اسطوره‌ای
این پدیده را تبیین کند. با بهره‌گیری از مدل تحلیل لایه‌ای علتها (CLA)، ابتدا
به تحلیل ابعاد مسئله و سپس به شناسایی ریشه‌های آن و راهبردهای متناسب با هر
لایه می‌پردازد.

در این روند، با تفکیک لایه‌های مختلف علل، نقش هر نهاد یا هر بخش از جامعه
در پدید آمدن مسئله مشخص و راهبردهای متناسب با آن ارائه می‌شود. به طور خاص،
در بخش ساختاری سازمان‌ها و نهادهای مربوطه، در بخش گفتمانی اندیشمندان و
نخبگان، و در بخش استعاری/اسطوره‌ای، شخصیت‌های فرهنگی و رسانه‌ای مورد توجه
قرار گرفته‌اند.

براین اساس پژوهش حاضر به سه سؤال کلیدی پاسخ می‌دهد:

○ شواهد تقلیل جایگاه تبلیغ؟

○ علل این پدیده؟

○ راهکارهای ارتقای جایگاه تبلیغ در حوزه علمیّه؟

هدف این پژوهش، تحلیل ابعاد و علل فرعی‌انگاری تبلیغ و ارائه راهکارهایی برای بازتعریف جایگاه اصیل تبلیغ دینی در عینیت، نظامات، ساختاری، ارزشی، گفتمانی و زبانی حوزه علمیّه است. این بازتعریف نه تنها هویت محوری حوزه علمیّه را بازیابی کرده و به تبع آن، هویت اسلامی جامعه اسلامی را تقویت نماید، بلکه زمینه‌ساز تحقق رسالت جهانی حوزه‌های علمیّه در عرصه گفتمان اسلامی باشد.

۱. مفاهیم

۱-۱. تبلیغ

تبلیغ و تبلیغات در تطور زمانی و بسترهای اجتماعی و حتی نظریات علوم اجتماعی تطورهایی معنای متکثری را به خود دیده است که مجال بسط آن است. در میان تعاریف ارائه شده، تعریف جاوت و ادانل که با اتکا به مدلهای ارتباطی، تعریفی جامع، شاخص محور و بی‌طرف از «تبلیغات» ارائه کرده و هفت عنصر اصلی آن را دسته‌بندی نموده‌اند، در تبیین مقصود عمومی از تبلیغ مناسبتر از سایرین به نظر می‌رسد. از نظر ایشان تبلیغات را بر پایه هفت عنصر زیر تعریف کرده‌اند (جاوت و ادانل، ۱۳۹۰، ص ۳۱):

- کیفیات زمینه (عوامل اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و.. که در معنا بخشی به نشانه‌ها مؤثرند)
- فرستنده (عامل یا کارگزار)
- نیت (هدف تبلیغ)
- پیام (محتوا)
- کانال انتقال (روش و ابزار)
- مخاطب
- پاسخ مخاطب (اثر واقعی و میدانی)

بر اساس این عناصر، آن‌ها تبلیغات را «تلاشی آگاهانه و نظام‌مند برای شکل‌دهی به ادراک، دستکاری شناخت و هدایت رفتار به‌منظور دستیابی به پاسخی که هدف مطلوب تبلیغ‌کننده را پیش ببرد» (کاویانی، ۱۳۹۲، ص ۲) تعریف کرده‌اند. این تعریف را می‌توان تعریفی عمومی از تبلیغات در نظر گرفت که قابلیت پوشش بسیاری از تعاریف مطرح‌شده را دارد.

۲-۱. فرعی‌شدن و فرعی‌انگاری تبلیغ دینی

فرعی‌شدن تبلیغ به کاهش جایگاه و اهمیت تبلیغ دینی در ساختارهای اجتماعی و آموزشی اشاره دارد. در این حالت، تبلیغ از رسالتی محوری به فعالیتی حاشیه‌ای تبدیل می‌شود که تأثیرگذاری کمتری در جامعه دارد. به عبارت دیگر، تبلیغ از اولویت‌های اصلی به امری درجه دو تبدیل می‌شود.

فرعی‌انگاری تبلیغ فرایندی است که در آن تبلیغ دینی به‌طور ضمنی یا آشکار، امری کم‌اهمیت و غیرضروری در نظر گرفته می‌شود. این وضعیت زمانی اتفاق می‌افتد که به تبلیغ دینی توجه کمتری می‌شود و از جایگاه محوری خود خارج می‌شود. تفاوت اصلی این دو در این است که فرعی‌شدن به کاهش اهمیت تبلیغ در سطح عینیت و ثبوت اشاره داشته، در حالی که فرعی‌انگاری بیشتر به طرز نگاه و برداشت اجتماعی (اثبات) از تبلیغ اشاره دارد که در آن تبلیغ به‌مانند یک امر کم‌اثر یا غیرضروری دیده می‌شود.

۳-۱. راهبرد

راهبرد (استراتژی)^۱ مفهومی است که ابتدا در عرصه نظامی به کار می‌رفت و با گذر زمان به حوزه‌های مدیریت، اقتصاد، سیاست و فرهنگ راه یافت. این مفهوم، مجموعه‌ای از قواعد تصمیم‌گیری تعریف می‌شود که رفتار سازمانی را در راستای

1. Strategy

مأموریت آن هدایت می‌کند. راهبرد به ایجاد تعادل میان محیط داخلی و خارجی سازمان، مواجهه با شرایط متغیر، و دستیابی به مزیت رقابتی می‌پردازد. همچنین، راهبرد بر تمرکز، مهار تحولات و ایجاد چشم‌اندازهای تغییر تأکید داشته (منوریان، ۱۳۹۷، صص ۶۰-۶۱) و از منابع و قابلیت‌های داخلی در جایگاه عوامل اصلی مزیت‌ساز بهره می‌گیرد. (منوریان، ۱۳۹۷، ص ۶۵).

۲. روش پژوهش

۲-۱. تحلیل محتوای جهت‌دار با بهره‌گیری از مدل تحلیل لایه‌ای علت‌ها (CLA)

تحلیل مضمون روشی کیفی و منعطف است که با ریشه در پدیدارشناسی و تحلیل گفتار، در علوم اجتماعی، روانشناسی، و مدیریت برای شناسایی الگوهای معنادار در داده‌های پراکنده به کار می‌رود. (شیخ‌زاده و بنی‌اسد، ۱۳۹۹، ص ۱۳۹) این روش برخلاف گراند تئوری، به اشباع نظری داده‌ها یا دستیابی به نظریه‌ای کلان متعهد نیست، بلکه تنها به یکپارچه‌سازی مقولات و مفاهیم و ارائه تفسیری جامع از داده‌ها می‌پردازد. تحلیل مضمون در مقایسه با گراند تئوری، به جای "مقوله"، بر "مضمون" تأکید دارد و برای تحقیقات فاقد تمرکز بر عوامل و فرآیندها یا بدون استفاده عمده از مصاحبه مناسب‌تر است (شیخ‌زاده و بنی‌اسد، ۱۳۹۹، ص ۱۴۹).

پژوهش حاضر از روش تحلیل مضمون جهت‌دار به مثابه رویکردی کیفی و ساختارمند بهره گرفته است. این روش، مبتنی بر چارچوب نظری مشخص، امکان تحلیل هدفمند داده‌ها را فراهم می‌سازد و برخلاف تحلیل مضمون استقرائی، که به کشف مضامین بدون پیش‌فرض نظری متعهد است، بر مفاهیم پیشینی و نظریات پایه تأکید دارد. (Kibiswa, 2019). در این پژوهش، مدل تحلیل لایه‌ای علت‌ها (CLA) در جایگاه چارچوب نظری به کار رفته است. این مدل با ارائه ساختاری چندلایه، ابزاری کارآمد برای تحلیل مسائل اجتماعی و تبیین رابطه علی میان لایه‌های مختلف پدیده‌ها محسوب می‌شود (عنایت‌الله، ۱۳۹۳، ج ۱، ص ۲۹).

۲-۲. مدل تحلیل لایه‌ای علت‌ها (CLA)

مدل CLA، در نقش چارچوب نظری پژوهش، با رویکردی چندلایه به تحلیل مسائل اجتماعی می‌پردازد:

- لایه لیتانی: توصیف روندهای سطحی و کمی وقایع، با تمرکز بر جنبه‌های احساسی و واکنش‌پذیری عمومی (عنایت‌الله، ۱۳۹۳، ج ۱، ص ۲۹).
 - لایه ساختاری: تحلیل عوامل فرهنگی، تاریخی، اقتصادی و سیاسی مؤثر بر شکل‌گیری مسائل.
 - لایه گفتمانی: بررسی فرضیات عمیق، جهان‌بینی‌ها و ایدئولوژی‌های مؤثر در ساختارهای اجتماعی (عنایت‌الله، ۱۳۹۳، ج ۱، ص ۹).
 - لایه استعاری / اسطوره‌ای: تحلیل استعاره‌ها و اسطوره‌های ناخودآگاه که جهان‌بینی‌ها و تعاملات اجتماعی را شکل می‌دهند. سالیو بین اریف، مفهوم استعاره را مشابه «اعطای حد شیء لشی» می‌داند که در ادبیات اصولیون و ادیبان اسلامی نیز مطرح شده است (مطهری، ۱۳۹۴، ج ۶، ص ۳۸۹).
- تحلیل محتوای جهت‌دار، به دلیل همخوانی با اهداف پژوهش، امکان تحلیل ساختارمند و مبتنی بر نظریه را فراهم کرده است. بهره‌گیری از مدل CLA، علاوه بر تبیین چندلایه مسائل، به تنظیم سؤالات کلان پژوهش و دسته‌بندی دقیق داده‌ها کمک کرده و پژوهش را به چارچوبی نظری و عملی مجهز نموده است.
- این روش پژوهشی، با بهره‌گیری از چارچوب CLA، پژوهش را از رویکرد استقرایی صرف فراتر برده و به مطالعه‌ای نظام‌مند، نظری و هدفمند تبدیل کرده است. این رویکرد علاوه بر انسجام در تحلیل، امکان تفسیر جامع داده‌ها را در راستای اهداف پژوهش فراهم آورده است.

۳. یافته‌ها

۳-۱. تحلیل ابعاد و نشانه‌های فرعی انگاری تبلیغ (سطح لیتانی)

در سطح لیتانی، نشانه‌های عینی مسئله به‌طور واضح بیان می‌شود که ابعاد و واقعیت

«فرعی انگاری تبلیغ» را در عرصه‌های مختلف ساختاری و کنشگری حوزه علمی و به‌ویژه در دیدگاه مبلغان دینی آشکار می‌سازد. این پدیده را می‌توان از دو زاویه مشاهده کرد: یکی به‌طور غیرمستقیم از جانب نظام‌های موجود در حوزه‌های علمی (عرصه ثبوت) و دیگری به‌طور مستقیم در ذهنیت مبلغان دینی (عرصه اثبات).
 نشانه‌های مختلفی از این مسئله قابل شناسایی و ارائه است که به‌مثابه شواهد عینی آن عمل می‌کنند، از جمله؛
 بخشی از ابعاد یا نشانه‌های این مسئله عبارتند از:

۳-۱-۱. اصالت فقاقت در نظام آموزشی

ساختار معرفتی حوزه‌های علمی به‌طور کلی شامل سه بخش اصلی آموزش، پژوهش و تبلیغ است، اما عمده تمرکز و اهمیت بر بخش «آموزش»، به‌ویژه در حوزه فقاقت، مشاهده می‌شود. این تأکید از طریق انصراف واژه «عالم» به فردی که در عرصه فقاقت فعالیت داشته، نمایان می‌شود. این روند حتی در ارزیابی علمیت مبلغان دینی نیز خود را نشان می‌دهد، به‌طوری که مبلغان به‌ویژه کسانی که به سرعت وارد عرصه تبلیغ می‌شوند، گاهی برچسب «درس نخوانده» دریافت می‌کنند. همچنین، بررسی دروس حوزه علمی نشان می‌دهد که عناوین مستقلی در زمینه تبلیغ دینی در دوره‌های آموزشی وجود ندارد و تمامی سرفصل‌ها به فقاقت اختصاص دارند، که این موضوع نشان‌دهنده حاشیه‌بودن تبلیغ بوده و مفید این معناست که اگر تبلیغ اصالت داشت، لاجرم در محتوا و نظام آموزشی جایی برای خود باز می‌کرد.

۳-۱-۲. حاشیه‌نشینی آموزش تبلیغ

یکی از نشانه‌های «حاشیه‌ای بودن تبلیغ» در نظام ارزشی حوزه علمی، رشد آموزش‌های تخصصی تبلیغی در نهادهای وابسته به حوزه و در قالب نظام‌های آموزشی غیررسمی است. این آموزش‌ها و برنامه‌ها به‌طور عمده توسط افراد یا مجموعه‌های جانبی پیگیری می‌شود، نه ساختار مرکزی حوزه. این وضعیت موجب شده است که

برنامه‌های این نهادها گاهی در نقش رقیب نظام آموزشی رسمی حوزه شناخته شوند. بنابراین، طلابی که در سطوح مختلف تحصیل می‌کنند، برای شرکت در این دوره‌ها مجبور به کاهش کیفیت یا حضور محدود در کلاس‌های رسمی حوزه می‌شوند. اگر حوزه علمی به طور جدی به توسعه نظام تبلیغی (از نظر دانش و مهارت) توجه داشت، باید همانند آموزش فقهاتی، جایگاهی رسمی و منسجم برای تبلیغ در برنامه‌های خود تعریف می‌کرد، همراه با معیارهای ارزیابی و ساختارهای مشخص (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۱-۳. تنوع ناچیز قالب‌های و فناوری‌های تبلیغی

تمرکز بر تبلیغ که یکی از ارکان اصلی فعالیت‌های مبلغان دینی است، می‌تواند موجب نوآوری، تنوع و خلاقیت در محتوا، قالب‌ها و روش‌های تبلیغی شود. این رویکرد، علاوه بر افزایش جذابیت پیام‌ها، می‌تواند حجم زیادی از محصولات تبلیغی متنوع برای ارائه به مخاطبان ایجاد کند (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

رهبر معظم انقلاب نیز بر اهمیت قالب‌های جذاب تبلیغی تأکید کرده‌اند و بیان داشته‌اند که هر متاع حقی باید با قالبی مناسب و جذاب ارائه شود تا تأثیرگذار باشد (خراسانی، ۱۳۹۶، ج ۲، ص ۲۲۸). با این حال، یافته‌های مصاحبه‌ها و برداشت‌های عمومی نشان می‌دهد که کمبود تنوع و جذابیت در قالب‌های تبلیغی همچنان یکی از چالش‌های پیش روی تبلیغ دینی است و این مسئله نیازمند بازنگری جدی در این حوزه است.

۳-۱-۴. هویت نادیده سفیران هدایت

بخش «سفیران هدایت» در حوزه علمی برای تقویت تبلیغ دینی و ارائه نتایج سریع‌تر ایجاد شد، اما علی‌رغم سال‌ها فعالیت، جایگاه ساختاری محکمی نیافته و بخشی حاشیه‌ای تلقی می‌شود. این بخش با مشکلاتی نظیر عدم تخصیص شهریه از سوی مراجع و محدودیت‌های جذب فارغ‌التحصیلان مواجه است. علاوه بر این، رویکرد کوتاه‌مدت آن در مقایسه با آموزش‌های بلندمدت، موجب برچسب‌زدن به دانش‌آموختگان آن به عنوان «بی‌سواد» شده است (میرمطلبی، ۱۴۰۱). سیاست‌های جدید

حوزه علمی، برای کاهش جذابیت این بخش، منجر به کاهش پذیرش و حتی توقف فعالیت‌های آن در سال‌های اخیر شده است (میرمطلبی، ۱۴۰۱).

۳-۱-۵. واگذاری پشتیبانی تبلیغ به نهادهای غیرحوزوی

مسئولیت امور اجرایی تبلیغ دینی به‌طور عمده بر عهده نهادهای غیرحوزوی، همچون سازمان تبلیغات، اوقاف و ارشاد، واگذار شده است. این نهادها که مستقل از حوزه علمی فعالیت می‌کنند، اعزام و پشتیبانی از مبلغان را به‌مثابه بخشی از وظایف فرعی خود و در حد امکاناتشان بر عهده دارند؛ حال آنکه این امر، رسالت اصلی آن‌ها به شمار نمی‌رود. اما جای این پرسش باقی است که اگر تبلیغ دینی غایت بنیادین و مأموریت اصلی حوزه علمی است، چرا مدیریت جامع و یکپارچه این عرصه بر عهده خود حوزه قرار ندارد؟ شایسته آن است که نهادی که تربیت نیروهای انسانی متعهد و مبلغان دینی را عهده‌دار است، خود نیز هدایت و ساماندهی همه‌جانبه شئون تبلیغی را بر پایه اصول و اهداف والای خود به دست گیرد.

این بیان نافی اعزام‌های متکثر و متنوع از سوی معاونت تبلیغ حوزه علمی، دفاتر مراجع عظام و سایر مجموعه‌های حوزوی نیست و نقطه تأکید در این بخش غلبه تعداد افراد اعزامی از سوی سازمان‌های فوق‌الذکر در نسبت به حوزه علمی است (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۱-۶. فقدان نظام جامع پایش یکپارچه تبلیغ

فقدان سامانه‌ای جامع برای رصد و پایش فعالیت‌های تبلیغی حوزه علمی، به‌روشنی حکایت از آن دارد که امر تبلیغ در ساختار این نهاد جایگاه محوری نیافته است. بی‌تردید، وجود چنین سامانه‌ای علاوه بر ایجاد انسجام در مدیریت، نظارت، و برنامه‌ریزی، مبلغان را به فعالیتی جدی‌تر و هدفمندتر وامی‌دارد. این سامانه، همچون چشمی تیزبین و توانمند، عملکرد مبلغان را با دقت و سرعت ارزیابی کرده و سازوکارهای نظارتی کارآمدی را برقرار می‌کند. در نبود این نظام منسجم، نه تنها

کیفیت تبلیغ آسیب دیده، بلکه احساسی از بی‌اهمیتی و رهاشدگی به واسطه ساختار حوزه به مبلغان القا می‌شود، گویی تبلیغ در حاشیه‌ای فرعی قرار گرفته است. ریشه این کاستی را شاید بتوان در نبود انسجام میان نهادهای متولی اعزام مبلغان جست‌وجو کرد؛ پراکندگی مسئولیت‌ها میان سازمان‌های گوناگون عملاً راه را بر همگرایی و یکپارچه‌سازی تمامی فعالیت‌ها و بخش‌های تبلیغی بسته و مانع از تحقق نظامی منسجم در این عرصه شده است. طبق اطلاعات موجود در سال ۱۴۰۰ به اذعان کارشناسان این عرصه، هنوز چنین سازمانه‌ای طراحی و اجرایی نشده است.

۷-۱-۳. فقدان هدف‌گذاری مؤثر در تبلیغ

یکی از معضلات عمده در عرصه تبلیغ دینی، به‌ویژه در تبلیغ‌های موسمی، فقدان هدف‌گذاری روشن و برنامه‌ریزی دقیق است. برخی مبلغان، به‌ویژه آنان که به‌صورت مقطعی و غیرمستمر در عرصه تبلیغ حاضر می‌شوند، از نبود چشم‌انداز معین و گفتمان منسجم رنج می‌برند و اغلب با رویکردی مبهم و بی‌هدف چون «برویم بینیم چه پیش می‌آید!» به فعالیت می‌پردازند. این نقص در برنامه‌ریزی، منجر به عدم توانایی در ارتقای گفتمان‌ها، اصلاح فرهنگ‌ها و ایجاد تغییرات مطلوب در مخاطبان می‌شود (حیدری‌پور، ۱۴۰۱). رهبر معظم انقلاب بر ضرورت برنامه‌ریزی هدفمند تأکید کرده‌اند و تبلیغ سنتی بدون طرح را به آبیاری غیرمدرن کشاورزی تشبیه کرده‌اند که منابع بسیاری را هدر می‌دهد.

«اشکال کار ما این بوده که تبلیغ هم در دید کلان، مظهري از منبرهای قدیمی و سنتی بوده است. البته این گونه منبر برای بعضی جاذبه هم دارد، اما اثر، خیلی کم. مثل آبیاری غیر مدرن کشاورزی است که چقدر آب تلف می‌شود! وقتی برنامه‌ریزی می‌کنید، کار شما مثل آبیاری مدرن است، یعنی آب را پای همان بوته‌ای می‌برید که می‌خواهید» (خراسانی، ۱۳۹۶؛ ج ۲ ص ۲۱۲).

برای دستیابی به نتایج مؤثر، مدیریت تبلیغ باید به هماهنگی منابع و اهداف مشخص پرداخته و از منابع و امکانات بهینه استفاده کند. فقدان این رویکرد در تبلیغ‌های موسمی، نشان‌دهنده فرعی انگاشتن تبلیغ از سوی مبلغان است.

۳-۱-۸. گسست تبلیغ از زمانه

یکی از عوامل مؤثر در تعیین اهمیت یا ضرورت یک پیام، تأثیر آن در حل مسائل روز است. تبلیغ همواره برای انتقال پیامی بوده که با آن مشکلی از مشکلات جامعه حل شود. در این راستا، تهی شدن محتوای تبلیغی از ضرورت و نیازهای زمانه، به معنای بیگانه شدن تبلیغ از موقعیت‌های کنونی و نادیده گرفتن ظرفیت آن در پاسخ‌گویی به مسائل روز است. این غفلت از زمان و مکان، می‌تواند نشانه‌ای از فرعی انگاشتن تبلیغ در ذهن مبلغان دینی باشد. عبارات نظیر «تبلیغ‌های ما به روز نیست» یا «پاسخگوی نیازهای زمانه نیست» نمایانگر این واقعیت هستند که تبلیغ از جریان اصلی نیازهای اجتماعی فاصله گرفته است.

۳-۱-۹. تبلیغ بدون چهره‌های برجسته

یکی از چالش‌های تبلیغی حوزه‌های علمیه، کم‌رنگ بودن حضور مؤثر شخصیت‌های برجسته فقه‌ای در عرصه‌های عمومی مانند منبرها یا نماز جماعت است. برخی از این بزرگان به دلیل مشغله‌های فراوان اجرایی و علمی، فرصت حضور در این عرصه‌ها را ندارند، در حالی که دیگران ممکن است به دلایل شخصی از مشارکت در این فعالیت‌ها خودداری کنند. این وضعیت سبب می‌گردد دیده شدن نقش تبلیغی و جایگاه عمومی این شخصیت‌هاست، و طلاب و مبلغان دینی تبلیغ را بدون ارتباط مستقیم با این بزرگان در نظر بگیرند. این امر می‌تواند به تضعیف اهمیت تبلیغ و فرعی شدن آن در مقایسه با دیگر ارکان حوزه علمیه منجر شود (میرمطلبی، ۱۴۰۱).

۳-۱-۱۰. فقه‌ناپذیری تبلیغ

پیدایش فقه‌های مضاف نیازمند انباشت مسائل و چالش‌ها در یک حوزه خاص است که فقیه را به جست‌وجوی پاسخ‌های دقیق هدایت کند. در حوزه تبلیغ، اگر مبلغان دینی در جایگاه نمایندگان عملیاتی حوزه علمیه به این عرصه توجه جدی می‌کردند، ساختار آموزشی می‌توانست به گونه‌ای سامان یابد که زمینه‌ساز تأسیس «فقه تبلیغ» باشد و

نیازهای موجود در میدان را از منظر فقه‌ای حل و فصل نماید. این شاخه از فقه می‌توانست به صورت منسجم، مسائل تبلیغی را بر اساس اندیشه دینی و مبانی فقه جواهری بررسی کند و پاسخ علمی به نیازهای تبلیغی ارائه دهد. عدم وجود «فقه تبلیغ» نشان‌دهنده کم‌توجهی به این مسائل و خلأ در نظام آموزشی حوزه است. (حیدری پور، ۱۴۰۱).

۱۱-۱-۳. هضم شدن تبلیغ در دانش ارتباطات

در فرایند آکادمیک شدن تبلیغ، ساختار دانشی آن به تدریج تحت تأثیر دانش‌های غربی قرار گرفته است. به جای تحلیل مسائل تبلیغی در چارچوب فقهی و دینی، این مسائل غالباً در قالب دانش‌های ارتباطات غربی بررسی می‌شوند. این روند باعث شده که بسیاری از چالش‌های تبلیغی بی‌پاسخ مانده و تبلیغ از هویت اصلی دینی خود فاصله بگیرد، به‌ویژه که مسائلی که باید اجتهادی دینی پاسخ داده می‌شد، تحت تأثیر رویکردهای سکولار باقی مانده‌اند. به اقرار اندیشمندان این عرصه، تبلیغ دینی در حوزه علمیّه، از نظر آکادمیک در گرداب سنت‌های ارتباطی غربی هضم و استحاله شده است. (حیدری پور، ۱۴۰۱).

بی شک «جدّی‌انگاری تبلیغ» با این واقعیات مغایرت دارد و از این رو، این پدیده مصداقی روشن از «فرعی‌انگاری تبلیغ» تلقی شده و فقدان یک دانش رسمی و مستقل به نام «دانش تبلیغ دین» و ادغام آن در چارچوب‌های موجود در حوزه دانش ارتباطات غربی، خود گواهی دیگر بر فرعی شدن تبلیغ در حوزه علمیّه است (حیدری پور، ۱۴۰۱).

۱۲-۱-۳. خلأ حمایت‌های تخصصی مبلغان

حس عدم حمایت و رهاشدگی برخی از مبلغان دینی، به‌ویژه آنهایی که در مناطق دور از مرکز فعالیت می‌کنند، ناشی از عدم امتداد تبلیغ از سوی نهاد حوزه علمیّه است. این «بی امتداد بودن» به معنای فقدان پشتیبانی مالی نیست، بلکه به فقدان حمایت‌های فکری، فنی و مدیریتی مربوط می‌شود که می‌تواند به توانمندی این مبلغان دینی کمک

کند. این پشتیبانی‌ها شامل ارائه مشاوره‌های تخصصی، آموزش مهارت‌های تبلیغی متناسب با ویژگی‌های منطقه‌ای، طراحی قالب‌های تبلیغی خلاقانه، ایجاد شبکه‌های ارتباطی میان مبلغان و تبادل تجربیات و دانش‌های تبلیغی می‌شود. برخی نخبگان تبلیغی معتقدند که چنین پشتیبانی‌هایی به‌طور کافی در عرصه تبلیغ وجود ندارد. این کمبود نیز از جدی نگرفتن امر تبلیغ ناشی می‌شود و می‌تواند نشانه‌ای دیگر از «فرعی انگاری تبلیغ» در نظر گرفته شود (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۱-۱۳. ضعف علمی و تمایل به تبلیغ

در میان طلاب علوم دینی، افرادی که تمایل بیشتری به آموزش و پژوهش دارند، به دلیل تراکم کارها و کمبود منابع انسانی، معمولاً در این حوزه‌ها متمرکز می‌شوند. در مقابل، بیشتر مبلغان دینی، به‌ویژه مبلغان مستقر و طرح هجرت، که زمان یا توان کافی برای تخصص در علوم حوزوی یا امور پژوهشی ندارند، به تبلیغ روی می‌آورند. این وضعیت، به‌ویژه به دلیل مواجهه عمومی مردم با این دسته از طلاب، می‌تواند تأثیرات منفی به همراه داشته باشد (روستا آزاد، ۱۴۰۱).

۳-۱-۱۴. فقدان تمرکز تبلیغی

یکی از نشانه‌های فرعی انگاری تبلیغ، عدم تمرکز کافی در فعالیت‌های تبلیغی است. بسیاری از مبلغان همزمان در عرصه‌های آموزشی، پژوهشی یا اجرایی مشغول به کار هستند و تبلیغ را به فعالیت مقطعی تبدیل می‌کنند. این وضعیت مانع از توجه و تمرکز ویژه به تبلیغ می‌شود، در حالی که طبق فرمایشات رهبر معظم انقلاب، تبلیغ باید برای همه حوزویان یک وظیفه اصلی و مهم تلقی شود.

«تصور بنده این است که یکی از کارهای اساسی، عبارات است از امامت مسجد؛ این یک کار مهم است؛ به عنوان یک کار حاشیه‌ای نباید به آن نگاه کرد! اینکه ما به کارهای روزانه مان، به مشاغل گوناگونمان برسیم، بعد سرظهر یا مغرب با عجله تمام در ترافیک و مانند اینها خودمان را برسانیم (نیم ساعت، سه ربع هم از وقت

دیر شده باشد) برویم آنجا بایستیم به نماز، این کم گذاشتن در حق مسجد است. این را باید یک شغل مهم و اساسی به حساب آورد» (رهبر انقلاب، ۱۳۹۵/۵/۳۱).
همه عناوین فوق هر کدام به نوعی بیانگر ابعادی از پدیده فرعی‌انگاری تبلیغ در حوزه علمی هستند که مجموعاً می‌تواند سطح لیتانی فرعی‌انگاری تبلیغ را بازنمایی و باورپذیر نماید.
حال پس از روشن شدن سطح لیتانی این مسئله، گاه آن رسیده است که به بررسی عوامل و زمینه‌های این پدیده پردازیم.

۲-۳. علت‌های اجتماعی (نظام‌مند) پدیده فرعی‌انگاری تبلیغ

برخی از علل و زمینه‌های ساختاری که ابعاد عینی و نمدهای ۱۲ گانه پیش گفته را رقم زده است، عبارتند از:

۱-۲-۳. نظام ارزشی حاکم بر حوزه علمی

یکی از علل ساختاری که به فرعی‌انگاری تبلیغ دامن زده، «نظام ارزشی حاکم بر حوزه علمی» است. ارزش‌ها؛ «تصورات و اندیشه‌هایی است که مشخص می‌کنند چه چیزی مهم، مطلوب و پسندیده است» (کلهر، ۱۴۰۱؛ ص ۳۰). به دیگر بیان نظام ارزشی مجموعه‌ای از معیارها و تصورات است که مشخص می‌کند چه اموری در یک فرهنگ یا جامعه مهم، مطلوب و قابل پذیرش هستند، و این معیارها به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم بر رفتارها، ساختارها و اولویت‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارند.

این نظام ارزشی، معیاری است که مشخص می‌کند چه چیزی مهم و مطلوب است و بر اساس آن، برخی حوزه‌ها مانند آموزش فقهات و تدریس متون اصلی مورد توجه بیشتری قرار می‌گیرند. به‌طور مثال، در فرهنگ حوزوی، «استاد حوزه» به فردی اطلاق می‌شود که در فقه متمرکز است، در حالی که بخش تبلیغ و تهذیب در حاشیه قرار می‌گیرد. این وضعیت نشان‌دهنده اولویت‌بندی‌های ارزشی است که تبلیغ را در نظام حوزوی به‌مانند یک امر فرعی تلقی می‌کند (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۲-۲-۳. تغییرات فضایی در مدارس علمیّه

یکی از تغییرات مهم در ساختار مدارس دینی پس از دوران قاجار، تحول معماری این مدارس بوده است. مدارس جدید عمدتاً مختص طلاب علوم دینی طراحی شده‌اند و فضایی شبه آکادمیک دارند که ارتباط حوزه علمیّه با مردم را قطع کرده است. در حالی که مدارس قدیمی در مساجد و حرم‌های اهل بیت علیهم‌السلام قرار داشتند و جلسات درس در معرض عموم برگزار می‌شد، تغییرات معماری جدید حوزه را از مردم جدا کرده و تبلیغ را در حاشیه قرار داده است. این تغییر نه تنها ارتباط حوزه با مردم را دشوارتر کرده، بلکه تبلیغ را از فرآیند علمی حوزه جدا و آن را به یک فعالیت فرعی تبدیل کرده است (میرمطلبی، ۱۴۰۱).

۳-۲-۳. تعداد ناکافی مبلغان

کمبود شمار مبلغان نسبت به جمعیت گسترده مخاطبان تبلیغی، یکی از موانع اصلی تمرکز بر فعالیت بنیادین تبلیغ است. این عدم تناسب جمعیتی باعث شده تبلیغ دینی به حاشیه رانده شود و از جایگاه اصیل خود در نظام حوزوی فاصله بگیرد. اگر تعداد طلاب و مبلغان بیشتر بود و نیازی به تمرکز آنان در حوزه‌های آموزش، پژوهش یا مناصب اجرایی نبود، امکان تمرکز گسترده و تعامل میان مبلغان در عرصه تبلیغ فراهم می‌شد، که می‌توانست تحولات چشمگیری در این حوزه رقم بزند. اما محدودیت جمعیتی فعلی، زمینه این تحول را کاهش داده و به فرعی‌انگاری تبلیغ در میان مبلغان و مسئولان انجامیده است (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۴-۲-۳. ابهام موقعیتی حوزه علمیّه در ساختار رسمی دانش

یکی از عوامل مؤثر در فرعی‌انگاری تبلیغ در نگاه طلاب دینی، رسمی شناخته نشدن نهاد حوزه‌های علمیّه در ساختار علمی کشور است. ساختارهای دانشی متأثر از تمدن غرب در کشور، هنوز جایگاهی شایسته برای حوزه‌های علمیّه و دانش‌های مرتبط با آن قائل نشده‌اند. به‌رغم تلاش‌های متعدد، حوزه علمیّه همچنان در نقش یک نهاد علمی

رسمی به رسمیت شناخته نمی‌شود، و این امر بر نگرش عمومی و حتی نگاه طلاب تأثیر منفی گذاشته است (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی مرتبط با حوزه را می‌توان تلاشی برای تثبیت جایگاه رسمی حوزه در نظام علمی کشور دانست. با این حال، غیررسمی بودن حوزه، جذب نیروی انسانی کافی را محدود کرده و مانع از تمرکز اختصاصی بر عرصه‌هایی مانند تبلیغ، پژوهش و آموزش شده است. این کمبود نیروی انسانی، امکان توسعه فعالیت‌های تبلیغی و تثبیت آن در اولویت‌های حوزه را کاهش داده است.

۳-۲-۵. ضعف پشتیبانی حوزه علمی از مبلغان دینی

یکی از علل ساختاری اصلی که به فرعی‌انگاری تبلیغ در نگاه مبلغان دینی منجر می‌شود، کمبود پشتیبانی مؤثر از سوی نهاد حوزوی در جایگاه نهاد مادر است. در شرایطی که تبلیغ یک فعالیت اصلی در نظر گرفته نمی‌شود، مبلغان دینی احساس می‌کنند که در برابر نیازهای آموزشی، پژوهشی و اجرایی حوزه به حاشیه رانده شده‌اند. این عدم پشتیبانی نه تنها در سطح میدانی، بلکه در سطح روحی و روانی نیز تأثیرگذار است. به طور خاص، کمبود حمایت‌های ساختاری موجب می‌شود که مبلغان از جایگاه و اهمیت خود در سیستم حوزوی احساس بی‌ثباتی کنند، که در نتیجه به کاهش اعتماد به نفس و حس رهاشدگی در آنان منتهی می‌شود (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۳. علت‌های گفتمانی پدیده فرعی‌انگاری تبلیغ

از جمله علت‌های گفتمانی که می‌توان برای پدیده «فرعی‌انگاری تبلیغ» بیان کرد، عبارتند از؛

۳-۳-۱. بسیط انگاری امر تبلیغ

ساده‌انگاری تبلیغ، که آن را به یک سخنرانی ساده یا گفت‌وگویی سطحی تقلیل می‌دهد، باعث می‌شود بسیاری از ابعاد پیچیده و تخصصی آن نادیده گرفته شود. این

دیدگاه موجب می‌شود تبلیغ به فعالیتی بدون نیاز به پشتیبانی فنی و آموزشی خاص، و در نهایت، فرعی و کم‌اهمیت به نظر آید. ساده‌انگاری در سطح گفتگویی، هم در نگاه متولیان تبلیغ و هم در ذهن مبلغان دینی، یکی از عوامل اصلی فرعی‌انگاری تبلیغ است. رهبر معظم انقلاب نیز در این خصوص هشدار داده‌اند که تبلیغ امری پیچیده و حساس است و نمی‌توان آن را ساده فرض کرد. (خراسانی، ۱۳۹۶؛ ج ۲ ص ۷۷) چنین نگرشی نه تنها مانع از تحلیل دقیق و بهینه روش‌های تبلیغی می‌شود، بلکه موجب کاهش توجه به ابعاد تخصصی و آموزشی تبلیغ نیز می‌گردد. در مقابل، درک تبلیغ در مقام یک امر پیچیده و چندبعدی می‌تواند از فرعی‌شدن آن جلوگیری کند (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۲-۳-۳. فهم نامتوازن از مردم‌پایه‌بودن تبلیغ

«اگر ما پشتیبانی کنیم، پشتیبانی مردمی کمرنگ می‌شود و این یعنی جداکردن تبلیغ از مردم یا وابسته کردن مبلغ به سازمان‌ها».

پشتیبانی از مبلغان دینی به دو دسته تقسیم می‌شود: پشتیبانی مالی و رفاهی که به طور معمول بر عهده جریان مردمی است و پشتیبانی فنی، محتوایی و فکری که شامل تعیین مناطق تبلیغی مناسب، تحلیل نیازهای اجتماعی و فرهنگی مناطق و تخصیص مبلغان بر اساس توانایی‌های آنان است. این نوع پشتیبانی می‌تواند تبلیغ‌ها را هدفمند کرده و کارآمدی آن‌ها را افزایش دهد. با این حال، در ذهن برخی مسئولین و مبلغان دینی، توجه غیر متوازن به مردم‌پایه‌بودن تبلیغ، مغالطه‌ای رخ داده است که پشتیبانی مردمی را فقط به پشتیبانی مالی محدود کرده و سایر ابعاد پشتیبانی را نادیده می‌گیرد. این مغالطه جزء و کل موجب فرعی‌انگاری تبلیغ دینی می‌شود، زیرا به اشتباه تصور می‌شود که پشتیبانی مردمی تنها از طریق تأمین منابع مالی صورت می‌گیرد و این نگاه، سایر نیازهای فنی و معنوی تبلیغ را به حاشیه می‌راند. به بیان ساده‌تر، شعار مردم‌پایه‌بودن تبلیغ، سبب می‌شود که برخی از خود در نسبت با پشتیبانی مزبور از مبلغین سلب مسئولیت کنند.

۳-۳-۳. جابه‌جایی هویتی در نگاه مبلّغان دینی

برخی مبلّغان دینی در مواجهه با تبلیغ دینی، آن را بیشتر به مثابه یک وظیفه صنفی و اجتماعی می‌بینند تا یک رسالت هویتی و معنوی. این تفکیک به نوعی باعث می‌شود که تبلیغ به جای آنکه اصلی‌ترین ابزار برای تحقق «قیام‌الله» و هدایت جامعه شناخته شود، به حاشیه رانده شده و به امری فرعی و تابع منافع اجتماعی یا حرفه‌ای تبدیل گردد. در واقع، این تغییر نگرش به تبلیغ، ناشی از یک جابه‌جایی گفتمانی است که در آن هویت اجتماعی فرد (طلبه یا مبلّغ) بر هویت رسالتی او غلبه پیدا می‌کند. این نوع نگاه منجر به کاهش تمرکز بر نقش محوری تبلیغ در شکل‌دهی به ساختار معنوی و دینی جامعه می‌شود و باعث فرعی‌انگاری آن می‌گردد (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۳-۴. بزرگنمایی رسانه‌ای مبلّغان شاخص

جابه‌جایی استانداردهای تبلیغی و بزرگنمایی مبلّغان شاخص توسط رسانه‌ها، منجر به شکل‌گیری تصاویری ایده‌آل از تبلیغ دینی می‌شود که با واقعیت‌های فرهنگی و جغرافیایی هر منطقه همخوانی ندارد. از منظر جامعه‌شناختی، این فرآیند به بازنمایی‌های اجتماعی و فرهنگی می‌انجامد که هویت مبلّغان محلی را در برابر مقایسه با الگوهای شاخص تضعیف می‌کند، به گونه‌ای که آنان خود را در موقعیتی ناتوان و فرعی می‌بینند. این احساس می‌تواند به تحلیل انگیزه‌ها و کاهش اعتماد به نفس مبلّغان منجر شود. از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی، فرآیند مقایسه اجتماعی میان مبلّغان محلی و مبلّغان برجسته می‌تواند به احساس ناکافی‌بودن و کم‌ارزشی آنان در عرصه تبلیغی منجر گردد. در نتیجه، مبلّغان محلی ممکن است از مشارکت فعال در تبلیغ دینی صرف‌نظر کنند یا به حداقل‌های تبلیغی اکتفا نمایند، که نهایتاً تبلیغ را به امری فرعی تبدیل می‌کند (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۳-۶. تهی‌شدن محتوای تبلیغی از ضرورت‌های زمانه

تهی‌شدن محتوای تبلیغی از ضرورت‌های زمانی و اجتماعی، به‌ویژه در ارتباط با تغییرات فرهنگی و اجتماعی جامعه، به فرعی‌شدن این امر دینی می‌انجامد. از منظر

جامعه‌شناختی، تبلیغ دینی تنها زمانی اثرگذار است که با هویت اجتماعی و نیازهای واقعی جامعه هم‌راستا باشد. در غیاب چنین هم‌راستایی، تبلیغ به ابزاری ناتوان برای حل مسائل اجتماعی تبدیل می‌شود و از اعتبار خود در نظر مبلغان و مخاطبان کاسته می‌شود. این پدیده نشان‌دهنده اهمیت درک پویا و تاریخی از تبلیغ است، زیرا تغییرات اجتماعی و فرهنگی مستلزم رویکردهای متناسب با زمان و مکان است.

با توجه به نقش هویت اجتماعی در فرآیند تبلیغ، وقتی مبلغان دینی از پیوند با مسائل روز و نیازهای جامعه جدا می‌شوند، هویت اجتماعی آنها نیز تضعیف می‌شود. این امر موجب می‌شود که تبلیغ از یک امر هویتی و اثرگذار به یک عمل فرعی و کم‌اهمیت بدل گردد. روان‌شناسی اجتماعی نیز بر این نکته تأکید دارد که اگر تبلیغ نتواند نیازهای روانی و اجتماعی مخاطبان را پاسخ دهد، نه تنها از جذابیت آن کاسته می‌شود، بلکه مبلغان نیز دچار کاهش انگیزه و از دست دادن هویت خود در عرصه تبلیغ می‌شوند. این وضعیت، به نوبه خود، باعث می‌شود که تبلیغ در ذهن مبلغان و جامعه به یک فعالیت حاشیه‌ای و کم‌اثر تبدیل شود. (حیدری‌پور، ۱۴۰۱).

۳-۴. علت‌های استعاره و نمادین فرعی انگاری تبلیغ

در این بخش، به بررسی علل استعاره و نمادین فرعی انگاری تبلیغ می‌پردازیم. استعاره‌هایی که به‌طور ناخودآگاه در جهت کاهش شأن تبلیغ و مبلغ به کار گرفته می‌شوند و تأثیرات عمده‌ای بر نگرش و اندیشه طلاب علوم دینی در ارتباط با تبلیغ دینی دارند. در این راستا، همچنین به تحلیل نمادها و الگوهای عینی پرداخته می‌شود که ترویج، بزرگنمایی یا ساخت این نمادها باعث جذب طلاب به آنها می‌گردد و در نهایت، دیدگاه‌ها و رفتارهای ایشان را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۳-۴-۱. علل استعاره

۳-۴-۱-۱. استعاره «منبری»

استعاره «منبری» کنایه‌ای برای «درس‌نخوانده یا بی‌سواد» بودن در میان مبلغان دینی

است. عبارت‌هایی مانند «این آقا منبری خوبیه!» یا «ایشون هم که منبریه!» به کسانی اطلاق می‌شود که در تبلیغ فعال بوده و در عرصه‌های علمی حوزه کم‌تر مشارکت کرده‌اند. به گفته یکی از نخبگان حوزوی: «چون استاد حوزوی، دکتر حوزوی یا تشاُن و اعتبار حوزوی از دریچه این نظام آموزشی ارزیابی می‌شود، حاضر نیست وارد فضای آموزشی تُنک سفیران هدایت شود که به درس‌نخوان بودن برجسب بخورد.» ایشان درس‌نخوانده "جمله مهمی است که کلّ ماجرا را لو می‌دهد." (حیدری‌پور، ۱۴۰۱). رهبر معظم انقلاب نیز به این مسئله اشاره کرده‌اند: «یک زمانی برخی از آقایان منبر نمی‌رفتند، چون آن را خلاف شأن خود می‌دانستند و می‌گفتند: "منبر رفتن دلیل بی‌سوادی است» (رهبر انقلاب، ۱۳۷۰/۹/۱۱) این استعاره ریشه در دوگانه‌ای دارد که بین مجتهد و غیر مجتهد شکل می‌گیرد. یک طلبه یا به مقام فقاها نائل می‌شود که در این صورت «به جایی رسیده است»، یا در مسیر طولانی و طاقت‌فرسا از حرکت باز می‌ماند و در این صورت «درس‌نخوانده» باقی می‌ماند. این دوگانه باعث می‌شود که مسیر میانی اجتهاد که فضای وسیعی دارد، به دلیل عدم رتبه‌بندی دقیق، به افرادی که به اجتهاد نرسیده‌اند، برجسب «درس‌نخوانده» زده شود. این مسئله باعث می‌شود که برخی افراد برای جبران این وضعیت به حوزه‌هایی غیر از فقاها پردازند، بی‌آنکه این انتخاب با توجه به سطح علمی‌شان باشد. هرچند در سال‌های اخیر سطوح رتبه‌بندی ۱ تا ۴ تا حدی از این ابهام کاسته است، اما هنوز این سطوح در نظام ارزشی حوزه معنای چندانی نداشته و بیشتر جنبه اداری دارند تا جنبه‌ای که بتواند توان علمی افراد را مشخص کند.

۳-۴-۱-۲. مبلّغ مفسّر یعنی متجاوز به حریم فقها و مفسرین

«از کی تا حالا منبری هم مفسر نهج البلاغه شده است؟!»

این جمله کنایه است. کنایه همانند استعاره در زمره مجازات شناخته شده و از ابداعات مؤثر زبانی است که آثاری فوق صراحت دارند. از این رو می‌توان با تعمیم معنای استعاره و لحاظ آثار بیانی آن، آن را در علل استعاری جای داد. جمله فوق به‌طور غیرمستقیم ارزش تبلیغ و سخنوری را زیر سؤال می‌برد و بدون اینکه صریحاً بگوید،

منبری‌ها را فاقد صلاحیت علمی برای تفسیر نهج البلاغه معرفی می‌کند. از این روی نوعی انتقاد تلویحی گزنده به شمار رفته که مقصود پیش گفته را در قالبی محترمانه اما تحقیرآمیز بیان می‌کند. جمله فوق حامل نوعی ارزش‌گذاری اجتماعی و هویتی است که در آن "منبری" بودن با دانش و توانایی علمی مرتبط با تفسیر عمیق متون دینی ناسازگار تلقی شده است. این بیان با استفاده از لحن پرسشی و کنایه‌آمیز، به نحوی جایگاه تبلیغ و سخنوری را در مقایسه با فقهات و تفسیر علمی، فرعی یا پایین‌تر نشان می‌دهد.

۳-۴-۱. تبلیغ؛ آخرین پناهگاه ناکامان

تبلیغ گاه به‌مانند فعالیت ساده و کم‌اهمیت جلوه داده می‌شود، تا حدی که از آن به‌مثابه حداقل کاری که یک طلبه می‌تواند انجام دهد، یاد می‌شود. عبارات کنایه‌آمیز مانند «حداقل که می‌توانی تبلیغ کنی!» یا «نمی‌توانی حتی تبلیغ هم بکنی؟!» اغلب برای طلبه‌هایی به کار می‌رود که در پژوهش یا آموزش موفق نیستند و این نوع بیان بیشتر با هدف حفظ آنان در ساختار حوزه و جلوگیری از سرخوردگی‌شان استفاده می‌شود.

این نوع رویکرد، جایگاه تبلیغ را در نظام ارزشی حوزه به سطحی پایین‌تر از پژوهش و آموزش تنزل می‌دهد و به شکل‌گیری ذهنیتی کمک می‌کند که تبلیغ را کاری دم‌دستی و کم‌ارزش تلقی می‌کند.

۳-۴-۲. تبلیغ؛ سایه‌ای گذرا در منظومه طلبگی

«چند روزی به تبلیغی هم بریم!»

جمله فوق هرچند به طور صریح استعاره نیست اما به‌طور مستقیم و بدون استفاده از مقایسه پنهان، تبلیغ دینی را یک فعالیت فرعی و تفنی معرفی می‌کند. در حقیقت، این جمله نوعی تعبیر یا کنایه است که ارزش و اهمیت تبلیغ دینی را به کارهای جنبی و کم‌اهمیت تقلیل می‌دهد. این نگرش، تبلیغ را در حد یک وظیفه جنبی و کم‌اهمیت کاهش می‌دهد و نشان‌دهنده نگاه تفنی به تبلیغ دینی است که از اهمیت آن در ساختار کلی وظایف طلبگی می‌کاهد.

۳-۴-۵. منبر، صدای بی گوش

«دیگه دوران منبر و سخنرانی تموم شده!»

جمله فوق هر چند از نظر بلاغی استعاره نبوده و به شکل واضح و مستقیم، منبر و سخنرانی را جزء روش‌های منسوخ و غیر مؤثر در نظر می‌گیرد، اما می‌تواند در قالب کنایه تحلیل شود، زیرا به‌طور غیرمستقیم قصد دارد بی‌اثر بودن و ناکارآمدی روش‌های سنتی تبلیغی را نشان دهد و با استفاده از عبارت «تموم شده»، نوعی برجسب کهنگی و بی‌اثری به این شیوه تبلیغی نسبت دهد. در این جمله، به‌طور ضمنی تاکید می‌شود که این روش‌ها دیگر توانایی پاسخگویی به نیازهای روز را ندارند و حتی ممکن است افراد با استفاده از آن به جای تحصیل علم و مهارت‌های دیگر، خود را در حاشیه قرار دهند. این نوع نگاه می‌تواند موجب کاهش توجه به ارزش‌های این روش‌ها شده و سبب فرعی‌انگاری تبلیغ دینی در ذهنیت افراد گردد.

۳-۴-۲. علل نمادین

۳-۴-۲-۱. سکوت فقها، خاموشی تبلیغ

یکی از علل نمادین مهم در شکل‌گیری بینش فرعی‌انگاری تبلیغ، حضور نداشتن یا حضور کم‌رنگ برخی مراجع و بزرگان دینی در عرصه تبلیغ است. در واقع، این مراجع و بزرگان دینی بیشتر در حوزه‌های علمی و فقهاتی فعال هستند و نمی‌توان آنها را به‌طور مشهود در مقام مبلغ مشاهده کرد. به این ترتیب، حضور فیزیکی و عملی آنها در عرصه تبلیغ، که می‌تواند به‌طور ناخودآگاه اهمیت این فعالیت را به دیگران منتقل کند، مشاهده نمی‌شود. این موضوع می‌تواند تبلیغ را از یک فعالیت جدی و بنیادین بودن دور می‌کند و حتی در ناخودآگاه برخی از مخاطبان، ارزشی فرعی پیدا می‌کند.

نمادهایی مانند «مرجعیت» و «فقاہت» در ذهن مخاطبان به‌طور غالب، منابع اصلی دانش و اعتبار دینی شناخته می‌شوند. وقتی این مراجع در عرصه تبلیغی حضور ندارند یا حضور آنها کم‌رنگ است، عملاً نماد تبلیغ دینی بی‌اعتبار می‌شود و جایگاه آن در ذهن

مخاطب کم‌رنگ می‌گردد. از این رو، این امر به شکلی نمادین می‌تواند باعث کم‌رنگ شدن ارزش تبلیغ و تأثیر آن در جامعه شود.

۳-۴-۲. قهرمانان فراموش شده تبلیغ

داستانی از میرزای شیرازی نقل شده است^۱ که در آن، روحانی ساده‌پوش و فقیر به منزل میرزا مراجعه می‌کند. خادم میرزا در ابتدا از او استقبال نمی‌کند، اما پس از آگاهی از نام روحانی، میرزا با استقبال و احترام فراوان به او خوشامد می‌گوید. پس از این ملاقات، هنگامی که شاگردان از دلیل این رفتار می‌پرسند، میرزا توضیح می‌دهد که این روحانی از استعداد بالایی برخوردار بوده و برای تبلیغ در منطقه‌ای دورافتاده که فاقد عالمان دینی بود، به آنجا رفته است. او برای تأمین معیشت خود شب‌ها نان خشک مردم را از کوچه‌ها جمع می‌کرد و در نهایت تحولی عظیم در آن منطقه ایجاد نمود. میرزا حتی بیان می‌کند که حاضر است مرجعیت خود را کنار بگذارد و ثواب اعمال آن روحانی را دریافت کند. این نوع برخورد نمونه‌ای روشن از الگوسازی و تجلیل از مبلغان دینی تلقی شود. با این حال، در حال حاضر چنین بازنمایی‌هایی در رسانه‌های حوزوی کم‌رنگ شده است و مصادیق مشابهی به‌وضوح مشاهده نمی‌شود. این مسئله را می‌توان یکی از علل اسطوره‌ای و نمادین تأثیرگذار در کم‌ارزش شدن تبلیغ دینی در نظر گرفت.

نتیجه‌گیری

آنچه گذشت مروری بر لایه‌های علی «فرعی‌انگاری تبلیغ دینی» بود که چالش‌هایی با پیامدهای بینشی و ساختاری در نظام حوزه‌های علمیه ایجاد کرده است. این پژوهش علاوه بر تبیین ابعاد عینی مسئله در سطح لیتانی، به تحلیل علل اجتماعی، گفتمانی و استعارای این چالش‌ها پرداخته و از مدل CLA به جهت انتظام بخشی به راهبردهای

۱. م. از: علی تهرانی، تولیت مدرسه علمیه ام ایها (ع)، <http://www.shabestan.ir/detail/News/545758>

مرتبط با آنها استفاده کرده است. نتایج راهبردی این پژوهش شامل راهبردهای کلان و اقدامات عملیاتی در چهار بخش است که به شرح ذیل بیان می‌شود؛

۱. لایه لیتانی: تصویر آینده مطلوب متناظر با وضعیت موجود

با توجه به مفاهیم متناظر وضعیت موجود می‌توان سناریویی برای وضعیت عینی مطلوب آینده تبلیغ در نظر گرفت که خصوصیات زیر را دارا باشد؛

- ❖ ایجاد توازن میان فقاقت و تبلیغ.
 - ❖ حضور اندیشمندان برجسته در عرصه تبلیغ.
 - ❖ تأسیس دانش مستقل تبلیغ دینی با ترکیب مبانی دینی و تجربیات میدانی مبلغان.
 - ❖ تربیت مبلغان توانمند برای مواجهه با موقعیت‌های تبلیغی خاص.
 - ❖ تمرکز تصمیم‌گیری تبلیغی در حوزه علمی و هماهنگی نهادهای مرتبط.
- این شاخص‌ها چشم‌اندازی واضح از تبلیغ دینی در نقش محور اصلی رسالت حوزه‌های علمی فراهم می‌آورد.

۲. ساختاری: راهبردها و اقدامات ساختاری

راهبردهای کلان در این بخش شامل:

- ❖ بازگشت مدارس علمی به دل جامعه و نزدیک‌تر شدن طلاب به مردم.
- ❖ ارزش‌گذاری تبلیغ دینی به مثابه رسالت انبیا و تکریم مبلغان.
- ❖ چابک‌سازی نهادهای آموزشی و پژوهشی و هدایت منابع انسانی به عرصه‌های تبلیغی.

❖ تدوین سیاست‌های آموزشی و پژوهشی با تأکید بر تبلیغ.

اقدامات عملیاتی عبارتند از:

- ❖ تشکیل شورای راهبردی تبلیغ با هدف بازطراحی نظام آموزشی، شناسایی استعدادها و تبلیغی و طراحی سیستم‌های رصد برای ارتباط میان فقاقت و تبلیغ.

۳. گفتمانی: تحول نگرش‌ها و تقویت گفتمان تبلیغی

راهبردهای گفتمانی شامل:

- ❖ تقویت گفتمان تبلیغ دینی و فاصله گرفتن از نگاه‌های ساده‌انگارانه به تبلیغ.
- ❖ ارتقای جایگاه تبلیغ دینی در منابع علمی و رسانه‌ها.
- ❖ تقبیح گفتمان فقاقت محوری منفصل از مسائل روز جامعه و تأکید بر فقاقت اجتماعی.

اقدامات عملیاتی عبارتند از:

- ❖ افزایش سطح علمی مبلغان از طریق برنامه‌های آموزشی و نظریه‌پردازی.
- ❖ نشر آثار و مقالات با تأکید بر انطباق تبلیغ دینی با نیازهای اجتماعی.

۴. استعاری: تغییر سیاست‌های زبانی

راهبردهای استعاری شامل:

- ❖ بازگرداندن استعاره «عالم» به مبلغان برجسته و مجتهدان.
- ❖ پیوند تبلیغ دینی با استعاره‌های حیات‌بخش مانند هدایت و ضلالت.
- ❖ استفاده از استعاره‌های جدید برای تقویت جایگاه تبلیغ دینی.
- ❖ راهبردهای نمادین نیز شامل:
- ❖ شخصیت‌پردازی و تکریم بزرگان عرصه تبلیغ در رسانه‌ها.
- ❖ بازنمایی سیره مبلغان شاخص در نقش الگوهای عالمانه.

اقدامات عملیاتی عبارتند از:

- ❖ تولید آثار هنری، مستند و ادبی برای تبیین جایگاه تبلیغ و برجسته‌سازی نقش مبلغان.

خلاصه آنکه؛

تحقق مدل «اصلی‌انگاری تبلیغ» و بازگشت تبلیغ به جایگاه هویت بخش خود، نیازمند اصلاحات در ساختارها، تغییر رویکردها و نگرش‌ها و بازتولید معانی فرهنگی است. حوزه‌های علمیه با استفاده از راهبردهای پیشنهادی و اقدامات عملیاتی می‌توانند

تبلیغ دینی را محور اصلی رسالت خود احیا کنند و در پاسخ به نیازهای روز جامعه، نقشی تحول آفرین ایفا نمایند. برای موفقیت این فرآیند، ضروری است که مشخصات اجرایی دقیق برای هر یک از راهبردها و اقدامات عملیاتی به طور شفاف و قابل اجرا طراحی شوند. در غیر این صورت، چالش‌های اجرایی ممکن است مانع از تحقق اهداف راهبردی شود.

فهرست منابع

* قرآن کریم

جدیک، پتا ال؛ جی برین، لوزن. تحلیل لایه‌ای علت‌ها به عنوان ابزاری برای سیاستگذاری. مطالعه موردی سیاستگذاری کشاورزی استرالیا.

حیدری‌پور، عباس. (۱۴۰۱). تحلیل ابعاد و علل چالش‌های بینشی مبلغین دینی. مصاحبه در پژوهشکده باقرالعلوم (ع) قم.

خامنه‌ای، سیدعلی. (۲۱/۰۴/۱۴۰۲). بیانات در دیدار مبلغین و طلاب حوزه‌های علمیه سراسر کشور. قابل دسترس در: B2n.ir/wy4966

خامنه‌ای، سیدعلی. (۲۷/۱۰/۱۳۷۴). بیانات در دیدار جمعی از روحانیون. قابل دسترس در: <https://B2n.ir/nx3938>

خامنه‌ای، سیدعلی. (۱۱/۰۹/۱۳۷۰). بیانات در دیدار فرمانده و جمعی از روحانیون رزمی - تبلیغی تیپ مستقل ۸۳ امام جعفر صادق (علیه السلام). قابل دسترس در: <https://B2n.ir/qu4299>

خراسانی، علی. (۱۳۹۶). منشور حوزه و روحانیت (ج ۲). تهران: انتشارات انقلاب اسلامی. روستا آزاد، سعید. (۱۴۰۱). تحلیل ابعاد و علل چالش‌های مهارتی مبلغین دینی. مصاحبه در دفتر تبلیغات اسلامی قم.

شریعتمداری، حامد. (۱۴۰۱). تحلیل ابعاد و علل چالش‌های کنشی مبلغین دینی. مصاحبه در دفتر تبلیغات اسلامی واحد قم.

شیخ‌زاده، محمد؛ بنی‌اسد، رضا. (۱۳۹۹). تحلیل مضمون: مفاهیم، رویکردها و کاربردها. تهران: نشر لوگوس.

عنایت‌الله، سهیل. (۱۳۹۳). تحلیل لایه لایه‌ای علت‌ها نظریه و موردکاوی‌های یک روش‌شناسی یکپارچه و متحول‌ساز آینده‌پژوهی (مترجم: مسعود منزوی، ج ۱). تهران: موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.

- کاویانی، محمد. (۱۳۹۲). روانشناسی و تبلیغات (با تأکید بر تبلیغ دینی) (چاپ پنجم). قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کلهر، سینا. (۱۴۰۱). مسئله‌شناسی فرهنگی. تهران: سوره مهر.
- جاوید، گارث؛ ادانل، ویکتوریا. (۱۳۹۰). تبلیغات و اقناع. (مترجم: حسین افخمی، چاپ اول). تهران: همشهری.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۹۴). مجموعه آثار (اصول فلسفه و روش رئالیسم) (ج ۱، ۵ و ۶). تهران: انتشارات صدرا.
- منوریان، عباس. (۱۳۹۷). تفکر استراتژیک: مفهوم، عناصر و مدل‌ها. تهران: دانشگاه تهران، موسسه انتشارات.
- میرمطلبی، سیدعلی. (۱۴۰۱). تحلیل ابعاد و علل چالش‌های کنشی مبلغین دینی، مصاحبه در مرکز امور طلاب و دانش‌آموختگان مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه قم.
- Kibiswa, Naupess. (2019). *Directed Qualitative Content Analysis (DQlCA): A Tool for Conflict Analysis*, , The Qualitative Report.

A Different Examination of Islamic Social Sciences: The Dimension of Description *

Mahdi Hosseinzadeh Yazdi 

Associate Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences,
University of Tehran, Tehran, Iran.

ma.hosseinzadeh@ut.ac.ir



Abstract

Various dimensions can be identified for different branches of science. Paying attention to these dimensions and their implications can clarify the distinction between Islamic social sciences and Western social sciences. Reflecting on the different dimensions of science is essential for researchers who seek to establish an alternative form of science. In fact, delving into the essence, scope, and various aspects of science is a prerequisite for any kind of inquiry along this path. The main question is whether Islamic and Western social sciences differ across all these dimensions, or whether such distinctions pertain only to specific ones. If so, which dimensions are they? Through reflection and inductive reasoning, at least twelve dimensions can be identified in scientific disciplines: description, discovery, understanding, explanation, justification (or the method of justification), theory, hypothesis acceptance, prediction,

* Hosseinzadeh Yazdi, M. (2025). A different examination of Islamic social sciences: The dimension of description. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 65-92.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70765.2120>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/01/07 • **Revised:** 2025/04/04 • **Accepted:** 2025/10/21 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



concepts, application, recommendation, and the object of study. This paper first briefly outlines the differences among these dimensions, then focuses on the dimension of description. Using an analytical-logical method, it seeks to answer whether descriptions in Islamic social sciences differ from those in Western social sciences. The study demonstrates that the distinction between Islamic and Western social sciences, in the specific sense of the descriptive dimension, exists and can be explained through three stages.

Keywords

Islamic social sciences, Western social sciences, dimensions of science, dimension of description.

خوانشی دیگر از علوم اجتماعی اسلامی: ساحت توصیف *

مهدی حسین زاده یزدی

دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران. تهران، ایران.

ma.hoseinzadeh@ut.ac.ir



چکیده

ساحت‌های گوناگونی را می‌توان برای علوم مختلف برشمرد. توجه به این ساحات و لوازم آن می‌تواند تمایز میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی را روشن سازد. تأمل در ساحت‌های گوناگون علوم برای پژوهشگرانی که علم دیگری را تمنا می‌کنند، ضروری به نظر می‌رسد. اساساً غور در چیستی علم، حدود و ثغور آن و ساحت‌های متفاوت آن، شرط هر گونه پژوهشگری در این مسیر است. اکنون، آیا در تمامی این ساحت‌ها میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی تفاوت وجود دارد یا تمایز به برخی از این ساحت‌ها اختصاص دارد؟ در این صورت، آن ساحت‌ها کدامند؟ در علوم مختلف، با تأمل و از راه استقرا دست کم دوازده ساحت را می‌توان برشمرد: توصیف، کشف، تفهّم، تبیین، توجیه یا روش توجیه، نظریه، پذیرش فرضیه، پیش‌بینی، مفاهیم، کاربرد، توصیه و ایژه. این نوشتار، نخست تفاوت این ساحت‌ها را گذرا مطرح می‌کند. سپس با تمرکز بر ساحت توصیف، با روش تحلیلی-منطقی به دنبال پاسخ به این پرسش است که آیا توصیف‌ها در علوم اجتماعی اسلامی با توصیف‌ها در علوم اجتماعی غربی متفاوت است. در این مسیر، تمایز میان علوم اجتماعی اسلامی و غربی را در ساحت توصیف در معنای خاص آن را نشان می‌دهد و آن را در سه مرحله توضیح می‌دهد.

کلیدواژه‌ها

علوم اجتماعی اسلامی، علوم اجتماعی غربی، ساحت‌های علم، ساحت توصیف.

* حسین زاده یزدی، مهدی. (۱۴۰۴). خوانشی دیگر از علوم اجتماعی اسلامی: ساحت توصیف اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۶۵-۹۲.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70765.2120>

▣ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

▣ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۱/۱۵ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



بیان مسئله

ایده علوم اجتماعی اسلامی، باید خود را در تمایز با دیگری اش از باب تُعرف الاشياء باضدادها، به تصویر کشد. به نظر می‌رسد مهمترین مسیر، نشان دادن تمایزها در ساحت‌های مختلف علوم باشد. واژه علم معانی متعددی دارد؛ در معنایی اعم هر آنچه می‌شود علم نامید، از علوم حضوری و حصولی را دربرمی‌گیرد و در معنایی اخص به علم تجربی اختصاص می‌یابد. در این نوشتار مراد از علم، رشته علمی^۱ مانند روان‌شناسی، اقتصاد و جامعه‌شناسی است؛ برخلاف ریسجورد^۲، آن را به تجربی بودن مقید نمی‌کنم (Risjord, 2014, p. 1). برای علم به این معنا ساحت‌های گوناگونی وجود دارد. با تأمل و از راه استقرا دست کم دوازده ساحت را برای هر یک از علوم می‌توان مطرح کرد: توصیف، کشف، تفهم، تبیین، توجیه (یا روش توجیه)، پذیرش فرضیه، پیش‌بینی، مفاهیم، کاربرد، توصیه و ابژه. می‌توان برخی از این ساحت‌ها را از حیطة علم با دلیل و بی‌دلیل خارج کرد. چنانکه پوزیتیویست‌های منطقی و اساساً تجربه‌گرایان ملهم از هیوم، ساحت توصیه را با این استدلال که ارزش‌ها به تور تجربه در نمی‌افتند، از حوزه علم اخراج می‌کنند. برخی از این ساحت‌ها را می‌توان به راحتی برای خود علم دانست؛ مانند ساحت توجیه. درباره برخی هم می‌توان مناقشاتی را مطرح کرد، مانند ساحت ابژه علم. می‌توان گفت علم یک چیز است و ابژه آن، چیز دیگری است. از این رو، ابژه علم جزء علم نیست و از ساحت‌های آن شمرده نمی‌شود؛ بلکه چیزی است که علم بدان تعلق می‌گیرد. توجه به این مهم ضروری است که موضوع این نوشتار، یک بحث لفظی نیست؛ بحث بر سر علم با تمام شاخ و برگ‌هایش است. می‌خواهیم بدانیم در کدام قسمت، تفاوت‌ها پدیدار می‌شود. شاید این پرسش به ذهن برسد که پس چرا مبانی علم جزء ساحت علم مطرح نشده است؟ پاسخ آن است که مبانی علم، در واقع، زیربنایی است که علم بر اساس آن بنا می‌شود. توضیح آنکه کسی که مثلاً فیزیک می‌خواند

1. dicipline

2. Mark Risjord

ممکن است هیچ‌گاه سروکارش به مبانی آن نیافتد و اساساً درکی از آن نداشته‌باشد؛ اما نمی‌توان گفت با ابژه فیزیک هم مواجهه‌ای پیدا نمی‌کند.

با غور در آثار گوناگون می‌توان برخی از ساحت‌های دوازده‌گانه را به‌روشنی مشاهده کرد، مانند تفاوت مقام کشف^۱ و توجیه^۲ که در کتاب‌های متعدد فلسفه علم مطرح می‌شود (For example See: Ladyman, 2002, pp. 74_76). از برخی نیز می‌توان تنها در پاره‌ای از آثار ردی یافت؛ مثلاً ساحت پذیرش فرضیه را آثار اندکی گذرا مطرح می‌کنند (For example See: Risjord, 2014, p. 14). در این نوشتار نخست این ساحت‌ها را گذرا مطرح می‌کنم و شرح هر یک را به نوشتاری که مستقلاً درباره آن ساحت ارائه می‌کنم، حواله می‌دهم. در ادامه تفاوت علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی را در ساحت توصیف برمی‌رسم.

پیشینه پژوهش

درباره موضوع خاص این نوشتار و توجه به ساحت‌های مختلف در تمایز علوم اجتماعی اسلامی و غربی تا آنجا که جستجو کرده‌ام، با چشم‌پوشی از آثار اندیشمندان مکتب‌سازی مانند شهید صدر، سه مقاله و یک کتاب وجود دارد. ۱. کتاب روش‌شناسی علوم انسانی اسلامی که هفت ساحت را یعنی تعریف، توصیف، تبیین، تفسیر، پیش‌بینی، ارزشیابی و کنترل یا جهت‌دهی برای علوم انسانی بیان می‌کند. نویسنده در این کتاب تفاوت علوم انسانی اسلامی با علوم انسانی غربی را از جهت روش و روش‌شناسی در این ساحت‌ها نشان می‌دهد (شریفی، ۱۳۹۵، ص ۲۱). توجه به این مهم ضروری است که ساحت‌های گوناگون علم را نمی‌توان به روش در آن فروکاست. ۲. مقاله علم دینی در مقام توصیف و توصیه؛ بازخوانی نظریه علم دینی استاد مصباح یزدی (حسین‌زاده یزدی و اخلاقی، ۱۳۹۵). ۳. مقاله نسبت عینیت و ارزش‌باری علوم اجتماعی با توجه به دیدگاه

1. context of discovery

2. context of justification

فیلسوفان مسلمان (حسین زاده یزدی و فلاح نژاد، ۱۳۹۸). این مقاله با طرح شش ساحت برای علم برمی‌رسد که دخالت ارزش‌ها در کدام ساحت از علوم اجتماعی آن را از عینیت می‌اندازد. ۴. مقاله خوانشی دیگر از علوم اجتماعی اسلامی: ساحت مفاهیم (حسین زاده یزدی، ۱۴۰۳) که تمایز علوم اجتماعی اسلامی و غربی را در ساحت مفاهیم توضیح می‌دهد.

در نوشتار حاضر، با توضیح دوازده ساحت برای علم، تفاوت میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی را در ساحت توصیف برمی‌رسم. به توفیق الهی، در نوشتارهای دیگری، تفاوت میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی در دیگر ساحت‌ها شرح می‌دهم.

ساحت‌های علم

برای علوم مختلف، ساحت‌های گوناگونی را می‌توان مطرح کرد. اکنون گذرا مراد از هر یک از ساحت‌ها را توضیح می‌دهم. باید توجه داشت این تمایز و تفکیک در مقام نظر و تحلیل نباید باعث غفلت از درهم‌تنیدگی این ساحت‌ها در مقام تحقق و تأثیر و تأثر میان آنها باشد.

۱. توصیف؛ برای ساحت توصیف در علم، می‌توان دست کم سه معنا در نظر گرفت. ۱. در معنای اعم آن که در مقابل ساحت توصیه و تجویز قرار می‌گیرد؛ یعنی ساحتی که در آن پدیدارها و هست‌ها در محدوده علم توصیف می‌شوند. در این معنا، ساحت توصیف، دیگر ساحت‌های علم را دربرمی‌گیرد و مجموعاً در مقابل ساحت تجویز قرار می‌گیرد. پرواضح است که این معنا در این بحث مراد نیست. ۲. در معنای اخص آن که به مثابه یکی از اهداف پژوهش مطرح می‌شود. برای پژوهش‌های گوناگون اهداف متفاوتی عنوان می‌شود: اکتشاف، توصیف و تبیین. از این جهت، پژوهش‌های مختلف را، به سه دسته کلی تقسیم کرد: اکتشافی، توصیفی و تبیینی. پژوهش اکتشافی به پرسش، چه چیز و پژوهش توصیفی به پرسش چگونه (چگونه الف واقع شد) و چه کسی (چه کسی درگیر آن بود) و پژوهش تبیینی به پرسش چرایی پاسخ می‌دهد (نیومن،

۱۳۹۵، صص ۶۲-۶۸). هر داده‌ای در واقع توصیفی از عالم است. نظریه‌های درون علم بر اساس این توصیفات سامان می‌یابد یا ابطال می‌شود یا ... البته کار علم تنها توصیف جهان نیست، بلکه دربارهٔ اینکه چرا اشیا این صفات را دارند، تبیین‌هایی را ارائه می‌دهد. تبیین‌ها در واقع، در بیشتر موارد علت‌های مشاهده‌ناپذیر اشیایی را که توصیف می‌کنیم، بیان می‌کند. شهرت افراد هم غالباً به خاطر تبیین‌های متفاوتی است که ارائه کردند. مثلاً نیوتن به این سبب مشهور نشد که که کشف کرد اشیای معلق به سوی زمین می‌افتند، بلکه از این رو بود که تبیین کرد علت سقط این اشیا نیروی جاذبه است (Ladyman, 2002, p. 7). ۳. در معنای سوم که مراد از ساحت توصیف در این نوشتار است در مقابل تبیین است و هر داده و خبری از واقعیت را درون علم شامل می‌شود. هر داده‌ای در واقع توصیفی از عالم است. این معنا تمام توصیفات در پژوهش‌های اکتشافی و توصیفی و حتی توصیفاتی را که در پژوهش‌های تبیینی قرار دارد، شامل می‌شود.

۲. کشف؛ نظریه‌ها و قوانین علمی چگونه در ذهن پدید می‌آیند؟ با چه روش و سازوکاری می‌توان یک نظریه علمی را کشف کرد؟ ساحت کشف را فیلسوفان علم برای تمیز از ساحت توجیه به کار می‌برند. پاپر از اولین فیلسوفان علمی بود که بر این مهم تأکید داشت که دانشمندان در صورت‌بندی و کشف نظریه‌های علمی امکان دارد از منابع گوناگونی، مانند خواب و رویا، باورهای متافیزیکی، آموزه‌های مذهبی الهام گیرند. این نکته، به عینیت علم لطمه‌ای وارد نمی‌کند. خاستگاه علمی یک نظریه، با جایگاه آن در علم ارتباطی پیدا نمی‌کند. جالب آنجاست که نمی‌توان برای این خاستگاه علمی قوانینی ارائه داد. تخیل دانشمند نقش برجسته‌ای را در این باره ایفا می‌کند. از این جهت، علم و هنر بیش از آنچه به نظر می‌رسد، به هم نزدیک می‌شود. البته تفاوت بنیادینی در میان وجود دارد؛ علم به محکمه تجربه می‌رود و علمیت علم به سربلندی‌اش در این محکمه است (Ladyman, 2002, pp. 74-76). البته آنچه را با عنوان نظریه نام بردیم، در عبارت دقیق تا زمانی که هنوز اثبات نشده است، فرضیه است و واژه نظریه دربارهٔ آن از روی تسامح به کار می‌رود. فرضیه‌های علم در این ساحت قرار می‌گیرد. مراد ما از این ساحت، شامل هر گزاره‌ای درون علم است که هنوز اثبات نشده است.

بنابراین، یک گزاره یا مجموعه‌ای از گزاره‌ها، در مقابل نظریه، تا زمانی که در علم پذیرفته نشده است، به این ساحت تعلق دارد. اگر مورد پذیرش واقع شد، از زمره ساحت توصیف قرار می‌گیرد.

با این توضیح، شاید این اشکال مطرح شود که این ساحت را نباید جزء ساحت‌های درون علم به حساب آورد؛ زیرا هنوز چیزی اثبات نشده است و از این‌رو، هنوز در ساحت علم قدم نگذاشته‌ایم. همانطور که تصریح کردیم در این نوشتار دنبال نزاع لفظی نیستیم. فرض این ساحت درون علم منطق دارد. اولاً، با مبانی فیلسوفان ابطال‌گرا که بر این باورند که چیزی در علم تأیید^۱ نمی‌شود و تنها تبرئه^۲ می‌شود، هم سازگار است؛ ثانیاً، تاریخ علم فرضیاتی را سراغ دارد، مانند فرض وجود سیاره نپتون که سال‌ها درون علم جا خوش کرده بودند و بعدها اثبات شدند.

۳. توجیه؛ در روش‌شناسی علمی، باید میان دو ساحت کشف و توجیه تمایز گذاشت. ساحت توجیه، ساحت آزمون نظریه یا به تعبیر دقیق، فرضیه است. فرضیه از هر کجا که آمده باشد، اهمیتی ندارد. مهم آن است که در فرایند آزمون باید موجه شود. باید بتوان برای قبول یا رد آنها دلیل آورد (Ladyman, 2002, pp. 74-76). توجه به این مهم ضروری است که این نوشتار ساحت‌های خود علم را برمی‌شمرد. از این‌رو، معنای توجیه در اینجا نباید رنگ‌وبوی فلسفه علم و نگاه درجه دومی به خود بگیرد. در هر علمی روش‌هایی مطرح می‌شود که فرضیاتش با آن اثبات می‌گردد. این روش‌ها ممکن است کمی یا کیفی باشد. بنابراین مراد از این ساحت هر روشی است که برای اثبات یا حتی دسته‌بندی و مقوله‌بندی در علم به کار می‌رود.

اگر پا از درون علم فراتر رود اکنون می‌توان پرسید چه شواهدی برای اثبات یک نظریه کافی است؟ آیا می‌توان از راه استقرا، فرضیه‌ای را اثبات کرد؟ آیا روش‌های کیفی اعتبار دارند؟ آبخور این ساحت از علم معرفت‌شناسی است. باید دانست روش و

1. Confirmation Corroboration

2. Corroboration

روش‌شناسی متفاوت است (See: Hoseinzadeh Yazdi and Others, 2018) روش‌شناسی علم که ذیل فلسفه علم است، در واقع بر اساس معرفت‌شناسی آن سامان می‌یابد. با توجه به دیدگاه‌هایی که در معرفت‌شناسی اخذ می‌شود، پاسخ‌ها متفاوت است. بر اساس برخی از مبانی معرفت‌شناختی، دلیل عقلی و نقلی هم امکان دارد به حریم علم راه پیدا می‌کند؛ یعنی، تمسک به عقل یا نقل، خروج از ساحت علم نیست و علم تنها علم تجربی نیست.

۴. نظریه؛ نخست باید توجه داشت که «نظریه معادل با توصیف و تبیین نیست» (آزاد ارمکی، ۱۳۷۹، ص ۲۸). درباره این ساحت در نوشتاری دیگر به تفصیل سخن گفتیم (حسین‌زاده یزدی و ملاباشی، ۱۴۰۰، صص ۵ تا ۱۹).^۱ این اصطلاح پرکاربرد، در جامعه‌شناسی بسیار مبهم است (حسین‌زاده یزدی و ملاباشی، ۱۴۰۰، ص ۶). تعاریف گوناگونی از آن ارائه شده، که نمی‌توان برای‌شان وجه جمعی پیدا کرد. برای نمونه، برخی از تعاریف در مقابل نظریه آنگونه که در علوم طبیعی به کار می‌رود، نظریه اجتماعی را تا حد زیادی همان تاریخ تفکر اجتماعی می‌دانند (کلمن، ۱۳۸۶، ص ۹). پژوهشی دیگر، تعاریف و کاربردهای نظریه در جامعه‌شناسی را در هشت دسته تقسیم‌بندی می‌کند که از «تفسیر پدیده اجتماعی خاص» تا «چشم‌انداز کلی که جهان با آن تفسیر می‌شود» را شامل می‌شود (Abend, 2008, p. 189). اکنون این پرسش مهم به ذهن می‌رسد که دلیل این همه اختلاف در تعریف چیست؟ پاسخ هاول^۲ درخور تأمل است. او در بیان چستی نظریه، توجه به مفاهیمی مانند واقعیت و معرفت را مهم می‌داند. در نگاه او معرفت‌شناسی‌ها و هستی‌شناسی‌های مختلف که فیلسوفان از گذشته دور تاکنون ارائه کرده‌اند، بستر را برای تفاوت در معنای مفاهیم واقعیت و معرفت و در نتیجه، نظریه را فراهم می‌آورد (Howell, 2013, p. 14).

۵. پذیرش فرضیه؛ این ساحت را می‌توان در تقابل با ساحت توجیه نظریه بهتر فهمید. زمانی که برای یک فرضیه از میان رقبای آن در علم استدلال اقامه می‌شود، آن فرضیه، در جایگاه نظریه علمی می‌قرار می‌گیرد. اما این همه مابرجا نیست. گاهی عوامل غیر

۱. از برخی از منابع آن در این نوشتار کمک می‌گیرم.

2. Howell

معرفتی، مانند کم‌هزینه بودن، کم‌خطر بودن، کم‌تر مناقشه‌آمیز بودن از لحاظ سیاسی و کم‌تر مسئله‌دار بودن از لحاظ اخلاقی باعث می‌شود که ادامه مسیر علم، هر چند در برهه‌ای خاص با فرضیه اثبات‌نشده رقیب، پیش رود (Risjord, 2014, p. 24). برای مثال برخی از پژوهشگرانی که به روش کیفی در علوم اجتماعی واقعی نمی‌نهند و آن را علمی نمی‌دانند، در زمان شیوع بیماری کرونا و در دسترس نبودن بیماران به اندازه کافی و محدودیت‌های رفت‌وآمدی که در آن زمان وجود داشت، به پژوهش‌های کیفی روی آوردند، تا دست کم بتوانند شناختی هرچند اجمالی از این تأثیر اجتماعی این پدیده به دست آورند. اهمیت این تفکیک از ساحت علم، دست کم خود را در دو جا نشان می‌دهد: ۱. در بحث از تأثیر ارزش‌های غیر معرفتی بر علم که آیا آن را از عینیت می‌اندازد یا نه. خلط میان ساحت توجیه نظریه و پذیرش نظریه سبب شده که تصور شود تأثیر ارزش‌ها بر علم در ساحت توجیه نظریه است و آن را از عینیت می‌اندازد. ۲. بسیاری از پژوهش‌هایی که باورمندان به علوم اجتماعی اسلامی سامان می‌دهند، بر اساس نظریه‌های علوم اجتماعی غربی است. می‌توان ادعا کرد که این فعالیت در بسیاری از موارد، به دلیل فقدان نظریه‌های اسلامی است. پژوهشگر ترجیح می‌دهد که پژوهش‌هایش را فعلاً و موقتاً بر اساس نظریه‌های موجود سامان دهد.

۶. تبیین علی^۱ در علوم طبیعی برای پدیدارها، علل متفاوتی ذکر می‌شود. دپلتای بر این باور بود مطالعه رفتار انسان‌ها باید بر اساس تفهّم سامان گیرد تا بتوان آگاهی‌های ذهنی مشارکت‌کنندگان را به دست آورد؛ «درحالی که در مطالعه پدیده‌های طبیعی، باید به دنبال تبیین علی بود. او {دپلتای} روش علوم طبیعی را به دلیل نامناسب بودن آن برای علوم انسانی رد کرده ...» (بلیکی، ۱۳۹۱، ص ۹۷). دپلتای مشکل را در این مهم می‌داند که «... فیلسوفان تحصیلی تعیین می‌کنند که چه نوع اشتغالات عقلانی شایسته نام و عنوان علم است» (دپلتای، ۱۳۸۸، ص ۱۱۸). در این راستا، گیدنز در کتاب خواندنی قواعد جدید

1. Erklären (causal explanation)

روش جامعه‌شناختی^۱ که آن را هم‌آهنگ و در تقابل با قواعد روش جامعه‌شناسی دورکیم به رشته تحریر درآورده است، تصریح می‌کند: هر رویکردی به علوم اجتماعی که بخواهد معرفت‌شناسی و جاه‌طلبی‌های خود را به‌طور مستقیم شبیه به علوم طبیعت^۲ کند، محکوم به شکست است و تنها می‌تواند به درک محدودی از جامعه بشری دست یابد (Giddenz, 2007, p. 19). وی دیدگاه اندیشمندانی را که به دنبال یافتن نیوتنی برای علوم اجتماعی هستند بر نمی‌تابد: «اما کسانی که هنوز منتظر نیوتن (برای علوم اجتماعی) هستند، نه تنها منتظر قطاری‌اند که نخواهد رسید، بلکه در ایستگاه اشتباهی ایستاده‌اند» (Giddenz, 2007, p. 19). اولین نزاع درباره‌ی این ساحت در علوم اجتماعی می‌تواند این باشد که آیا این علوم، اساساً عهده‌ار تفسیر عالمند یا می‌توانند از آن تبیین ارائه دهند. بنابراین پذیرش وجود این ساحت در علوم اجتماعی می‌تواند محل مناقشه باشد. در نگاه وینچ اگر در علوم طبیعی قانون‌مندی عنوان می‌شود، در علوم اجتماعی قاعده‌مندی مطرح است. در علوم اجتماعی یا به تعبیر او، مطالعات اجتماعی تبیین علی‌ی جای خود را به فهم تفسیری^۳ می‌دهد. وینچ، برداشت وبر از رابطه میان تبیین و تفهم را نقد می‌کند و در مقابل وبر استدلال می‌کند که تفهم، نیازی به تحقیق به معنای پوزیتیویستی آن، از راه پیوند با نظم‌های آماری^۴ و قوانین علی‌ی ندارد و اساساً چنین تحقیقی امکان‌پذیر نیست (Winch, 2003, pp. 111-120).

در صورت پذیرش تبیین علی‌ی در علم، باید به ردپای جهان‌بینی حاکم بر علم در تعیین دایره علل توجه کرد. می‌توان دایره علل را تنها در حیطه تجربه جستجو کرد؛ کاری که امثال دورکیم در جامعه‌شناسی می‌کنند. می‌توان با جهان‌بینی متفاوت، حتی پای علل غیر مادی را هم به علوم اجتماعی باز کرد.^۵

1. New Rules of Sociological Method

2. sciences of nature

3. *Verstehen* (interpretive understanding)

4. statistical regularities

۵. آیه شریفه: «وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَاتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ» (اعراف، ۹۶) می‌تواند مراد از علل غیر مادی را روشن کند.

۷. تفهّم؛ ساحت تفهّم یا تفسیر در جایی مطرح می‌شود که پای به چنگ آوردن معنا در میان باشد. هرچند علوم اجتماعی پوزیتیویستی جای وسیعی را برای معنای کنش قرار نمی‌دهد، هرمنوتیک اولیه شلایرماخر و دیلتای به دنبال ایجاد بنیانی متفاوت در مطالعه رفتار انسانی در مقابل علوم طبیعی بود. مطالعه رفتار انسانی باید از مسیر ذهنیت و قصد کنشگر فهمیده شود. در حالی که علوم طبیعی به دنبال تبیین علّی طبیعت از بیرون است، این دو متفکر بر این باورند علوم انسانی می‌تواند نتایج معتبر عینی تولید کند که قابل مقایسه با علوم طبیعی است (Giddenz, 2007, p. 61)). از این رو «تلقی این علوم (علوم انسانی) به مثابه یک واحد متمایز از علوم طبیعی، ریشه در عمق و کلیت خودآگاهی انسان دارد. انسان حتی پیش از پرداختن به تحقیق در اصل و اساس روح بشری، در درون خودآگاهی خود، حاکمیت اراده، مسئولیت در قبال افعال خویش، قابلیت نهادن هر چیزی در بوته اندیشه و قابلیت مقاومت در مقابل هر نوع تعدی با تکیه بر اختیار خود را در می‌یابد» (دیلتای، ۱۳۸۸، ص ۱۱۹). دیگر قرار نیست، واقعیت اجتماعی تنها به مثابه شیء نگریسته شود. باید آن را به مثابه متن دید. اینکه علوم اجتماعی باید به دنبال تبیین واقعیت‌های اجتماعی باشد یا تفهّم و تفسیر آن یا هر دو، در جای خود بحثی دقیق و کارگشاست. اما بی‌تردید تفسیرها و تفهّم‌های گوناگون انسان‌ها تأثیرات اجتماعی متفاوتی را رقم می‌زنند.

گیدنز ویژگی بنیادین جامعه‌شناسی‌های تفسیری را توجه خاص آن به کنش معنادار می‌داند. در نگاه او دست کم سه مورد از چنین سنت‌های^۱ نظری را می‌توان از هم تفکیک کرد: ۱. علوم انسانی^۲ یا فلسفه هرمنوتیک^۳ که با سابقه‌ترین است. تاریخ آن در آلمان به قرن هجدهم باز می‌گردد. این فلسفه با تأکید بر تفاوت بنیادین میان موضوع علوم اجتماعی و علوم طبیعی و تمرکز بر مفهوم تفهّم در مطالعه رفتار انسانی سامان می‌یابد. در نگاه گیدنز، وبر با آنکه منتقد جدی این نگاه بود، عمیقاً تحت تأثیر آن قرار

1. traditions

2. Geisteswissenschaft

3. hermeneutic philosophy

داشت (Giddenz, 2007, p. 28). این اندیشه از طریق دیلتای به هیدگر و گادامر می‌رسد. آپل^۲، هابرماس و ریکر نیز تحت تأثیر این سنت قرار دارند. البته آپل و هابرماس نگاهی نیز به کار وینچ داشته و آن را به دقت مورد توجه قرار داده‌اند (Giddenz, 2007, pp. 60-61)؛ ۲. سنت دوم، تحت تأثیر ویتگنشتاین دوم سامان می‌یابد. می‌توان اثر وینچ را به مثابهٔ کانون اصلی این سنت دانست. ۳. پدیدارشناسی که تا حدودی به مثابهٔ واسطه میان دو سنت قبل عمل می‌کند؛ شوتر با تأثیرپذیری از هوسرل و پیوند آن با نظریه‌های وبر این سنت را شکل می‌دهد. گارفینکل^۱ نقطهٔ شروع خود را از شوتر اخذ می‌کند و آن را در ادامه با دیدگاه‌ها ویتگنشتاین و آستین پیوند می‌دهد (Giddenz, 2007, p. 29).

در این بحث مهم توجه به این نکته است که کنش اجتماعی یا به تعبیر پتر وینچ مفهوم اجتماعی امری معنادار است که با روش‌های علوم طبیعی نمی‌توان بدان دست یافت. البته وینچ این معنا را در قصد و یا ذهن کنشگر نمی‌داند. بلکه معنا امری است که در جامعه، سامان می‌یابد. (Winch, 2003, pp. 92-94) با توجه به این مهم نقدهای وی به امثال دیلتای که معنا را در ذهنیت کنشگر جستجو می‌کنند و نه در جامعه، روشن می‌شود. از طرف دیگر وی منتقد جدی جامعه‌شناسانی است که به معنا بدین صورت، توجه نمی‌کنند. نظریه پردازان بزرگی، مانند آپل^۲، هابرماس، گیدنز و بسکار^۳، با سرمشق قراردادن وینچ و نگاه همدلانه به دیدگاه او، نقشی سترگ در کنار زدن هژمونی پوزیتیویسم و تجربه‌گرایی ایفا کردند (Pleasants, 2000, p. 79). نظریه کنش ارتباطی هابرماس^۴ و نظریه ساخت‌یابی^۵ گیدنز همان چیزی را پی می‌گیرند که وینچ با عنوان توضیح «ماهیت پدیدهٔ اجتماعی به‌طور عام» و «مفهوم شکل زندگی» جستجو می‌کرد (Pleasants, 2000, p. 85).

۸. پیش‌بینی؛ وجود این ساحت منوط و وابسته به ساحت تبیین است. اگر وجود تبیین

-
1. Garfinkel
 2. Karl-Otto Apel
 3. Roy Bhaskar
 4. communicative action
 5. theory of structuration

علی در علم پذیرفته شود، می‌توان از پیش‌بینی در آن سخن به میان آورد. پیش‌بینی بر اساس علت‌هایی مطرح می‌شود که علم بدان دست می‌یابد. علوم اجتماعی با رفتار اختیاری^۱ سروکار دارد. ویژگی رفتار اختیاری آن است که می‌تواند انجام شود و ممکن است انجام نشود. در نگاه وینچ حتی با شناخت شرایط اولیه معین نمی‌توان هیچ نتیجه معینی را در ادامه پیش‌بینی کرد. زیرا شروع، ادامه و یا قطع هر عملی در گروه تصمیمات انسانی^۲ است که هیچ تعینی بر نمی‌دارد و قابل پیش‌بینی نیست (Pleasant, 2000, p. 92). البته توجه به تذکری که وینچ می‌دهد ضروری است: «من منکر این نیستم که گاهی پیش‌بینی تصمیمات ممکن است؛ تنها اینکه ارتباط [پیش‌بینی] با شاهی که بر آن متکی است، بر خلاف ویژگی پیش‌بینی‌های علمی است» (Pleasant, 2000, p. 92). بنابراین در نگاه اندیشمندانی، مانند وینچ به خاطر وجود اختیار و تصمیم در رفتار آدمی پیش‌بینی در علوم اجتماعی به معنایی که در علوم طبیعی وجود دارد امکان ندارد.

اما کسانی که داعیه دار همانندی علوم اجتماعی با علوم طبیعی‌اند، باید به لوازم این ادعا پای‌بند باشند. لازمه این ادعا، ارائه پیش‌بینی‌های دقیق در علوم اجتماعی مانند علوم طبیعی است. به عبارتی، نمی‌توان از پذیرش پارادایم پوزیتیویستی درباره علوم اجتماعی سخن به میان آورد، آن وقت پیش‌بینی‌هایی مانند پیش‌بینی‌های علوم طبیعی ارائه نکرد. ۹. ابژه؛ مراد از این ساحت ابژه‌هایی است که علم بدان تعلق می‌گیرد. برای توضیح دقیق این ساحت از شهید صدر کمک می‌گیرم. ایشان بر این باور است که اگر نظام سرمایه‌داری در کشورهای مغرب‌زمین موفق باشد، به این معنا نیست که لزوماً در کشورهای اسلامی نیز جواب می‌دهد. به این دلیل که خلق و خوی اسلامی در گرایش و نگرش و ارزش‌گذاری تفاوتی بنیادین با خلق و خوی غربی دارد. نسبت میان مسلمانان و عالمی که میان آن‌ها شکل گرفته، با انسان‌های غربی و عالیشان متفاوت است. می‌توان گفت اگر در این میان، عقیده دینی مسلمانان کم‌رنگ شود یا حتی محو شود، باز این

1. voluntary behaviour

2. human decisions

خلق و خویی که در سایه تعالیم اسلامی تربیت یافته است، به این زودی‌ها از بین نمی‌رود. شهید صدر تصریح می‌کند انسان غربی خلق و خوی زمینی دارد و نه آسمانی. مسیحیت هم نتوانست، این نگاه زمینی را به آسمان خیره کند؛ بلکه انسان اروپایی حتی خدای دین مسیح را زمینی کرد و از عرش به فرش آورد (الصدر، ۱۴۲۴ق، صص ۲۱-۲۲). اکنون ادعای صدر این است قوانین حاکم بر این دو جامعه متفاوت است. قوانین حاکی از نسبت‌های یکی در دیگری حاکم نیست. پس ما دو گونه علم اقتصاد داریم؛ زیار دو گونه اثره وجود دارد. برای تقریب به ذهن دو نمونه آرمانی (ایده آل تایپ) را در نظر بگیرید. ۱. قبیله‌ای که روابط آن بر اساس ایثار و فداکاری سامان گرفته است؛ دغدغه انسان‌ها در آن کمک به هم‌نوع است، ایثار در آن حرف اول را می‌زند. انسان‌ها در روزهایی که به یکدیگر کمک می‌کنند، شادند. ۲. قبیله‌ای که همه به دنبال آنند که جیب هم را بزنند. اصل بر لذت و شادی فردی است. آیا می‌توان با قوانینی یکسان این دو جامعه را به تصویر کشید؟

۱۰. کاربرد؛ زمانی که با یک چارچوب نظری یا یک نظریه به سراغ مسئله‌ای می‌رویم و پژوهشی را سامان می‌دهیم، در این ساحت علم، قدم گذاشته‌ایم. بزرگان علم، وظیفه نظریه‌سازی در علم را به عهده دارند و دیگران در وادی علم آن نظریه‌ها را به کار می‌گیرند. البته، گاه خود دانشمند با دیدگاهش با مسئله مواجه می‌شود؛ چنانکه دورکیم به سراغ مسئله خودکشی رفت.

گاهی تفاوت علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی تنها در این ساحت تأیید می‌شود. با این توضیح که نظریات در هر دو یکسان تلقی می‌شود، اما پژوهشگر مسلمان نسبت به موضوعات و مسائل خاصی حساس است و درباره آنها می‌پژوهد. موضوعات و مسائلی که بیشتر رنگ‌وبوی دینی دارد، مانند پیاده‌روی اربعین، حجاب، زندگی طلبگی و دیگر موضوعاتی که به گونه‌ای با دین و مذهب گره خورده است. در واقع، روش‌ها، همان روش، نظریات، همان نظریه‌ها و پارادایم، همان پارادایم.

۱۱. توصیه؛ ساحتی از علم است که برای رسیدن به غایت یا ارزشی، تجویز و باید و نباید می‌کند. پوزیتیویست‌ها به پیروی از هیوم این ساحت را از زمره ساحت‌های علم

نمی‌دانند. گیدنز در کتاب جامعه‌شناسی و پوزیتیویسم با تمایز معنای پوزیتیویسم در فلسفه و جامعه‌شناسی، تصریح می‌کند که یکی از معانی پوزیتیویسم در جامعه‌شناسی این است که علم تجویزی ندارد (Giddens, 1974, pp. 2_3). در واقع علم از هر چه به تور تجربه درآید، سخن می‌گوید و آن را توصیف می‌کند. خروج از این ساحت، خروج از ساحت علم است.

۱۲. ساحت مفهوم؛ هر علمی مفاهیم خاص خود را دارد. علم فیزیک با مفاهیمی مثل جاذبه، زمان، مکان و جرم سروکار دارد. درباره مفاهیمی که در علوم گوناگون به کار می‌رود، پرسش‌های متعددی مطرح می‌شود: آیا مفاهیم علوم بر ساختی‌اند یا حقیقی؟ یا باید قائل به تفصیل شد؟ آیا مفاهیم علوم نظریه‌بارند؟ آیا مفاهیم علوم را می‌توان به چند مفهوم خاص مثلاً مفاهیمی که در فیزیک استفاده می‌شود، فروکاست؟ در مجال دیگر، از این تفاوت سخن گفته‌ام (حسین‌زاده یزدی، ۱۴۰۳).

ساحت توصیف

آیا توصیف‌ها در علوم اجتماعی اسلامی با توصیف‌ها در علوم اجتماعی غربی متفاوت است؟ شاید این پرسش در وهله نخست پیش‌پا افتاده به نظر برسد. مثلاً بین فقر و اعتیاد یا نسبتی وجود دارد یا ندارد؟ بین حاشیه‌نشینی و خودکشی یا ارتباطی هست یا نیست. خواه در قالب یک گزاره شخصی یا جزئی یا در قالب گزاره‌ای کلی چنین نسبت‌های یا وجود دارند یا ندارند. مسلمان بودن یا نبودن، علم اسلامی داشتن یا نداشتن و ... چه ارتباطی به این گونه توصیفات دارد؟ با توجه به این مهم، تفاوت در توصیف در این علوم چه معنایی می‌تواند داشته باشد؟ این مهم را در سه مرحله تبیین می‌کنم. برای روشن شدن بحث، منظورم را با مثالی ساده و مسامحی آغاز می‌کنم. سه نفر با شغل‌های متفاوت بنا، روان‌شناس و معلم را در نظر بگیرید. این سه نفر وارد کلاسی مشخص می‌شوند؛ بعد از خارج شدن از کلاس، از آن‌ها بخواهید کلاس را برایتان توصیف کنند. به احتمال زیاد در توصیف بنا، بیشتر به ابعاد فیزیکی کلاس، از جمله وسعت و ارتفاع آن، توجه می‌شود. در توصیف معلم، سکوت کلاس، نور آن، تعداد صندلی مناسب،

بیان می‌شود. برای یک روان‌شناس، مثلاً فضای فیزیکی شاد آن، مانند رنگ آمیزی کلاس مورد توجه قرار می‌گیرد. البته ممکن است برخی توصیفات در هر سه مورد ذکر شوند؛ مثلاً بزرگی یا کوچکی کلاس در هر سه توصیف بیان شود، هر چند با اغراض متفاوت. نمی‌توان پای نسبیت‌گرایی^۱ را به بحث باز کرد؛ زیرا در اینجا شرایط متفاوت است. به عبارتی، شروط وحدت و اختلافی که در تناقض شرط است، در اینجا واقع نشده است. در اینجا نسبت‌ها^۲ متفاوت است.

اکنون می‌توان پرسید چرا این سه توصیف کلاس با یکدیگر تفاوت معنادار دارد؟ می‌توان چنین پاسخ داد که دغدغه‌ها و مسائل افراد در توصیفات‌شان تأثیرگذار است. توضیح آنکه یک کلاس را می‌توان در بی‌نهایت گزاره توصیف کرد. توصیفات حدی ندارد. اما، هر فرد بر اساس مسائل و دغدغه‌های خویش تعدادی از این گزاره‌ها را انتخاب و بیان می‌کند. از این رو، هر توصیف و مقوله‌بندی بر اساس پاره‌ای ارزش‌ها و دغدغه‌ها یا مسائل سامان می‌گیرد. بنابراین، تفاوت در ارزش‌ها و مسائل و به طور کلی، منظرها اولاً باعث می‌شود که پژوهشگران دنبال مسائل گوناگونی بروند که برایشان مسئله است و ثانیاً توصیفات متفاوتی از آن ارائه دهند. شاید در قالب یک مثال ذهنی بتوان بحث را روشن‌تر مطرح کرد. تفاوت آثار دو جامعه‌شناس را حدس بزنید که یکی تنها و تنها دغدغه عدالت اجتماعی را دارد و نه چیز دیگر، و دیگری فقط و فقط دغدغه توسعه را دارد و دیگر هیچ. هر دو با داده‌های متفاوتی از هم می‌آغازند که رنگ‌وبوی دغدغه‌شان را دارد. منظرها و ارزش‌هایشان خود را در این داده‌ها، به تعبیر ویتگنشتاینی، نشان می‌دهد. اکنون علوم اجتماعی‌ای که بر اساس ارزش‌های اسلامی سامان یابد، چه داده‌هایی را در خود جای می‌دهد؟

تفاوت در توصیف در این مثال، ناشی از تفاوت در موصوف‌هاست. به عبارتی، وقتی ارزش‌ها و دغدغه‌ها متفاوت شد، موضوعاتی که پژوهشگران به سراغ آن

1. Relativism

2. Relations

می‌روند، گوناگون می‌شود و از این جهت، با توصیفات گوناگونی مواجه می‌شویم. این تفاوت پیچیده به نظر نمی‌رسد و پذیرش آن موونه زیادی نمی‌برد. این تفاوت را اولین و در واقع ساده‌ترین تفاوت در ساحت توصیف در نظر می‌گیرم. اما سادگی آن چیزی از اهمیت و نقشش کم نمی‌کند. اصول و ارزش‌های اجتماعی اسلام، مانند عدالت اجتماعی در واقع اصلی‌ترین دریچه‌ای است که علوم اجتماعی اسلامی از آن منظر به جامعه می‌نگرد و مسائلش بر اساس آن سامان می‌یابد. علوم اجتماعی اسلامی باید بر اساس جامعه مطلوبی که بر پایه اصول و ارزش‌های اجتماعی اسلام سامان یافته، مسائلش را مشخص نماید. برای نمونه یکی از اصول اصیل اسلامی توحید است. «هرجایی شما یک حکمی و یک قانونی و یک دستوری را به نام دین مشاهده کردید که در آن توحید لنگ می‌زند، ضد توحید در آن وجود دارد و توحید در آن نیست، بدانید که این از اسلام نیست؛ چون توحید ... مثل هوای رقیق و لطیفی در تمام اجزای این ساختمان و پیکرهای که نامش اسلام است، هست. ... یکدانه حکم را در اسلام شما نمی‌توانید پیدا کنید که رنگی و نشانی از توحید در آن نباشد» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۲، ص ۲۲۳). این عقیده یک سلسله الزم‌ها و تعهدات را موجب می‌شود. یکی از مهمترین این تعهدات نفی طبقه اجتماعی است: «جامعه توحیدی ... یک جامعه بی طبقه است، یک جامعه‌ای است که گروه‌های انسان‌ها در آن جامعه از یکدیگر بر حسب حقوق و مزایا جدا نشدند. همه انسانها زیر یک سقف حقوقی زندگی می‌کنند. همه در یک مسیر و با یک نوع امکانات و با یک نوع حقوق زندگی می‌کنند و حرکت می‌کنند» (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۲، ص ۲۲۳). بر این اساس، برای پژوهشگر علوم اجتماعی اسلامی، یکی از ویژگی‌های جامعه مطلوب، بی طبقه بودن آن است.^۱ از این رو، فاصله وضع موجود با آن وضع مطلوب برایش مسئله می‌شود. توصیفاتش در راستای رسیدن به آن وضع مطلوب سامان می‌گیرد. هر قانونی، هر تصمیمی و ... که طبقات

۱. برای آشنایی دقیق با معنای اسلامی اصطلاح نفی طبقات اجتماعی و حدود و ثغور آن و تفاوتش با خوانش‌های دیگر نک: حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۲، صص ۳۲۶ - ۳۵۲.

اجتماعی را موجب شود، برای او محل نقد و اشکال است.

البته تفاوت در ساحت توصیف میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی با خاستگاه کاملاً ابژکتیو هم قابل طرح است؛ به این معنا که جدای از دغدغه‌ها و مسئله‌های سوژه که جنبه سوژکتیو دارد، اگر ابژه‌ها متفاوت باشند، توصیفات هم گوناگون است؛ چنان که شهید صدر درباره ابژه متفاوت علم اقتصاد اسلامی و علم اقتصاد غربی بیان می‌کند. دانستیم علم اقتصاد اسلامی متفاوت از علم اقتصاد غربی است، زیرا جهان متفاوتی را به تصویر می‌کشد. توجه شود که این جهان به معنای هیدگری آن مراد نیست. جهانی را که صدر می‌گوید می‌توان از این حیث، حتی کمی فهمید. به عبارتی کمی یا کیفی بودن در ادعایی که صدر مطرح می‌کند، دخیلی ندارد.

باید توجه داشت که وقتی منابع معرفت، متفاوت شد پای ابژه‌های متفاوتی به بحث باز می‌شود. برخی منابع معرفت از ابژه‌هایی حکایت می‌کنند که با منبعی دیگر به تور معرفت نمی‌افتد. شاید ساده‌ترین مثال آن را بتوان در توصیف انسان و قوای نفسانی او مشاهده کرد. توصیف دین از انسان را با توصیف ماتریالیستی از آن را مقایسه کنید. توصیف تفاوتی آشکار و عمیق دارد.

شاید اینجا این اشکال معروف مطرح شود: هنگامی که پا از مرز تجربه فراتر گذاشته می‌شود، از محدوده علم خارج می‌شویم. پاسخ روشن است. نمی‌توان چشم را بر بخشی از واقعیت به هر دلیل بست. همانطور که علم را نمی‌توان به مکان خاص (مثلاً علم آن چیزی است که در آسیا سامان می‌گیرد) یا زمان خاص (مثلاً علم آن چیزی است که در روزهای فرد سامان می‌گیرد) اختصاص داد، نمی‌توان آن را به ابزار خاصی محدود کرد (مثلاً علم آن چیزی است که تنها از مسیر تجربه سامان گیرد)؛ مگر دلیلی برای این اختصاص وجود داشته باشد و گرنه بحث لفظی نیست تا بتوان با یک قرارداد سر و ته آن را هم آورد. شاید بعد از کوون، دیگر این ادعا روشن باشد که در سامان علم تجربه تأثیرگذار است، اما تعیین‌کننده نیست. همیشه پای عناصر غیر تجربی هم در میان است: «مشاهده و تجربه می‌توانند و باید به نحو موثری دامنه و گستره باورهای علمی مجاز را محدود کنند، در غیر این صورت علمی وجود نخواهد داشت. اما مشاهده و تجربه

به تنهایی نمی‌توانند مجموعه‌ای از چنین باورهایی را تعیین بخشند. همواره عنصری ظاهراً بی‌ضابطه مرکب از رویدادهای شخصی و تاریخی، جزء تقویم‌کننده عقایدی است که هر جامعه علمی خاصی در هر زمان بدان پایبند است» (کوون، ۱۳۹۴، ص ۳۳). زمانی که نگاه سخت‌پوزیتیویستی در ساحت علوم طبیعی رنگ‌باخته است، تسری آن به ساحت علوم اجتماعی چه معنایی می‌تواند داشته باشد؟ در علوم اجتماعی تجربه هم یکی از منابع معرفت است و منبعی مهم است، اما همه چیز نیست. با این بیان، دانشمند علوم اجتماعی اسلامی همانگونه که برای تجربه ارزش قائل است، به داده‌های دینی و توصیفاتی که در آن به صورت معتبر آمده است باید توجه کند.

در مرحله دوم مسئله یا موضوعی واحد از جهت یا حیث‌های گوناگون لحاظ می‌شود. یک واقعیت اجتماعی را می‌توان در نسبت‌های مختلفی نگریست. مثلاً می‌توان مسئله فحشا را در قالب آسیبی اجتماعی در نظر گرفت و درباره آن پژوهش کرد و می‌توان آن را به مثابه مولفه‌ای اقتصادی در نظر گرفت و نقش آن را در اقتصاد یک کشور بررسی کرد. در این مرحله موضوع یا مسئله واحد است، اما جهت متفاوتی دارد. از این‌رو، نسبت‌های متفاوتی برای آن بیان می‌شود. برای مثال شاید گزاره‌ها و توصیف‌هایی که یک دانشمند علوم اجتماعی اسلامی درباره فحشا به کار می‌برد با توصیفاتی دانشمند غربی متفاوت باشد. شاید بتوان با دقتی فلسفی گفت در چنین مواردی که حیث‌ها متفاوت است، در واقع موضوعات متفاوت است؛ وقتی موضوع یکسان است که تمام حیث‌های آن نیز یکسان باشد. به عبارتی، وقتی می‌توان از یکسان‌بودن موضوعات سخن گفت که شروط وحدت در تناقض رعایت شده باشد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که این مرحله در حکم مرحله قبلی است. هر آنچه درباره تفاوت در موضوع صادق است، برای این قسم که حیث‌ها متفاوت است نیز صدق می‌کند. البته پذیرش این مطلب، وابسته به قبول این دقت فلسفی نیست. زیرا پای نسبت‌های گوناگون و به تعبیر منطقی، محمول‌های متفاوت در میان است. به عبارتی، وقتی ارزش‌ها و مسائل متفاوت باشد، محمول‌های متفاوتی درباره موضوعی واحد جستجو می‌شود و شکل می‌گیرد؛ از این‌رو، گزاره‌ها و به عبارتی، توصیفات

مختلفی سامان می‌گیرد. این مرحله هم پیچیدگی خاصی ندارد.

به نظر می‌رسد نقطه اصلی بحث و محل اختلاف اساسی مرحله سوم باشد؛ یعنی جایی که موضوع و حیث‌ها یکسان است. اکنون، با توجه به مسئله این نوشتار، می‌توان پرسید آیا توصیف علوم اجتماعی اسلامی با علوم اجتماعی غربی درباره واقعیت اجتماعی واحد از جهت واحد می‌تواند متفاوت باشد؟

از منظرهای گوناگون پاسخ‌های مختلفی را می‌توان به این پرسش داد. از منظری پست‌مدرن پاسخ آری است. مرادم از منظر پست‌مدرن هر دیدگاهی است که سامان معرفت را بر اساس عوامل غیر معرفتی توضیح می‌دهد. برای مثال ویتگنشتاین متأخر به‌ویژه در کتاب درباره یقین، و پیروان او، مانند پتر وینچ و تامس کوون از این دسته‌اند. ویتگنشتاین در کتاب درباره یقین می‌نویسد: «کودک باور کردن انبوهی از چیزها را می‌آموزد. یعنی عمل کردن مثلاً مطابق این باورها را می‌آموزد. کم‌کم نظامی از باورها شکل می‌گیرد و در آن برخی چیزها به نحو تزلزل‌ناپذیر ثابت‌اند و برخی کمابیش در حرکت. آنچه ثابت است، به این علت نیست که فی‌نفسه روشن یا بدیهی است، بلکه آنچه در اطرافش قرار دارد آن را ثابت نگه می‌دارد» (OC, 144). وی با فاصله گرفتن از معرفت‌شناسی فیلسوفان مدرنی مانند دکارت که گزاره‌هایی را به‌مثابه پایه مطرح می‌کنند و دیگر گزاره‌ها را بر آن بنیان می‌دهند، از جاده‌ای دوطرفه میان مقدمات و نتایج سخن می‌گوید: «نه تک تک اصول متعارفه، بلکه نظامی برای من بدیهی جلوه می‌کند که در آن نتایج و مقدمات متقابلاً به یکدیگر متکی‌اند» (OC, 142). ویتگنشتاین متأخر نه تنها بنیان‌معدناداری بلکه بنیان معرفت، حتی ریاضیات و منطق و هر امر دیگری را در انسان، اعمال و شکل زندگی او می‌داند (Pears, 1971, p. 13 and Pears, 2006, pp. 26-29). در واقع، مفهوم «شکل زندگی» برداشت خاصی را از «سوژه» موجب می‌شود. «تفسیر "صورت" به "شکل زندگی" برابر است با اعطا کردن نقش سنتی سوژه [به] انسان‌ها؛ [یعنی] آنچه که فکر می‌کند، می‌داند و زبان را می‌فهمد و ...؛ زیرا صورت اندیشه، معرفت و زبان می‌بایست بشری باشد»

(Bolton, 1982, p. 271). از این رو، پیرس منظومه معرفتی متأخر ویتگنشتاین را مانند فلسفه پروتاگوراس می‌داند: «انسان معیار همه چیز است.» با این توضیح که انسان هم معیار سنجش و هم ابزار آن دانسته می‌شود (Pears, 2006, pp. 23-24). بر اساس نظریه تصویری ویتگنشتاین متقدم، سوژه یا کاربر زبانی هیچ نقشی را در تکون معنا ندارد. بنیان ریاضیات و منطق نیز در خارج از سوژه شکل می‌گیرد (نک: حسین‌زاده یزدی و احمدی افرنجامی، ۱۳۹۱). اما در ویتگنشتاین متأخر هیچ توجیهی بیرون از انسان وجود ندارد و هر نقطه اتکای مورد نیازی باید از خود انسان، اعمال و شکل زندگی او ناشی شود (نک: حسین‌زاده یزدی، ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴). در سوژکتیویسم کانتی، مبنای معرفت در سوژه‌ای استعلایی جا می‌گیرد. اما ویتگنشتاین متأخر این سوژه را از عرش به فرش می‌آورد. از این روست که پیرس تصریح می‌کند فلسفه انسان‌محورانه ویتگنشتاین متأخر، سوژکتیو^۱ نیست (Pears, 2006, p. 3). پر واضح است که مراد پیرس سوژکتیو به معنای کانتی کلمه است و اینجا تمایز ویتگنشتاین با فیلسوفان مدرن مانند دکارت و کانت، روشن می‌شود. از این روست که ویتگنشتاین می‌نویسد: «...و با اعتماد به نفس بنویس «در ابتدا عمل بود.» (OC, 402؛ برای توضیح نک: حسین‌زاده یزدی، ۱۳۹۳).

با این گونه معرفت‌شناسی که خاستگاه معرفت را در امر غیر معرفتی جستجو می‌کند و پای امثال شکل زندگی و بازی‌های زبانی را به بحث باز می‌کند، پذیرش تفاوت در توصیف میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی موونه زیادی نمی‌برد. جهان اسلام و جهان غرب و شکل زندگی متفاوت، در معنای ویتگنشتاینی آن، آنقدرها فاصله دارند که بتوانند دو نظام معرفتی متفاوت را رقم بزنند.

به نظر می‌رسد همین امکان توصیفات گوناگون از امر واحد را پارادایم کوون نیز فراهم می‌آورد. همان گونه که فایرabend هم اذعان می‌کند، ارتباط نزدیکی میان شکل زندگی و بازی‌های زبانی ویتگنشتاین متأخر و پارادایم کوون وجود دارد

۱. برای توضیح معانی مختلف سوژکتیویسم نک: حسین‌زاده یزدی.

(Feyerabend, 1985, p. 129). زمانی که واژگان یکسان، مانند جرم در پارادایم‌های متفاوت، معانی گوناگونی پیدا می‌کند، گوناگونی توصیفات از یک امر واحد هم مشخص است. اما این دیدگاه با مبناگرایی فیلسوفان مسلمان تهافتی آشکار دارد. در نگاه آنان، گزاره‌های حصولی غیر بدیهی به بدیهیت برمی‌گردند. برخی به همین مقدار اکتفا می‌کنند و دیگرانی از ضرورت بازگشت بدیهیت به علوم حضوری تأکید می‌کنند (نک: حسین‌زاده، ۱۳۹۰). نسبی‌گرایی موجود در دیدگاه‌های پست‌مدرن را فیلسوفان مسلمان، برنمی‌تابند. اکنون بر اساس مبناگرایی به خوانش فیلسوفان مسلمان، آیا می‌توان از تفاوت میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی در ساحت توصیفات در مرحله سوم سخن گفت؟

پاسخ مثبت به نظر می‌رسد. به خاطر تفاوتی که در ساحت مفهوم وجود دارد، توصیفات نیز متفاوت می‌شود. تفاوت در این ساحت را در نوشتاری دیگر به تفصیل بررسیده‌ام (نک: حسین‌زاده یزدی، ۱۴۰۳). در اینجا گذارا و به اجمال آن را مرور می‌کنم. مفاهیمی که در علوم مختلف به کار می‌روند، غالباً و شاید همگی مفاهیم مشاهدتی نیستند؛ مفاهیم مشاهدتی، مفاهیمی هستند که مصادیق آن را با حواس پنج‌گانه یا حواس درونی درک می‌کنیم. این مفاهیم به تعبیر فیلسوفان علم نظریه‌بارند و مفاد خود را از نظریاتی می‌گیرند که پس‌پشت آن‌ها قرار دارد (Godfrey-Smith, 2002, p. 157). به عبارت دقیق‌تر، این مفاهیم ردی از مبانی و جهان‌بینی‌هایی را که بر اساس آن سامان می‌گیرند، در خود به همراه دارند. وقتی مبانی معرفتی و جهان‌بینی متفاوت می‌شود، امکان دارد این مفاهیم هم، معنای گوناگونی را به خود گیرند. وقتی مفاهیم متعدد شد، توصیفات که بر اساس آن‌ها از واقعیتی واحد سامان می‌گیرد، نیز متفاوت می‌شود. برای مثال و تقریب به ذهن، زندگی دو نفر را زیر یک سقف و خارج از قوانین شرعی در نظر بگیرید. در دیدگاهی اسلامی، این رابطه می‌تواند با مفهومی مثل زنای دائم حکایت شود و همین واقعیت اجتماعی از منظری متفاوت با مفهوم ازدواج سفید عنوان می‌شود. در این مثال، واقعیت اجتماعی واحد است؛ اما با توصیفات متفاوتی درباره آن مواجه می‌شویم؛ زیرا تفاوت در مبانی، توصیفات متفاوتی را موجب شده است.

نتیجه گیری

علم به معنای رشته علمی، ساحت‌های گوناگونی را شامل می‌شود. شاید بنیادی‌ترین مسیر برای درک تفاوت میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی توجه به ساحت‌های مختلف علوم است. هر یک از این ساحت‌ها باید به دقت تبیین کرد و منطق حاکم بر آن را به دست آورد و در ادامه، بر اساس آن منطق تمایز علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی را بررسید. توجه به این ساحت‌ها نشان می‌دهد که علوم اجتماعی اسلامی در چه بخش‌هایی موفق است و در چه ساحت‌ها هنوز به نقطه مطلوب دست نیافته است.

این نوشتار تمایز میان علوم اجتماعی اسلامی و علوم اجتماعی غربی را در ساحت توصیف در معنای خاص آن به تصویر کشید و این تمایز را در سه مرحله تبیین کرد: ۱. تفاوت در توصیف به دلیل تفاوت در موضوعات است؛ وقتی ارزش‌ها و دغدغه‌ها گوناگون شد، موضوعاتی که پژوهشگران از آن سراغ می‌گیرند، مختلف می‌شود و از این جهت، با توصیفات متمایزی سامان می‌گیرد. دانستیم اصول و ارزش‌های اجتماعی اسلام در واقع اصلی‌ترین دریچه‌ای است که علوم اجتماعی اسلامی از آن منظر به جامعه می‌نگرد و مسائلش بر اساس آن سامان می‌یابد. علوم اجتماعی اسلامی باید بر اساس جامعه مطلوبی که بر پایه اصول و ارزش‌های اجتماعی اسلام سامان یافته، مسائلش را مشخص نماید. این تفاوت پیچیده نیست و پذیرش آن موونه زیادی نمی‌برد؛ ۲. تفاوت به دلیل تفاوت در جهت‌هاست؛ یک واقعیت اجتماعی را می‌توان در نسبت‌های مختلفی نگریست. وقتی ارزش‌ها و مسائل متفاوت باشد، این امکان وجود دارد که گزاره‌های متفاوتی که حاکی از ارزش‌ها و مسائل متفاوت است، نیز در توصیف یک شیء واحد یا یک واقعیت اجتماعی واحد به کار رود. ۳. توصیفات، گزاره‌هایی هستند که از مفاهیم تشکیل می‌شود. مفاهیم از مبانی معرفت‌شناختی و هستی‌شناختی تأثیر می‌پذیرند. زمانی که این مبانی متفاوت شد، این امکان وجود دارد که مفاهیم هم، معنای گوناگونی را به خود گیرند. وقتی مفاهیم متعدد شد، توصیفات که بر اساس آن‌ها از واقعیتی واحد بیان می‌شود، نیز متفاوت می‌شود.

فهرست منابع

- آزاد ارمکی، تقی. (۱۳۷۹). درآمدی بر نظریه‌سازی در جامعه‌شناسی. تهران: کلمه.
- بلیکی، نورمن. (۱۳۹۱). پارادایم‌های تحقیق در علوم انسانی (مترجمان: دکتر سیدحمیدرضا حسنی، محمدتقی ایمان و سیدمسعود ماجدی). قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- حسین‌زاده، محمد. (۱۳۹۰). معرفت بشری؛ زیر ساختها. قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.
- حسین‌زاده یزدی، مهدی و سید محسن ملاباشی. (۱۴۰۰). درآمدی بر دانش اجتماعی مسلمین: انحطاط مسلمانان در اندیشه و آثار شهید مطهری. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- حسین‌زاده یزدی، مهدی؛ احمدی افرنجامی، علی اکبر. (۱۳۹۱). سوژه در تراکتاتوس با توجه به تفسیر دیوید پیرس، متافیزیک، ۴(۱).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی و فاطمه فلاح‌نژاد تفتی. (۱۳۹۸). نسبت عینیت و ارزش‌باری علوم اجتماعی با توجه به دیدگاه فیلسوفان مسلمان. مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۶(۲).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی؛ اخلاقی، نازیلا. (۱۳۹۵). علم دینی در مقام توصیف و توصیه؛ بازخوانی نظریه علم دینی استاد مصباح یزدی. نظریه اجتماعی متفکران مسلمان. ۴(۲).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی؛ اخلاقی، نازیلا. (۱۳۹۶). سرنوشت یک نقد؛ بازخوانی نظریه علم دینی آیت‌الله جوادی آملی. اسلام و مطالعات اجتماعی ۴(۴).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی. (۱۳۹۲). تبیین و بررسی اصالت جامعه از دیدگاه شهید مطهری و استاد مصباح یزدی. نظریه اجتماعی متفکران مسلمان. ۳(۱).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی. (۱۳۹۳). رابطه زبان و واقعیت از منظر ویتگنشتاین متأخر با توجه به تفسیر ایلهام دیلمن. مطالعات جامعه‌شناختی، ۲۱(۱).
- حسین‌زاده یزدی، مهدی. (۱۳۹۴). نقد و بررسی تفسیر ایده‌آلیستی ویلیامز از ویتگنشتاین متأخر. متافیزیک. (۱۹).

- حسین زاده یزدی، مهدی. (۱۴۰۳). خوانشی دیگر از علوم اجتماعی اسلامی: ساحت مفاهیم. نظریه اجتماعی متفکران مسلمان، ۱۴ (۴).
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (مقام معظم رهبری). (۱۳۹۲). طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن، (گردآوری و تنظیم: صهبا). قم: انتشارات مؤسسه ایمان جهادی.
- دیلتای، ویلهلم. (۱۳۸۸). مقدمه بر علوم انسانی (مترجم: منوچهر صانعی دره‌بیدی). تهران: ققنوس.
- شریفی، احمد حسین. (۱۳۹۵). روش‌شناسی علوم انسانی اسلامی. تهران: آفتاب توسعه.
- الصدر، السید محمد باقر. (۱۴۲۴ق). اقتصادنا، ناشر: مرکز الابحاث و الدراسات التخصصیه للشهید الصدر
- کلمن، جیمز. (۱۳۸۶). بنیادهای نظریه اجتماعی (مترجم: منوچهر صبوری). تهران: نی.
- کون، تامس. (۱۳۹۴). ساختار انقلاب‌های علمی (مترجم: سعید زیباکلام). تهران: انتشارات سمت.
- نیومن، ویلیام لارنس. (۱۳۹۵). شیوه‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی (مترجمان: حسن دانایی‌فرد، سیدحسین کاظمی، ج ۱). تهران: موسسه کتاب مهربان‌نشر.
- ویتگنشتاین، لودویگ. (۱۳۸۷). در باب یقین (مترجم: مالک حسینی). تهران: انتشارات هرمس.
- Abend, G. (2008). The meaning of 'theory'. *Sociological theory*, 26 (2), pp. 173-199.
- Bolton, Derek. (1982). *Life-form and Idealism, in Idealism, Past and Present*. ed. G. Vesey. Cambridge: Cambridge University Press.
- Feyerabend, Paul K. (1985). *Problems of empiricism* (Philosophical papers, Volume 2), Cambridge University Press.
- Giddens, A (Ed.). (1974). *Positivism and Sociology*. London, England Heinemann Educational Books, Ltd
- Giddens, Anthony. (2007). *New Rules of Sociological Method: A Positive Critique of Interpretative Sociologies*, Second Edition, Polity Press.
- Godfrey-Smith, Peter. (2003). *Theory and reality: An introduction to the philosophy of science*. Chicago: University of Chicago Press

- Hoseinzadeh Yazdi, Mahdi; Mehrshad, Ahmad; Mollabashi, Mohsen. (2018). The Methodology for Prioritising Iran's Social Problems, *Pertanika Journal of Social Sciences, & Humanities*, Vol 26T, p. 125
- Howell, Kerry E. (2013). *An Introduction to the Philosophy of Methodology*, SAGE Publications Ltd.
- Ladyman, James. (2002). *Understanding philosophy of science*, London and New York.
- Pears, David (1971). *Wittgenstein*, Frank Kermode (ed.), London: Fontana.
- Pears, David. (2006). *Paradox and Platitude in Wittgenstein's Philosophy*. Oxford University Press.
- Pleasants, Nigel. (2000). *Winch, Wittgenstein and the Idea of a critical social theory, History of The Human Sciences*. Vol. 13 No. 1.
- Risjord, Mark. (2014). *Philosophy of social science A Contemporary introduction*, Routledge.
- Williams, Bernard. (1981). *Wittgenstein and Idealism, in Moral Luck*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Winch, Peter. (2003). *The Idea of a social science and its Relation to Philosophy*. London: Routledge

An Explanation of the Jurisprudential Requirements of Cyber Governance*

Saeed Amir Kaveh¹

Mansour Ghaffari Gusheh² 

1. Assistant Professor, Faculty of Religion and Media, Islamic Republic of Iran Broadcasting University, Tehran, Iran. samirkave@gmail.com

2. MA, Faculty of Religion and Media, Islamic Republic of Iran Broadcasting University, Tehran, Iran (**Corresponding Author**).
mansoorghaffari89320@gmail.com



Abstract

Given the rapid development of cyberspace and the necessity of addressing its governance issues, this study aims to explain the jurisprudential requirements of cyber governance, focusing on four main pillars of communication: the sender, the receiver, the message, and the medium. The research adopts an ijthadi (jurisprudential reasoning) method, relying on the Qur'an, Hadiths, and the opinions of Shi'a jurists to analyze the subject. The findings indicate that jurisprudential requirements related to the sender include securing the right to disseminate information, prohibiting the spread of falsehoods, violation of honor, promotion of immorality, and rumors, as well as observing intellectual property rights. Regarding the receiver, the requirements involve ensuring the right of access to information, protecting privacy, and providing user education. In the message dimension, prohibiting the publication of

* Amir Kaveh, S. & Ghaffari Gusheh, M. (2025). An Explanation of the jurisprudential requirements of cyber governance. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 93-122.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.71514.2140>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/04/16 • **Revised:** 2025/06/29 • **Accepted:** 2025/10/21 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



security-related content, content filtering, and promoting suitable content are essential. Finally, concerning the medium, requirements such as ensuring equitable access, protecting data, and developing national information networks are emphasized. The study concludes that cyber governance based on Shi'a jurisprudence can contribute to creating a healthy and secure environment in cyberspace.

Keywords

Cyber governance, Shi'a jurisprudence, jurisprudential requirements, sender, receiver, message, medium.

تبیین بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی*

سعید امیرکاوه^۱ منصور غفاری گوشه^۲ 

۱. استادیار، دانشکده دین و رسانه، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران.

samirkave@gmail.com.

۲. کارشناسی ارشد، دانشکده دین و رسانه، دانشگاه صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

mansoorghaffari89320@gmail.com



چکیده

با توجه به گستردگی روزافزون فضای مجازی و ضرورت پرداختن به مسائل حکمرانی آن، این پژوهش با هدف تبیین بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی، با تمرکز بر چهار رکن اصلی ارتباط (فرستنده، گیرنده، پیام و ابزار)، انجام شده است. روش تحقیق این پژوهش، روش اجتهادی است که با استناد به قرآن کریم، روایات و آرای فقهای شیعه، به بررسی این موضوع پرداخته است. یافته‌ها نشان می‌دهد که بایسته‌های فقهی ناظر به فرستنده شامل تأمین حق انتشار اطلاعات، منع نشر دروغ، هتک حرمت، اشاعه فحشا و شایعه، و رعایت مالکیت معنوی است. در مورد گیرنده، بایسته‌هایی مانند تأمین حق دسترسی به اطلاعات، حفظ حریم خصوصی و آموزش کاربران مطرح می‌شود. در حوزه پیام، ممنوعیت نشر محتوای امنیتی، پالایش محتوا و ترویج محتوای مناسب ضروری است. همچنین، در مورد ابزار، بایسته‌هایی مانند تأمین دسترسی عادلانه، حفاظت از داده‌ها و ایجاد شبکه‌های ملی اطلاعات مورد تأکید قرار گرفته است. این پژوهش نشان می‌دهد که حکمرانی فضای مجازی م بیتی بر فقه شیعه، می‌تواند به ایجاد فضایی سالم و امن در این عرصه کمک کند.

کلیدواژه‌ها

حکمرانی فضای مجازی، فقه شیعه، بایسته‌های فقهی، فرستنده، گیرنده، پیام، ابزار.

* امیرکاوه، سعید؛ غفاری گوشه، منصور. (۱۴۰۴). تبیین بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۹۳-۱۲۲.
<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.71514.2140>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۲۷ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۴/۰۸ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



مقدمه

فضای مجازی به‌مانند پدیده‌ای تحول‌ساز در عصر حاضر، با تکیه بر فناوری اطلاعات و ارتباطات، تمامی ابعاد زندگی بشر را دگرگون کرده است. این فضا نه تنها نقش بستری برای تبادل داده‌ها را ایفا می‌کند، بلکه به ابزاری مؤثر در مدیریت جوامع و شکل‌دهی به حوزه‌های کلیدی مانند آموزش، فرهنگ، تجارت و سیاست تبدیل شده است (عاملی، ۱۳۹۷، ص ۱۷). گسترش سریع آن منجر به شکل‌گیری جامعه‌ای شبکه‌ای شده که در آن روابط انسانی، اقتصادی و سیاسی دستخوش تحولات اساسی گردیده‌اند.

فضای مجازی ساختارهای حکمرانی را دگرگون ساخته است. ماهیت غیرمتمرکز، سیال و جهانی این فضا، چالش‌های بی‌سابقه‌ای برای نظام‌های حکمرانی ایجاد کرده است (فیروزآبادی، ۱۳۹۹، ص ۲۳). در حالی که حکمرانی سنتی به اداره امور عمومی محدود بود، امروزه با ظهور فضای مجازی، این مفهوم گسترش یافته و شامل فرآیندهای تصمیم‌گیری، اعمال قدرت و تنظیم روابط میان دولت، بخش خصوصی و نهادهای عمومی می‌گردد. در این چارچوب، حکمرانی فضای مجازی به ایجاد ارزش‌ها، هنجارها و استانداردهای رسمی و غیررسمی برای رفتار این نهادها تعریف می‌شود (فیروزآبادی، ۱۳۹۹، ص ۴۳).

حکمرانی فضای مجازی نیازمند چارچوب‌های سیاستی و قانونی کارآمد برای نظارت و تنظیم روابط است. این امر مستلزم تعریف ارزش‌ها و استانداردهای رفتاری (رسمی و غیررسمی) در مقام اولویتی حکومتی است. با این حال، ماهیت فرامرزی، غیرمتمرکز و پیچیده فضای مجازی، همراه با چالش‌های فنی و اخلاقی، اجرای حکمرانی مؤثر را دشوار می‌سازد.

فقه در نقش نظامی الهی برای تنظیم روابط انسانی، می‌تواند مبانی ارزشی حکمرانی فضای مجازی را تأمین کند. فقه شیعه با ویژگی‌های منحصر به فردی چون جامعیت و انعطاف، قادر به ارائه راهکارهای حقوقی و اخلاقی برای چالش‌های فضای مجازی است. با این حال، تحقیقات کافی در این زمینه انجام نشده و خلأ پژوهشی مشهودی وجود دارد. اهمیت این پژوهش از تأثیر همه‌جانبه فضای مجازی بر زندگی فردی و اجتماعی و

تبدیل شدن آن به یکی از ارکان اصلی حیات بشری نشأت می‌گیرد. گسترده‌گی کاربران، مدت زمان استفاده قابل توجه، تأثیر عمیق بر ساختارهای سیاسی-فرهنگی و بهره‌گیری کشورها از این فضا در مدیریت جامعه، همگی ضرورت حکمرانی مؤثر بر فضای مجازی را آشکار می‌سازند.

با توجه به جامعیت دین اسلام و نقش راهبردی فقه در تنظیم روابط اجتماعی و حکمرانی، بررسی ابعاد حکمرانی فضای مجازی از منظر فقهی امری ضروری است. این پژوهش با تبیین الزامات فقهی حکمرانی فضای مجازی بر اساس مکتب شیعه، در پی تدوین الگویی است که همسو با فطرت الهی انسان بوده و مسیر سعادت را در عصر دیجیتال هموار سازد.

هدف اصلی این پژوهش تبیین بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی در بعد سیاست‌گذاری است که طی آن سیاست‌ها و هنجارهای مناسب برای دستیابی به وضعیت مطلوب تعیین می‌شود. این بعد در جایگاه پایه‌ای‌ترین مرحله حکمرانی، اهداف و اولویت‌های کلی را مشخص می‌کند که مبنای اقدامات اجرایی در سایر ابعاد (اجرا، نظارت و ارزیابی) قرار می‌گیرد. سیاست‌گذاری نقشه راه و نقطه آغازین حکمرانی محسوب می‌شود که جهت‌گیری‌های کلان و تصمیمات اساسی در آن شکل می‌گیرد.

هر ارتباطی اساساً شامل سه عنصر فرستنده، پیام و گیرنده است (دادگران، ۱۳۸۸، ص ۳۵) که در بستر ابزاری مناسب شکل می‌گیرد. بر این اساس، سیاست‌گذاری و قاعده‌گذاری در فضای مجازی باید در کنار این سه عنصر، ابزار را نیز به‌مثابه عنصر دیگری مدنظر قرار دهد. پژوهش حاضر بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی را بر مبنای این عناصر چهارگانه تبیین و دسته‌بندی می‌کند.

چارچوب نظری

نظریه‌های هنجاری رسانه باید‌ها و نبایدهای حاکم بر رسانه‌ها و نظام‌های کنترل آنها را بررسی می‌کنند. کنترل و مالکیت رسانه‌ها مستقیماً بر محتوا و تأثیرات رسانه‌ای تأثیرگذار است. این نظام‌های کنترل متأثر از فلسفه سیاسی، حقوق، اخلاق و نظام‌های اقتصادی هستند، به‌طوری‌که ساختار قدرت سیاسی، چارچوب‌های حقوقی و

مکانیسم‌های اقتصادی به صورت مستقیم فعالیت‌های رسانه‌ای را هدایت می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰، ص ۸۹). مطالعات پنج دهه اخیر رابطه مستقیم بین الگوهای مطبوعاتی و ساختارهای سیاسی-اقتصادی جوامع را تأیید می‌کنند (مولانا، ۱۴۰۲، ص ۱۱).

۱- نظریه اقتدارگرا در جوامع پادشاهی مطرح است که در آن مطبوعات تابع قدرت دولت و منافع حاکمان عمل می‌کنند. این نظریه با ویژگی‌هایی چون وابستگی رسانه‌ها به دولت، سانسور نظام‌مند و مجازات رسانه‌های مستقل شناخته می‌شود (مک‌کویل، ۱۳۸۵، ص ۱۶۲).

۲- نظریه رسانه‌های آزاد: این نظریه بر آزادی فردی و حق انتشار بدون سانسور تأکید دارد. اصول آن مبتنی بر برتری فرد، خرد، حقیقت و حاکمیت اراده مردم است. هرچند سانسور پیش از نشر ممنوع است، اما حفاظت از آبرو، حریم خصوصی و امنیت ملی بر آزادی انتشار اولویت دارد (مک‌کویل، ۱۳۸۵، صص ۱۶۴-۱۶۹).

۳- نظریه مسئولیت اجتماعی: این نظریه درصدد ترکیب استقلال رسانه با تعهد به جامعه است. رسانه‌ها وظایفی اساسی در قبال جامعه، به‌ویژه در سیاست دموکراتیک، دارند. این نظریه خوش‌بینی نظریه رسانه‌های آزاد را کنار گذاشته و بر مسئولیت‌پذیری رسانه‌ها تأکید می‌کند (مک‌کویل، ۱۳۸۵، صص ۱۶۹-۱۷۱).

۴- نظریه رسانه‌های شوروی: در این نظریه، رسانه‌ها باید تحت کنترل سازمان‌های طبقه کارگر، به‌ویژه حزب کمونیست، باشند. رسانه‌ها نقش مثبتی در شکل‌گیری جامعه و حرکت به سوی کمونیسم دارند و وظایفی مانند اجتماعی‌سازی و کنترل اجتماعی غیررسمی بر عهده آن‌ها است (مک‌کویل، ۱۳۸۵، صص ۱۷۲-۱۷۴).

۵- نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش: این نظریه برای کشورهای در حال توسعه طراحی شده و بر استقلال فرهنگی، توسعه ملی و مسئولیت‌پذیری دموکراتیک تأکید دارد. آزادی رسانه‌ها ممکن است تحت الشعاع مسئولیت‌های جمعی قرار گیرد (مک‌کویل، ۱۳۸۵، صص ۱۷۴-۱۷۷).

۶- نظریه مشارکت دموکراتیک رسانه‌ها: این نظریه در جوامع توسعه‌یافته لیبرال مطرح شده و به دنبال کاهش تجاری‌شدن و انحصار رسانه‌ها است. رسانه‌ها باید مستقیماً تحت کنترل مخاطبان باشند و فرصت‌هایی برای مشارکت مردمی فراهم کنند (مک‌کویل، ۱۳۸۵، صص ۱۷۷-۱۸۰).

نکته مهم و کلیدی در مورد این نظریات در مقام هماهنگ‌کننده رابطه رسانه و حاکمیت این است که در عمل، هیچ‌یک از این نظریه‌ها به شکل خالص اجرا نمی‌شوند، بلکه ترکیبی از اصول آنها در نظام‌های رسانه‌ای مختلف به کار گرفته می‌شود (مک‌کویل، ۱۳۸۵، ص ۱۶۰). بررسی این نظریه‌ها نشان می‌دهد سه مفهوم محوری «استقلال»، «آزادی» و «امنیت» در کانون مباحث نظری قرار دارند.

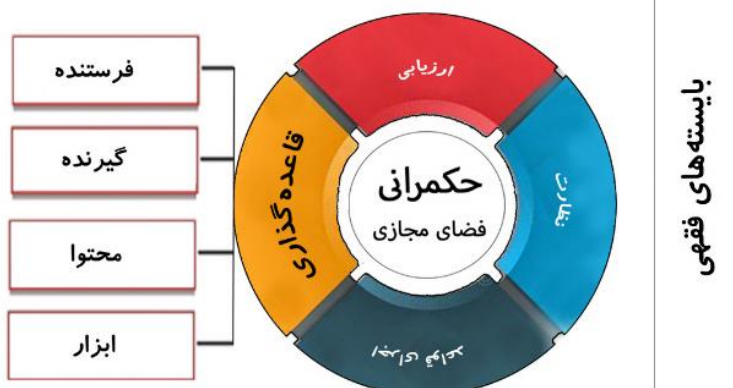
نظریه اقتدارگرا در نظام‌های پادشاهی، آزادی‌ها را به نفع حفظ قدرت حاکم محدود می‌کند و امنیت نظام سیاسی را بر امنیت فردی و رسانه‌ای ترجیح می‌دهد. در واکنش به این رویکرد، نظریه رسانه‌های آزاد با تأکید بر ارزش آزادی شکل گرفت که گاه در بستر مبارزه با استعمار، آزادی را به معنای استقلال می‌دانست. این نظریه اگرچه آزادی بیان را ارج می‌نهد، اما آن را با ملاحظات امنیتی مانند حفظ حریم خصوصی، آبروی افراد و امنیت ملی محدود می‌کند. بر اساس این نظریه، اگرچه انتقاد از دولت نباید موجب مجازات شود، اما تجاوز به امنیت ملی از این قاعده مستثنی است (مهرداد، ۱۳۸۰، ص ۱۱۱). نظریه مسئولیت اجتماعی در راستای ناکارآمدی نظریه آزادی در صدد محدود نمودن آزادی به دنبال متعهد نمودن رسانه برآمد و به جهت تامین امنیت، رسانه را مسئول و ملزم به پاسخگویی نمود که نشان از اولویت مفهوم امنیت در این نظریه دارد. بررسی نظریه رسانه‌های شوروی دو محور اصلی را نشان می‌دهد: آزادی (به مفهوم رهایی از جامعه طبقاتی) و امنیت، همراه با تأکید بر وفاداری به حزب که نشانگر اهمیت استقلال در این نظریه است. از سوی دیگر، نظریه رسانه‌های توسعه‌بخش با اولویت دادن به حفظ زبان و فرهنگ ملی و مقابله با سلطه خارجی (امیرپور و بهرامیان، ۱۳۹۲، ص ۲۳۹)، استقلال و امنیت را بر آزادی ترجیح می‌دهد و در بسیاری موارد آزادی را فدای این دو عنصر می‌کند. محدود کردن آزادی به منظور رفع موانع توسعه، امنیت و ثبات را به مانند اساس مسیر توسعه در نظر دارد. در نظریه مشارکت دموکراتیک، آزادی به شکل حق دسترسی برابر شهروندان و اقلیت‌ها به رسانه‌ها و جلوگیری از انحصار دولتی تجلی می‌یابد. به رسمیت شناختن گروه‌های مختلف و مخالفت با جامعه توده‌وار (مهدی‌زاده، ۱۴۰۰، ص ۹۷) نشان‌دهنده اهمیت عنصر استقلال در این نظریه است. همچنین همانند نظریه

مسئولیت اجتماعی، رسانه‌ها را ملزم به حفظ امنیت مخاطبان و جامعه می‌داند. نکته کلیدی این است که هرچند عناصر آزادی، استقلال و امنیت در نظریه‌های رسانه‌ای مشترک هستند، اما برداشت هر نظریه از این مفاهیم کاملاً متمایز است. برای مثال، تعریف «آزادی» در هر نظریه با دیگری تفاوت بنیادین دارد (مک‌کویل، ۱۳۸۵، ص ۱۸۱). آنچه اهمیت دارد، محوریت این مفاهیم در کانون نظریه‌پردازی‌های رسانه‌ای است، نه تعریف یکسان از آنها.

مفاهیم سه‌گانه امنیت، استقلال و آزادی در متون دینی نیز جایگاه ویژه‌ای دارند. در این منابع، آزادی یک ارزش والای انسانی شناخته می‌شود (مطهری، ۱۳۸۴، ج ۲۳، ص ۱۱۷)، در حالی که امنیت - که تنها محدود به حفظ جان و مال نیست، بلکه شامل حیثیت و شخصیت افراد نیز می‌گردد - نعمتی بی‌بدیل تلقی شده است (عباس‌نژاد، ۱۳۸۵، ص ۵۶۴). استقلال نیز در قرآن کریم با تأکید بر نفی سلطه کافران و حفظ عزت مسلمانان مورد توجه قرار گرفته است.

با توجه به این مبانی و با بهره‌گیری از نظریه‌های هنجاری رسانه، می‌توان بایسته‌های فقهی حکمرانی فضای مجازی را در چارچوب سه عنصر کلیدی آزادی، امنیت و استقلال و بر اساس اصول فقه شیعه تدوین و استقصا نمود.

دیدگاه اسلامی با محوریت سه مفهوم استقلال، آزادی و امنیت (با استفاده از نظریات هنجاری رسانه)



روش پژوهش

پژوهش حاضر از روش تحقیق اجتهادی بهره می‌برد که در آن فقیه با تکیه بر منابع اصلی دینی (قرآن، سنت، عقل و اجماع) به استنباط احکام شرعی می‌پردازد (حلی، ۱۴۲۳ق، ص ۲۵۳). این روش شامل بررسی دقیق موضوع از طریق مراجعه به منابع لغوی، دینی و مشورت با اهل خبره است. سپس با جمع‌آوری آیات و روایات مرتبط و تحلیل آنها بر اساس قواعد اصول فقه و علم رجال، و با بهره‌گیری از عقل و اجماع، حکم شرعی استخراج می‌شود. در این فرآیند از روش‌های غیرمعتبری مانند قیاس و استحسان پرهیز می‌شود.

بایسته‌های فقهی ناظر به فرستنده

ناظر به فرستنده در نقش یکی از ارکان اصلی ارتباط، شش بایسته فقهی را می‌توان مورد بحث قرار داد که حقوق، وظایف و مسئولیت‌های فرستنده را در قبال محتوا و اطلاعات ارسالی مشخص می‌کنند و عبارتند از:

۱- تأمین حق انتشار اطلاعات

آزادی بیان به مثابه حقی بنیادین در رسانه، شامل آزادی در بیان عقیده و نظر از طریق ابزارهای ارتباطی است و مفاهیمی مانند آزادی مطبوعات، آزادی کلام و آزادی ارتباطات را در بر می‌گیرد (انصاری، ۱۳۹۰، ص ۹). این حق زمینه‌ساز تبادل افکار است، اما در اسلام محدود به رعایت حریم الهی، حقوق افراد، قوانین اجتماعی، اخلاقیات و امنیت ملی می‌شود (نظری، ۱۳۹۸، ص ۱۶۲). هرگونه تعرض به این حدود، تعدی محسوب می‌گردد فلذا محتوی تولیدی نباید از این حدود فرا رود. در قرآن و سیره معصومین بر آزادی بیان تأکید شده است. آیه «یستمعون القول فیتبعون احسنه» (زمر/ ۱۸) براهمیت انتخاب بهترین گفتار دلالت دارد که لازمه اش آزادی گفتارهاست (جوادی آملی و مصطفی‌پور، ۱۳۸۴، ص ۸)، معصومین نیز مجال بیان آزادانه نظرات را-برای افراد عادی و عالمان سایر ادیان و...- فراهم می‌کردند (سبحانی، ۱۳۸۵، ص ۸۴۳؛ مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۹، ص ۲۵۷).

در نهایت، بر اساس اصالة الاباحه (اصل اولی جواز)، بیان و نشر اطلاعات و عقاید در مواردی که دلیلی بر ممنوعیت آن-مانند توهین و...- وجود ندارد، آزاد است.

۲- منع انتشار دروغ

حرمت دروغ در اسلام به صورت صریح تأیید شده است. شیخ انصاری آن را از ضروریات عقول و ادیان می‌داند (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۱۱). این حکم با استناد به چهار منبع استنباط (آیات، روایات، اجماع و عقل) اثبات می‌شود. البته در دیدگاه برخی از فقها، عقل نمی‌تواند با چشم پوشی از مفاسد مترتب بر دروغ به حرمت آن حکم نماید و حکم عقل در این مسئله به نکته مفاسد مترتب بر دروغ است نه ذات دروغ (خویی، بی‌تا، ج ۱، ص ۳۸۵).

سه دیدگاه اصلی درباره ملاک صدق و کذب وجود دارد:

۱. دیدگاه مشهور فقها که تطابق با واقعیت خارجی را ملاک می‌دانند. در این نگاه، اگر خبری با واقعیت منطبق نباشد، صرف نظر از اعتقاد گوینده، کذب محسوب می‌شود ولو که گوینده مطابق با باور اشتباه خود، خبری را بیان کرده باشد.
۲. دیدگاه دوم که تطابق با اعتقاد گوینده را معیار می‌دانند. بر این اساس، اگر گوینده به گفته خود اعتقاد داشته باشد و مطابق با آن کلامی را بیان نماید حتی اگر با واقعیت مغایر باشد، کاذب نخواهد بود (خویی، بی‌تا، ج ۱، ص ۳۹۵).
۳. دیدگاه سوم هماهنگی همزمان با واقعیت و اعتقاد گوینده را شرط می‌دانند. بر این اساس، فقط وقتی کلامی صادق است که هم با واقعیت خارجی و هم با باور گوینده مطابقت داشته باشد. اگر با هر دو ناسازگار باشد، کذب محسوب می‌شود. اما اگر فقط با یکی از این دو (واقعیت یا اعتقاد) هماهنگ باشد، نه صادق است و نه کاذب. این دیدگاه با تقسیم بندی رایج عرف که فقط دو حالت صدق و کذب را می‌شناسد، سازگاری ندارد (خویی، بی‌تا، ج ۱، ص ۳۹۷).

دیدگاه ما معیار دروغ را قصد فریب مخاطب می‌دانند. از آنجا که گوینده همواره

اعتقادات خود را عین واقعیت می‌پندارد، زمانی که عامدانه برخلاف این اعتقاد (که خود آن را حقیقت می‌داند) سخن بگوید تا مخاطب را گمراه کند، عرفاً دروغگو محسوب می‌شود.

در بررسی دروغ، مسائلی چون مبالغه، شوخی، موارد مشکوک و استثنائات نیازمند تحلیل تفصیلی هستند. به طور خلاصه، مبالغه‌ای که پایه در واقعیت داشته باشد، مصداق دروغ محسوب نمی‌شود (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۱۶). همچنین ادله اقامه شده بر حرمت دروغ در موارد شوخی از صحت و دلالت سندی و متنی کافی برخوردار نیستند (خویی، بی‌تا، ج ۱، ص ۳۹۰؛ خمینی، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۷۵). نشر مطالب مشکوک نیز هرچند در بیان برخی فقها مورد ممنوعیت قرار گرفته است (تبریزی، ۱۴۱۶ق، ج ۱، ص ۲۳۷) اما به نظر ما ادله دلالت کافی بر این ممنوعیت را نخواهند داشت. همچنین در سه مورد اضطرار، اصلاح و خدعه در جنگ، حرمت دروغ تخصیص خورده است (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۲۱؛ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵، ص ۱۳۳).

۳- منع هتک حرمت

حرمت و اعتبار هر شخصی محترم است و نباید در فرآیند ارتباط یا تولید محتوا، لطمه‌ای به آبرو و اعتبار دیگران وارد شود. فرستنده یا تولیدکننده محتوا باید نسبت به این موضوع مسئولانه رفتار کند. هتک حرمت افراد می‌تواند در قالب‌های نه گانه سب، غیبت، افتراء، قذف، هجو، تمسخر، نیمه، تعییر و تشبیب صورت پذیرد.

حرمت به دو نوع تقسیم می‌شود:

۱. حرمت نوع اول: احترامی است که هر فرد به صرف انسان بودن از آن برخوردار است یا می‌تواند برای خود ادعا کند. این نوع حرمت، جنبه شخصی و ذاتی دارد و معمولاً به آن آبرو گفته می‌شود. آبرو بیشتر جنبه معنوی دارد و تنها اشخاص حقیقی می‌توانند از آن بهره‌مند باشند.

۲. حرمت نوع دوم: اعتبار و شهرتی است که فرد در نتیجه فعالیت‌ها یا دلایل دیگر در جامعه یا نزد دیگران به دست می‌آورد. این نوع حرمت، جنبه اکتسابی دارد و

معمولاً به آن اعتبار یا شهرت گفته می‌شود. اعتبار بیشتر جنبه مالی دارد و مانند یک کالا محاسبه می‌شود. علاوه بر اشخاص حقیقی، اشخاص حقوقی نیز می‌توانند از آن بهره‌مند باشند (انصاری، ۱۳۹۰، ص ۲۱۰).

در فقه شیعی، حرمت سب (دشنام) به صورت اجمالی مورد پذیرش قرار گرفته است. شیخ انصاری این حکم را مستند به ادله اربعه (قرآن، حدیث، عقل و اجماع) دانسته است. (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۲۵۳) این حکم همان طور که در کلام شیخ انصاری آمده است البته به سب مؤمنین اختصاص دارد، یعنی حرمت قطعی و اجمالی سب در مورد تعلق سب به شیعیان می‌باشد کما اینکه غالب فقیهان عنوان "سب المؤمن" را موضوع بحث قرار داده‌اند. برخی سب غیر مؤمنان و مشرکین را از جمله طاعات الهی برشمرده‌اند (نجفی، ۱۴۲۰ق، صص ۵۶-۵۰) اگرچه برخی فقیهان موضوع حرمت را "سب المسلم" قرار داده‌اند که نفی اختصاص بحث به شیعیان را در پی دارد (سبزواری، ۱۴۱۳ق، ج ۱۶، ص ۹۷).

از آیات قرآن کریم می‌توان به آیه شریفه *وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُمْ بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ* (انعام، ۱۰۸) اشاره نمود. همچنین به آیه شریفه *وَاجْتَنِبُوا قَوْلَ الزُّورِ* (حج ۳۰) به این بیان که مراد از قول زور هرگونه کلام باطل است (خمینی، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۳۰۸) نیز استناد شده و سب نیز از روشن‌ترین مصادیق آن دانسته شده است (سبزواری، ۱۴۱۳ق، ج ۱۶، ص ۹۶). همچنین در روایات از سب به مثابه عامل دشمنی و عداوت میان مردم، فاسق‌بودن و در شرف هلاکت قرار گرفتن کسی که مؤمنی را سب نماید، یاد شده است (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۲، ص ۲۹۷). معصومین علیهم السلام اشاره فرموده‌اند که سب و فحاشی جایگاهی در دین آئین آنان ندارد (مفید، ۱۴۱۳ق، ص ۹۰) همچنین از شرایط ایمان و تکمیل آن ترک سب دانسته شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۲۲۷). البته حرمت سب نیز در مواردی دچار تخصیص شده است که در جای خود مورد بررسی قرار گرفته است.

حرمت غیبت - پرداختن به عیوب مخفی دیگران در جهت تنقیص آنان در فضایی که حضور ندارند - در فقه شیعی، مسئله‌ای کاملاً واضح و آشکار است که مورد تردید

و شبهه نیست. آیات متعددی مانند آیه ۱۲ سوره حجرات، ۱۴۸ سوره النساء به حرمت غیبت اشاره دارند. در برخی روایات از غیبت با تعابیری چون تشیع فاحشه، أسوء و أشد از زنا، عامل محرومیت از بهشت، از بین برنده اعمال، خوراک سگان جهنم، موجب بغض الهی، عامل خروج از ولایت الهی و دخول در ولایت شیطان و موارد متعدد دیگری ذکر شده است (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۲، ص ۲۷۸). غیبت از گناهان کبیره محسوب می‌شود و شیخ انصاری هر تردیدی در این امر را نادرست می‌داند (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۳۱۸). این حرمت مختص مؤمنان است و شامل غیرمسلمانان نمی‌گردد، چرا که روایات موضوع غیبت را «مؤمن» دانسته و هرچند موضوع آیه دال بر منع غیبت «أخ» می‌باشد اساساً نسبت به مخالفان، مخالفین اخوتی ثابت نیست بلکه دستور به لزوم تبری از آنان وجود دارد (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۳۱۹). البته این حکم نیز مانند سایر احکام، استثنائاتی دارد که باید جداگانه بررسی شود.

افترا (نسبت دروغین اعمال مجرمانه) از مصادیق دروغ و آزار بوده و در روایات اسلامی حرام شمرده شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۵۷). این عمل هم موجب آسیب فردی می‌شود و هم پیامدهای اجتماعی منفی دارد.

قذف - نسبت دادن زنا یا لواط به دیگران - از گناهان کبیره بوده و نه تنها باعث هتک حرمت فرد می‌شود، بلکه ممکن است منجر به عواقب شدید اجتماعی و حقوقی شود. حرمت قذف در آیات - آیه ۴ و ۲۹ سوره نور - و روایات متعددی مورد تأکید قرار گرفته است (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵، ص ۳۱۸).

هجو در جایگاه یکی از مصادیق سب و شتم، ممنوع و دارای حکم حرمت است. عمده تفاوت هجو با سب در این است که مبتنی بر نظر اکثر لغویین و فقها، در قالب شعر محقق می‌گردد. هجو در موارد متعددی می‌تواند عناوین ممنوعه‌ای چون آزار دادن آزار دادن مؤمن، افشای سر، سرزنش و... را محقق نماید از همین روی علاوه بر ادله خاصی - آیه ۱ سوره همزه - که بر حرمت آن وجود دارد، ادله عام مرتبط با غیبت و آزار دادن و... نیز دال بر حرمت هجو خواهند بود. حرمت هجو البته در نظر مشهور فقیهان مختص به مؤمنین خواهد بود؛ بنابراین هجو غیر آنان بدون اشکال است.

استهزا و تمسخر دیگران از مصادیق تحقیر و آزار دادن محسوب می‌شود و در اسلام ممنوع است. استهزا نه تنها باعث ناراحتی فرد می‌شود، بلکه ممکن است منجر به تضعیف روحیه و آسیب‌های روانی شود. آیات - (آیه ۷۹ سوره توبه، ۱۱ سوره حجرات) - و روایات متعددی بر حرمت استهزا تأکید دارند.

نمیه به معنای انتقال سخنان ناخوشایند بین افراد است و از مصادیق فتنه‌انگیزی محسوب می‌شود. سخن‌چینی نه تنها باعث ایجاد اختلاف و دشمنی می‌شود، بلکه ممکن است منجر به افشای اسرار و آزار دیگران شود. حرمت نمیه در آیات - (۲۵ رعد، ۲۱۷ بقره) - و روایات متعددی - (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۲، ص ۳۰۶) - مورد تأکید قرار گرفته است.

تعییر نیز به معنای سرزنش و توبیخ دیگران است و از مصادیق تحقیر و آزار دادن محسوب می‌شود. حرمت تعییر در روایات متعددی مورد تأکید قرار گرفته است (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۲، ص ۲۷۶).

تشبیب نیز به معنای ذکر محاسن و زیبایی‌های زن مؤمنه آشنا و محترمه در قالب شعر است و معمولاً با اظهار علاقه همراه می‌شود. در استدلال برای حرمت این عمل به عموماً حرمت لهو و باطل، حرمت فحشا، منافات با عفت، ممنوعیت تهییج شهوت و... تمسک شده است (انصاری، ۱۴۱۵ق، ج ۱، ص ۱۷۸).

۴- منع اشاعه فحشاء

اشاعه فحشا به معنای انتشار و ترویج اعمال بسیار زشت است، چه از طریق انجام علنی آن عمل، تشویق دیگران به ارتکاب یا انتشار اخبار مربوطه. از آنجا که حفظ آبروی مؤمن واجب است، نباید خطاهای او را منتشر کرد. افزون بر این، ترویج هر عمل حرامی مانند رفتارهای منافی عفت، خود گناهی مستقل محسوب می‌شود.

آیه ۱۹ سوره نور با وعده عذاب برای اشاعه‌دهندگان فحشا، به روشنی حرمت این عمل را بیان می‌کند. عبارت "حَبَّ اشاعه فحشاء" در آیه نشان می‌دهد که این افراد از روی میل و رغبت (نه بی‌مبالاتی) به ترویج فحشا می‌پردازند. موید این مطلب شأن نزول

آیه است که اشخاصی عامدانه و با برنامه ریزی به دنبال نشر شایعات در ماجرایی‌های افک بودند (صدر، ۱۴۰۸ق، ج ۱، ص ۲۹۲). بنابراین باید بین کار و عملی که آگاهانه به قصد اشاعه محقق شده است با عمل و کاری که بدون قصد و ناخودآگاه منجر به اشاعه شده است تفاوت قائل شد. بر اساس روایات (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۸، ص ۱۴۷)، حتی اگر ارتکاب عمل زشتی با شهادت پنجاه نفر هم ثابت شود، نشر آن - به استناد آیه ۱۹ سوره نور - ممنوع است. امامان معصوم با تأکید بر این حکم، دستور به "تکذیب گوش و چشم" داده‌اند؛ یعنی حتی در صورت مشاهده یا شنیدن عمل زشت، نباید آن را منتشر کرد تا حیثیت مؤمن حفظ شود. البته حد وسط استدلال امام مشخص است یعنی انتشار در جایی که منجر به هدم مروّت و رسوایی شخص می‌گردد ممنوع است فلذا مورد روایت در جایی است که انتشار فاحشه به آبروی افراد لطمه می‌زند و دلالتی بر نهی از انتشار گزارشات در مورد تحقق فحشا بدون استناد به شخص خاصی ندارد.

۵- منع نشر شایعه

شایعه‌پراکنی - یعنی انتشار اخبار اثبات‌نشده یا ترکیبی از حقایق و دروغ‌ها - حتی اگر در قالب بیان مطالب مشکوک باشد، ممنوع است. این عمل که صرفاً مبتنی بر گمان است و نباید مبنای تصمیم‌گیری یا اثرگذاری قرار گیرد. در برخی آیات - ۱۰ و ۱۱ ذاریات، ۸۳ نساء، ۶۰ و ۶۱ احزاب - و روایات (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۲۲۵؛ صدوق، ۱۳۶۲، ج ۲، ص ۶۲۷) صراحتاً به مذمومیت یا ممنوعیت شایعه‌پراکنی اشاره شده است که البته بیشتر این موارد مربوط به مسایل جنگی، اخبار پیروزی یا شکست سپاه مسلمانان و تدارک گسترده دشمنان برای ایجاد رعب و وحشت در میان مسلمانان می‌باشد. بنابراین آیات و روایات هرچند شایعه‌پراکنی را مذمت کرده‌اند، اما حرمت قطعی آن مربوط به مواردی است که موجب تضعیف روحیه مردم شود. همچنین اگر شایعه مشمول عناوین حرام دیگری مانند قذف یا آزار دادن مؤمن گردد، به تبع آن و از همان باب حرام خواهد بود. در غیر این صورت، تنها در صورتی که شایعه باعث اختلال

در نظام اجتماعی مسلمین (مانند تأثیر منفی بر سپاه اسلام) شود، حرام محسوب می‌شود.

۶- رعایت مالکیت معنوی

مالکیت یا به عین و منفعت تعلق می‌گیرد (مالکیت مادی) یا به آثار فکری و هنری (مالکیت معنوی). این حق به پدیدآورنده اختیار می‌دهد تا دیگران را از استفاده و بهره‌برداری از اثرش منع کند. (کدیوریان، ۱۳۹۳، ص ۱۸). این نوع مالکیت در فقه اسلامی مورد اختلاف است. برخی از فقها مانند امام خمینی (خمینی، بی‌تا، ج ۲، ص ۶۲۵)، میرزا جواد تبریزی (تبریزی، ۱۴۲۷ق، ج ۵، ص ۲۱۸)، سید کاظم حائری (حائری، ۱۴۲۳ق، ج ۱، ص ۱۶۰) و... شرعی بودن حقوقی چون حق چاپ و حق نشر و... را پذیرفته‌اند و برخی دیگر مانند مکارم شیرازی (شیرازی، ۱۴۲۷ق، ج ۳، ص ۵۵۳)، فاضل لنکرانی (لنکرانی، ۱۴۱۶ق، ص ۱۰۶) شهید صدر (صدر، ۱۴۲۰ق، ص ۲۷۵) و... مشروعیت چنین حقوقی را پذیرفته‌اند. ادله‌ای مانند ارتکاز عقلایی، قاعده لاضرر و اطلاعات ادله معاملات برای اثبات مالکیت فکری مطرح شده‌اند، اما هر کدام با چالش‌هایی مواجه هستند (حائری، ۱۴۲۳ق، ج ۱، ص ۱۶۰). در نهایت، برخی فقها با توسل به قاعده لاضرر (صدر، ۱۴۲۰ق، ص ۲۷۵) و یا ادله ولایت فقیه (حائری، ۱۴۲۳ق، ج ۱، ص ۱۵۹). مالکیت فکری را قابل پذیرش می‌دانند. پذیرش مالکیت معنوی - با وجود مناقشات فقهی - به دلیل پیامدهای اجتماعی و مصالح متعدد آن ضروری است. این مشروعیت هم بر اساس قاعده لاضرر (با تفسیر شهید صدر) و هم مستند به ادله ولایت فقیه قابل توجیه است. حقوق معنوی پدیدآورندگان شامل حق انتشار، انتساب، حفظ تمامیت اثر، استرداد، تکثیر، عرضه و ترجمه است. نقض این حقوق تنها در مواردی مانند تکثیر غیرمجاز یا اقتباس بدون اجازه (مثل تبدیل رمان به فیلم) محقق می‌شود، نه در مواردی مانند نقل قول علمی یا استفاده از نظریات.

بایسته‌های فقهی ناظر به گیرنده

ناظر به گیرنده در نقش یکی دیگر از ارکان اصلی ارتباط، سه بایسته فقهی استخراج

شده است که حقوق گیرنده را در قبال محتوا و اطلاعات دریافتی مشخص می کنند و عبارتند از:

۱- تامین حق دسترسی به اطلاعات

حق دسترسی به اطلاعات، یک حق عمومی است که البته محدودیت هایی دارد. این حق شامل اطلاعاتی می شود که مربوط به حریم خصوصی افراد نباشد (اسماعیلی، ۱۳۸۶، ص ۲۴۶) و همچنین مواردی مانند اطلاعات امنیت ملی، مسائل دفاعی و اخبار محرمانه نظامی را در بر نمی گیرد. سیره معصومین علیهم السلام، ادله مشورت در اسلام، لزوم پرهیز از معرضیت سوظن واقع شدن، نهی از کتمان علم، قاعده لاضرر، سیره عقلا و قاعده حرمت اختلال نظام وجوه و عناوین دیگری هستند که تلاش شده است تا از آنان برای اثبات حق دسترسی به اطلاعات استفاده گردد (ساریخانی و اکرمی، ۱۳۹۱، ص ۴۰) که به نظر می رسد همانگونه که خود نیز ناظر به برخی از این وجود بیان داشته اند این دسته از ادله نمی تواند چنین حقی را برای عموم مردم ثابت نمایند. به نظر می رسد هرچند ادله ادعا شده نسبت به اثبات چنین حقی دلالت کافی ندارند اما با استناد به اصل اباحه، مادامی که منعی برای چنین دسترسی مانند حریم خصوصی و... وجود نداشته باشد، دسترسی به اطلاعات عمومی بدون اشکال و جایز خواهد بود.

۲- حفظ حریم خصوصی

حریم خصوصی به قلمرویی از زندگی انسان اطلاق می شود که فرد به طور نوعی، عرفی یا شخصی تمایلی به تعرض دیگران به آن ندارد. رضایت شخص عنصر کلیدی در تعریف حریم خصوصی است (انصاری، ۱۳۹۰، ص ۱۳۹). این حق البته متناسب با ادله آن، اختصاصی به افراد ندارد و شخصیت های حقوقی نیز از حریم خصوصی بهره مند هستند.

اسلام همواره بر احترام و رعایت حریم خصوصی تأکید کرده است. اگرچه اصطلاح حریم خصوصی به طور مستقیم در متون دینی به کار نرفته، اما در قالب احکام

و دستوراتی مانند حق مالکیت، منع تجسس، منع سب و هجو، منع غیبت، منع استراق سمع، منع ورود به منازل بدون اجازه، و ممنوعیت سوءظن، به رعایت حریم خصوصی توجه شده است (انصاری، ۱۳۹۰، ص ۱۴۸).

مناط اصلی حریم خصوصی، معقول و متعارف بودن انتظار فرد برای حفظ حریم است. همچنین، مفاهیم خصوصی و عمومی نسبی هستند و درجات و مراتب متفاوتی دارند. فقه اسلامی بر اساس مبانی و اصولی مانند اصل تکریم و کرامت انسان، عدم سلطه انسان‌ها بر یکدیگر، حق اختیار و آزادی انتخاب، و قواعد فقهی مانند قاعده لاضرر، نفی حرج، و تسلط، هرگونه نقض حریم خصوصی مانند ره‌گیری مکالمات، شنود صوتی، فیلم‌برداری تصویری، هک و موارد مشابه را بدون اجازه، ممنوع و غیرمجاز می‌داند (نهادندی، ۱۳۹۸، ج ۲، ص ۲۳۸).

نهی از تجسس در آیه ۱۲ سوره حجرات، در کنار روایات متعددی (حمیری، ۱۴۱۳، ص ۲۹؛ کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۳۵۸) بر لزوم رعایت حریم خصوصی دلالت دارند. روایات متضمن تعبیر "المجالس بالامانه" (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۶۶۰)، ادله دال بر حرمت غیبت (عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱۲، ص ۲۷۸)، ادله دال بر حرمت نیمه (عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱۲، ص ۳۰۶) و ادله دال بر حرمت آزار دادن مؤمن (عاملی، ۱۴۰۹، ج ۱۲، ص ۲۶۴) از جمله روایات دیگری هستند که بر ابعادی از حریم خصوصی و لزوم رعایت آن دلالت دارند.

مواردی چون مراقبت و نظارت بر کارگزاران دولتی، جاسوسی از دشمن، نظارت بر مخالفین داخلی و در برخی موارد محدود نظارت بر اشخاص عادی از جمله مواردی نام برده شده‌اند که حکم به لزوم رعایت حریم خصوصی در آن تخصیص خورده است (منتظری، ۱۴۰۹، ج ۴، ص ۳۰۹).

۳- آموزش کاربران

فضای مجازی با زندگی انسان‌ها پیوند خورده و نیازمند آموزش‌های تخصصی مانند سواد رسانه‌ای است. این سواد شامل مهارت تحلیل محتوا، شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهاست و فراتر از دانش صرف، توانایی عملی نیز می‌طلبد. حاکمیت باید با ساخت

مدارس و دانشگاه‌ها، امکانات آموزشی را برای همه فراهم کند، چرا که تعلیم و تربیت از وظایف اصلی آن است. قرآن و روایات اهل بیت علیهم‌السلام نیز بر اهمیت علم‌آموزی تأکید دارند. به طور مثال در سوره جمعه، آموزش بشر از اهداف ارسال پیامبران ذکر شده است. جامعه بدون علم و آگاهی پایدار نمی‌ماند، فلذا تعلیم و تربیت برای حفظ نظام اجتماعی ضرورت دارد. علاوه بر قاعده "وجوب حفظ نظام"، حاکمیت موظف به ادله‌ای که به برخی از آن اشاره می‌گردد این کار را انجام دهد:

۱. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم پس از فتح مکه، عتاب بن اسید را به فرمانروایی منصوب کرد و در عهدنامه خود، آموزش افراد را یکی از وظایف او برشمرد (سروش، ۱۳۷۸، ص ۲۰۱).

۲. امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام در بیان وظایف متقابل مردم و حاکمیت، آموزش و جهل‌زدایی را از حقوق مردم بر دولت دانسته‌اند (نهج البلاغه، خطبه ۳۴).

۳. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم هنگام اعزام معاذ بن جبل به یمن، بر لزوم گماردن معلمان برای تعلیم علوم تأکید کردند (منتظری، ۱۴۰۹، ج ۳، ص ۴۱).

آموزش ضرورتی است که تعالیم دینی با ستایش علم و عالم بر آن تأکید دارند. هیچ حکومتی نمی‌تواند از مسئولیت تربیت افراد جامعه شانه خالی کند. براساس قاعده لزوم اهتمام به امور مسلمانان (صالحی، خاتمی سبزواری و ظهیری، ۱۴۰۱، ص ۱۵۳)، حتی با کوتاهی حاکمیت، جامعه اسلامی موظف است خود نسبت به آن اقدام کند.

بایسته‌های فقهی ناظر به پیام

پیام در نقش یک از ارکان ارتباط برای انتقال معنا، سه بایسته فقهی دارد که ضوابط محتوای پیام را مشخص می‌کنند:

۱- منع نشر محتوی امنیتی

پیشرفت فناوری‌های ارتباطی در کنار مزایا، تهدیدات امنیتی جدی ایجاد کرده که هم امنیت فردی و هم اجتماعی را تهدید می‌کند. از مهم‌ترین این خطرات، انتشار

محتوای نامناسب شامل اطلاعات محرمانه، خشونت آفرینی و تفرقه اندازی است. فضای مجازی با دسترسی آسان، این تهدیدات را تشدید کرده است.

انتشار محتوای نامناسب چند خطر عمده دارد: افشای اطلاعات محرمانه که امنیت ملی و جان افراد را تهدید می کند؛ ترویج خشونت و نفرت که تنش های اجتماعی را تشدید می کند؛ افزایش جرایم سایبری مثل هک و کلاهبرداری اینترنتی؛ و آموزش روش های مجرمانه که امنیت عمومی را به خطر می اندازد. محتوای امنیتی شامل هر محتوایی است که امنیت فردی، اجتماعی یا حکومتی را تهدید کند - از خطرات جانی و مالی تا تهدیدات نظامی، اقتصادی و اجتماعی. امروزه با دسترسی آسان به فضای مجازی، تولید و انتشار این محتواها سریعتر شده است.

در حیطه امنیت عمومی با تمسک به قواعدی چون وجوب حفظ نظام که مبتنی بر آن اصل نظم و پرهیز از هرج و مرج و گسیختگی امور از اصول حاکم بر سایر مقررات است (عمید، ۱۴۲۱، ج ۲، ص ۱۷۸) همچنین قاعده فقهی نفی سبیل به معنای ممنوعیت هر عملی که مستلزم چیرگی و تسلط کفار بر مسلمانان است و در نهایت با تمسک به ادله ای که هر گونه جاسوسی برای دشمن را ممنوع نموده اند (ممتحنه، ۱-۲؛ أنفال، ۲۷) و در حیطه امنیت فردی با تمسک به ادله ای چون حرمت آزار دادن و اخافه مؤمن (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، صص ۳۵۰ و ۳۶۸)، ادله احترام اموال مؤمنین (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۶۰؛ ج ۷، ص ۲۷۳)، ادله احترام آبروی مؤمن و ممنوعیت هر گونه هتک - پیشتر مورد اشاره قرار گرفته اند - و در نهایت با تمسک به ادله مسئله لزوم تقیه و کتمان (عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۶، صص ۲۲۴-۲۰۴) می توان ممنوعیت نشر و انتشار هر گونه محتوی تهدید کننده امنیت فردی یا جمعی را اثبات نمود.

۲- پالایش محتوی

پالایش یعنی پاکسازی و جداسازی درست از نادرست، که همیشه به معنی محدودیت نیست و بسته به موضوع، مصادیق مختلفی دارد - از اصلاح جزئی تا حذف بخشی از محتوا یا نظارت هدفمند. این مفهوم با ادله شرعی مانند وجوب نهی از منکر و حرمت گمراه سازی توجیه می شود. نهی از منکر هر محتوای نادرست را شامل می شود و

حرمت اضلال، تولید و نشر مطالب گمراه‌کننده را ممنوع می‌کند. بنابراین پالایش محتوا - چه از طریق حذف، تصحیح یا ویرایش - هم ضرورت عقلانی دارد و هم تکلیف شرعی برای حفظ سلامت فکری و اخلاقی جامعه است.

۳- ترویج محتوای سالم و مناسب و دینی

در عصر حاضر که فضای مجازی با زندگی انسان‌ها عجین شده، تولید محتوای سالم، آموزنده و مثبت ضرورتی انکارناپذیر است. چنین محتوایی ضمن ارتقای آگاهی عمومی، می‌تواند فرهنگ و باورهای صحیح را ترویج کند و در شکل‌دهی به نگرش‌ها و رفتارهای جامعه مؤثر باشد. پیام‌ها باید علاوه بر انتقال اطلاعات دقیق، ارزش‌های الهی و انسانی را نیز تبلیغ کنند تا در مسیر هدف غایی آفرینش - رسیدن به سعادت - گام بردارند. حاکمیت دینی موظف است با بهره‌گیری از ظرفیت فضای مجازی، به تبلیغ آموزه‌های الهی بپردازد. با توجه به آسیب‌های محتوای نامناسب، ارتقای کیفیت محتوای دیجیتال امری حیاتی است. برخی از شواهد دینی بر ضرورت تولید محتوای مناسب عبارتند از:

۱. آیه ۱۵۷ سوره اعراف: این آیه به پنج وظیفه مهم پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله اشاره می‌کند، از جمله امر به معروف (فرمان به کارهای نیک). حاکم اسلامی موظف است فضای جامعه، اعم از حقیقی و مجازی، را به گونه‌ای سالم و اسلامی شکل دهد تا زمینه‌های گسترش معروف فراهم شود و فساد ریشه‌کن گردد. تولید و ترویج پیام‌های سالم و دینی یکی از مصادیق معروف است که حاکمیت باید به آن توجه کند (منتظری، ۱۴۰۹ق، ج ۳، ص ۳۶).

۲. توصیه‌های پیامبر صلی الله علیه و آله به معاذ بن جبل: هنگام اعزام معاذ بن جبل به یمن، پیامبر صلی الله علیه و آله به او توصیه‌هایی مانند آموزش قرآن، تربیت اخلاقی مردم، از بین بردن سنت‌های جاهلی و ترویج احکام دینی کردند. این توصیه‌ها نشان می‌دهد که حاکم اسلامی موظف است فضای سالمی برای انتقال اطلاعات درست و مناسب ایجاد کند (ابن شعبه، ۱۴۰۴ق، ص ۲۵).

۳. توصیه‌های پیامبر ﷺ به عمرو بن حزم: پیامبر ﷺ به عمرو بن حزم، والی قبیله بنی حارث، توصیه‌هایی مانند تعلیم قرآن، دعوت به نیکی، تعلیم آموزه‌های دینی و بشارت به بهشت و انداز از جهنم کردند. این موارد نشان‌دهنده وظیفه حاکمیت در تولید و ترویج محتوای مناسب است (احمدی میانجی، ۱۴۱۹ق، ج ۲، ص ۵۱۹).

۴. خطبه ۱۰۵ نهج البلاغه: امام علی علیه السلام در این خطبه، اندرز، موعظه و خیرخواهی را از وظایف امام دانسته و بر آن تأکید می‌کنند. این وظایف را می‌توان از طریق تولید محتوای سالم و آموزنده در فضای مجازی انجام داد (شریف رضی، ۱۴۱۴ق، ص ۱۵۲).

بایسته‌های فقهی ناظر به ابزار

ناظر به ابزار به‌مانند بستری برای شکل‌گیری ارتباط سه بایسته فقهی است که از وظایف عمده و مهم حاکمیت به شمار می‌رود و در اینجا مورد بررسی قرار گرفت که عبارتند از:

۱- تأمین دسترسی

دولت مسئولیت‌های کلیدی در قبال مردم دارد، از جمله اجرای قوانین کیفری و تضمین ضمانت اجرای قوانین. تأمین نیازهای اساسی جامعه که فقط دولت قادر به برآوردن آنهاست، از وظایف حیاتی حکومت محسوب می‌شود. هرچند برخی نیازها را نهادهای دیگر نیز می‌توانند مرتفع سازند، اما در صورت عدم اقدام آنان، دولت موظف است وارد عمل شده و این نیازها را برطرف کند (مصباح، ۱۳۸۵، ص ۲۰۹). بنابراین خدمات عمومی نظیر راه‌سازی، احداث پل، ایجاد درمانگاه و بیمارستان و... ولو در مواردی که سودآور است، ممکن است مورد رغبت و اقدام سرمایه‌گذاری افراد و گروه‌ها باشد اما گسترش آن در سطح همه مردم نیاز به حضور دولت و مشارکت حکومت دارد (سروش، ۱۳۷۸، ص ۵۰۱). تأمین زیرساخت‌ها و سخت‌افزارهای لازم برای دسترسی به فضای مجازی، هرچند ممکن است توسط بخش خصوصی نیز پیگیری شود، اما بدون حضور و نظارت دولت به‌طور کامل محقق نخواهد شد. بنابراین، حاکمیت موظف است در راستای ایفای

مسئولیت‌های خود، به توسعه و پشتیبانی این زیرساخت‌ها پردازد.

این مهم را می‌توان با تمسک به قواعدی چون لزوم حفظ نظام و حرمت اختلال آن، قاعده اهتمام که مبتنی بر آن ضرورت امورات عام مسلمین اثبات می‌گردد و پیشتر به آنان اشاره شد، اثبات نمود. از سوی دیگر در بخشی از عهدنامه مالک اشتر، امام علی علیه السلام بر آبادانی زمین‌یه‌مثابه یکی از وظایف اصلی حاکمیت تأکید می‌کنند و می‌فرمایند: وَ لِيَكُنْ نَظْرُكَ فِي عِمَارَةِ الْأَرْضِ أَبْلَغَ مِنْ نَظْرِكَ فِي اسْتِجْلَابِ الْخَرَاجِ لِأَنَّ ذَلِكَ لَا يَذُرُّكَ إِلَّا بِالْعِمَارَةِ وَ مَنْ طَلَبَ الْخَرَاجَ بَعِثَ عِمَارَةَ الْأَرْضِ وَ أَهْلَكَ الْعِبَادَ وَ لَمْ يَسْتَقِمَّ أَمْرُهُ إِلَّا قَلِيلًا (نهج البلاغه، نامه ۵۳). آبادانی زمین از وظایف اصلی حکومت است که امروزه تنها به کشاورزی محدود نمی‌شود، بلکه توسعه همه‌جانبه اقتصادی - از جمله زیرساخت‌های دیجیتال - را دربرمی‌گیرد. دولت اسلامی باید با ایجاد و گسترش این زیرساخت‌ها، امکان دسترسی و بهره‌برداری مردم از فضای مجازی را فراهم کند، چرا که فقدان چنین زیرساخت‌هایی نظام اقتصادی و اجتماعی را مختل می‌سازد. همچنین اداره کشور نیازمند ایجاد سازمان‌های متنوع برای اموری مانند راه‌سازی، مسکن‌سازی و بهداشت است. حاکم در حکومت اسلامی، بر اساس ادله قرآنی و روایی، موظف به رعایت مصالح مردم و تامین زیرساخت‌های لازم در جهت توسعه و بهره‌مندی جامعه از امکانات ضروری است (مؤمن، ۱۴۲۵ق، ج ۱، ص ۴۱۸) و اکنون زیرساخت‌های لازم برای دسترسی به فضای مجازی از جمله مواردی هستند که در جهت اداره جامعه ضرورت دارند.

۲- حفاظت از داده‌ها

داده، واقعیتهایی عینی است که هنگام پردازش در بستر زمان و مکان به اطلاعات تبدیل می‌شود. این ماده خام اطلاعاتی می‌تواند در اشکال مختلفی مانند اعداد، تصاویر یا نمادها ظاهر شود. در واقع داده‌ها عناصر اولیه‌ای هستند که پس از جمع‌آوری، تحلیل و تفسیر، به اطلاعات معنادار تبدیل می‌گردند. به بیان دیگر، اطلاعات همان داده‌های پردازش شده و تفسیر شده هستند.

داده‌های دیجیتال به دلیل تقاضا و رقابت بر سر آن‌ها، و همچنین داشتن ما به ازای در برخی موارد (مثل تصاویر تولیدی)، ارزش مالی دارند و مفهوم مال بر آنان صادق خواهد بود. از سوی دیگر حتی اگر مال نباشند، قابلیت اختصاص و کنترل توسط سازنده را دارند، بنابراین مفهوم مالکیت شامل آن‌ها می‌شود. این مالکیت ممکن است از نوع معنوی باشد و تابع قوانین مربوطه شود. در نهایت به مقتضای قاعده احترام مال مؤمن، مال افراد محترم است فلذا باید مورد رعایت و حفاظت قرار گیرد.

حفاظت از کلان‌داده‌ها و داده‌های عمومی همانند دیگر ثروت‌های ملی و اموال سازمانی ضروری است. حاکمیت موظف است امنیت مالی افراد و سازمان‌ها و همچنین منافع ملی را تضمین کند. این مسئولیت شامل حراست از داده‌ها به مثابه بخشی از امنیت عمومی می‌شود که بر اساس وظایف حاکمیت در قبال اموال مردم تعیین می‌گردد. دسترسی غیرمجاز به کلان‌داده‌ها می‌تواند پیامدهای خطرناکی مانند تهدید امنیت ملی، اختلال در نظام حکومتی و سلطه بیگانگان بر جامعه اسلامی داشته باشد. بر اساس قواعد فقهی مانند "حرمت اختلال نظام" و "نفی سیل"، ضرورت حفاظت از این داده‌ها به وضوح بر عهده حاکمیت اسلامی است. این مسئولیت شرعی و حکومتی، شامل پیشگیری از هرگونه سوءاستفاده یا تسلط دشمنان بر اطلاعات حساس ملی می‌شود.

۳- شبکه ملی اطلاعات (بومی‌سازی)

شبکه ملی اطلاعات در جایگاه زیرساختی بومی و مستقل، نقش کلیدی در تحقق استقلال، امنیت و آزادی همه‌جانبه در فضای مجازی ایفا می‌کند. با توجه به تسلط سازمان‌های بین‌المللی مانند آی‌کان بر اینترنت جهانی، ایجاد چنین شبکه‌ای نه تنها ضرورتی فنی، بلکه امری استراتژیک برای حفظ حاکمیت ملی و مقابله با سلطه‌جویی قدرت‌های خارجی است. این شبکه به کشور امکان می‌دهد تا کنترل کامل بر داده‌ها، خدمات و امنیت فضای مجازی را در دست گرفته و از هرگونه نفوذ و آسیب‌پذیری جلوگیری کند.

از منظر شرعی، قاعده‌هایی مانند نفی سیل و وجوب جهاد، لزوم مقاومت در برابر

تسلط دشمنان و حفظ استقلال مسلمانان را تأکید می‌کنند. در دنیای امروز که فضای مجازی به ابزاری برای جنگ‌های روانی، حملات سایبری و تضعیف کشورها تبدیل شده، ایجاد شبکه ملی اطلاعات به مثابه بخشی از آمادگی دفاعی، واجب و ضروری است. همان‌گونه که آیه «وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ» بر لزوم تقویت توان‌های دفاعی تأکید دارد، تامین این شبکه نیز به منزله ابزاری برای بازدارندگی و حفظ امنیت ملی، وظیفه‌ای شرعی و ملی است که حاکمیت باید به‌طور جدی به آن بپردازد.

نتیجه‌گیری

حکمرانی فضای مجازی بر پایه آموزه‌های فقهی، نیازمند چارچوبی جامع است که همزمان به نقش فرستنده، گیرنده، محتوا و ابزار توجه کند. در حوزه فرستنده، تدوین قوانین شفاف برای تضمین آزادی بیان در چارچوب ارزش‌های شرعی، همراه با جرم‌انگاری رفتارهای نقض‌کننده حریم الهی و انسانی (مانند دروغ، هتک حرمت، شایعه‌پراکنی و اشاعه فحشا)، ضروری است. این امر مستلزم ایجاد سازوکارهای نظارتی هوشمند برای شناسایی و مقابله با محتوای مضر (نظیر اخبار جعلی، مطالب غیراخلاقی یا توهین‌آمیز) و حمایت از حقوق مالکیت معنوی پدیدآورندگان است. در حوزه گیرنده، حق دسترسی عادلانه به اطلاعات در چارچوب شفافیت و رعایت حریم خصوصی، همراه با آموزش عمومی درباره سواد رسانه‌ای و مسئولیت‌پذیری در استفاده از فضای مجازی، به پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی کمک می‌کند. در حوزه محتوا، جرم‌انگاری انتشار محتوای تهدیدکننده امنیت (مانند افشای اطلاعات محرمانه یا تحریک خشونت) و پالایش محتوای مضر (اخبار جعلی، مطالب غیراخلاقی یا گمراه‌کننده) با تدوین قوانین شفاف و حمایت از تولیدکنندگان محتوای سالم، سلامت فکری و اخلاقی جامعه را تضمین می‌کند. همچنین، ترویج محتوای دینی و سازنده از طریق حمایت مالی و فنی از پدیدآورندگان و همکاری با نهادهای مذهبی، فضایی معنوی و آموزنده ایجاد می‌نماید. در حوزه ابزار، توسعه زیرساخت‌های جامع و عادلانه، همراه با تدوین قوانین شفاف برای حفاظت از داده‌های شخصی و کلان‌داده‌ها، امنیت و

استقلال دیجیتال را تقویت می‌کند. حمایت از بخش خصوصی در توسعه زیرساخت‌ها و آموزش عمومی درباره مدیریت مسئولانه داده‌ها، به شکل‌گیری فرهنگی آگاه و متعهد کمک می‌کند. در نهایت، این سیاست‌ها با ترکیب قانونگذاری دقیق، نظارت هوشمند، آموزش اخلاقی و حمایت از حقوق فردی و جمعی، توازن میان آزادی‌های مشروع، حریم خصوصی، امنیت ملی و ارزش‌های اسلامی برقرار می‌کنند و فضای مجازی را به بستری امن، عادلانه و همسو با هویت ملی-دینی تبدیل می‌نماید. این چارچوب نه تنها پاسخگوی نیازهای فقهی مانند حفظ کرامت انسانی و مصالح عمومی است، بلکه ابزاری برای رشد فردی و اجتماعی در مسیر تعالی اسلامی فراهم می‌آورد.

فهرست منابع

* قرآن کریم

** نهج البلاغه

ابن شعبه حرانی، حسن. (۱۴۰۴ق). تحف العقول (چاپ: دوم). قم: جامعه مدرسین قم.
احمدی میانجی، علی. (۱۴۱۹ق). مکاتیب الرسول (ج ۲، چاپ اول). قم: دارالحدیث
اسماعیلی، محسن. (۱۳۸۶). آزادی ارتباطات و اطلاعات در حقوق و معارف اسلامی. رسانه،
(۶۹).

امیرپور، مهناز؛ بهرامیان، شفیع. (۱۳۹۲). مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی. تهران: نشر:
جامعه‌شناسان.

انصاری، باقر. (۱۳۹۰). حقوق رسانه (چاپ اول). تهران: انتشارات: سمت.
انصاری، مرتضی. (۱۴۱۵). کتاب المکاسب (ج ۱ و ۲). کنگره جهانی بزرگداشت دویستمین
سالگرد تولد شیخ انصاری، دانشگاه قم. قم: دبیرخانه کنگره.
تبریزی، جواد بن علی. (۱۴۱۶). إرشاد الطالب إلى التعليق على المکاسب (ج ۱). قم: دار الصدیقة
الشهيدة.

تبریزی، جواد بن علی. (۱۴۲۷). صراط النجاة ریا (ج ۵). قم: دار الصدیقة الشهيدة.
جوادی آملی، عبدالله، مصطفی پور، محمدرضا. (۱۳۸۴). آزادی بیان. پاسدار اسلام، (۲۸۳).
حائری، سید کاظم حسینی. (۱۴۲۳). فقه العقود (ج ۱). قم: مجمع الفکر اسلامی.
حلی، محقق. (۱۴۲۳). معارج الأصول (چاپ اول). لندن: مؤسسة الامام علی (ع)
حمیری، عبد الله. (۱۴۱۳). قرب الإسناد (چاپ اول). قم: الحدیثه.
خمینی، سید روح الله. (۱۴۱۵). المکاسب المحرمة (ج ۱ و ۲). قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام

خمینی رحمته الله.

- خمینی، سید روح الله. (بی تا). تحریر الوسیلة (ج ۲). قم: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته الله.
- خویی، سید ابو القاسم. (بی تا). مصباح الفقاهة (المکاسب) (ج ۱).
- دادگران، سید محمد. (۱۳۸۸). مبانی ارتباطات جمعی (چاپ دوازدهم). تهران: مروارید.
- ساریخانی، عادل؛ اکرمی سراب، روح الله. (۱۳۹۱). مبانی فقهی حق بر اطلاعات. حکومت اسلامی، (۶۵).
- سبحانی، جعفر. (۱۳۸۵). فروغ ابدیت، تجزیه و تحلیل کاملی از زندگانی پیامبر (چاپ بیست و یک). قم: بوستان کتاب.
- سبزواری، سید عبد الأعلى. (۱۴۱۳). مهذب الأحکام (ج ۱۶). قم: مؤسسه المنار.
- سروش، محمد. (۱۳۷۸). دین و دولت در اندیشه اسلامی (چاپ اول). قم: بوستان کتاب.
- شیرازی، ناصر مکارم. (۱۴۲۷). استفتاءات جدید. قم: انتشارات مدرسه امام علی بن ابی طالب.
- صالحی، محمدباقر؛ خاتمی سبزواری، سیدمرتضی؛ ظهیری، علی. (۱۴۰۱). وظایف دولت و حکومت اسلامی در موضوع بیماری های مسری و فراگیر. حکومت اسلامی، (۳)۲۷.
- صدر، سید محمد باقر. (۱۴۲۰). قاعدة لا ضرر و لا ضرار. قم: دار الصادقین للطباعة و النشر.
- صدر، سید محمد باقر. (۱۴۰۸). مباحث الأصول (ج ۱، چاپ اول). قم: دارالبشیر.
- صدوق، محمد بن علی بن بابویه. (۱۳۶۲). الخصال (ج ۲، چاپ اول). قم: انتشارات علمیه.
- عاملی، سید سعید رضا. (۱۳۹۷). فلسفه فضای مجازی (چاپ دوم). تهران: امیر کبیر.
- عاملی، حرّ، محمد. (۱۴۰۹). وسائل الشیعة (ج ۱۲، ۱۵ و ۱۶). قم: مؤسسه آل البیت.
- عباس نژاد، محسن. (۱۳۸۵). قرآن و حقوق. مشهد: موسسه انتشاراتی بنیاد پژوهش های قرآنی حوزه و دانشگاه.
- عمید، عباس علی. (۱۴۲۱). فقه سیاسی (عمید) (ج ۲). تهران: انتشارات امیر کبیر.
- فیروزآبادی، سید ابوالحسن. (۱۳۹۹). درآمدی بر حکمرانی فضای مجازی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.

کدیوریان، نسرین. (۱۳۹۳). بررسی فقهی و حقوقی مالکیت معنوی، پایان نامه کارشناسی ارشد (استاد راهنما: طاهر علی محمدی)، دانشگاه ایلام، دانشکده الهیئت و معارف اسلامی.

کلینی، ابو جعفر، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ ق). الکافی (ج ۲، ۲ و ۸). تهران: دار الکتب الإسلامية.

لنکرانی، محمد فاضل موحدی. (۱۴۱۶ ق). أجوبة السائلین (للفاضل). قم: اسوه.

مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی. (۱۴۰۳ ق). بحار الأنوار (ج ۹، چاپ دوم). بیروت: دار إحياء التراث العربی

مصباح، محمد تقی. (۱۳۸۵). پاسخ استاد به جوانان پرسشگر (چاپ ششم). قم: انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

مطهری، مرتضی. (۱۳۸۴). مجموعه آثار استاد شهید مطهری. تهران: انتشارات صدرا.

مفید، محمد بن محمد. (۱۴۱۳ ق). الاختصاص - ایران (چاپ اول). قم: کنگره جهانی هزاره شیخ مفید، مدرسه عالی تربیتی و قضایی.

مک کوایل، دنیس. (۱۳۸۵). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. تهران: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها.

منتظری، حسین علی. (۱۴۰۹ ق). مبانی فقهی حکومت اسلامی (ج ۴). قم: کیهان.

مولانا، حمید. (۱۴۰۲). الگوی مطبوعات و رسانه‌های اسلامی. تهران: سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

مؤمن، محمد. (۱۴۲۵ ق). الولاية الإلهية الإسلامية أو الحكومة الإسلامية (ج ۱). قم: انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.

مهدی زاده، سید محمد. (۱۴۰۰). نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.

مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰). مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، تهران: فاران.

نجفی، کاشف الغطاء، جعفر بن خضر مالکی. (۱۴۲۰ق). شرح الشيخ جعفر علی قواعد العلامة ابن المطهر (ج ۱). نجف اشرف: مؤسسه کاشف الغطاء - الذخائر.

نظری، عبدالله. (۱۳۹۸). شاخص آزادی سیاسی در الگوی پیشرفت اسلامی. قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام.

نهاوندی، علی. (۱۳۹۸). مجموعه گفتارهای فقه رسانه و ارتباطات (ج ۲). مشهد: به نشر.

A Critical Analysis of the Concept of Sex and Gender in Judith Butler's View*

Sara Chavoshi¹ 

Shamsullah Mariji² 

Mahdi Soltani³ 

1. PhD Candidate, Department of Sociology, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Ulum University, Qom, Iran (**Corresponding Author**).

chavoshi2011@gmail.com

2. Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir-ul-Ulum University, Qom, Iran.

mariji@bou.ac.ir

3. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir-ul-Ulum University, Qom, Iran.

m.soltani@bou.ac.ir



Abstract

This article aims to clarify the meaning of sex and gender and to extract their characteristics in Butler's thought, critically examining these concepts as the most fundamental theoretical constructs in the field of gender studies. Judith Butler, one of the most influential contemporary thinkers in this domain, considers both concepts as cultural and social constructs. She introduces gender as a performance shaped through the

* This article is extracted from a PhD dissertation entitled "Readout of the Concept of Gender From Tabatabaei's Standpoint in Confrontation Judith Butler's Theory"(Supervisor: Shamsollah Mraiji, Advisor: Mahdi Soltani), Department of Sociological, Faculty of Culture and behavioral Sciences, Baqir-ul-Ulum University, Qom, Iran

* Chavoshi, S.; Mariji, Sh.; Soltani, M. (2025). A critical analysis of the concept of sex and gender in Judith Butler's view. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 123-146.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70822.2122>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/01/15 • **Revised:** 2025/05/11 • **Accepted:** 2025/10/22 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



repetition of social acts and norms, lacking any fixed essence. Butler's gender theory seeks to challenge binary gender systems, emphasizing fluidity and multiplicity of gender identities. She views gender as a social act and highlights the role of language, discourse, and cultural systems in constructing this concept. Her perspective provides the recognition of diverse identities. The analysis of Butler's views shows that her conceptualization, by rejecting essentialism, denying nature and fixed essence, and construing sex and gender as social constructs, is incompatible with Islamic approaches, which assume fixed identity, non-fluidity, essence, and reality. These contradictions highlight the need for localized theorization aligned with Islamic-Iranian culture. The present study employs a library-based method for data collection and qualitative content analysis for data analysis.

Keywords

Sex and gender, Judith Butler, construction of sex and gender, gender identity, gender performance.

واکاوی انتقادی مفهوم جنس و جنسیت در دیدگاه جودیت باتلر*

سارا چاوشی^۱  شمس‌الله مریجی^۲  مهدی سلطانی^۳ 

۱. دکتری، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران (نویسنده مسئول).

chavoshi2011@gmail.com

۲. استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران.

mariji@bou.ac.ir

۳. استادیار، گروه علوم اجتماعی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران.

m.soltani@bou.ac.ir



چکیده

مقاله حاضر با هدف روشن‌سازی معنای جنس و جنسیت و استخراج ویژگی‌های آن در اندیشه باتلر به نقد و بررسی این مفاهیم به‌مثابه بنیادی‌ترین مفاهیم نظریه‌پردازی در حوزه مطالعات جنسیت می‌پردازد. باتلر یکی از تأثیرگذارترین متفکران معاصر این عرصه، هر دو مفهوم را برساختی فرهنگی - اجتماعی می‌داند. او جنسیت را یک عملکرد معرفی کرده که از طریق تکرار کنش‌ها و هنجارهای اجتماعی شکل گرفته و فاقد ذات یا جوهر ثابت است.

نظریه جنسیت باتلر، به چالش کشیدن نظام‌های دوگانه جنسیتی را هدف قرار داده و بر سیالیت و تکرار هویت‌های جنسیتی تأکید می‌کند. وی مفهوم جنسیت را کنشی اجتماعی می‌داند و بر نقش زبان، گفتمان

* این مقاله مستخرج از رساله دکتری با عنوان: «بازخوانی مفهوم جنسیت از دیدگاه علامه طباطبایی در مواجهه با نظریه جودیت باتلر» (استاد راهنما: شمس‌الله مریجی و استاد مشاور: مهدی سلطانی)، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران می‌باشد.

* چاوشی، سارا؛ مریجی، شمس‌الله؛ سلطانی، مهدی. (۱۴۰۴). واکاوی انتقادی مفهوم جنس و جنسیت در دیدگاه جودیت باتلر. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۱۲۳-۱۴۶.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70822.2122>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۲۶ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۲/۲۱ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



و نظام‌های فرهنگی در ساخت این مفهوم تمرکز دارد. دیدگاه او، امکان به‌رسمیت شناختن هویت‌های متنوع را فراهم می‌آورد.

با تحلیل دیدگاه‌های باتلر مشخص شده است که مفهوم‌سازی او با نفی ذات‌گرایی، انکار طبیعت و جوهر ثابت و نهایتاً برساخت جنس و جنسیت با رویکردهای اسلامی که قائل به وجود هویت ثابت، عدم سیالیت، وجود ذات، جوهر و واقعیت است ناسازگاری دارد. این تعارضات لزوم مفهوم‌سازی و تدوین نظریه‌های بومی متناسب با فرهنگ اسلامی-ایرانی را برجسته می‌سازد. پژوهش حاضر در جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و در تحلیل و بررسی آنها از روش تحلیل محتوای کیفی استفاده نموده است.

کلیدواژه‌ها

جنس و جنسیت، جودیت باتلر، برساخت جنس و جنسیت، هویت جنسیتی، عملکرد جنسیت.

مقدمه

امروزه با مسائل بی‌شماری در حوزه مباحث جنسیتی در جامعه خود مواجهیم برای شناخت دقیق و حل مسائل جنسیتی و سیاست‌گذاری‌های خرد و کلان در عرصه‌های جنسیتی جامعه، نیازمند تولید و ارائه نظریه‌های جنسیتی مبتنی بر مبانی دینی و متناسب با فرهنگ ایرانی هستیم.

برای نظریه‌پردازی در عرصه جنسیت و بسط علوم اجتماعی اسلامی در این حوزه دانشی، با مباحث بحث برانگیزی، مانند مفهوم «جنسیت» مواجهیم. ورود به حوزه مطالعات جنسیت و صورت‌بندی نظریه جنسیت از دیدگاه اسلام و حل کارشناسانه مسائل جنسیتی در نخستین گام مستلزم واکاوی و تدقیق مفهومی و نظری مقوله بحث برانگیز «جنسیت» به مثابه بنیادی‌ترین و محوری‌ترین مقوله این عرصه است. (باقری، ۱۳۸۹).

لذا با توجه به فقر ادبیات بومی در این عرصه یکی از اولویت‌های پژوهشی در حوزه مطالعات جنسیت و نظریه‌پردازی با رویکرد دینی، بررسی مباحث مقدماتی، یعنی تبیین و ایضاح مفاهیم جنس و جنسیت و استحصال ویژگی‌های این مفهوم در مواجهه با متأخرترین دیدگاه‌های فمینیستی و نقد و بررسی آنهاست. تا با نظر به این بررسی‌های نقادانه و درضمن آسیب‌شناسی کاربرد مفاهیم غیربومی و غیردینی و پرهیز از گرفتارشدن در دام چالش‌های بعدی کاربست آنها، در پژوهش‌های پسین، مفهوم فرهنگی جنسیت باتکیه بر مبانی اسلامی و فرهنگ ایرانی استخراج شده و زمینه نظریه‌پردازی بومی و دینی در عرصه مطالعات جنسیت فراهم شود.

از این رو تمرکز اصلی پژوهش حاضر واکاوی و تحلیل دقیق مفهوم «جنس» و «جنسیت» در معنای مصطلح آن با تأکید ویژه بر دیدگاه جودیت باتلر است. انتخاب باتلر به دلیل متأخربودن و اثرگذاری ویژه دیدگاه‌های او، به‌خصوص در فضای پست‌مدرن کنونی است. چه اینکه تحلیل ویژه او از جنس و جنسیت، پشتوانه نظری قوی در حمایت از اقلیت‌های جنسی به رسمیت‌شناختن همجنس‌گرایی، دگرباشی، تغییر جنسیت و توسعه نظریه فراهنجار کوئیر شده است. با سیطره غرب، شاهد عمومیت یافتن

معنای فمینیستی موردنظر او و پیروانش در جامعه علمی جهانی و سیاست گذاری های بین‌المللی مرتبط، هستیم.

باوجود اهمیت باتلر در جایگاه یکی از برجسته‌ترین و اثرگذارترین متفکران امریکایی در عرصه مطالعات جنسیت، جامعه علمی ایران با اندیشه‌های او آشنایی چندانی ندارند. اساساً دیدگاه‌ها و مفهوم‌سازی های او از جنس و جنسیت، نظریه عملکرد جنسیت و سایر دیدگاه‌هایش مورد مذاقه و دقت نظر کافی قرار نگرفته است.

لذا در پژوهش حاضر بر آنیم به بررسی مفاهیم کلیدی جنس و جنسیت از دیدگاه باتلر و استخراج ویژگی‌های آنها و سپس به بیان نقدهای وارد بر آنها پردازیم. این بررسی به ما کمک می‌کند موضع خود را نسبت به معناسازی عمومیت یافته او مشخص کنیم و بدانیم با چه معنایی از جنس و جنسیت و با ویژگی‌هایی مواجهیم، چه اشکالات و نقدهایی بر تحلیل باتلر از جنس و جنسیت وارد است. تا با نسبت‌سنجی با آنها، به مفهوم‌سازی و سپس نظریه‌پردازی در حوزه جنسیت با رویکرد اسلامی مبادرت نماییم. توجه به معانی و ویژگی‌های این مفاهیم در متأخرترین دیدگاه‌ها در ادبیات علمی جهانی و نقد و بررسی آنها، امکان مقایسه و تدوین مفاهیم بومی جدید را در پژوهش‌های بعدی فراهم می‌آورد.

در ادبیات علوم اجتماعی، ملهم از دیدگاه‌های فمینیستی، "جنس" به معنای زن و مرد، به تفاوت‌های بیولوژیکی و زیست‌شناختی و "جنسیت" به نقش‌های زنانه و مردانه اشاره دارد. فمینیست‌ها، به‌ویژه در رویکردهای متأخر، جنسیت را امری برساختی می‌دانند و منشأ آن را نه ویژگی‌های زیست‌شناختی و طبیعی، بلکه امور فرهنگی، اجتماعی و تاریخی معرفی می‌کنند. در این فضا، جنسیت متأثر از ثنویت دگارتی تطوراتی را از ابتدای این مفهوم بر طبیعت تا برساخت فرهنگی و اجتماعی از سر گذرانده است. در فمینیسم پسااختارگرای پست‌مدرن، جودیت باتلر علاوه بر جنسیت، جنس را نیز امری تاریخی و فرهنگی و برساخته‌ای اجتماعی معرفی می‌کند که وجه تمایز جدی او از فمینیست‌های پیشین است و این دیدگاهی است نو که تأثیرات عمیقی در حمایت از اقلیت‌های جنسی و به رسمیت شناخته‌شدن همجنس‌گرایی در بسیاری از

کشورها گذاشته و به دیدگاهی پذیرفته‌شده، رایج و پرنفوذ در مجامع آکادمیک و سیاست‌گذاری‌های جامعه جهانی تبدیل شده است. از این رو واکاوی انتقادی مفاهیم جنس و جنسیت و ویژگی‌های آنها در دیدگاه باتلر در دستور کار پژوهش حاضر است.

۱. مفهوم‌شناسی جنس و جنسیت

به‌طور کلی در ادبیات فمینیستی «جنس»^۱ به تفاوت‌های بیولوژیک میان زن و مرد (گرت، ۱۳۸۰) تفاوت‌های طبیعی در اندام‌های جنسی درونی و بیرونی (بستان، ۱۳۹۴، ص ۲۹)، تفاوت کروموزوم‌ها و هورمون‌ها (گمل و هام، ۱۳۸۲) و به‌طور کلی، خصوصیات متفاوت بیولوژیک و فیزیولوژیک زن یا مرد دلالت می‌کند و «جنسیت»^۲ که در معنای لغوی عبارتست از حالت و کیفیت جنس یا رجولیت و انوئیت افراد (معین، ۱۳۸۸) و در اصطلاح به معنای زنانگی و مردانگی است که بر نقش‌های زنانه و مردانه، تفاوت‌های رفتاری و روان‌شناختی (گیدنز، ۱۴۰۰، ص ۱۹۲) و خصوصیات اجتماعی و فرهنگی انتسابی جوامع و گروه‌ها به زن یا مرد (باقری، ۱۳۸۹) و مفاهیم متغیر حالت مردانه و زنانه دلالت دارد. (یزدانی، ۱۳۸۲، ص ۹۷) به عبارت دیگر، جنس اموری است ثابت و لایتغیر اما جنسیت سیال و قابل تغییر معنا می‌شود. فمینیست‌ها جنسیت را مجموعه‌ای از ویژگی‌ها و رفتارهای به‌طور فرهنگی شکل گرفته می‌دانند که به شخص مؤنث یا مذکر نسبت داده می‌شود (گمل و هام، ۱۳۸۲) بنابراین از نظر ایشان جنسیت، برساخت اجتماعی- فرهنگی است. در علوم اجتماعی نیز، جنسیت به معنای انتظارات اجتماعی رفتاری (شایان‌مهر، ۱۳۹۷، ص ۲۷۰) و جنبه‌های اجتماعی روابط میان دو جنس معنا می‌شود که متفاوت با جنبه‌های زیست‌شناختی جنس باشد. (آنوئیت و باتامور، ۱۳۹۲، ص ۳۷۰).

فمینیست‌ها در تبیین نابرابری‌های اجتماعی تمایز بین دو اصطلاح جنس و جنسیت را مطرح کردند و همین تمایز معنایی جنس و جنسیت، به‌مانند اصطلاح رایج در علوم

1. sex

2. gender

اجتماعی غربی و جامعه‌شناسی جنسیت به کار رفته است، لذا در رویکردهای غربی نسبتی بین جنس و جنسیت وجود ندارد و تفاوت‌های جنسی نمی‌تواند در ساحت جنسیت منشأ اثر باشد؛ بلکه تفاوت‌های جنسیتی، همه، اموری برساختی است.

۲. از سیمون دوبووار تا جودیت باتلر

سیمون دوبووار (۱۹۸۶-۱۹۰۸)، پایه‌گذار موج دوم فمینیسم و ارائه‌دهنده دیدگاه‌های فلسفی فمینیستی بر مبنای دوگانه جنس و جنسیت، به برساختی و مجعول‌بودن نقش‌های جنسیتی نظر داده و رادیکال‌ترین دیدگاه‌ها درخصوص نقش‌های زنانه و مردانه را مطرح نموده است از دید او جنسیت امری برساختی است که توسط فرهنگ‌ها و جوامع مختلف و در گذر تحولات تاریخی و اجتماعی ساخته می‌شود. از دید او خصوصیات جنسی متفاوت میان زن و مرد، ملاک تفاوت‌های جنسیتی آنان نیست. او با تفکیک بین ویژگی‌های جنس زیستی و جنسیت اجتماعی، معتقد است که چنین نیست که جنسیت، به دنبال جنس ظهور کند. (رک: دوبووار، ۱۳۸۸) به عبارت دیگر، چنین نیست که هر کس مؤنث باشد، به طور طبیعی ایفاکننده نقشی «زنانه» است، بلکه این نقش ساخته و پرداخته جامعه و فرهنگ مردسالار بوده است. جنس مذکر و جنسیت مردانه هم با یکدیگر متفاوتند. (باقری، ۱۳۸۲، صص ۷۹-۸۰) لذا برساختی‌بودن جنسیت توسط او و همفکرانش آغاز و تا به امروز در فمینیسم پست‌مدرن توسط جودیت باتلر و سایر فمینیست‌ها پیگیری شده است.

باتلر در تبیین جنسیت و ام‌دار سیمون دوبووار و به نحوی امتداد اندیشه اوست. از نظر باتلر گرچه دوبووار با شعار تقدم وجود بر ماهیت (چاوشی، ۱۳۹۴، صص ۴۷-۵۰) خواهان این است که زنان به سوژه‌ای وجودی تبدیل شوند، اما وی همچنان در همان چهارچوب دوگانه‌انگاری نفس/بدن و بازتولید اندیشه دکارتی باقی مانده است. (Butler, 1990, pp. 11-12) باتلر برای رفع این مشکل معتقد است باید از تمام تقابلهای دوگانه در حوزه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی و زبانی عبور کرد. از این رو به هستی‌زدایی از سوژه و همچنین مفهوم شدن به مثابه امری برساخت‌گرایانه در مفهوم جنسیت می‌پردازد. (اصغری، ۱۳۹۹).

۳. دیدگاه‌های پدیدارشناختی و فمینیستی درباره جنس و جنسیت

تاریخیت امر بدنمند و جنسیت

همان‌طور که بیان شد در عمده دیدگاه‌های فمینیستی تا قبل از پست‌مدرنیسم چنین مطرح بود که جنس به تفاوت‌های طبیعی و زیست‌شناختی اشاره دارد و از این طریق وجود امری ثابت و لایتغیر در مورد هر دو جنس مفروض گرفته می‌شد.

مفهوم‌شناسی باتلر از جنس و تاریخیت امر بدنمند در نگرش وی، در امتداد پدیدارشناسی مرلوپنتی و دیدگاه‌های فمینیستی و پدیدارشناختی دوبووار شکل گرفته است. نظریه‌های پدیدارشناسانه درباره بدنمندی انسان این دغدغه را دارند که میان علیت‌های متفاوت فیزیولوژیکی و زیستی که به وجود جسمانی ساختار می‌بخشند و معناهایی که وجود بدن‌مند در بافت تجربه‌های زیستی به خود می‌گیرد، تمایز ایجاد کند. مرلوپنتی در کتاب "پدیدارشناسی ادراک" بدن را یک ایده تاریخی می‌داند نه یک گونه طبیعی. (Phenomenology of Perception, 1945) سیمون دوبووار هم در جنس دوم به همین مطلب اشاره می‌کند که: زن و به طور گسترده‌تر هر جنسیتی، یک وضعیت تاریخی است نه یک واقعیت طبیعی (de Beauvoir, 1949) از نظر باتلر در هر دو متن، وجود و واقعیت مادی و عینی و یا ابعاد طبیعی بدن نفی نشده است؛ اما درک دوباره‌ای از آن صورت گرفته که بدن را از فرایندی که معناهای فرهنگی را به آن تحمیل می‌کند، منفک می‌سازد. هم برای مرلوپنتی هم برای دوبووار بدن به‌مانند فرایندی فعال درک می‌شود که امکان‌های فرهنگی و تاریخی مشخص را تجسم می‌بخشد. از نظر مرلوپنتی بدن نه تنها یک ایده تاریخی است؛ بلکه مجموعه‌ای از امکان‌هاست. (butler, 1988, p. 520) در اینجا باتلر اضافه می‌کند که عملی هم وجود دارد که به‌مانند فرایند اجرای چنین امکان‌های متعینی شناخته می‌شود. این امکان‌ها ضرورتاً توسط قراردادهای تاریخی موجود محدود شده‌اند. از نظر باتلر وجه مشترک پدیدارشناسی و تحلیل فمینیستی این است که هر دو، نظریه را بر تجربه زیسته بنا می‌سازند و بر این نکته تاکید دارند که جهان از طریق کنش‌های متعین تجربه‌های سوژکتیو تولید شده است.

۴. بازنگری باتلر در مفاهیم جنس و جنسیت

۴-۱. بدن به مثابه مادیتی از امکان‌های متجسد

باتلر تمایز بین «جنس» و «جنسیت» را واژگون می‌سازد و چرخشی در فمینیسم پیشین خود، بالاخص «موج دوم» فمینیسم (در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰) ایجاد می‌کند. جنس به بدن و وجه طبیعی و مادی وجود انسان اشاره دارد. از دید باتلر بدن، مادیتی است دارای امکانات متعددی از سبک‌های مختلف برای متجسدشدن؛ اما این تجسد، امر پیشینی و مقدم نیست؛ بلکه توسط عمل فرد ایجاد می‌شود. اعمال و رفتارهای فرد که البته محدود و مقید به شرایط تاریخی و اجتماعی هستند، زمینه و شرایط تجسديافتن بدن را فراهم می‌کند. در این بحث باتلر به دوبووار و مرلوپنتی استناد می‌کند.

باتلر همچون مرلوپنتی بدن را، مجموعه‌ای از امکان‌ها می‌داند؛ امکان‌هایی که در شرایط تاریخ و ساختارهای نهادی محدود می‌شوند و انسان با عمل خود، جنس و جنسیت خود را عملی می‌کند جنسیت در هر شرایط تاریخی به نحوی و به سبکی عملی می‌شود و این امکان‌های تاریخی که از طریق سبک‌های بدنی مختلف، مادی شده‌اند، به اعتقاد باتلر چیزی نیستند جز، وهم‌ها و پندارهای فرهنگی منظم که تجسد یافته و چهره عوض می‌کنند. از نظر او این گونه نیست که یک "ما" یا "من" وجود داشته باشد که بدن خود را اجرا کند (butler, 1988, pp. 520-521) چرا که در این صورت لازم می‌آمد عامل تجسد نیافته‌ای مقدم بر یک ظاهر تجسد یافته باشد و آن را هدایت کند. به باور باتلر بدن مادیتی است که معنا را تحمل می‌کند و آنچه مهم است جسمیت یافتن پیوسته و مداوم امکان‌هاست و این کار توسط فرایند نمایشی و اجراگری صورت می‌گیرد. از این رو به زعم باتلر بدن هموار به بدن مؤنث یا مذکر بدل می‌شود، پس تنها از طریق ظاهر جنسیت یافته‌اش شناخته می‌شود. بدن از خلال مجموعه‌ای از کنش‌هایی که در طول زمان تجدید، تصحیح و تثبیت شده‌اند تبدیل به جنسیت خود می‌شود.

۴-۲. عدم تمایز جنس و جنسیت

باتلر دیدگاه‌های خود را با نقد بر تمایز میان جنس و جنسیت که در فمینیسم موج

دوم مطرح بود، آغاز کرد. فمینیست‌های کلاسیک با ایجاد تمایز بین جنس و جنسیت بر آن بودند تا ریشه نابرابریهای اجتماعی را در ساختارهای فرهنگی و اجتماعی بدانند این تمایز هر چند ستم اجتماعی علیه زنان را ناموجه نشان میداد اما همچنان بر تفاوت‌های بیولوژیکی و طبیعی اذعان دارد در این دیدگاه ویژگی‌ها، وظایف و نقش‌های زنانه و مردانه، تفسیری فرهنگی از تمایزات طبیعی تلقی می‌شود باتلر دقیقاً به همین تمایز را نقد میکند او برای رفع هر نوع زمینه‌ای برای ستم علیه زنان، ساحت طبیعت را نیز رادیکالیزه میکند. به اعتقاد او تمایزی میان جنس و جنسیت وجود ندارد. به فرض قبول ثبات دوتایی جنسی، استنباط نمی‌شود که ساختار مردان منحصر از بدنهای مردانه منتج می‌شود یا اینکه زنان تنها بدنهای زنانه را تفسیر خواهند نمود. (Butler, 1990, p. 6) او با انکار وجود جوهر و ذات بر این باور است همانگونه که جنسیت به صورت تاریخی و فرهنگی بر ساخته می‌شود، جنس نیز جوهر و ذاتی ندارد و امری برساختی است. بنابراین به اعتقاد وی تمایزی میان جنس و جنسیت نیست، تفاوت‌های طبیعی صرفاً نشان‌دهنده تفاوت در بدن‌هاست و دلیل بر وجود طبیعت زنانه و تعلق آن به جنس زن نیست، نسبت طبیعی و ضروری بین آنها برقرار نیست.

۳-۴. تفسیر فرهنگی جنس و جنسیت

به اعتقاد باتلر بدن‌ها خارج از تفسیر فرهنگی وجود ندارند و این تفسیر نتایجی ساده‌انگارانه و رویکردی دوگانه از جنس را به بار می‌آورد. به عبارت دیگر فرایند زیست‌شناختی به خودی خود به دو طبقه «طبیعی» متمایز و معنی‌دار از افراد منتج نمی‌شود. این دو جنس تنها به دلیل اینکه ما در دنیایی جنسیتی شده زندگی می‌کنیم طبیعی، بدیهی به نظر می‌رسند. به عبارت اختصاصی‌تر، اجرای مکرر دو قطب، جنسیت‌های متضاد (زنانگی و مردانگی)، دو جنس طبیعی، ذاتی و پیشاگفتمانی را به صورتی قابل قبول نشان می‌دهد. (مورگن روث، ۱۳۹۷).

از نظر باتلر هنگامی که مشکل به طور انحصاری در سطح فرهنگی قرار داده شود، و هر گونه توجه به طبیعت حذف گردد، همه چیز قابل تصور می‌شود. در این چارچوب،

امکان این استدلال وجود دارد که تمایز بین مرد و زن در مسیر تاریخ توسعه می‌یابد، دوگانگی بین زن و مرد نیز می‌تواند به‌مانند ارجاع به دو انتهای یک زنجیر در نظر گرفته شود، و در نتیجه هر شخصی کمتر یا بیشتر مرد و/یا زن محسوب می‌گردد. (Keucheyan, 2013, p. 196).

۴-۴. ساخت‌شکنی دگرجنس‌گرایی

باتلر با نگاهی انتقادی به رویکردهای ثنویت‌گرا، نظم دوگانه جنسی زن و مرد را به‌عنوان صورتی گفتمانی می‌می‌داند که در آن، اولاً فقط همین دوگانه قابل‌فهم بوده و صورت‌های دیگر که شامل اقلیت‌های جنسی غیر از زن و مرد؛ مانند تراجنسی‌ها، غیرقابل‌فهم تلقی شده، طرد می‌شوند؛ ثانیاً در دوگانه جنسیتی هیچ نسبت و رابطه مستقیمی با یک طبیعت پیش‌زبانی ممکن نیست چرا که دوگانه جنسیتی اساساً به نحو زبانی مطرح شده است و لذا هرگونه تبیین زیست‌شناختی از آن غیرممکن است.

به گفته باتلر در جوامع، قواعد فرهنگ در خدمت تنظیم روابط دگرجنس‌گرایی هدایت شده‌اند. به اعتقاد او یکی از روش‌هایی که از طریق آن سیستم اجباری دگرجنس‌گرایی، بازتولید و پنهان می‌شود، تبدیل بدن‌ها به جنس‌های منفصلی است که ظاهری طبیعی و گرایش دگرجنس‌گرایانه طبیعی دارند. وی بر این باور است که قواعد فرهنگی مانند تابوی زنا با محارم، انواع معینی از هویت‌های جنسیت یافته منفصل و امیال جنسی را ایجاد کرده جنس/جنسیت و دگرجنس‌گرایی تولیدات تاریخی هستند که به هم پیوند خورده و به‌مثابه امر طبیعی در طول زمان جسمانیت یافته‌اند.

به اعتقاد باتلر الگوی دگرجنس‌گرایی تنها الگوی موجود نیست علاوه‌بر آن الگوهای دیگری از جنسیت‌های غیر باینری همچون همجنس‌گرا، چندجنس‌گرا، ترانس جنس و... هم وجود دارند، و چون وجود دارند، باید به رسمیت شناخته شوند. از این رو باتلر نظریه اجرای جنسیت را مطرح می‌کند که در بخش بعدی به طور مبسوط به آن خواهیم پرداخت.

۴-۵. جنسیت به مثابه اجراگری

باتلر با به چالش کشیدن ایده تفاوت طبیعی و اساسی میان زن و مرد، چنین استدلال می‌کند که جنسیت، کیفیت تعیین‌شده ذاتی و بیولوژیکی یا هویتی ذاتی نیست، بلکه چیزی است که انجام می‌شود. این بدان معنی است که این چیزی نیست که مردم با آن متولد می‌شوند، بلکه کاری است (Salih & Butler, 2004, p. 185) که به طور مکرر اجرا شده و به واسطه هنجارهای اجتماعی تقویت و بر آن متکی شده است. (مورگن روث، ۱۳۹۷).

از نظر باتلر هم جنس و هم جنسیت تفسیر فرهنگی الگوها و نظام دلالت‌گرایانه زبانی است که سوژه با عمل و اجرای خود، به آنها هستی می‌دهد. باتلر نشان می‌دهد هویت‌های جنسی و جنسیتی، اجراگری‌ها یا نمایش‌هایی هستند که از طریق تکرار مداوم رفتارهای جنسی توسط افراد معنا پیدا می‌کند. (همندی، ۱۳۹۴) بدین معنی که افراد از طریق تکرار مداوم این الگوها و نقش‌های جنسیتی که جامعه برای آنها تعریف می‌کند الگوها و نقش‌ها را در خود درونی می‌کنند و آن را به بخشی بنیادین و لاینفک از هویت و شخصیت خویش تبدیل می‌کنند. افراد با جنسیتی شدن و با پیروی از استانداردهای قابل تشخیص و فهم‌پذیر جنسیت، فهم‌پذیر می‌شوند (کوزر، ۱۳۸۳، ص ۶۱).

۵. هویت جنسیتی

به اعتقاد باتلر جنسیت نباید به منزله یک هویت ثابت یا عاملیتی دانسته شود که کنش‌های متعدد از آن نشئت می‌گیرند؛ بلکه جنسیت هویتی است بی‌بنیاد، که با گذشت زمان ساخته می‌شود و در یک فضای بیرونی از طریق تکرار سبک‌وار کنش‌ها بنا می‌شود. مفهوم جنسیت را باید فرایند موقتی و ساخت‌یافته اجتماع دانست. نه "ماهیتی" وجود دارد تا جنسیت تجسم شود. نه ایده‌ال ابژکتیوی تا جنسیت به‌سوی آن تعالی یابد و چون جنسیت یک حقیقت نیست، پس جنسیت کنش‌های متعددی است که ایده جنسیت را ایجاد می‌کند و توهم ضرورت و طبیعی بودن را به ما می‌قبولاند. اساساً بدون این کنش‌ها، هیچ جنسیتی نمی‌تواند وجود داشته باشد. (باتلر، ۱۳۸۵، صص ۲۴۱-۲۴۲).

باتلر بر این باور است که طبیعت و جوهر ثابتی وجود ندارد تا هویت جنسیتی بر

مبنای آن شکل گرفته باشد. به اعتقاد وی هویت جنسیتی به معنای دلالت فرهنگی جوهری طبیعی به نام جنس نیست؛ خود جنس نیز تنها زمانی فهم پذیر می شود که توسط مفاهیم زبانی دلالت پذیر شود. (اصغری، ۱۳۹۹) از آنجا که شناخت ما از جهان، تنها توسط زبان و ساختارهای زبانی امکان پذیر است؛ بنابراین هیچ طبیعت پیش از زبانی وجود ندارد.

از نظر باتلر نه تنها جنسیت مفهومی سیال دارد که مفهوم جنس نیز مانند جنسیت، پیشینه ای گفتمانی و فرهنگی دارد، به اعتقاد او، جنسیت ابزاری فرهنگی - گفتمانی است که بوسیله آن "طبیعت، جنسی شده" یا "جنس، طبیعی قلمداد شده" است. همچون امری پیشاگفتمانی یا پیشافرنگی، یا سطحی از نظر سیاسی، خنثی که بر روی آن فرهنگ عمل میکند (باتلر، ۱۳۸۵، ص ۵۳) افراد هویت خود را در شخصی ترین حالت بر بدن خویش (ویژگی های ظاهری و پوشش) تجربه میکنند. در این میان جنسیت، به مثابه برساختی فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، سیال و متکثر، یک مولفه اصلی در تعریف هویت افراد است (دژم خوی، ۱۳۸۹، ص ۱۴) هرچند نقش و میزان دخالت و اهمیت آن در ساخت هویت افراد، در جوامع، فرهنگها و دوره های زمانی مختلف یکسان نبوده است

۵-۱. رد هویت واحد

باتلر که به دنبال تبارشناسی انتقادی جنسیت بود، (سیدمن، ۱۳۸۹، ص ۲۸۷) با نگاهی انتقادی به تحلیل ساخت اجتماعی جنسیت و تبیین چگونگی رفتارشدن زنان در نظام سلطه مردان و ناهم جنس خواهی پرداخته است. او تلاش می کند تا هویت جنسیتی واحد را توهم تلقی نموده و آن را از میان بردارد تا امکانات جدیدی را به روی سیاست جنسی و جنسیتی بگشاید.

از دید باتلر فمینیست ها به رغم تنوع و گوناگونی در زندگی زنان به وجود هویت جنسیتی واحدی قائل اند. تعیین معنای هویت جنسیتی واحد برای زنان باعث طرد و سلب قدرت از برخی از زنان دیگر می شود. از این رو وی معتقد است که فمینیسم برای احیای انگیزه های انتقادی اش باید از ایده وجود یک هویت جنسیتی اساسی دست بردارد توسل

به هویت واحد زنان نه تنها وحدت‌بخش نیست که ناآگاهانه به بازتولید نظم جنسیتی دوتایی و نظام الزام‌آور نا همجنس‌خواهی کمک می‌کند. باتلر پیشنهاد می‌کند به جای آنکه تولید اجتماعی زنان و مردان را خویش‌نهادی جنسیتی واحدی تلقی کنیم جنسیت را نمایشی در نظر بگیریم که در معرض انهدام و وقفه قرار دارد، انسان‌ها به شکل افرادی مذکر و مؤنث متولد می‌شوند؛ اما به زنان و مردان مبدل می‌شوند. (سیدمن، ۱۳۸۹، ص ۲۸۹) مؤنث یا مذکر متولدشدن دلیلی برای ابراز رفتارهای زنانه یا مردانه یا رفتارهای جنسی دگرجنس‌خواهانه نیست؛ بلکه این نوع رفتارها در فرایند اجتماعی‌شدن به فرد تحمیل می‌شود و بنابراین افراد در طی روندهای جامعه‌پذیری به زن یا مرد تبدیل می‌شوند. بنابراین هویت جنسی متکثر است و ما با یک نوع هویت جنسی واحد برای زنان و یا مردان مواجه نیستیم.

او فرض هویت واحد برای زنان را درگیرشدن در سیستم دوگانه جنسی و باقی‌ماندن در سلطه نظام مردسالار می‌داند. برای باتلر، دیگر یک هویت مردانه یا زنانه وجود ندارد، به اعتقاد او به اهتزاز در آوردن پرچم حمایت از "تمایزگرایی" هر کدام از این هویت‌ها به شیوه "ذات‌گرایی" خطاست. نقد رادیکال هویت‌ها توسط باتلر ضد ذات‌گرایی است (Keucheyan, 2013, p. 206).

۶. نقد و بررسی

۶-۱. ارزیابی انتقادی مبانی

به لحاظ هستی‌شناسی: فمینیسم پس‌اساختارگرای پسامدرن، هیچ امر ضروری را برای مقوله زنان به رسمیت نمی‌شناسد و هر نوع ادعای شناخت حقیقت جهان‌شمول را نامطلوب و از لحاظ جنسی جهت‌دار و در پیوند با قدرت ارزیابی می‌کنند. (بیسلی، ۱۳۸۵، ص ۱۲۹) برای باتلر نیز جنسیت کیفیتی ثابت، ذاتی و ضروری ندارد. هیچ هویت جنسی «واقعی» یا معتبری که زیربنای اجراهای جنسیتی باشد، وجود ندارد. باتلر منکر وجود واقعیت و حقیقت است؛ از این رو معتقد است واقعیتی پیشا‌زبانی وجود ندارد از

نظر او جنسیت توسط زبان و در فرایند اعمال و کنش‌های سوژه ساخته می‌شود. در چنین دیدگاهی ماهیت واقعیت اجتماعی آشفته، سیال و فاقد الگوهای واقعی یا برنامه کلان می‌شود. در این دیدگاه، واقعیت، شناور و بی‌قاعده است (محمدپور، ۱۳۷۹، ص ۴۷۵) وی هستی‌های اجتماعی را سرشار از روابط قدرت ساختمند و جنسیتی شده‌ای می‌داند که زنان را به انقیاد می‌کشاند و از این‌رو باتلر هدف خود را رهایی بخشی جنسیتی می‌داند. این در حالی است که این تفسیر از هستی زن و سایر هستی‌های اجتماعی، ماهیت زن و هویت اجتماعی او را متزلزل می‌کند.

جمله سیمون دوبووار که "زن، ساخته می‌شود نه متولد" (محمد پور، ۱۳۹۷، ص ۴۳۱) یا "زنانگی زن شدن است نه زن بودن" (دوبووار، ۱۳۸۸، ص ۱۷) این عدم‌پذیرش بودها و تأکید بر شدن‌ها ناظر به ماهیت برساختی زن و زنانگی است. باتلر نیز به تأسی از دوبووار با انکار واقعیت از پیش موجود و رد الگوهای ثابت از پیش موجود، به جعلی و ساختگی بودن ماهیت زنانه نظر می‌دهند.

به لحاظ انسان‌شناختی: باتلر با انکار وجودی ماورای بشر، انسان را به ساحت مادی تقلیل می‌دهد و ابعاد روحانی و متعالی وجود انسان را نادیده می‌انگارد. سوژه موردنظر باتلر، غایت حیات بشر را در دنیای مادی و محدود جستجو می‌کند و نسبت به وجود ویژگی‌های طبیعی و فطری زن و مرد، نظام احسن خلقت و مکملیت زن و مرد بی‌توجه است. در فلسفه اسلامی انسان به‌حسب حقیقت و فطرت خود، قبل از ارتباط با پدیده‌های تاریخی و موجودات نامحدود، با هستی نامحدود ارتباط دارد و از رهگذر این ارتباط به برخی از معانی و تمایلات دست می‌یابد که سرمایه بشری است. (پارسانیا، ۱۳۹۱، ص ۱۷۵)

به لحاظ معرفت‌شناسی: باتلر در فضای پست‌مدرنیسم تنفس می‌کند. دیدگاه وی با اتکا بر مبانی پست‌مدرنیستی، ذهنیت و آگاهی را ناشی از تأثیرهای گفتمانی می‌داند (محمد پور، ۱۳۹۷، ص ۴۲۹) برای او اساساً دانش، برساخته‌های اجتماعی و زبانی است که در حین بازی آزادانه زبان و کنش به وجود می‌آید. (محمد پور، ۱۳۹۷، ص ۴۷۵) لذا همچون خاستگاه پست‌مدرنیستی خود، دچار نسبی‌گرایی معرفت‌شناختی است.

۲-۶. ارزیابی انتقادی آموزه‌ها

۱-۲-۶. براندازی هویت واحد

باتلر با انکار وجود حقیقت و واقعیت پیشینی، و رد طبیعت و ذات، منکر وجود هویت ثابت برای جنس و جنسیت است. وی جنسیت را ایده‌ای سیال، متغیر و برساخت اجتماعی می‌داند. مطابق این رویکرد، جنس زن هویت زنانه واحدی ندارد تا بتوان جوهر واحدی را از آنان ترسیم یا ریشه‌های تاریخی آن را بازشناسی نمود؛ زن در درون بسترهای متفاوت و متغیر اجتماعی پدید می‌آید. (مشیرزاده، ۱۳۸۲، صص ۴۴۵-۴۵۶) این در حالی است که هویت جنسیتی، در تعیین حقوق، تکالیف و نقش‌های اجتماعی متناسب با ویژگی‌های طبیعی کنشگران اجتماعی، نیازمند معیارهای ثابت و جهان‌شمول است. (آقاجانی، ۱۳۸۸).

برای باتلر، زن، مرد، زنانگی و مردانگی، مقولاتی ستمگرانه و محدودکننده‌اند ازاین‌رو همان‌گونه که از عنوان تأثیرگذارترین اثرش پیداست (آشفته‌گی جنسیتی: فمینیسم و براندازی هویت) وی خواهان براندازی هویت‌های جنسی و جنسیتی است. در این معنا، هویت امری سیال، متحول و متغیر است که بر هیچ امر ثابتی تکیه ندارد؛ لذا مهم‌ترین پیامد چنین دیدگاهی، سیالیت و بحران هویت است.

۲-۲-۶. خروج از دوگانه جنسی زن / مرد

بر اساس دیدگاه‌های پیشینان، جنس، به لحاظ زیست‌شناختی در دوگانه مذکر در برابر مؤنث که ذاتی و طبیعی است، قرار دارد و خود مبنایی را برای جنسیت دوگانه شکل می‌دهد. باتلر این تمایز میان دو جنس، به‌مانند امری طبیعی، ذاتی و پیشاگفتمانی را مورد نقد قرار می‌دهد. به اعتقاد او تمایز بین زن و مرد انعکاس تفاوت طبیعی بدن زنانه و مردانه نیست؛ بلکه این تمایز بدنی به‌وسیله نظم مفهومی - نمادین ایجاد می‌شود. این نظم مفهومی نمادین مستلزم تعیین هویت افراد در نقش زن یا مرد است (مایسنر، ۱۴۰۲، ص ۱۱). به اعتقاد وی رویکرد دوگانه به جنس انسان، بیش از حد ساده‌انگارانه است

به جای آن باید جنس را به صورت یک طیف در نظر گرفت. او اساساً از تمام دوگانه سازی های مرزگذار عبور می کند.

۶-۲-۳. به رسمیت شناختن انواع گرایش های جنسی

باتلر معتقد است علاوه بر زن و مرد به لحاظ زیست شناختی شاهد وجود افراد دیگری مانند افراد بینا جنس^۱ هستیم که تحت عمل جراحی قرار می گیرند و به مذکر یا مؤنث بودن منتسب می شوند. یا شاهد وجود افرادی با گرایش های جنسی متعارض مانند ترنسجندها^۲ یا گرایش های جنسی متفاوت مانند دوجنسی ها، افراد گی، لزبین و غیره و در یک تقسیم بندی کلی +LGBT^۳ ها هستیم. از نظر وی رهایی فمینیستی به معنی قابل فهم شدن همه صورت های ممکن از گرایش های جنسی متعدد است. وی با این ادعا همه گرایش های جنسی که مخالف با طبیعت و سرشت پاک انسانی است را نیز به رسمیت می شناسد و به صراحت خود را لزبین معرفی می کند. چنین تبیینی به پشتوانه ای قوی برای توجیه نظری انواع هم باشی ها و ترویج صورت های جدید ازدواج تبدیل شده است. چنان که تبیین وی علی رغم مخالفت کلیسا و برآشفته شدن احساسات عمومی و اعتراضات خیابانی علیه او، منجر به قانونی شدن همجنس گرایی و حتی ازدواج همجنس گرایان در برخی کشورها از جمله فرانسه شده است.

۶-۲-۴. برساخت اجتماعی جنس و جنسیت

از نظر باتلر جنسیت توسط هنجارها و قوانین فرهنگی و در نظام گفتمان قدرت

1. Intersex

۲. تراجنسیتی یا ترنسجندر (Transgender) افرادی هستند که هویت جنسیتی یا بیان جنسیت آنها با جنسیت انتسابی هنگام تولدشان متفاوت است. تراجنسیتی یک مفهوم چتری است که علاوه بر زنان ترنس و مردان ترنس، افرادی را که منحصراً زن یا مرد نیستند، یعنی افراد نان باینری و جندر کوئیر را نیز شامل می شود.
<https://fa.wikipedia.org/wiki>

۳. امروزه گرایش های جنسی متعددی مطرح شده است که در یک تقسیم بندی کلی شامل همجنس گرایی، دوجنس گرایی، تراجنسیتی، کوئیر، بینا جنس و بی جنس گرایی هستند / <https://fa.wikipedia.org/wiki>

شکل گرفته است. ساختار اجتماعی، جنسیت را به مانند دو قطب متضاد (مرد و زن) تعریف کرده و هرگونه انحراف از این دوگانگی را به حاشیه می راند. ساختارها و قواعد حاکم، نظام دوقطبی زن / مرد و زنانه / مردانه را ترتیب داده و ما برای به رسمیت شناخته شدن و قابل فهم شدن در این نظام دودویی قرار گرفته ایم. به اعتقاد باتلر جنسیت و حتی جنس در این نظامها بر ساخته می شود و این امکان وجود دارد که به گونه ای دیگر آنرا بر ساخت نمود تا تمامی صورت های ممکن جنسی و جنسیتی و اشکال متنوعی از میلها به رسمیت شناخته شوند. این در حالی است که در رویکرد برساختی هرگونه ذات و جوهر ثابتی نادیده گرفته می شود. هرچند عناصر اجتماعی و فرهنگی نیز در کل گیری جنسیت تأثیر گذارند اما نمیتوان تأثیر عناصر طبیعی را در آن نادیده انگاشت با رای بر بر ساخت جنسیت عناصر ثابت و مشترک میان افراد، مورد غفلت واقع شده و اشخاص در سیلان و چندگانگی هویت دچار مشکلات روانشناختی و غیره می شوند. از سوی دیگر وجود دو جنس زن و مرد در طول تاریخ بشر خود گواه روشنی است بر غیر تاریخی و عدم جنس

۵-۲-۶. انکار طبیعت و فطرت

باتلر منکر وجود طبیعت و سرشتی ثابت است. به اعتقاد او تفاوت های طبیعی صرفاً نشان دهنده تفاوت در بدن هاست و دلیل بر وجود طبیعت زنانه نیست تا آنرا به فرد مؤنث نسبت دهیم. در حالی که همین تفاوت در بدن هاست که منشأ تفاوت های بی شمار طبیعی بین زن و مرد و منشأ ظهور و بروز توانمندی ها و استعداد های متفاوت در دوجنس شده و هریک از آنها را به احراز نقش های مختلف در روابط خانوادگی و اجتماعی سوق می دهد. برای مثال اجرای نقش های زنانه برای جنس زن ارتباط مستقیمی با ویژگی های طبیعی که در بدن زن یافت می شود، دارد. بنابراین باتلر تفاوت ها را به بعد مادیت تقلیل میدهد و نسبت به آثار آنها بی توجه است. در حالی که تفاوت در بدنها خود نشان دهنده تفاوت در طبیعت زنان از مردان است. ضمن آنکه تکرار و ثبات آن در

طول تاریخ بشریت خود دلیل بر وجود فطرت و سرشتی ثابت میان همه زنان است. بنابراین نمی توان تفاوت در بدن ها را پذیرفت اما آثار آنها را کتمان کرد.

در دیدگاه های اسلامی، انسان نوع متوسطی است که دارای طبیعت و سرشت مشترکی به نام فطرت است که اولاً میان همه انسان ها مشترک است ثانیاً غیر اکتسابی است و ثالثاً تغییر و تبدلی در آن رخ نمی دهد از این رو جنس و طبیعت انسان نمی تواند امری تاریخی و برساختی باشد. از سوی دیگر جنسیت هم که در جهان سوم یعنی جهان فرهنگ و در نسبت با دیگری ایجاد می شود، به دور از ویژگی های ساحت جنس و طبیعت نیست. زیرا فرد در روابط اجتماعی و نسبت هایی که با امور دیگری برقرار می کند، با عناصر طبیعی و بدن جنسی خود وارد حیات اجتماعی می شود لذا حضور عناصر طبیعی را نمی توان کتمان و یا انکار کرد.

۶-۲-۶. نادیده انگاشتن ویژگی های زنان در تقسیم کار اجتماعی

باتلر تفاوت های زنان و مردان را امری برساختی، مجعول و ساخته فرهنگها دانسته و نقش های اجتماعی زنان و مردانه را انکار می نماید. لذا نسبت به ویژگی های خاص زنان و مردانه بی توجه است. خروجی دیدگاه باتلر، برابری و تشابه کامل زنان و مردان در نقش های اجتماعی و تقسیم کار برابر اجتماعی است چنانکه مطالبه همه امواج فمینیستی است و این را عدالت و در راستای استیفای حقوق زنان می دانند، اما بی عدالتی نسبت به زن در نادیده انگاشتن تفاوت های او با مرد، تشبه زنان به مردان و نهایتاً تقسیم کار نامتناسب اجتماعی است، تقسیم کاری که متناسب با روحیات، ویژگی های منحصر بفرد زنان و نقش های بی بدیل آنان در مادری و همسری نیست که این خود هم باعث فشار کاری مضاعف بر زنان می شود و هم این گونه نقش های را در اذهان جامعه کم ارزش و بعضاً ضد ارزش جلوه می دهد.

بنابراین دیدگاه های باتلر چه از نظر مبانی و چه آموزه ها در مقابل رویکردهای حکمی اسلامی و آموزه های دینی قرار دارد.

نتیجه گیری

جودیت باتلر جنس و جنسیت را اموری برساختی، اجتماعی و فرهنگی می‌داند. او با نقد تمایز سنتی میان این دو مفهوم، هویت جنسیتی را به مثابه اجراگری، کنشی اجتماعی و تاریخی می‌بیند که از طریق تکرار هنجارها و نقش‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. در نظریه او، هویت جنسیتی بر محوری ذاتی و ثابت متکی نیست، بلکه سیال، متغیر و دگرگون‌پذیر است. این دیدگاه به چالش کشیدن نظام‌های دوگانه جنسی (زن و مرد) و به رسمیت شناختن هویت‌های متنوع از جمله اقلیت‌های جنسی را تسهیل می‌کند.

دیدگاه باتلر از منظر اسلامی و دینی نقدهای جدی به همراه دارد. اسلام بر وجود ذات، جوهر و طبیعت انسان تأکید دارد و علی‌رغم تأثیر عناصر فرهنگی بر جنسیت، جنس و جنسیت را بر مبنای اصول ثابت و هویت‌های پایدار تعریف می‌کند. در مقابل، باتلر با انکار واقعیت پیشینی و ذات‌گرایی، جنس و جنسیت را برساخت‌هایی گفتمانی و فرهنگی معرفی می‌کند. این اختلاف اساسی نشانگر ناسازگاری بنیادین دیدگاه‌های باتلر با مبانی اسلامی است که طبیعت و فطرت انسان را واقعیتی مشترک و تغییرناپذیر در نظر می‌گیرند.

نقدهای وارد بر باتلر از منظر دینی شامل انکار واقعیت ذاتی، سیالیت هویت، برساخت جنس و جنسیت، نسبی‌گرایی معرفتی، عدم پذیرش هویت پایدار، و ... است. در نتیجه دیدگاه باتلر به دلیل اتخاذ رویکردی ذات‌انکار، عدم پذیرش جوهر و واقعیت و برساختی تلقی نمودن جنس و جنسیت، تأکید او بر سیالیت هویت و پذیرش هویت‌های متکثر، با رویکردهای اسلامی که بر وجود ذات، جوهر و واقعیت دارد و اصولی که بر عدالت و تناسب نقش‌های اجتماعی و جنسیتی با ویژگی‌های طبیعی انسان اصرار دارد، در تضاد است.

فهرست منابع

- اصغری، محمد؛ کریمی، بیان. (۱۳۹۹). ساخت‌گشایی و هستی‌زدایی از سوژه و هویت جنسیتی: دوبوار و باتلر. متافیزیک، ۱۲(۲۹)، صص ۱۳۱-۱۴۶.
- آقاجانی، نصراله. (۱۳۸۸). چالش فمینیسم با عدالت جنسیتی. مطالعات راهبردی زنان، ۱۲(۴۶)، صص ۷-۴۸.
- باتامور، تام؛ آوتویت، ویلیام. (۱۳۹۲). فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم (مترجم: حسن چاوشیان، چاپ اول). تهران: نی.
- باتلر، جودیت. (۱۳۸۵). آشفتگی جنسیتی: فمینیسم و براندازی هویت (مترجم: امین قضایی). نشر مجله شعر.
- باقری، خسرو. (۱۳۸۲). مبانی فلسفی فمینیسم. تهران: وزارت علوم تحقیقات و فن آوری.
- باقری، شهلا. (۱۳۸۹). راهبرد نظریه پردازی در جامعه‌شناسی جنسیت و جامعه‌شناسی خانواده. مطالعات راهبردی زنان، ۱۳(۵۰)، صص ۲۲۹-۲۵۹.
- بستان، حسین. (۱۳۹۴). جامعه‌شناسی جنسیت با رویکردی اسلامی. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- بیسلی، کریس. (۱۳۸۵). چپستی فمینیسم (مترجم: محمدرضا زمردی، چاپ اول). تهران: روشنگران و مطالعات زنان.
- پارسانیا، حمید. (۱۳۹۱). جهانهای اجتماعی. تهران: کتاب فردا.
- چاوشی، سارا. (۱۳۹۴). بررسی انتقادی مبانی اندیشه سیمون دوبوار. پایان‌نامه کارشناسی ارشد (استاد راهنما: عماد افروغ). دانشگاه باقرالعلوم. دانشکده: فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری.

دژم‌خوی، مریم. (۱۳۸۹). فرآیند هویت‌یابی جنسی مورد مطالعاتی خاندان شاهی ساسانی. پایان نامه دکتری (استاد راهنما: کمال‌الدین نیکنامی)، دانشگاه تهران، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.

دوبووار، سیمون. (۱۳۸۸). جنس دوم (مترجم: قاسم صنعوی، چاپ هشتم). تهران: توس.
سیدمن، استیون. (۱۳۹۸). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی (مترجم: هادی جلیلی). تهران: نشر نی.
شایان‌مهر، علی رضا. (۱۳۹۷). دایره المعارف تطبیقی علوم اجتماعی (ج ۱، چاپ دوم). تهران: کیهان.

کوزر، لوئیس و همکاران. (۱۳۸۳). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی (مترجم: محسن ثلاثی، چاپ یازدهم). تهران: انتشارات علمی.

گرت، استفانی. (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی جنسیت (مترجم: کتابیون بقایی). تهران: دیگر.
گمبل، سارا؛ هام، مگی. (۱۳۸۲). فرهنگ نظریه‌های فمینیستی (مترجمان: فیروزه مهاجر و نوشین احمدی خراسانی و فرخ قره داغی، چاپ اول). تهران: توسعه.

گیدنز، آنتونی. (۱۴۰۰). نظریه‌های جامعه‌شناسی (مترجم: حسن چاوشیان، چاپ شانزدهم). تهران: نی.

مایسنر، هانا. (۱۴۰۲). جودیت باتلر، نقدی پس‌اساختارگرایانه بر فمینیسم (مترجم: رضا دهقانی، چاپ دوم). تهران: نقد فرهنگ.

محمد پور، احمد. (۱۳۹۷). روش در روش، درباره ساخت معرفت در علوم انسانی. تهران: لوگوس.

مشیرزاده، حمیرا. (۱۳۸۲). از جنبش تا نظریه اجتماعی تاریخ دو قرن فمینیسم. تهران: شیرازه.

معین، محمد. (۱۳۸۸). فرهنگ فارسی معین (ج ۱، چاپ چهارم). تهران: زرین.
مورگن روث، سلکا؛ ک. رایان، میشل. (۱۳۹۷). آشفستگی جنسیت در روانشناسی اجتماعی (مترجم: شهرام کیانی). ایران آکادمیا، (۲) ص ۱۱۸.

همندی، نسیم. (۱۳۹۴). بررسی جنسیت و تغییر رویکردهای نوین در باستانشناسی، دومین همایش ملی باستانشناسی ایران، اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری خراسان رضوی، مشهد: دانشگاه بیرجند

یزدانی، عباس؛ جندقی، بهروز. (۱۳۸۲). فمینیسم و دانش‌های فمینیستی (ترجمه تحلیل و نقد مجموعه مقالات دایره المعارف روتلیج). قم: دفتر مطالعات و تحقیقات زنان.

Butler, Judith. (2006) [1990]. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. New York: Routledge.

Merleau-Ponty, Maurice. (1945). *Phenomenology of Perception*, New York: Routledge.

Beauvoir, Simone de. (1949). *The Second Sex*, translated by Constance Borde and Sheila Malovany Chevallie, New York.

Butler, Judith. (1988). Performative Acts and Gender Constitution: An Essay in Phenomenology and Feminist Theory, *Theatre Journal*, The Johns Hopkins University, pp. 519-531.

Keucheyan, Razmig. (2013). *Left Hemispheret Mapping critical theory today*, Translator: Gregory Elliott, VERSO, London, New York.

Salih, sars., & Butler, Judith. (2004). *The Judith Butler reader*, Hoboken: Wiley, Blackwell.

<https://fa.wikipedia.org/wiki>

Motivations Behind Unveiling Among Women Over 18 in Tehran*

Habibollah Asadollahi 

PhD Candidate, Faculty of Culture, Social and Behavioral Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran.
asad.h1434@gmail.com



Abstract

The phenomenon of unveiling (kashf-e hijab) is one of the significant and debated issues in Iran's cultural and political circles. This study aims to examine the motivations behind unveiling among women over 18 in Tehran in 2023, using a survey method. Data were collected through a researcher-designed questionnaire and face-to-face interviews with 992 unveiled women across Tehran's 22 districts. The results indicate that individual motivations play a prominent role in this phenomenon, with 83.6% of participants believing that "being unveiled is not a significant issue," while only 15.4% consider hijab a religious obligation. Additionally, 60.8% of these women are actively experiencing unveiling, although normative pressures remain high, as 83% are reluctant to be labeled "unveiled." The family's role is also notable: 76.1% identified family lifestyle as a factor influencing this type of attire, while 69.6% of spouses and 51.5% of parents support this choice. Political and protest motivations

* Asadollahi, H. (2025). Motivations behind unveiling among women over 18 in Tehran. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 147-180.
<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70487.2112>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2024/12/08 • **Revised:** 2025/06/15 • **Accepted:** 2025/10/22 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



also contribute to the phenomenon. The study concludes that cultural policymaking requires a comprehensive understanding of all dimensions of unveiling, from individual and political reasons to family and social contexts.

Keywords

Unveiling, individual motivation, political motivation, social motivation, family motivation.

انگیزه‌های کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران*

حبیب الله اسداللهی 

دکتری، دانشکده فرهنگ، علوم اجتماعی و رفتاری، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران.

asad.h1434@gmail.com

چکیده

پدیده کشف حجاب یکی از مسائل مهم و مورد بحث در محافل فرهنگی و سیاسی کشور است. پژوهش حاضر با هدف بررسی انگیزه‌های کشف حجاب در میان بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران، در سال ۱۴۰۲ و با روش پیمایش انجام شده است. داده‌ها از طریق پرسشنامه محقق ساخته و مصاحبه حضوری با ۹۹۲ نفر از بانوان کشف حجاب کرده در مناطق ۲۲ گانه تهران گردآوری شد. نتایج نشان می‌دهد انگیزه‌های فردی نقش پررنگ‌تری در این پدیده دارند؛ به‌طوری که ۸۳/۶ درصد شرکت کنندگان معتقدند «بی‌حجابی مسئله مهمی نیست» و تنها ۱۵/۴ درصد حجاب را یک دستور دینی می‌دانند. همچنین ۶۰/۸ درصد از این بانوان در حال تجربه کشف حجاب هستند، اما هنوز فشار هنجاری بالایی وجود دارد؛ به‌طوری که ۸۳ درصد تمایلی به برچسب «بی‌حجاب» ندارند. نقش خانواده نیز چشم گیر است؛ ۷۶/۱ درصد سبک زندگی خانوادگی را زمینه ساز این نوع پوشش دانسته‌اند. همچنین ۶۹/۶ درصد همسران و ۵۱/۱ درصد والدین با این پوشش همراه‌اند. انگیزه‌های سیاسی و اعتراضی نیز در این پدیده نقش دارند. بنابراین، سیاست گذاری فرهنگی نیازمند درک جامع از همه ابعاد این پدیده، از دلایل فردی و سیاسی تا زمینه‌های خانوادگی و اجتماعی است.

کلیدواژه‌ها

کشف حجاب، انگیزه فردی، انگیزه سیاسی، انگیزه اجتماعی، انگیزه خانوادگی.

* اسداللهی، حبیب الله. (۱۴۰۴). انگیزه‌های کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۱۴۷-۱۸۰.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70487.2112>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۹/۱۸ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۳/۲۵ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۳۰ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



۱. بیان مسئله

مقوله پوشش اکنون نه تنها از از وجوه مشخصه نظام فرهنگی و سیاسی ایران، که نماد جامعه اسلامی در سطح بین‌المللی است و معانی زیادی را برای کنشگران معتقد به حجاب و نیز ناظران آن در بردارد. حجاب زنان مسلمان در طی دوره‌های حیات خویش با فراز و فرودهای چندی مواجه گشته است. در عصر غلبه تفکر مدرن، این نماد در میانه تضادهای اجتماعی و کشمکش‌های گروه‌های اجتماعی، تغییراتی کرده است. پدیده حجاب مانند سایر پدیده‌های فرهنگی امری چندوجهی است و حداقل باید آن را بر ساخته نگاهی دینی و نگرشی عرفی دانست. «در اندیشه دینی، بدن عرصه مهم و خطیری است که می‌تواند نقطه مقابل روح واقع شده و باعث سقوط و انحطاط اخلاقی فرد شود و یا به کمک روح آمده و زمینه را برای رشد و تعالی معنوی فرد فراهم کند.» (سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۹۰، ص ۲۹).

«پوشش و حجاب به مثابه رسانه‌ای ارتباطی و به عنوان کنشی اجتماعی، از یک سو تحت تأثیر ساختارهای فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی است و از سوی دیگر متأثر از کنشگران زن و مرد اجتماعی. در سال‌های پس از انقلاب، به دلیل آسیب‌پذیری درونی جامعه و تهدیدهای بیرونی، انتقال فرهنگی حجاب با اختلال مواجه شد. رعایت نکردن حجاب اسلامی، احساسات بخش‌هایی از جامعه را متأثر کرد و به مسئله‌ای اجتماعی تبدیل شد.» (محبوبی‌منش، ۱۳۸۶، ص ۲۳).

آشوب‌های خیابانی سال ۱۴۰۱ جدای از هزینه‌های گوناگون سیاسی، امنیتی، اقتصادی و اجتماعی از ابعاد و پیامدهای فرهنگی نیز برخوردار بود که به طور خاص در مسئله حجاب و پوشش زنان نمود داشته و مهم‌تر از آن امتداد بُعد فرهنگی این حوادث و عادی‌شدن و تشدید پدیده بی‌حجابی در جامعه نسبت به قبل بوده است. پدیده‌ای که در بیان آیت‌الله خامنه‌ای «چالش تحمیلی» یاد شده است و دستگاه‌های مسئول، موظف به ورود به ابعاد آن شدند. صرف نظر از ابعاد دیگر این حادثه که مورد تحلیل‌های مختلفی نیز قرار گرفته است، این آشوب‌ها که در ابتدا

اعتراض به وضعیت اقتصادی، نابرابری‌ها و برخی فسادهای موجود را دنبال می‌کرد، هرچه پیش رفت، سمت‌وسوی دیگری یافته و با شعار «زن، زندگی، آزادی» به عفت‌زدایی و حیا‌زدایی، قبح‌شکنی و تابوشکنی در مقوله حجاب و معنازدایی از مقولاتی مانند غیرت و ناموس تغییر جهت داد که این فرایند، برخلاف سایر ابعاد آشوب‌ها هنوز هم در سطح رسانه‌ها و هم در سطح جامعه و خیابان‌های شهر ادامه یافته و شاید رو به تشدید است.

بدیهی است بروز و گسترش چنین پدیده‌ای برای جامعه ایرانی اسلامی دارای فرهنگ غنی به‌هیچ‌وجه زیبنده نیست. بدون شک عدم برخورد مناسب و تساهل با این موارد، ضربات مخربی به بدنه جامعه اسلامی و به‌ویژه بنیان خانواده خواهد زد. از آنجا که لزوم برخورد مناسب و مؤثر با هر معضل اجتماعی، شناخت عوامل و چرایی بروز آن رفتار است؛ لذا در این مطالعه تلاش شده با نگاهی جامعه‌شناسانه انگیزه‌های فردی، خانوادگی، اجتماعی و سیاسی این مسئله را تحلیل کنیم.

۲. سؤالات تحقیق

سؤال اصلی: انگیزه‌های کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران چیست؟
سؤالات فرعی:

- ۱- انگیزه‌های سیاسی کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران چیست؟
- ۲- انگیزه‌های فردی و بینشی کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران چیست؟
- ۳- انگیزه‌های خانوادگی کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران چیست؟
- ۴- انگیزه‌های اجتماعی کشف حجاب بانوان بالای ۱۸ سال شهر تهران چیست؟

۳. پیشینه تحقیق

در زمینه علل و زمینه‌های گرایش یا عدم گرایش به حجاب از منظرهای دینی،

روانشناسی، جامعه‌شناسی و مانند آن پژوهش‌هایی وجود دارد؛ اما از میان کارهای انجام شده پژوهش‌هایی که با تکیه بر داده‌های میدانی به توصیف وضعیت موجود و تحلیل آن پردازند، محدود است. در ذیل به برخی از مهم‌ترین این موارد اشاره می‌شود:

۱- تحلیل جامعه‌شناختی عوامل مؤثر بر گرایش به حجاب (مطالعه موردی: گرایش به حجاب در بین دانشجویان دختر دانشگاه مازندران).

هدف از این تحقیق بررسی عوامل اجتماعی مرتبط با گرایش دانشجویان دختر نسبت به حجاب است. جامعه آماری این تحقیق، دانشجویان دختر مشغول به تحصیل در دانشگاه مازندران تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها در سال ۱۳۹۰ برابر با ۱۳۰۰۰ نفر بوده است. پرسش‌نامه محقق‌ساخته با پایایی ۰/۷۴ به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در اختیار ۵۶۰ نفر از آن‌ها قرار داده شده است. نتایج تحلیل مسیر و رگرسیون چندمتغیره نشان داد که مهم‌ترین متغیر مؤثر بر گرایش به حجاب، متغیر گرایش به فمینیسم بوده است. سایر متغیرهای مؤثر به ترتیب عبارتند از: عوامل محرک اجتماعی، پایگاه اقتصادی - اجتماعی، سبک زندگی و محل سکونت. مدل تحلیلی تنها ۳۳ درصد عوامل مؤثر بر حجاب را تبیین کرده است. در ضمن گرایش به حجاب و فمینیسم به مثابه دو گرایش متعارض، در حد متوسط به بالا و تا حد قوی در بین جامعه آماری مشاهده شده است.

۲- پوشش و حجاب زنان ایران، موج دوم، سال ۱۳۹۵

جامعه آماری این طرح زنان ۱۵ تا ۷۵ سال ایرانی مسلمان و اندازه نمونه آن ۵۰۰۰ پرسشنامه است. موج اول این طرح سال ۱۳۸۹ و با اندازه نمونه ۱۸۰۰۰ پرسشنامه انجام شده است. این پژوهش در دو بخش حجاب (اخلاق حجاب، عمل به احکام حجاب، نگرش به احکام حجاب و اعتقاد به حجاب) و پوشش در زندگی روزمره (آگاهی از پوشش، زیباشناسی پوشش، نگرش به پوشش، پوشش در فضاهای اجتماعی و خصوصیات پوشش) به توصیف داده‌ها پرداخته است.

۳- «مطالعه کمی نگرش بانوان کشف حجابی و بدحجابی نسبت به مقوله پوشش و حجاب» (۱۴۰۲)، مؤسسه شناخت، کارگروه مخاطب ژوهی

این تحقیق در بین جامعه آماری از سنین ۱۴ تا ۵۰ سال در ۱۴ منطقه شهر تهران و نمونه ۹۹۰ نفری انجام شده است. بخشی از مهم‌ترین نتایج این تحقیق این است که ۴۳ درصد پاسخگویان پوشش را تحمیل نظام می‌دانند. ۱۴ درصد معتقدند حجاب مانع آزادی و فعالیت زنان است. ۳۲ درصد بر این باورند که حجاب مصداق نابرابری بین مرد و زن است. ۹ درصد حجاب را مایه آرامش و امنیت و فقط ۲ درصد موجب منزلت و شخصیت اجتماعی می‌دانند.

عامل تمایزبخشی تحقیق حاضر از سایر پژوهش‌ها، جامعه آماری بانوان کشف حجاب کرده است که علیرغم این که در پژوهش مؤسسه شناخت نیمی از آنان کشف حجابی هستند؛ اما این تحقیق به صورت مستقل آنان را هدف قرار داده است. ضمن این که در تحقیق فوق صرفاً به عوامل نگرشی پرداخته شده؛ اما در تحقیق حاضر به انگیزه‌های سیاسی، خانوادگی و اجتماعی نیز پرداخته شده است.

۴. اهمیت و ضرورت تحقیق

پدیده حجاب در ایران تنها یک حکم شرعی نیست، بلکه نمادی از هویت فرهنگی و سیاسی نظام تلقی می‌شود. اما تحولات اجتماعی، به‌ویژه پس از سال ۱۴۰۱، نشان‌دهنده تغییرات جدی در نگرش و رفتار زنان نسبت به پوشش است. این تغییرات هم‌زمان تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی، رسانه‌ای و فرهنگی و نیز واکنش‌های فردی به چالش‌های هویتی و معیشتی شکل گرفته‌اند. گفتمان‌هایی چون «زن، زندگی، آزادی» نیز مفاهیمی چون آزادی بدن و طرد نگاه سنتی به حجاب را برجسته کرده‌اند. بنابراین، حجاب دیگر صرفاً یک تکلیف دینی یا قانونی نیست، بلکه پدیده‌ای چندبعدی است که باید در بستر عوامل روانی، اجتماعی و سیاسی تحلیل شود. تحلیل جامعه‌شناختی این روند می‌تواند به سیاست‌گذاری‌های فرهنگی و آموزشی مؤثرتر کمک کند، به‌ویژه در شرایطی که

تداوم روند عادی سازی بی حجابی می تواند انسجام اجتماعی و ارزش های خانوادگی را با چالش مواجه کند.

۵. ادبیات نظری تحقیق

قدرت فرهنگی و اجتماعی، بنیان اصلی انقلاب اسلامی است و حجاب در جایگاه یکی از نمادهای آن، جایگاهی برجسته دارد. برای تحلیل پدیده کشف حجاب، نمی توان یک عامل را کافی دانست؛ بلکه باید ترکیبی از عوامل فردی، خانوادگی، فرهنگی و ساختاری را مدنظر قرار داد. تغییر نگرش های فرهنگی، تعاملات اجتماعی و فضای سیاسی، همگی در شکل گیری این پدیده مؤثرند. نظریه های جامعه شناسی مختلف نیز می توانند ابعاد این مسئله را تبیین کنند:

نظریه گزینش عقلانی: افراد با سنجش سود و زیان، رفتار خود را انتخاب می کنند. «رفتار منحرفانه نوعی تصمیم عقلانی است» (رفیع پور، ۱۳۷۸، ص ۱۱۳) و بی حجابی را می توان نتیجه تسامح ساختاری و فقدان واکنش بازدارنده دانست.

نظریه یادگیری: «کج روی محصول معاشرت با کسانی است که تعاریف مثبتی از قانون شکنی ارائه می دهند.» (ممتاز، ۱۳۸۱، ص ۹۲) هرچه تعامل با گروه های بی حجابی بیشتر شود، گرایش به آن تقویت می گردد.

نظریه هویت اجتماعی: «هویت اجتماعی زمانی معنا دارد که فرد تعلق به گروهی خاص را ارزشمند بداند.» (رضایی قادری، ۱۳۹۸، ص ۸۰) بی حجابی می تواند نوعی همانندسازی با گروهی با ارزش های متمایز باشد.

نظریه کنترل اجتماعی: «نبود کنترل اجتماعی علت اصلی کج رفتاری است.» (سروستانی، ۱۳۹۰، ص ۵۳) در این نظریه، «وابستگی، تعهد، درگیری و اعتقاد» عناصر مهار کننده رفتار نابهنجار شناخته می شوند.

در نتیجه، تحلیل پدیده بی حجابی نیازمند رویکردی چندبعدی و بهره گیری از نظریات جامعه شناسی است تا بتوان سیاست های مؤثری در حوزه فرهنگ تدوین کرد.

۶. فرضیات تحقیق

- ۱- میان انگیزه کشف حجاب و وضعیت تأهل بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۲- میان انگیزه کشف حجاب و رده‌های سنی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۳- میان انگیزه کشف حجاب و میزان تحصیلات بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۴- میان انگیزه کشف حجاب و وضعیت اقتصادی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۵- میان انگیزه کشف حجاب و تجربه یا عدم تجربه سفرهای خارجی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.
- ۶- میان انگیزه کشف حجاب و مشاهده یا عدم مشاهده بانوان کشف حجاب کرده از شبکه‌های ماهواره‌ای تفاوت معنادار وجود دارد.

۷. روش تحقیق

این تحقیق با روش پیمایش انجام شده است. روش تحقیق پیمایش یکی از مهم‌ترین و متداول‌ترین روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش‌های علوم انسانی و اجتماعی است که به وسیله پرسشنامه یا مصاحبه ساختاریافته انجام می‌شود. این روش به محقق امکان می‌دهد تا نگرش‌ها، رفتارها و ویژگی‌های یک جامعه آماری را به صورت کمی و گسترده بررسی کند و نتایج به دست آمده را با نمونه‌گیری صحیح به کل جامعه تعمیم دهد. روش پیمایش به دلیل قابلیت جمع‌آوری داده‌های دقیق و قابل تحلیل و همچنین اجرای سریع و اقتصادی، در پژوهش‌های مختلف کاربرد فراوانی دارد (عباس‌زاده، ۱۳۹۶، ص ۹۵).

۷-۱. جامعه آماری و حجم نمونه

جامعه آماری این طرح بانوان بی حجاب مناطق ۲۲ گانه شهر تهران است. «نتایج تجمیعی شش پیمایش و مطالعه کلان ملی از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا خرداد ۱۴۰۲ توسط مراکز پژوهشی، دانشگاهی، سیاستگذاری و رسانه‌ای نشان می‌دهد، میانگین کسانی که در تهران به صورت بدون حجاب (نداشتن شال یا روسری و بدون پوشاندن موی سر) در سطح معابر رفت و آمد دارند، ۹/۳ درصد کل بانوان متردد در معابر هستند. بی حجابی به‌طور طبیعی در برخی مراکز مثل بعضی مراکز خرید و تفریحی بیشتر و در برخی معابر و اماکن عمومی کمتر از این مقدار قابل مشاهده است.» (روزنامه اطلاعات، ۱۴۰۲، ۱۲ شهریور) از آن جایی که آخرین سرشماری عمومی نفوس و مسکن در ایران در سال ۱۳۹۵ انجام شده است؛ لذا با کمک نرم‌افزار پیش‌بینی جمعیت (اسپکتروم) تعداد زنان بالای ۱۸ سال مناطق شهری شهر تهران برای سال ۱۴۰۲ برابر با ۳۶۳۸۰۰۰ نفر است. (مرکز آمار ایران) بنابراین تعداد زنان کشف حجاب کرده شهر تهران حدود ۳۳۸۳۳۴ نفر برآورد می‌شود.

تعداد نمونه بر اساس فرمول کوکران با خطای ($d=0.032$) حدود ۹۷۵ نفر است؛ اما برای اطمینان بیشتر حجم نمونه آماری به هزار نفر افزایش داده شد. در انتها تعداد ۹۹۲ پرسشنامه سالم و دارای اطلاعات کامل به‌دست آمد. نمونه‌گیری به‌صورت خوشه‌ای و تصادفی است. جدول زیر تعداد نمونه در مناطق مختلف شهر را نشان می‌دهد. با توجه به حساسیت موضوع و شرایط زمانی امکان مصاحبه عمیق و کیفی با بانوان کشف حجاب کرده وجود نداشت، صرفاً برای مجاب ساختن پاسخگویان با عنوان یک کار تحقیقاتی دانشگاهی، پرسشنامه بهترین ابزار گردآوری داده بود.

منطقه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
فراوانی	۴۲	۵۶	۴۰	۴۷	۴۰	۵۸	۴۲	۴۹	۴۰	۴۰	۵۸	۴۵	۴۰	۴۸	۴۴	۴۵	۴۶	۴۰	۴۷	۴۵	۴۰	۴۰

۲-۷. تعریف عملیاتی مؤلفه‌ها و شاخص‌ها

جدول شماره ۱: مؤلفه‌ها، شاخص‌ها و گویه‌های سنجش انگیزه‌های بی‌حجابی

مؤلفه	شاخص	گویه‌ها (طیف کاملاً موافق تا کاملاً مخالف)
انگیزه‌های سیاسی	مخالفت با نظام اسلامی	به هر قیمتی موافق تغییر نظام هستم حتی اگر گزینه جایگزین چندان مطلوب هم نباشد.
	نه به حجاب اجباری	قصدم از برداشتن روسری نشان دادن مخالفتم با حجاب اجباری است.
	اعتراض به وضعیت اقتصادی	من با وضعیت اقتصادی موجود معترضم و با برداشتن روسری اعتراضم را بیان می‌کنم.
انگیزه‌های فردی و بینشی	تعریف متفاوت از بی‌حجابی	بدون روسری بیرون آمدن بی‌حجابی نیست.
	مطلوبیت آزادی حجاب	ای کاش زنان ما هم مثل غرب آزاد بودند.
	ادعای یکرنگی	ظاهر و باطن من با این نوع پوشش یکی است.
	بی‌تفاوتی	نداشتن روسری و پیدا بودن موها این قدر هم مهم نیست، نباید حساس بود.
	تجربه کردن بی‌حجابی	یکی از انگیزه‌هایم برای نپوشیدن روسری، تجربه کردن این مدل است.
	عدم تلقی حجاب به مثابه دستور خدا	حجاب دستوری از جانب خدا نیست.
	نامناسب دانستن قوانین اسلام برای امروز	قوانین اسلام برای دنیای امروز مناسب نیست.

مؤلفه	شاخص	گویه‌ها (طیف کاملاً موافق تا کاملاً مخالف)
انگیزه‌های خانوادگی	سبک زندگی خانوادگی	سبک زندگی خانوادگی آنان این مدل پوشش را می‌پسندد
	همراهی همسر با بی‌حجابی	همسر من موافق با نوع پوشش من است
		همسر من با این که با نوع پوشش من مخالف هستند؛ اما به نظر من احترام می‌گذارد و آن را پذیرفته است.
		پدر و مادرم موافق با نوع پوشش من است.
	همراهی خانواده با بی‌حجابی	پدر و مادرم با این که با نوع پوشش من مخالف هستند اما به نظر من احترام می‌گذارند و آن را پذیرفته‌اند.
	همراهی جامعه با بی‌حجابی	با نداشتن روسری، مردم آن‌ها را فردی شجاع و تحسین‌برانگیز می‌دانند
آیا بی‌حجابی را می‌پسندید؟	همراهی دوستان با بی‌حجابی	با داشتن روسری، دوستانم رهايم می‌کنند.

۷-۳. پایایی و اعتبار تحقیق

پایایی و اعتبار تحقیق نشان‌دهنده دقت ابزارهای سنجش پدیده مورد نظر است. پایایی به ثبات پاسخ‌ها در زمان‌های مختلف اشاره دارد و اعتبار نشان می‌دهد آیا ابزار، همان چیزی را می‌سنجد که باید بسنجد. به گفته (دواس، ۱۳۷۶، ص ۶۳)، اعتبار به کاربرد سنجه برای موضوع خاص مربوط است، نه به خود سنجه. در این تحقیق، روایی ابزار از طریق اعتبار صوری و محتوایی با نظر متخصصان حوزه زنان و خانواده و اساتید حوزوی بررسی شده و برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شده است که رایج‌ترین روش در این زمینه است (دواس، ۱۳۷۶، ص ۲۵۲). نتیجه نشان داد که پرسشنامه محقق ساخته با آلفای ۰/۷۰۳ دارای پایایی قابل قبول است.

جدول شماره ۲: میزان پایایی (آلفا) مؤلفه‌های انگیزه کشف حجاب

میزان آلفا	مؤلفه‌های کشف حجاب
۰/۷۶	انگیزه‌های فردی
۰/۶۸	انگیزه‌های سیاسی
۰/۷۳	انگیزه‌های خانوادگی
۰/۷۰۱	انگیزه‌های اجتماعی
۰/۷۰۳	کل

۸. یافته‌های تحقیق

در این بخش، ابتدا به توصیف سیمای پاسخ‌گویان («کشف کنندگان حجاب») پرداخته می‌شود تا تصویری روشن از ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و اجتماعی آنان ارائه گردد. سپس، یافته‌های محوری پژوهش در قالب انگیزه‌های کشف حجاب مورد بررسی قرار می‌گیرند که مهم‌ترین آن‌ها شامل انگیزه‌های فردی، خانوادگی، سیاسی و اجتماعی است. تحلیل این یافته‌ها بر اساس داده‌های گردآوری شده انجام شده و در ارتباط مستقیم با اهداف پژوهش قرار دارد.

۸-۱. یافته‌های صوری (سیمای پاسخ‌گویان)

در این بخش، ابتدا ویژگی‌های جمعیت‌شناختی پاسخ‌گویان مانند سن، تأهل و تحصیلات بررسی می‌شود؛ چراکه این متغیرها نقش مهمی در تحلیل انگیزه‌های کشف حجاب دارند. سپس شاخص‌های تحقیق در چهار بُعد سیاسی، فردی، خانوادگی و اجتماعی به صورت تفکیکی تحلیل می‌شوند تا عوامل مؤثر بر کشف حجاب روشن شده و زمینه تبیین نتایج و ارائه پیشنهادهای کاربردی فراهم گردد.

▪ ۶/۶ درصد پاسخ‌گویان مجرد و ۴۲/۸ درصد آنان متأهل‌اند. همچنین ۸/۷ درصد طلاق گرفته و ۱/۹ درصد همسر فوت شده هستند.

- بیشترین درصد پاسخگویان (۳۹/۲) در رده سنی ۲۳ تا ۳۲ سال (دهه ۷۰) قرار دارند. گروه سنی ۳۳ تا ۴۲ سال (دهه ۶۰) (۳۰/۷)، گروه سنی ۱۸ تا ۲۲ سال (دهه ۸۰) (۱۹/۹)، گروه سنی ۴۳ تا ۵۲ سال (دهه ۵۰) (۹/۴) و ۵۳ تا ۶۲ سال (دهه ۴۰) (۸) در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
- بیشترین درصد پاسخگویان (۳۷/۲) مدرک دیپلم دارند. پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی (۳۲/۱) درصد، فوق دیپلم (۱۸/۱) درصد، کارشناسی ارشد (۹/۴) درصد، دکترا (۱/۸) درصد و زیر دیپلم (۱/۴) درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
- بیشترین درصد پاسخگویان (۳۴/۹) را زنان خانه‌دار تشکیل می‌دهند. دانشجویان (۲۵/۱) درصد، شاغلین آزاد (۱۹/۳) درصد، کارمندان (۱۴/۳) درصد، بیکارها (۴/۱) درصد، معلمان (۱) درصد، استاد (۰/۸) درصد، پشت کنکوری (۰/۴) درصد و بازنشسته (۰/۱) درصد در رتبه‌های بعدی قرار دارند.
- بیشترین درصد پاسخگویان (۵۷/۶) وضعیت اقتصادی خود را «متوسط» می‌دانند. به ترتیب ۳۳/۳ درصد وضعیت اقتصادی خود را «بالا»، ۶/۹ درصد «پایین»، ۱/۹ درصد «خیلی بالا» و ۰/۴ درصد «خیلی پایین» گزارش کرده‌اند.
- ۷۱/۲ درصد پاسخگویان سفر خارج از ایران نداشته‌اند ۲۸/۸ درصد افراد نیز سفر خارجی داشته‌اند که از این میان کشورهایمانند ترکیه، دبی، ارمنستان، آلمان و عراق بیشترین درصد فراوانی را داشته‌اند.
- ۷۳/۷ درصد بانوان کشف حجاب کرده برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای را جذاب‌تر از پلتفرم‌های ایرانی می‌دانند. ۲۶/۳ درصد با این دیدگاه مخالف هستند.

۸-۲. یافته‌های محوری

در این مقاله عوامل انگیزشی کشف حجاب «کشف کنندگان حجاب» در چهار دسته اصلی مورد بررسی قرار گرفت. انگیزه‌های فردی شامل تمایلات یک رنگی، آزادی، متفاوت بودن و ابراز هویت شخصی است. انگیزه‌های خانوادگی به تأثیر سبک زندگی،

نوع روابط درون خانواده و نگرش والدین و همسر بازمی‌گردد. در بُعد اجتماعی و سیاسی، فشارهای محیطی، تأثیر شبکه‌های اجتماعی، گفتمان‌های نوین و نارضایتی از ساختارهای رسمی از جمله دلایل برجسته به شمار می‌روند.

۸-۲-۱. انگیزه کشف حجاب

تحلیل یافته‌های آماری مرتبط با انگیزه‌های کشف حجاب در میان «کشف‌کنندگان حجاب» در شهر تهران نشان می‌دهد که اکثریت افراد در سطحی میانه از انگیزش قرار دارند؛ به گونه‌ای که ۷۷/۴ درصد از کنشگران کشف حجاب گرایش‌هایی با شدت متوسط را ابراز کرده‌اند. این امر بیانگر آن است که در بخش غالب این گروه، کنش کنار گذاشتن حجاب نه از سر اجبار یا فشار حداکثری، بلکه محصولی از ترکیبی از عوامل میان‌سطحی، متداخل و چندبعدی است. در مقابل، تنها ۴/۵ درصد از «کشف‌کنندگان حجاب» انگیزه‌ای قوی و معطوف به عاملیت فردی و تصمیم‌گیری آگاهانه و تأملی داشته‌اند؛ که می‌توان آن را به سطحی از آگاهی انتقادی یا تجربه‌زیسته منسجم نسبت داد. همچنین، حدود ۱۸ درصد از «کشف‌کنندگان حجاب» انگیزه‌های ضعیف‌تری را گزارش کرده‌اند که می‌تواند ناظر بر پای‌بندی به نرم‌های سنتی، نبود محرک‌های ساختاری قوی یا عدم درونی‌سازی فشارهای محیطی باشد.

در سطح تحلیل آماری، میانگین نمره انگیزه کشف حجاب برابر با ۴۰/۴۴ از حداکثر ۶۸ گزارش شده است؛ عددی که حاکی از سطحی نسبتاً بالا ولی نه افراطی از تمایل به کنار گذاشتن حجاب است. انحراف معیار برابر با ۶/۷۷ نیز نشان می‌دهد که توزیع انگیزه‌های کشف حجاب از تنوع نسبی برخوردار است و گویای ناهمگونی در سطح عاملیت فردی میان «کشف‌کنندگان حجاب» است. حداقل نمره (۱۷) و حداکثر نمره (۵۸) نیز بر گستره قابل توجه نگرش‌ها و تجارب زیسته افراد دلالت دارد.

از منظر شکل توزیع داده‌ها، چولگی منفی خفیف (۰/۲۰۸-) نشان‌دهنده آن است که توزیع نمرات اندکی به سمت نمرات بالا متمایل است، به این معنا که تعداد کمتری از «کشف‌کنندگان حجاب» دارای انگیزه‌های قوی‌تر بوده‌اند و بیشتر آن‌ها در حول و حوش

میانگین یا در سطوح پایین تر قرار دارند. همچنین، کشیدگی نزدیک به صفر (۰/۱۰۱) دلالت بر توزیعی نسبتاً نرمال دارد که از نبود تمرکز غیرمتعارف داده‌ها پشتیبانی می‌کند. در مجموع می‌توان گفت که انگیزه کشف حجاب در جامعه آماری (کشف کنندگان حجاب) مورد بررسی، پدیده‌ای با شدت انگیزشی عمدتاً میانه، متأثر از زمینه‌های فردی، خانوادگی، سیاسی و فرهنگی است. این یافته‌ها زمینه‌ساز تفسیرهای جامعه‌شناختی ژرف‌تری درخصوص عاملیت زنان، بازتعریف هویت زنانه و واکنش به گفتمان‌های مسلط در حوزه پوشش خواهد بود (جدول شماره ۳).

جدول شماره ۳: درصد فراوانی و آماره‌های انگیزه کشف حجاب بانوان

انگیزه کشف حجاب	فراوانی	درصد
قوی	۴۵	۴,۵
متوسط	۷۶۸	۷۷,۴
ضعیف	۱۷۹	۱۸
آماره	تعداد گویه	۱۷
	میانگین (از ۶۸)	۴۰/۴۴
	انحراف معیار	۶/۷۷
	واریانس	۴۵/۸۸
	حداقل نمره	۱۷
	حداکثر نمره	۵۸
	چولگی	-۰/۲۰۸
	کشیدگی	۰/۱۰۱

۸-۲-۲. انگیزه‌های سیاسی کشف حجاب

انگیزه‌های سیاسی کشف حجاب را می‌توان در سه سطح بررسی کرد: نخست،

مخالفت با نظام سیاسی که حجاب را نماد حاکمیت دینی می‌داند؛ دوم، اعتراض مدنی علیه اجبار قانونی پوشش؛ و سوم، نارضایتی اقتصادی که کشف حجاب را به فریادی نمادین بدل می‌کند. در هر سه سطح، این کنش بیانگر نارضایتی سیاسی و اجتماعی فراتر از تصمیمی فردی است.

۸-۲-۱. مخالفت با نظام اسلامی

۶۴/۵ درصد از بانوان کشف حجاب کرده موافق تغییر نظام اسلامی هستند حتی اگر گزینه جایگزین چندان مطلوب نباشد. ۱۸/۴ درصد آنان با تغییر نظام اسلامی مخالفند و ۱۷ درصد نیز نظری ندارند. در مجموع، این اعداد نشان‌دهنده وجود یک تمایل گسترده برای تغییر در میان بانوان کشف حجاب کرده است که می‌تواند ناشی از احساس نارضایتی از وضعیت موجود باشد، حتی اگر گزینه‌های جایگزین به‌طور کامل مطلوب نباشند. فشارهای اجتماعی، تغییرات اقتصادی و اجتماعی و گسترش آگاهی‌های سیاسی از عواملی هستند که می‌توانند در شکل‌گیری این نگرش‌ها تأثیرگذار باشند. در عین حال، گروه‌های مخالف و بی‌تفاوت نیز نقش مهمی در ساختار اجتماعی دارند که می‌تواند به‌طور متفاوت به نتایج اجتماعی و سیاسی منجر شود. این گروه از افراد ممکن است از نظام موجود راضی باشند و به دلایل مختلف، مانند تعلق به ارزش‌های فرهنگی، دینی یا سیاسی خاص، تمایلی به تغییرات عمده نداشته باشند.

۸-۲-۲. اعتراض مدنی (نه به حجاب اجباری)

۵۶/۸ درصد بانوان کشف حجاب کرده، علت کشف حجاب خود را ابراز مخالفت با حجاب اجباری بیان کرده‌اند. مخالفان حجاب با استفاده از واژه «اجبار» تلاش می‌کنند تا بحث را به گونه‌ای چارچوب‌بندی کنند که هر پاسخی به پرسش «آیا اسلام حجاب را اجباری می‌داند؟» به نفع آن‌ها تمام شود. این در حالی است که این پرسش، یک دوگانه‌سازی کاذب است. اگر به این پرسش پاسخ منفی دهیم، به یکی از واجبات اسلام که مورد اتفاق بسیاری از مسلمانان است، بی‌اعتنایی کرده‌ایم. از سوی دیگر، اگر

پاسخ مثبت دهیم، استفاده از واژه «اجبار» ممکن است تصویری محدودکننده و حتی اقتدارگرایانه از اسلام ارائه دهد. این در حالی است که بسیاری از مسلمانان، حجاب را انتخابی آگاهانه و نشانه‌ای از هویت دینی خود می‌دانند. لازم است به این نکته توجه کنیم که مقوله پوشش در اماکن عمومی، صرف نظر از باورهای دینی، یک مسئله اجتماعی و حقوقی است. تمام جوامع، برای حفظ نظم و اخلاق عمومی، محدودیت‌هایی را برای پوشش افراد در نظر می‌گیرند. بنابراین، بحث حجاب را نباید صرفاً در مقام یک مسئله دینی، بلکه در جایگاه یک موضوع اجتماعی با ابعاد حقوقی نیز مورد بررسی قرار داد. به جای تمرکز بر واژه «اجبار»، بهتر است به دنبال دلایل و انگیزه‌های افراد در انتخاب نوع پوشش خود باشیم. عوامل فرهنگی، اجتماعی، روانشناسی و حتی سیاسی می‌توانند در این انتخاب نقش داشته باشند.

۸-۲-۳. اعتراض اقتصادی

۶۴/۹ درصد علت کشف حجاب خود را اعتراض به وضعیت اقتصادی موجود دانسته‌اند. البته باید به این نکته توجه داشت اعتراض اقتصادی به معنای این نیست که این افراد از لحاظ وضعیت اقتصادی در حد پایین قرار دارند. چنانچه در نتایج آمده است ۳۵/۲ درصد وضعیت اقتصادی خود را خوب و عالی و ۵۷/۶ درصد متوسط ارزیابی کرده‌اند؛ بنابراین بخشی از این اعتراض اقتصادی نشان از این دارد که سطح توقع عموم جامعه برای حل مشکلات اقتصادی بالا رفته است اگرچه خودشان هم درگیر با فقر اقتصادی نباشند.

۸-۲-۳. انگیزه‌های فردی و بینشی کشف حجاب

انگیزه‌های فردی و بینشی کشف حجاب برخاسته از نگاه متفاوت به دین، هویت و سبک زندگی است. برخی زنان حجاب را نه الزام شرعی، بلکه پدیده‌ای فرهنگی می‌دانند و انتخاب آزادانه پوشش را طبیعی می‌پندارند. گروهی نیز کشف حجاب را نشانه صداقت درونی و پرهیز از ریا تلقی می‌کنند. تجربه گرایی، بی‌اعتقادی به

۸-۲-۳-۱. تعریف متفاوت از بی‌حجابی

۸-۲-۳-۲. مطلوبیت آزادی حجاب

۸-۲-۳-۳. ادعای یکرنگی

۹۴/۶ درصد بانوان کشف حجاب کرده معتقدند «ظاهر و باطن آنان با این نوع

پوشش یکی است». ۱/۶ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۳/۸ درصد در این زمینه نظری ندارند. ریشه بسیاری از چالش‌های مرتبط با حجاب، به ضعف در عفاف باطنی و فقدان ایمان قوی به ارزش‌ها و آثار مثبت حجاب برمی‌گردد. هرچند حجاب ظاهری به تنهایی تضمین‌کننده عفاف کامل نیست، اما عفاف بدون رعایت پوشش مناسب نیز معنایی ندارد. عریان یا نیمه‌عریان‌بودن در انظار عمومی، صرف نظر از ادعاهای درونی، با مفهوم عفاف در تضاد است. حجاب ظاهری، نه تنها یک نماد، بلکه یک عامل تقویت‌کننده عفاف باطنی نیز هست. به عبارت دیگر، عفاف و حجاب در یک رابطه متقابل قرار دارند و هر یک بر دیگری تأثیر می‌گذارد. برای ترویج حجاب، باید به جای تمرکز صرف بر جنبه‌های ظاهری، به تقویت بنیان‌های اعتقادی و ارزش‌های اخلاقی پرداخت. همچنین، ایجاد فضایی امن و حمایتی برای بانوان، به طوری که بتوانند آزادانه در مورد باورها و انتخاب‌های خود صحبت کنند، بسیار مهم است.

۸-۲-۳-۴. بی‌تفاوتی

۸۳/۶ درصد بانوان کشف حجاب کرده معتقدند «نداشتن روسری و پیدا بودن موها این قدر هم مهم نیست، نباید حساس بود». ۵/۱ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۱۱/۳ درصد در این موضوع نظری ندارند. این آمار نشان می‌دهد که هنجارهای اجتماعی در خصوص حجاب در میان برخی از اقشار جامعه تضعیف شده است. اصلی‌ترین علت بی‌حجابی عدم آگاهی و فهم درست از فلسفه عفاف و حجاب و نقش آن در سلامت و آرامش فردی، خانوادگی و اجتماعی است. گروه بی‌تفاوت‌ها نشان می‌دهد که برخی از افراد به اندازه کافی درگیر این موضوع نیستند یا اطلاعات کافی در مورد آن ندارند.

۸-۲-۳-۵. بی‌حجابی برای تجربه

۶۰/۸ درصد بانوان کشف حجاب کرده تمایل دارند برداشتن روسری را تجربه کنند و یکی از انگیزه‌های آنان از کشف پوشش همین بوده است. ۱۵/۶ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۲۳/۶ درصد در این موضوع نظری ندارند. از بین گروه‌های سنی

افرادی که در رده سنی پایین تری قرار دارند تمایل بیشتری برای تجربه بی حجابی دارند بر این اساس ۳۳ درصد از گروه سنی ۱۸ تا ۲۵ سال، ۳۷/۱ درصد از گروه سنی ۲۵ تا ۳۵ سال، ۲۴/۵ درصد از گروه سنی ۳۵ تا ۴۵ سال و فقط ۴/۸ درصد از گروه سنی ۴۵ تا ۵۵ سال برای تجربه دست به کشف حجاب زده‌اند.

۸-۲-۳-۶. عدم تلقی حجاب به مثابه دستور خدا

۴۵ درصد بانوان کشف حجاب کرده بیان داشته‌اند که حجاب دستوری از جانب خدا نیست. ۱۵/۴ درصد آنان با این دیدگاه مخالف هستند و ۳۹/۶ درصد در این موضوع نظری ندارند. نتایج نشان از این دارد که بانوان کشف حجاب کرده، هیچ قصد جنگ با حجاب به مثابه یک امر مذهبی را ندارند و حتی خود را در حال نقض فرمان الهی نمی‌بینند، چرا که تنها ۱۵/۴ درصد ایشان حجاب را دستور خداوند می‌دانند.

۸-۲-۳-۷. نامناسب دانستن قوانین اسلام برای امروز

نتایج گویای آن است که ۶۵/۵ درصد بانوان کشف حجاب کرده قوانین اسلام را مناسب دنیای امروز نمی‌دانند. ۸/۱ درصد آنان معتقدند قوانین اسلام مناسب دنیای امروز است و ۲۶/۳ درصد نظری در این موضوع نداشته‌اند. این آمار نشان‌دهنده شکاف قابل توجهی بین باورهای دینی و درک افراد از نیازهای جامعه مدرن است. البته برخی افراد به اندازه کافی در مورد قوانین اسلامی و تطبیق آن با دنیای مدرن مطالعه نکرده‌اند یا به آن اهمیت نمی‌دهند.

۸-۲-۴. انگیزه‌های خانوادگی کشف حجاب

انگیزه‌های خانوادگی کشف حجاب غالباً ریشه در سبک زندگی خانواده و همراهی اعضای خانواده با نوع پوشش فرد دارد. حمایت یا بی‌تفاوتی همسر یا والدین نسبت به بی حجابی، زمینه‌ای برای عادی‌سازی و تداوم این کنش فراهم می‌سازد و نقش مؤثری در انتخاب و تثبیت نوع پوشش ایفا می‌کند.

۸-۲-۴-۱. سبک زندگی خانوادگی

۷۶/۱ درصد بانوان کشف حجاب کرده بیان داشته‌اند که «سبک زندگی خانوادگی آنان این مدل پوشش را می‌پسندد». ۷/۶ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۱۶/۲ درصد در این موضوع نظری نداشته‌اند. خانواده و جامعه دو عامل مهم در ایجاد و تقویت پیوند میان فرد و جامعه و به دنبال آن کاهش کج‌رفتاری هستند. این دو عامل می‌توانند در نقش ابزار «یادگیری اجتماعی» که مهم‌ترین روش درونی کردن ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است، به کار روند. حجاب مانند هر آموزه دینی و اجتماعی دیگر، نیازمند یادگیری و اکتساب از محیط پیرامون است.

۴۳/۵ درصد بانوان کشف حجاب کرده اعلام داشته‌اند که خواهرشان همانند خودشان روسری و پوشش سر ندارد. ۲۰/۹ درصد مادر این بانوان نیز چنین وضعیتی دارند. ۲۷/۶ درصد آنان خواهر و ۸/۵ درصد مادر ندارند. بر این اساس، یکی از ریشه‌های اصلی «بدحجابی» و «کشف حجاب» را می‌توان در افزایش تحمل اجتماعی و کاهش قبح این رفتار جست‌وجو کرد. بسیاری از دختران خانواده‌های محجبه، اکنون در شمار بدحجابان قرار دارند، بی‌آنکه با واکنش یا اعتراضی از سوی خانواده مواجه شوند. در گذشته، به‌ویژه به دلیل تعهد دینی، «نهی از منکر» امری رایج و اخلاقی تلقی می‌شد و تذکر به بدحجابان نوعی مسئولیت شرعی و وجدانی محسوب می‌گردید. این فشار اجتماعی، نوعی بازدارندگی ایجاد می‌کرد؛ اما با کاهش حساسیت‌های دینی و رواج توجیهاتی مانند «احترام به حریم خصوصی» و «بی‌فایده بودن اجبار در عقاید»، عنصر «وابستگی خانوادگی» نیز اثر کتتری خود را از دست داده و بدحجابی تدریجاً به هنجاری پذیرفته تبدیل شده است.

۸-۲-۴-۲. همراهی همسر با بی‌حجابی

۶۹/۶ درصد بانوان کشف حجاب کرده متأهل اعلام داشته‌اند که همسرشان با این

نوع پوشش آنان موافق‌اند. ۱۷/۲ درصد آنان نیز اعلام داشته‌اند اگرچه همسرشان با نوع پوششان مخالف است؛ اما احترام می‌گذارند. فقط ۱۳/۲ درصد بیان داشته‌اند که همسرشان با نوع پوشش آنان مخالف و معترض است.

۸-۲-۴. همراهی پدر و مادر با بی‌حجابی

۵۱/۱ درصد بانوان کشف حجاب کرده غیر متأهل (مجردها، همسر فوت‌شده یا طلاق گرفته) اعلام داشته‌اند که خانواده‌شان با این نوع پوشش آنان موافق‌اند. ۳۲/۶ درصد آنان نیز اعلام داشته‌اند اگرچه خانواده‌شان با نوع پوششان مخالف است؛ اما احترام می‌گذارند. ۱۶/۲ درصد نیز بیان داشته‌اند که خانواده‌شان با نوع پوشش آنان مخالف و معترض است.

۸-۲-۵. انگیزه‌های اجتماعی کشف حجاب

در سطح اجتماعی، کشف حجاب تحت تأثیر فضای فرهنگی و تعاملات جمعی شکل می‌گیرد. همراهی دوستان و همسالان و پذیرش یا تشویق جامعه نسبت به بی‌حجابی، انگیزه‌ها و جسارت لازم برای انتخاب این سبک پوشش را در فرد تقویت کرده و آن را به کنشی پذیرفتنی و حتی ارزشمند در برخی محیط‌ها تبدیل می‌کند.

۸-۲-۱. همراهی جامعه با بی‌حجابی

۵۷/۱ درصد بانوان کشف حجاب کرده بیان داشته‌اند که با نداشتن روسری، مردم آن‌ها را فردی شجاع و تحسین‌برانگیز می‌دانند. ۱۸/۱ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۲۴/۹ درصد نیز درباره این موضوع نظری ندارند. هویت اجتماعی افراد متأثر از گروه‌هایی است که به آن‌ها تعلق دارند. در جامعه‌ای که پوشش روسری هنجاری فرهنگی و دینی تلقی می‌شود، کنار گذاشتن آن می‌تواند نشانه‌ای از فاصله‌گیری از هویت جمعی و هنجارهای غالب باشد. با این حال، برخی گروه‌های دگراندیش یا منتقد

ساختار رسمی ممکن است این کنش را نماد شجاعت و اعتراض بدانند. در چنین شرایطی، فرد با ترک روسری، هویت اجتماعی تازه‌ای برای خود می‌سازد که نزد این گروه‌ها ارزشمند و قابل تحسین است. بنابراین، این رفتار می‌تواند بیانگر تحولی در هویت و نمادی از گسست اجتماعی از گذشته باشد.

۸-۲-۵. همراهی دوستان بابی حجابی

۲۳/۳ درصد بانوان کشف حجاب کرده بیان داشته‌اند که با داشتن روسری، دوستان ایشان رهاشان می‌کنند. ۵۹ درصد آنان با این مقوله مخالف‌اند و ۱۷/۷ درصد نیز درباره این موضوع نظری ندارند. بر اساس نظریه یادگیری اجتماعی، بانوانی که بیان کرده‌اند با داشتن روسری دوستان‌شان آن‌ها را رها می‌کنند، نشان می‌دهد که در گروه‌های اجتماعی خاصی که رفتار پوشیدن روسری ناپسند یا خلاف هنجارهای گروه تلقی می‌شود، این عمل ممکن است باعث طرد اجتماعی فرد شود. این واکنش‌ها می‌تواند تقویت منفی باشد که فرد را از انجام این رفتار باز دارد. از سوی دیگر بانوانی که با این مقوله مخالفند یا نظری ندارند، ممکن است به‌خاطر تجربه‌های متفاوت اجتماعی یا فرهنگی، برخورد متفاوتی با این موضوع داشته باشند، که نشان‌دهنده تغییرات و تنوع در پاسخ‌های اجتماعی به این رفتار است.

۸-۳. یافته‌های تبیینی (آزمون فرضیات)

❖ فرضیه اول: میان انگیزه کشف حجاب و وضعیت تأهل بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که بیش از ۰/۰۵ است؛ لذا شرط برابری واریانس برقرار است و با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آزمون T می‌توان نتیجه گرفت که میان انگیزه کشف حجاب و وضعیت تأهل بانوان تفاوت معنادار وجود دارد. میزان تفاوت میانگین انگیزه کشف حجاب بانوان متأهل ۴/۶۹۱ نمره بیشتر از مجردهاست.

جدول شماره ۴: تعداد و میانگین انگیزه کشف حجاب براساس وضعیت تأهل

وضعیت تأهل	تعداد	میانگین
مجرد	۴۶۲	۳۸/۴۳
متأهل	۴۲۵	۴۳/۱۲

جدول شماره ۵: نتایج آزمون Levene برای بررسی برابری واریانس‌ها

و آزمون T برای مقایسه تفاوت میانگین‌ها

آزمون Levene		آزمون T		
مقدار آزمون	سطح معناداری	سطح معناداری	تفاوت میانگین	
1/113	0/292	0/000	-4/691	به شرط برابری واریانس

❖ فرضیه دوم: بین انگیزه کشف حجاب و رده‌های سنی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که بیش از ۰/۰۵ است؛ لذا شرط برابری واریانس برقرار است و با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آزمون ANOVA می‌توان نتیجه گرفت بین انگیزه کشف حجاب و رده‌های سنی بانوان تفاوت معنادار وجود دارد. با توجه به آزمون تعقیبی Tukey میزان تفاوت انگیزه کشف حجاب بانوان (۱۸ تا ۲۲ سال)، ۲/۷۲۵ نمره کمتر از بانوان (۲۲ تا ۳۲ سال)، ۲/۲۲۶ نمره کمتر از بانوان (۳۲ تا ۴۲ سال) و ۳/۲۵۶ نمره کمتر از بانوان (۴۲ تا ۵۲ سال) است.

جدول شماره ۶: نتایج آزمون Levene برای بررسی همگنی و آزمون ANOVA

برای مقایسه میانگین‌ها بین گروه‌ها

آزمون ANOVA			آزمون Levene		
درجه آزادی	مقدار آزمون	سطح معناداری	سطح معناداری	مقدار آزمون	
۴	۶/۴۰۱	0/000	۰/۹۲۱	۰/۲۳۱	بین گروه‌ها

جدول شماره ۷: نتایج آزمون تعقیبی توکی برای مقایسه تفاوت معنادار میان گروه‌های سنی مختلف

آزمون تعقیبی Tukey					
دهه ۵۰ (۴۲ تا ۵۲ سال)		دهه ۶۰ (۳۲ تا ۴۲ سال)		دهه ۷۰ (۲۲ تا ۳۲ سال)	
میزان تفاوت	سطح معناداری	میزان تفاوت	سطح معناداری	میزان تفاوت	سطح معناداری
-۳/۲۵۶	۰/۰۰۱	-۲/۲۲۶	۰/۰۰۳	-۲/۷۲۵	۰/۰۰۰

گروه سنی

دهه ۸۰ (۱۸ تا ۲۲ سال)

❖ فرضیه سوم: میان انگیزه کشف حجاب و میزان تحصیلات بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که کمتر از ۰/۰۵ است؛ لذا شرط برابری واریانس برقرار نیست. بنابراین از آزمون آماری ناپارامتریک فریدمن استفاده شده است و با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ می‌توان نتیجه گرفت بین انگیزه کشف حجاب و میزان تحصیلات بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

جدول شماره ۸: نتایج آزمون Levene برای بررسی همگنی

و آزمون ناپارامتریک فریدمن برای مقایسه میانگین‌ها

آزمون ناپارامتریک فریدمن		آزمون Levene		مقدار آزمون	سطح معناداری
درجه آزادی	سطح معناداری	سطح معناداری	مقدار آزمون		
۱	0/000	۰/۰۰۷	۳/۲۳۰	بین گروه‌ها	

❖ فرضیه چهارم: میان انگیزه کشف حجاب و وضعیت اقتصادی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که بیش از ۰/۰۵ است لذا شرط برابری واریانس برقرار است و با توجه به سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ آزمون ANOVA می‌توان نتیجه گرفت بین انگیزه کشف حجاب و وضعیت اقتصادی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد. با توجه به آزمون تعقیبی Tukey میزان تفاوت انگیزه کشف حجاب بانوان با وضعیت اقتصادی خیلی بالا، ۴/۹۵۳، نمره بیشتر از بانوان با وضعیت اقتصادی متوسط و ۶/۵۲۷ نمره بیشتر از بانوان با وضعیت اقتصادی پایین است. همچنین میزان تفاوت انگیزه کشف حجاب بانوان با وضعیت اقتصادی بالا ۱/۴۷۰ نمره بیشتر از بانوان با وضعیت اقتصادی متوسط و ۳/۰۴۴ نمره بیشتر از بانوان با وضعیت اقتصادی پایین است.

جدول شماره ۹: نتایج آزمون Levene برای بررسی همگنی

و آزمون ANOVA برای مقایسه میانگین‌ها بین گروه‌ها

آزمون ANOVA			آزمون Levene		مقدار آزمون	سطح معناداری
درجه آزادی	مقدار آزمون	سطح معناداری	سطح معناداری	مقدار آزمون		
۴	۶/۶۲۲	۰/۰۰۰	۰/۲۶۶	۱/۳۵۵	بین گروه‌ها	

جدول شماره ۱۰: نتایج آزمون تعقیبی توکی برای مقایسه تفاوت‌های معنادار وضعیت اقتصادی

آزمون تعقیبی Tukey				
پایین		متوسط		وضعیت اقتصادی
میزان تفاوت	سطح معناداری	میزان تفاوت	سطح معناداری	
۶/۵۲۷	۰/۰۰۲	۴/۹۵۳	۰/۰۱۴	خیلی بالا
۳/۰۴۴	۰/۰۰۶	۱/۴۷۰	۰/۰۱۳	بالا

❖ فرضیه پنجم: میان انگیزه کشف حجاب و تجربه یا عدم تجربه سفرهای خارجی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که کمتر از ۰/۰۵ است؛ لذا شرط برابری واریانس برقرار نیست و با توجه به سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ آزمون T می‌توان نتیجه گرفت که میان انگیزه کشف حجاب و تجربه یا عدم تجربه سفرهای خارجی بانوان کشف حجاب کرده تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول شماره ۱۱: نتایج آزمون Levene و آزمون t برای بررسی تفاوت میانگین گروه‌ها

آزمون T		آزمون Levene		
تفاوت میانگین	سطح معناداری	سطح معناداری	مقدار آزمون	
۰/۶۵۸	۰/۱۶۶	۰/۰۱۰	۶/۵۹۷	به شرط برابری واریانس
۰/۶۵۸	۰/۱۵۱			به شرط عدم برابری واریانس

❖ فرضیه ششم: میان انگیزه کشف حجاب و مشاهده یا عدم مشاهده بانوان کشف حجاب کرده از شبکه‌های ماهواره‌ای تفاوت معنادار وجود دارد.

با توجه به میزان سطح معناداری آزمون برابری واریانس که بیشتر از ۰/۰۵ است؛ لذا شرط برابری واریانس برقرار است؛ اما با توجه به سطح معناداری بیشتر از ۰/۰۵ آزمون T

می توان نتیجه گرفت که میان انگیزه کشف حجاب و مشاهده یا عدم مشاهده بانوان کشف حجاب کرده از شبکه های ماهواره ای تفاوت معنادار وجود ندارد.

جدول شماره ۱۲: نتایج آزمون Levene و آزمون t برای بررسی تفاوت میانگین گروه ها

آزمون T		آزمون Levene		
تفاوت میانگین	سطح معناداری	سطح معناداری	مقدار آزمون	
-۰/۴۹۲	۰/۳۱۵	۰/۱۱۵	۲/۹۴۰	به شرط برابری واریانس

نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون چندگانه نشان می دهد که تمامی ابعاد انگیزشی در نظر گرفته شده در این پژوهش، شامل انگیزه های فردی، خانوادگی، سیاسی و اجتماعی، با متغیر وابسته یعنی «انگیزه کشف حجاب» رابطه ای مثبت و از نظر آماری معنادار دارند. ($p < 0.05$) این بدان معناست که با افزایش هر یک از این انگیزه ها، تمایل به کشف حجاب نیز افزایش می یابد. در میان متغیرهای مستقل، انگیزه فردی با ضریب بتا (β) برابر با 0.653، قوی ترین عامل پیش بینی کننده محسوب می شود. این ضریب نشان می دهد که افزایش در سطح انگیزه های فردی، بیشترین سهم را در افزایش انگیزه کشف حجاب دارد. به عبارت دیگر، عوامل مرتبط با مطلوبیت آزادی حجاب، ادعای یکرنگی و...، بیش از سایر عوامل در شکل گیری انگیزه کشف حجاب نقش دارند.

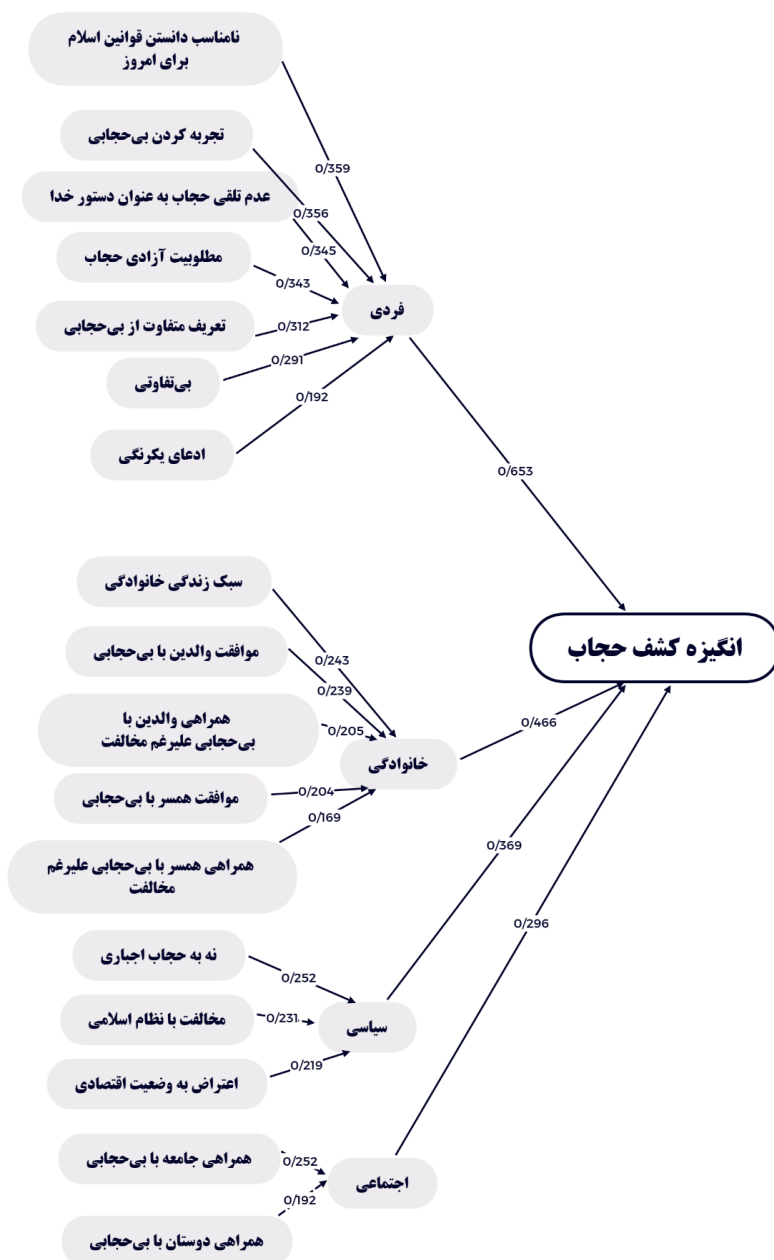
پس از آن، انگیزه خانوادگی با ضریب β معادل 0.466 در رتبه دوم قرار دارد. این یافته نشان می دهد که محیط سبک زندگی خانوادگی، همراهی همسر و پدر و مادر و ارزش های حاکم بر آن نیز نقش قابل توجهی در تقویت انگیزه کشف حجاب دارند. همچنین، انگیزه سیاسی ($\beta = 0.369$) و انگیزه اجتماعی ($\beta = 0.296$) به ترتیب در رتبه های بعدی قرار می گیرند و هر دو نقش موثری بر متغیر وابسته دارند، هرچند شدت نقش آن ها نسبت به انگیزه های فردی و خانوادگی کمتر است.

نکته قابل توجه آن است که مقادیر خطای استاندارد (بتا) پایین برای تمامی ضرایب رگرسیونی، حاکی از دقت آماری و قابلیت اعتماد بالای مدل در تبیین روابط میان

متغیرهاست. در مجموع، نتایج تحلیل‌ها بیانگر آن است که پدیده کشف حجاب نه تنها یک رفتار فردی، بلکه حاصل تعامل عوامل چندگانه در سطوح فردی، خانوادگی، سیاسی و اجتماعی است.

جدول شماره ۱۳: ضرایب بتا و خطای استاندارد مؤلفه‌ها و شاخص‌های انگیزه‌های کشف حجاب بانوان

مؤلفه	ضریب بتا	خطای استاندارد	شاخص	ضریب بتا
انگیزه‌های فردی	۰/۶۵۳	۰/۰۰۰	تعریف متفاوت از بی‌حجابی	۰/۳۱۲
			مطلوبیت آزادی حجاب	۰/۳۴۳
			ادعای یکرنگی	۰/۱۹۲
			بی‌تفاوتی	۰/۲۹۱
			تجربه کردن بی‌حجابی	۰/۳۵۶
			عدم تلقی حجاب به مثابه دستور خدا	۰/۳۴۵
			نامناسب دانستن قوانین اسلام برای امروز	۰/۳۵۹
انگیزه‌های خانوادگی	۰/۴۶۶	۰/۰۰۰	سبک زندگی خانوادگی	۰/۲۴۳
			موافقت همسر با بی‌حجابی	۰/۲۰۴
			همراهی همسر با بی‌حجابی علیرغم مخالفت	۰/۱۶۹
			موافقت والدین با بی‌حجابی	۰/۲۳۹
			همراهی والدین با بی‌حجابی علیرغم مخالفت	۰/۲۰۵
انگیزه‌های سیاسی	۰/۳۶۹	۰/۰۰۰	مخالفت با نظام اسلامی	۰/۲۳۱
			نه به حجاب اجباری	۰/۲۵۲
			اعتراض به وضعیت اقتصادی	۰/۲۱۹
انگیزه‌های اجتماعی	۰/۲۹۶	۰/۰۰۰	همراهی جامعه با بی‌حجابی	۰/۲۵۲
			همراهی دوستانی با بی‌حجابی	۰/۱۹۲



نتیجه‌گیری

هیچ کنشی بدون دلیل و مبادی انگیزشی لازم اعم از بینشی، ارزشی، نگرشی و احساسی اتفاق نمی‌افتد. عوامل محیطی نیز در شکل‌گیری این زمینه‌های انگیزشی در فرد و هم در شکل‌گیری و جهت‌یابی کنش عینی بسیار مؤثرند. قطعاً بی‌حجابی یک رفتار انتخابی است و مبادی شناختی خاص خود را دارد، چنانچه التزام به حجاب نیز این‌گونه است. از آنجا که سهم انگیزه‌های فردی در کشف حجاب بیشترین تأثیر را داشته است می‌توان گفت که برخی افراد به دلیل وجود برخی گره‌های ذهنی، ابهامات، شبهات و نقصان‌های معرفتی و تربیتی به این رفتار دست می‌زنند و به تبعات اجتماعی رفتار خود و هزینه‌هایی که بر خود و جامعه تحمیل می‌کنند، بی‌توجه‌اند. همچنین درصد قابل‌توجهی از بی‌حجابی‌ها هنوز به مرحله تثبیت نرسیده است؛ بدین معنا که بسیاری از این افراد در حال تجربه نوع خاصی از پوشش هستند. با توجه به رتبه دوم سهم انگیزه‌های خانوادگی در کشف حجاب نباید این پدیده را صرفاً امر فردی دانست بلکه در بستر خانواده و غالباً با همراهی و موافقت همسر و خانواده است. انگیزه‌های مخالفت با حاکمیت و اعتراض سیاسی در پدیده کشف حجاب هم مهم است و بی‌حجابی را نمی‌توان صرفاً معلول عوامل فرهنگی دانست. حمایت و تأیید جامعه نیز در رتبه آخر تأثیر بر کشف حجاب دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که میان انگیزه‌های کشف حجاب و وضعیت تأهل تفاوت معناداری وجود دارد و متأهلین انگیزه‌های قوی‌تری برای کشف حجاب دارند. همچنین بین انگیزه‌های کشف حجاب و سن، تحصیلات و وضعیت اقتصادی بانوان تفاوت معناداری وجود دارد. بااینکه در پدیده کشف حجاب با طبقه اقتصادی متوسط به بالا مواجه هستیم؛ اما از جمله انگیزه‌های بی‌حجابی، اعتراض به فضای اقتصادی کشور است و اتفاقاً افراد دارای تمکن مالی بیشتر، انگیزه‌های کشف حجاب قوی‌تری دارند. بر خلاف دیدگاه کسانی که فکر می‌کردند کشف حجاب متأثر از تجربه سفرهای خارجی و دیدن شبکه‌های ماهواره‌ای است؛ اما این تحقیق از عدم تفاوت معنادار بین انگیزه‌های کشف حجاب و این دو مقوله خبر می‌دهد.

از محدودیت‌های این پژوهش دسترسی به بانوان کشف حجاب کرده است که با توجه به موقعیت اجتماعی - سیاسی کشور به راحتی حاضر به همکاری نبودند. اگر در پژوهش‌های بعدی امکان گفتگوی عمیق‌تر با آنان فراهم شود در تفسیر و درک بهتر داده‌های موجود پیمایش حاضر کمک بیشتری خواهد کرد. لذا پیشنهاد می‌شود فضاهایی برای گفتگو و بیان دغدغه‌ها و مسائل این بانوان در محیط‌های کاملاً آرام و بدون تنش فراهم گردد و بخش‌های مختلف فرهنگی، نخبگانی (حوزوی و دانشگاهی) با گفتگو زمینه درک بیشتر و کمک به حل چالش به وجود آمده را فراهم کنند. تقدیر و تشکر: جمع‌آوری داده‌های پژوهش حاضر در مرکز مطالعات فرهنگی تیام وابسته به سازمان تبلیغات اسلامی انجام شده است.

فهرست منابع

- جوادی یگانه، محمدرضا. (۱۳۸۷). رویکرد جامعه شناسانه نظریه انتخاب عقلانی. راهبرد فرهنگ، (۳)، صص ۳۳-۶۴.
- دواس، پل. (۱۳۷۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری (مترجم: علی سلاجقه). تهران: انتشارات آوای نور.
- رضایی قادری، خدیجه. (۱۳۹۸). هویت اجتماعی: بازخوانی مفهوم هویت در رویکردهای نظری. رشد آموزش علوم اجتماعی، ۲۲(۸۰)، صص ۱۲-۱۵.
- رفیع‌پور، فرامرز. (۱۳۷۸). آنومی یا آشفتگی اجتماعی. تهران: سروش.
- مؤسسه اطلاعات. (۱۴۰۲). تازه‌ترین آمار از کشف حجاب و حجاب اجباری. روزنامه اطلاعات.
- سازمان تبلیغات اسلامی. (۱۳۹۰). پوشش و حجاب زنان ایران. موج اول. تهران: دفتر برنامه‌ریزی پژوهش‌های کاربردی.
- سروستانی، حسین. (۱۳۹۰). جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی. تهران: انتشارات سمت.
- عباس‌زاده، علی. (۱۳۹۶). روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: انتشارات سمت.
- محبوبی‌منش، حسین. (۱۳۸۶). تحلیل اجتماعی مسئله حجاب. کتاب زنان، ۱۰(۳۸).
- ممتاز، فریده. (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی. تهران: نی.
- مؤسسه شناخت. (۱۴۰۲). مطالعه کمی نگرش بانوان کشف حجابی و بدحجاب نسبت به مقوله پوشش و حجاب، تهران: کارگروه مخاطب‌پژوهی.

ب) سایت‌ها

www.ettelaat.com

www.amar.org.ir

Understanding the Lived Experiences of Participants in Mourning Rituals: An Interpretive Phenomenological Approach*

Mohammad Abbaszadeh¹

Sakineh Heydarpour Marand²

Ebrahim Mohammadpour³



1. Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Theology and Islamic Studies, University of Tabriz, Tabriz, Iran (**Corresponding Author**). aabbaszadeh@tabrizu.ac.ir.

2. PhD Candidate in Economic and Development Sociology, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. s.heydarpour@gmail.com

3. PhD in Economic and Development Sociology, Faculty of Law and Social Sciences, University of Tabriz, Tabriz, Iran. e.mohammadpour70@gmail.com

Abstract

The mourning rituals of Muharram, as a ritual dimension of Islam, have long held special significance and legitimacy. Considering the changes brought by modern life in contemporary Iran, transformations in mourning rituals can also be observed. To better understand these changes, this study explores the phenomenological understanding of the lived experiences of participants in mourning rituals. Deep interviews were conducted with 21 participants in mourning gatherings (hey'at) in the city of Marand, using a purposive sampling method until theoretical saturation was reached. Using an interpretive phenomenological approach and the analysis method of Diekmann et al., ten semantic clusters emerged, including: the role of worldly utility belief (cohesion and meaning-making

* Abbaszadeh, M., Heydarpour Marand, S., & Mohammadpour, E. (2025). Understanding the lived experiences of participants in mourning rituals: An interpretive phenomenological approach. *Islam and Social Studies*, 13(2), pp. 181-212.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70997.2125>

▣ **Article Type:** Research; **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran

▣ **Received:** 2025/02/03 • **Revised:** 2025/09/22 • **Accepted:** 2025/10/21 • **Available Online:** 2025/11/19

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



functions of transcendent utility belief), religious socialization, commercialization of mourning rituals, hyper-reality in rituals, and misalignment between form and content. The findings indicate that, due to the prominence of worldly utility belief and participants' shift toward personal needs and individual benefits, the commercialization of mourning rituals has increased, and signs of ritualization in mourning practices are observable.

Keywords

Mourning rituals, lived experience, interpretive phenomenology, commercialization, ritualization.

فهم تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری؛

با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری*

محمد عباس‌زاده^۱ سکینه حیدرپور مرند^۲ ابراهیم محمدپور^۳

۱. استاد، گروه علوم اجتماعی، دانشکده دانشکده الهیات و علوم اسلامی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).

aabasazadeh@tabrizu.ac.ir

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

s.heydarpour@gmail.com

۳. دکتری جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه، دانشکده حقوق و علوم اجتماعی، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

e.mohammadpour70@gmail.com



چکیده

عزاداری محرم از منظر مناسکی اسلام از دیرباز دارای اهمیت و اعتبار ویژه‌ای بوده است. با توجه به تغییراتی که در دوران معاصر، متناسب با زندگی مدرن در ایران رخ داده، می‌توان تغییراتی را نیز در مناسک عزاداری رصد کرد. لذا برای درک بهتر این تغییرات، در این پژوهش، فهم پدیدارشناختی تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری مدنظر قرار گرفته و در قالب تکنیک مصاحبه عمیق با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری شهر مرند به شیوه‌ای هدفمند و با ملاک اشباع نظری انجام پذیرفت. با بهره‌گیری از روش پدیدارشناسی تفسیری و شیوه تحلیل دیکلمن و همکاران، ۱۰ خوشه معنایی پدیدار شدند که می‌توان به مقولاتی هم چون فایده‌باوری این جهانی (کارکرد انسجام‌بخشی و کارکرد

* عباس‌زاده، محمد، حیدرپور مرند، سکینه، محمدپور، ابراهیم. (۱۴۰۴) فهم تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیات‌های عزاداری؛ با رویکرد پدیدارشناسی تفسیری. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۳(۲)، صص ۱۸۱-۲۱۲.

<https://doi.org/10.22081/jiss.2025.70997.2125>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۵ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۶/۳۱ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۹ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۸/۲۸

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



معنابخشی فایده‌باوری فرا این جهانی)، جامعه‌پذیری مذهبی، کالایی‌شدن مناسک عزاداری، فزون واقعیت در مناسک عزاداری و عدم همخوانی فرم و محتوا و.. اشاره کرد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که با توجه به پررنگ‌بودن فایده‌باوری این جهانی و سوق پیدا کردن مشارکت‌کنندگان به سمت احساس نیاز شخصی و منافع فردی بیشتر، کالایی‌شدن عزاداری نمود بیشتری پیدا کرده و نشانه‌هایی از آیینی‌سازی در مناسک عزاداری قابل رویت است.

کلیدواژه‌ها

مناسک عزاداری، تجربه زیسته، پدیدارشناسی تفسیری، کالایی‌شدن، آیینی‌سازی.

مقدمه

مطالعه امر دینی در ایران از جمله حوزه‌های جامعه‌شناختی است که به توجه ویژه‌ای نیاز دارد. نقش تعیین‌کننده دین در کلیه شئون فردی و اجتماعی ایرانیان در طول تاریخ، اهمیت بررسی تحولات در عرصه دینی را به خوبی نشان می‌دهد. البته آنچه در اینجا مدنظر است. رفتارهای دینی شامل مجموعه‌ای از اعمال است که در ارتباط با باورها و اعتقادات دینی صورت می‌گیرند. این اعمال، که اغلب به شکل مراسم و آیین‌های خاص تکرار می‌شوند، به مثابه مناسک یا آیین‌های عبادی شناخته می‌شوند (مظاهری، ۱۳۹۰، ص ۲۷۰). این مناسک ریشه در باورها، نیازها و گرایش‌های دینی افراد وابسته به هر مذهب دارند و به صورت آیین‌ها، نمادها، جشن‌ها و مراسم سوگواری تجلی پیدا می‌کنند (منتظرالقائم و کشاورز، ۱۳۹۶، ص ۳۸). یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های این مناسک، عزاداری است. دورکیم در تحلیل مناسک عزاداری، آن را نوعی مراسم جمعی تلقی می‌کند که در شرکت‌کنندگان حالتی از «هیجان و شور غیرعادی» ایجاد می‌کند. این مراسم نشان‌دهنده احساسات اجتماعی و عواطفی است که فرد در برابر آن به وظایف خود عمل می‌کند (کاهیرده و بهار، ۱۳۸۹، ص ۱۶۱). در دین اسلام یکی از مهم‌ترین مناسک جمعی، مناسک عزاداری محرم است که اکثریت مؤمنان شیعی در آن شرکت می‌کنند و هیئت‌های عزاداری هم در نقش جماعت مناسکی دینی یکی از مهم‌ترین عرصه‌های دین‌ورزی مؤمنان است این مناسک، که تحت تأثیر فرهنگ و تحولات اجتماعی در دوره‌های مختلف تاریخی دچار تغییراتی شده‌اند، در اشکال متنوعی بروز یافته‌اند. تغییراتی که در دوران معاصر و با توجه به مقتضیات زندگی مدرن در این آیین‌ها ایجاد شده، زمینه‌ساز مطالعاتی با رویکرد انتقادی و آسیب‌شناسانه در حوزه دین و اجتماع شده است. تامل در نتایج پژوهش‌های انجام گرفته در ایران، از جمله مطالعه بهرام‌نژاد و محدثی (۱۳۹۶)، فیاض و رحمانی (۱۳۸۵)، گیویان (۱۳۸۵)، فراستخواه (۱۳۸۶) و خدای (۱۳۹۳) که در آن تبیین علل اجتماعی وقوع چنین تغییر و تحولاتی مطمع نظر قرار گرفته حاکی از آن است که دینداری در حوزه مناسک عزاداری می‌تواند به امری

مسئله‌مند تبدیل و این گونه استنباط می‌شود که طی دو سه دهه اخیر آیین‌های دینی - تحت تأثیر فرهنگ متحول شده در جهان و زندگی روزمره فرهنگی نوپدید جامعه ایرانی - درگیر دگرگونی‌های گسترده‌ای شده‌اند. لذا فهم و درک این تحولات از طریق تجربه زیسته مشارکت‌کنندگان لازم به نظر می‌رسد چرا که عدم اهتمام به این مهم می‌تواند عواقبی را در جامعه به‌ویژه در عرصه کنش دینی داشته باشد که مهم‌ترین پیامد آن می‌تواند فاصله گرفتن کنشگران دینی از اصول و دستورات ارائه شده در متون دینی و ایجاد ذائقه دینداری خاص در بین عزاداران باشد. از این رو با رویکردی پدیدارشناسانه و پیش از هر گونه پیش داوری یا تحمیل چهارچوب پیشینی، سعی شده است تا بسترها و شیوه‌های تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری از خلال روایت‌های آزاد خود آنها نقل و بیان گردد تا تغییرات و تحولات احتمالی ایجاد شده در مناسک عزاداری ظهور و بروز یابند. بنابراین هدف این پژوهش، شناخت برداشت مشارکت‌کنندگان از عزاداری است و در ادامه درصدد است که عوامل و شرایط تأثیرگذار بر شکل‌گیری تجارب زیسته آنها را نیز شناسایی نماید.

چهارچوب مفهومی

از آنجا که رویکرد این پژوهش، رویکردی پدیدارشناسانه است، لذا توجه به نظریات پدیدارشناسی و ارتباط آن با دین نیز ضرورت دارد. هوسرل^۱ یکی از موثرترین فرد در شکل‌گیری پدیدارشناسی است و بعدها این روش از سوی فلاسفه مختلف به کار گرفته شد. وی نشان می‌دهد که وقتی هر گونه‌ای از معنا به بیان درمی‌آید، کنش خاصی از آگاهی رخ می‌دهد. در واقع تأکید بر قصدیت^۲، از یک طرف متضمن آن است که همه معناها از طریق کنش‌های آگاهی انسانی تقویم می‌شوند و لذا بر نقش فعال سوژه در صورت‌بندی هر جنبه معناداری از جهان اصرار می‌ورزد. هم‌چنین نظریه قصدیت اشاره

1. Husserl

2. Intentionality

دارد به این که جهان معنایی را که آگاهی آشکار می‌سازد از قبل در خود دارد. اگزیستانسیالیست‌ها آشکار این راه حل فلسفی را که پدیدارشناسی فراهم آورده بود پذیرفتند. در ارتباط با پدیدارشناسی دینی هم باید عنوان کرد که با اینکه هوسرل خود روش پدیدارشناسی را در حوزه دین به کار نبرده است اما با دوم مفهوم در پراتز گذاردن (اپوخه^۱)، شهوت ذات^۲ که از سوی وی ارائه گردید، به مانند نقطه آغازین معرفت‌شناختی مناسب برای مطالعه پدیدارشناختی دین محسوب گردید. انتقاداتی که در خصوص رهیافت کلاسیک پدیدارشناسی به دین انجام گرفت، نهایتاً منجر به ظهور پدیدارشناسی هرمنوتیک دین گردید. این رهیافت نیز با وجود آن که از بستر پدیدارشناسی هوسرل برخاسته است ولی دعوی ترک آن داشته و بر نقش تاویل در تمام جنبه‌های زندگی تاکید می‌ورزد. این روش عمدتاً دستاورد تاملات هایدگر است، گرچه او نیز مانند هوسرل هرگز در حوزه دین از آن بهره نگرفته است ولی تأثیرات آن بر دین پژوهان غیرقابل اغماض است (خاتمی، ۱۳۸۲، ص ۸۱). در واقع، پروژه فلسفی هایدگر آشکار ساختن تجربه مستقیم و معنادار جهان است. وی با استفاده از روش پدیدارشناسی به بررسی زندگی اصیل پرداخته و بر آن است که این زندگی در یک روش دینی قابل تجربه است (علمی، ۱۳۸۸، ص ۵۲). هایدگر^۳ نیز پدیدارشناسی هوسرل را به صورت ترکیبی از تحلیل اگزیستانسیال و هستی‌شناسی عمیق درآورد. در حالی که هوسرل به فهم هستی‌ها یا پدیده توجه دارد و پدیدارشناسی را علم توصیفی در نظر می‌گیرد، هایدگر یک فیلسوف مفسر است که بر «دازاین»^۴ تاکید دارد و پدیدارشناسی را در تفکر فلسفی خود تعریف می‌کند و مانند سارتر، پدیدارشناسی و فلسفه اگزیستانس را به هم در می‌آمیزد (جمادی، ۱۳۸۵، صص ۲۲-۱۷). در اندیشه هایدگر در باب دین و الوهیت، با گونه‌ای خاص از کلام منتسب به ساحت معنویت مواجهه هستیم و در واقع نقطه عزیمت هایدگر

-
1. Epoch
 2. Eidetic
 3. Heidegger
 4. Dasein

به ساحت امر قدسی، پرسش هستی^۱ است و تحلیل هستی‌شناختی دازاین به درک هر چه بهتر تجربه مواجهه با امر الوهی در نقش یکی از انگزستانسیالیست‌های دازاین کمک می‌کند (یزدانی و پاک‌نهاد، ۱۹۴، صص ۴۳-۴۱). مرلو پونتی^۲ هم بحث ادراک^۳ را در قالب پدیدارشناسی دنبال کرد. تمرکز اندیشه مرلو - پونتی نیز بر درک ماهیت زیسته و متجسم خودآگاهی و ادراک انسان است. سهم روشنفکرانه مرلو پونتی تا حدودی گسترش نسخه هوسرلی پدیدارشناسی و تمرکز بر مفاهیم تجسم^۴ و ادراک بود. در واقع از طریق تجربه زیسته است که ما دانشی از این جهان کسب می‌کنیم و فعالیت‌های بدن در این جهان، تجربه زیسته ما را برمی سازد (دیل و بیل، ۱۳۹۱، صص ۱۵۲-۱۵۴). نظریه مرلوپونتی در ارتباط با دین را بدین گونه می‌توان تفسیر کرد که ما دین را چیزی بدانیم که به‌طور مادی و از طریق بدن تجربه شود نه با نگاه پارادیمی دکارتی به دین که تمایل دارد تا دین را چیزی بدانند که عمدتاً با باورهای فرد یا ذهن خودآگاه سروکار دارد (دیل و بیل، ۱۳۹۱، ص ۱۵۵).

مرور پیشینه پژوهشی

سوارت^۵ (۲۰۱۷) پژوهشی با هدف کمک به توسعه یک چارچوب مفهومی مناسب برای توسعه تفسیر تجربی عمیق از نحوه و میزان ارزش‌گذاری مناسک مذهبی در جایگاه منبع شکل‌گیری سرمایه اجتماعی در زمینه آفریقای جنوبی انجام داد. قرشی^۶ (۲۰۱۷) نیز به این مسئله توجه کرده که کالایی شدن چه تأثیری در مناسک دینی (حج) و تجربیات زائران دارد و معتقد است که برای این زائران، حج کالایی شده است. حسین (۲۰۱۸) نیز با استفاده از رویکردی پدیدارشناختی به تحلیل انگیزه‌ها و تجربیات زائران

1. Sein frage

2. Merleau- ponty. M

3. Perception

4. embodiment

5. Swart

6. Qurashi

پیاده در سفر کربلای معلی (عراق) در زیارت اربعین می‌پردازد و نشان می‌دهد که انگیزه‌های زائر پیاده اربعین ناشی از شعائر همیشگی جامعه شیعه و توجه به جامعه (امت) است. علی‌های^۱ (۲۰۱۹) نیز با استفاده از بررسی قوم‌نگاری مراسم راهپیمایی محرم در ادینبورگ، نشان می‌دهد که چگونه راهپیمایی احساس تداوم سنت در غرب را فراهم می‌کند. از پژوهش ارشد و مسعود^۲ (۲۰۱۹) با عنوان «تحلیل گفتمان در مورد اهمیت مناسک در جامعه‌پذیری دینی» می‌توان چنین استنباط کرد که آیین‌ها نقش بسیار مهمی در اجتماعی‌شدن دارند و نقش کارگزاران آموزش غیررسمی را در جامعه‌ای ایفا می‌کنند. هم‌چنین بوکوزی^۳ (۲۰۱۹) نیز سعی دارد که با استفاده از صنعت فرهنگ آدورنو، پدیده کاتولیک انجیلی را تحلیل کند که به روش خود سعی در استانداردسازی و توزیع فرهنگ کاتولیک دارد. چارلز^۴ و همکارانش (۲۰۲۰) نیز به این نکته اشاره دارد که یکی از کارکردهای کلیدی مناسک دینی می‌تواند افزایش پیوند اجتماعی باشد و دی‌وال و ون‌تونگرن^۵ (۲۰۲۱) به بررسی تأثیر آیین و جامعه بر رفتار مصرف‌کننده در میان اعمال مذهبی می‌پردازد و معتقدند که طرحواره‌های مذهبی^۶، پایدار هستند و تغییر آنها بسیار دشوار است.

در ارتباط با پژوهش‌های صورت گرفته در داخل کشور نیز می‌توان به پژوهش تاج‌بخش (۱۳۹۹) اشاره کرد که با توجه مدل سنج‌شناسی تجربه گروه‌های دینی واخ، به سه بعد فکری (بصیرت‌افزایی و...)، بعد عملی (سبک‌نوین‌عزاداری، جامعه‌پذیری دینی و...) و در بعد اجتماعی (ارتقای سرمایه اجتماعی، ایجاد پیوندهای فرانسلی و...) اشاره دارد. خدای (۱۳۹۳) نیز با بررسی برخی از بازنمودها و آیین‌های مذهبی معتقد است که اهمیت یافتن فزاینده پدیده فردی‌شدن در هر سه سطح باور، آیین و رفتارهای

1. Alibhai

2. Arshad & Masood

3. Boccuzzi

4. Charles

5. DeWall & Van Tongeren

6. religious schemas

روزمه و به موازات پویش فردیت یافتگی در متن زندگی اجتماعی در عرصه دینی، ذهنیت دینی، سیالیت فزاینده‌ای پیدا می‌کند. فراستخواه (۱۳۸۶) در تحقیقی با تکنیک مشاهده مشارکتی و مصاحبه، نشان می‌دهد که مناسک دینی نیز از نفوذ روندهای امروزی دنیوی شدن، پلورالیزه شدن، اقتضایی شدن و حتی کالایی شدن برکنار نیستند و فضای چند تکه‌ای و بریکولاژی‌هایی از دین و غیردین پدیدار شده و به شناسایی دینداری پسامدرن بریکولاژی می‌پردازد. فیاض و رحمانی (۱۳۸۵) نیز با استفاده روش مشاهده مشارکتی، معتقدند که با ظهور پدیده جدیدی مانند هیئت‌های پاپ، نقش روحانیون در حال کمرنگ شدن، رفتارهای فردگرایانه و غیرنخبه‌گرایانه در حال رشد و هنجارها در سبک مداحی و انتخاب مکان در حال شکستن بوده است و نوعی صنعت فرهنگ در گفتمان کربلا شکل گرفته و کالایی شدن تولیدات و ایجاد بازار بزرگی از محصولات این نوع سبک را در پی داشته است. گیویان (۱۳۸۵) نیز در پژوهش خود به این نتیجه رسیده که آیین‌ها زمینه‌ای برای بروز فرهنگ عامه‌پسند شده و در آنها رعایت هنجارهای اجتماعی به نفع هنجارشکنی کم رنگ‌تر می‌شود و احياناً جنبه سرگرمی به خود می‌گیرند. بهرام‌نژاد و محدثی (۱۳۹۶) نیز در مطالعه‌ای روند تغییرات مناسکی را تحت عنوان کارناوالی شدن مراسم عزاداری توضیح داده و با بررسی برخی هیأت‌های عزاداری در شهر تهران، از آغاز کارناوالی شدن عزاداری عاشورا سخن گفته‌اند.

روش‌شناسی

در این پژوهش، محقق با روش مطالعه کیفی و پیروی از رویکرد پدیدارشناسی تفسیری درصدد برآمده که به تجارب زیسته مشارکت‌کنندگان در هیئت‌های عزاداری دست یابد. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل کلیه افرادی هستند که در سال ۱۴۰۰ در هیئت‌های مذهبی شهر مرند مشارکت فعال و در مناسک عزاداری شرکت داشته‌اند. در این پژوهش با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و نظری، با ۲۱ نفر از مشارکت‌کنندگان فعال در هیئت‌های عزاداری شهر مرند با لحاظ قاعده حداکثر تنوع

تا رسیدن به اشباع نظری مصاحبه صورت گرفت. به‌طوری‌که از این تعداد مصاحبه شونده، ۱۲ نفر مرد و ۹ نفر زن بوده‌اند. بالاترین سن مصاحبه‌شوندگان ۷۹ سال و پایین‌ترین آن ۳۰ سال بود. ۲ نفر مجرد و ۱۹ نفر متأهل بودند که با توجه به رده سنی این امر طبیعی می‌نماید. سطح تحصیلات مصاحبه‌شوندگان نیز بین سطح ابتدایی تا سطح دکتری در نوسان بود. هم‌چنین بالاترین مدت عضویت در بین مصاحبه‌شوندگان ۶۵ سال و پایین‌ترین مدت عضویت ۷ سال بوده که در سمت‌های مختلفی همچون امور مالی، امور فرهنگی، مداح، رجزخوان، وعاظ، متولی، سخنران و مبلغ مذهبی در هیئت‌های مختلف شهر فعالیت داشتند. هر مصاحبه بین ۲۰ تا ۷۰ دقیقه بود و پس از ضبط و پیاده‌سازی مکتوب بر اساس روش دیکلمن^۱ و همکاران (۱۹۸۹) تجزیه و تحلیل شدند. حاصل این مرحله، ۳۴ زیرمقوله بود که بر اساس تجربیات زیسته مشارکت‌کنندگان در مناسک عزاداری استخراج گردید. در مرحله بعد درون مایه‌های استخراج شده که با گزیده‌هایی از متن مصاحبه‌ها همراهی می‌کرد - بررسی شدند و یافته‌ها در قالب ۱۰ درون مایه اصلی مشخص گردید. برای قابلیت اعتماد یافته‌ها، اقداماتی از جمله در داخل پیرامون قرار دادن پیش فرض‌های محقق، حداکثر نوسان در انتخاب مشارکت‌کنندگان در پژوهش و هم‌چنین ارائه یافته‌ها به برخی از افراد مورد مطالعه به منظور سنجش و اعتبار یافته‌ها استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

در ارتباط با این سؤال که عزاداری را چه معنا می‌کنید؟ اغلب مصاحبه‌شوندگان از دیدگاه کارکردی به این سؤال پاسخ داده‌اند. رویکرد کارکردی به دین، با نام دورکیم گره خورده است. هری آلپرت^۲، چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم این‌گونه بیان می‌کند: نیروهای اجتماعی انضباط‌بخش، انسجام‌بخش، حیات‌بخش و

1. Dikelman

2. Alpert.H

خوشبختی بخش بندی (کوزر، ۱۳۸۲، ص ۲۰۰). وبر و کارکردگرایان نوینی هم چون دیویس^۱، یینگر^۲ و ادی^۳، هم توجه خاصی به کارکرد معنا بخشی دین معطوف داشته و معتقدند که دین فراهم آورنده معنا در برابر جهانی است که پیوسته گرایش به بی معنایی دارد (علمی و چنگی آشتیانی، ۱۳۹۲، ص ۷). زیر مقولات «تطهیر گناه» و «هدایت و رستگاری» در ذیل مقوله «فایده باوری فرا این جهانی عزاداری» قرار گرفت و در ارتباط با فایده باوری این جهانی در بعد فردی مقوله «کارکرد معنا بخشی» و در بعد اجتماعی مقوله «کارکرد انسجام بخشی» عزاداری مدنظر قرار گرفت:

جدول ۱- جدول تجربیات زیسته در ارتباط با برداشت مصاحبه شوندگان از عزاداری

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
	تطهیر گناه	اشک ریختن و پاک شدن گناه
		توبه و جلای روح
		ثواب اخروی
فایده باوری فرا این جهانی	هدایت و رستگاری	بی احترامی به والدین / مشارکت و هدایت
		چشم و هم چشمی / مشارکت و هدایت
		مواظبت در رفتار و کردار
		مشارکت با پوشش نامناسب و امید به رستگاری
		مشارکت با نیات متعدد اما امید به رستگاری
	پیوند بین نسلی و انتقال فرهنگ عاشورایی	زنده نگه داشتن یاد امام حسین
		جاودانگی قیام و انتقال آن از گذشتگان
		پیروی از راه امام حسین
		قدردانی نسل معاصر از امام حسین

1. David
 2. Yinger
 3. Odi

مقوله	زیر مقولات	مفاهیم
کارکرد انسجام بخشی	ارتقای سرمایه اجتماعی	پیگیری احوال دوستان
		رفع کدورت‌ها
		دیدار دوستان
		ایجاد انس و الفت
		رفع مشکل اقتصادی
		کمک به فقرا و نیازمندان
		همیاری و حل مشکلات محله
	کسب منزلت و اعتبار اجتماعی	کسب اعتبار اجتماعی
		کسب اعتماد دیگران
		عدم جسارت در حضور فرد
		به دست آوردن احترام
کارکرد معنا بخشی	تعقیب حاجات	رفع تنهایی
		شفای دست شکسته
		درمان افسردگی
		سفینه نجات هم راحت، هم وسیع و هم سریع
		بیمه عمر
		بچه دار شدن
		درمان سرطان
		التیام مرگ فرزندان
	آرامش بخشی	آرامش به دلیل انتخاب راه امام حسین
		آرامش از طریق گریه برای امام حسین
	مناسک در خدمت تولید احساس عشق / مستی /	وجود مستی
		لذت بخش بودن

مفاهیم	زیر مقولات	مقوله
عشق‌بودن امام حسین	دیوانگی / لذت	
دیوانگی		
خوش‌حال‌بودن	نشاط معنوی	
دوری از افسردگی		
صفای باطن و نشاط روح		
ایجاد نشاط دائمی		
احساس سبک‌شدن		
گرفتن نیرو برای زندگی کردن	انرژی بخش بودن	
شارژشدن و روحیه مضاعف پیدا کردن		
عدم احساس خستگی		

در خصوص این سؤال که چه عواملی باعث مشارکت مصاحبه‌شوندگان در این تجربه معنوی شده است، بسیاری از مصاحبه‌شدگان به کشش‌های فطری و اکتسابی به‌مثابه نقطه آغازین درگیری دینی خود اشاره کرده‌اند. این کشش‌ها در دو مقوله اصلی «اراده ملکوتی و قدسی» و «جامعه‌پذیری دینی» دسته‌بندی شده‌اند. به گفته شجاعی‌زند (۱۳۹۱)، دیندارشدن از دو مسیر فطری و اکتسابی حاصل می‌شود و او معتقد است که علی‌رغم تفاوت‌های تأکیدی نظریات فطرت و اکتساب در مورد دو عنصر تقاضا و عرضه، این دو می‌توانند به‌طور همزمان با یکدیگر هماهنگ باشند. فرضیه تلفیق و دوگانگی فطرت و اکتساب بر این اصل استوار است که هر عرضه‌ای نیازمند تقاضا و تمایل در سوی دیگر است. بر این اساس، دیندارشدن هم به یک زمینه و کشش درونی در انسان نیاز دارد، هم مستلزم ارائه آموزه‌ها و احکام دینی است و هم به اقداماتی هدفمند از سوی دینداران پیشین و نهادها و مبلغان دینی برای جذب پیروان جدید وابسته است (شجاعی‌زند، ۱۳۹۱، صص ۸۰-۸۲).

جدول ۲- جدول تجربیات زیسته در ارتباط با عوامل تاثیرگذار مشارکت در عزاداری

جامعه‌پذیری دینی	سرمايه دينی خانواده	شیردادن در نوازدی با ذکر نام امام حسین
		دعای آبا و اجداد برای حسینی شدن
		متبرک کردن دهان در نوازدی با تربت امام حسین
		اعلان عزا در خانه (پوشاندن لباس مشکی برای کودکان / ممنوعیت بگو بخند / نپختن غذا در شام غریبان برای همدری با اسرا روز عاشورا
		برپایی سفره حضرت ابوالفضل هر ساله در خانه
		برپایی هیئت و روضه در خانه
	میدان دین و تعامل با کارگزاران جامعه‌پذیری	تحصیل در مدارس مذهبی (مدرسه)
		حضور در مسجد و پای منبر علما (دیگران مهم)
		اجازه دادن به کودکان برای حضور در هیئت‌های عزاداری به تنهایی (خانواده)
		شرکت در روضه و مراسم عزاداری همراه با مادر بزرگ (خانواده)
		خواندن زیارت عاشورا در محافل دوستانه (گروه همسالان)
		زیستن در محلات مذهبی
		حضور در مراسم شبیه‌خوانی در روز عاشورا همراه با مادر (خانواده)
		حضور در مسجد و دوستی با بچه هیئتی‌ها (گروه همسالان)

اراده ملکوتی و قدسی	توفیق الهی	لایق نبودن بنده اما عنایت ارباب دعوت شدن و لیبیک به آن هدیه امام حسین وصل شدن
	امری فطری	حب امام حسین قبل از عالم خلقت ودیعه گذاشته شده در قلب انسان نیاز به معنویت در ذات انسان پیمان گرفتن در عالم ذر

کالایی شدن^۱ مناسک عزاداری

کالایی شدن دین، دین ورزی را به مثابه رفتاری در بازار مصرف تعبیر می شود (حمیدیه، ۱۳۸۹، ص ۱۹۲). نگرش به دین همانند کالای مصرفی، در بحبوحه تولید انبوه کالاهای دینی، فetiš شدن^۲ کالاهای دینی هم چون کالاهای مصرفی دیگر، به از دست رفتن هاله احترام آمیز و تبعیت از سازوکار بازار مصرف، دگردیسی می یابد (زروانی و حمیدی، ۱۳۸۹، ص ۹۱). برای نمونه در ارتباط با خرید و فروش کالای معنوی و ایجاد بازار مذهبی در مراسمات مربوط به عزاداری محرم نیز آقای ۷۹ ساله ای که بازاری است و از متولیان و مداحان قدیمی یکی از هیئت های سنتی است عنوان می کند که:

الان می بینی که سر اینکه چقد پول بگیرن چانه می زنن! مثلاً اینقد بدی میام هیئت مداحی می کنم. قدیم که ما مداحی می کردیم با اینکه سه چهار تا مداح در شهر بیشتر نبود اما اصلاً پول نمی گرفتیم اما الان بدون پول محاله بیاید مراسم امام حسین.

1. Commodification

۲. فetiš عبارت است از شیئی مادی که غالباً قابل حمل بوده و دارای قوه سحرانگیز نهانی است. فetišسم عبارت است از: آیین احترام، تقدس و استمداد از قوای مخفی و مستور در اشیای بی جان طبیعی.

در ارتباط با زیرمقوله «تنوع و تعدد آیین و نمایشی شدن آن» آقای ۶۰ ساله‌ای که دبیر بازنشسته و خودش از متولیان یکی از هیئت‌هاست، می‌گوید:

یه دهاتی رفته بودم که در یه ده کوچک در روز عاشورا چهار تا مراسم شبیه خوانی اجرا می‌کردند. طوری شده بود که صدای مراسم تغزیه‌ها با هم تداخل می‌کرد و اصلاً معلوم نبود که چی میگن!..... قدیم هم از اول محرم تا روز عاشورا در دسته‌ها عزاداران قمه در دست می‌گرفتند و روز عاشورا هم که مراسم قمه‌زنی بود، زن و بچه مردم می‌ترسیدن. الان هم که قمه ممنوع شده جدیداً به جای قمه، چماق به دست می‌گیرن یا حتی دیده‌ام که پولیکا هم دست گرفته‌ان....

صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ^۱

صنعت فرهنگ برای وضع مفهومی مکانیسمی به کار گرفته شده که طی آن نظام سلطه سعی دارد تا با بهره‌گیری از دستکاری نشانه‌های فرهنگی، منطق حساب‌شده روابط کالایی حاکم بر بازار را بر سطوح عالی انسانی مستولی کند. بدین ترتیب انسان‌ها حتی در لایه‌های ارتباطی و تراوایی بین‌ذهنی خویش هم دچار منطق حسابگری سود و نفع شخصی شوند (هاشیمان و بصیرتی، ۱۳۹۸، ص ۸۶). آدورنو در صحبت در مورد «صنعت فرهنگ» قصد دارد تا چگونگی استانداردشدن و توزیع فرهنگ به شکل کالایی را برجسته کند که در نهایت در خدمت تداوم وضعیت موجود است (Boccuzzi, 2019, p. 3). از طریق استانداردسازی تولید و توزیع، همه اشیای فرهنگی به وسیله‌ای برای رسیدن به یک هدف یعنی سود تبدیل می‌شوند که با اشکال «اصیل» فرهنگ که به خودی خود غایت هستند، متفاوت است (Boccuzzi, 2019, p. 3). تحلیل آدورنو از صنعت فرهنگ به فهم نقش صنعت مداحی در کالایی‌شدن مناسک عزاداری کمک می‌کند. چراکه پدیده مداح محوری به روش خود سعی در استانداردسازی و توزیع سبک مداحی

1. Culture Industry

عامه‌پسند دارد و نشان می‌دهد که با قدرت یافتن مداحان جایگاه واعظ به حاشیه رانده می‌شود. در ارتباط با زیرمقوله «غلبه عاطفه و احساس‌گرایی» و «پیدایش سبک مداحی عامه‌پسند»، آقای ۴۹ ساله‌ای که خودش هم در هیئت‌ها مداحی می‌کند، معتقد است:

یکی از مواردی که خودم با اون مواجه بودم بخصوص در حوزه مداحی، وارد شدن سبک‌های مداحی جدید بود که با ترفندی هم وارد شده و یکی از شبیخون‌های فرهنگی هم هس که متأسفانه سبک‌های اصیل مداحی تبدیل به مداحی با سبک ترانه‌های ترکی شد و نوحه از سبک دستگاه به سمت ترانه و آهنگ حرکت کرد و به‌صورت مبتذل مثلاً آهنگ قره گوز بوی بوی در مداحی وارد شد.

در ارتباط با زیر مقوله «مداح محوری» و «تغییر نقش و جایگاه واعظ و مداح» هم آقای ۴۲ ساله‌ای که معمم است و در هیئت‌های مذهبی با نقش واعظ حضور می‌یابد، می‌چنین می‌گوید:

قدیم عزاداری‌ها با نماز شروع می‌شد بعد منبر بود و مداح بعنوان پامنبر محسوب می‌شد. یعنی بعد یه ساعت سخنرانی ده دقیقه مداحی صورت می‌گرفت. الان در هیئت‌ها منبر که نیس اگه هم باشه برعکس شده منبر شده پای عزاداری و مداحی میگن حاج آقا شما صحبت رو شروع کن مردم جمع بشن بعد مداحی شروع بشه و مردم سینه بززن و گریه کنن.

عزاداری در نقش ابزار قدرت هیئت‌های مذهبی

در تعریف قدرت گفته‌اند که «رابطه‌ای الزام‌آور بین دو گروه حاکم و فرمانبردار است که در چهارچوب دسته نخست گروه دوم را تابع و مطیع اراده خود می‌کند و فرمانبرداران نیز اطاعت از حاکمان را حق و مشروع تلقی می‌کنند (مقصودی و علی‌پور، ۱۳۹۰، ص ۹۰). در این میان آیین‌ها و مناسک نظام‌هایی از ارزش‌ها هستند که در جان و

روح جامعه رسوخ کرده است و به باورها و اعتقادات دینی و ارزشی آن جامعه تبدیل شده‌اند لذا می‌توانند به‌مانند ابزارهایی برای اعمال قدرت یا برقراری نظم یا همبستگی اجتماعی مورد استفاده قرار گیرند (مقصودی و علی‌پور، ۱۳۹۰، صص ۹۴-۹۲). در ارتباط با زیرمقوله «توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی» آقای ۶۵ ساله‌ای که دبیر بازنشسته است و در هیئت‌ها سخنرانی می‌کند عنوان می‌کند که:

هیئت خودشو محق میدونه که خیابون ببندند تا عزاداری تمام بشه فکر میکنن چون در سایه مقام والایی چون امام حسین عزاداری میکنن پس محق هستن می‌تونن راهو ببندند یا پرچم و بنر رو هر جایی که اراده کنند بزنن حتی اگه مردم هم اذیت بشن.

فزون‌واقعیت^۱ در مناسک عزاداری

فزون واقعیت یا حادواقعیت اصطلاحی است که توسط بودریار^۲ به کار رفته است و با تأثیرات بازتولید فرهنگ انبوه مرتبط است و نشان می‌دهد یک شیء، رویداد و تجربه‌ای که به این ترتیب بازتولید شده جایگزین اصلی آن می‌شود یا بر آن ترجیح داده می‌شود: این که کپی «واقعی‌تر از واقعی است» (Akhavan et al, 2018, p. 98). در ارتباط با «بدل جای اصل را گرفتن» خانم ۴۱ ساله که کارمند حوزه علمیه است معتقد است که بدل جای اصل را گرفته و نماز واجب جایش را به مستحباتی مانند عزاداری داده است:

همین شبیه‌خوانی‌ها رو می‌بینید، دغدغه اول امام حسین نماز اول وقت بود، اما می‌بینی که تا ساعت ۵ عصر نمایش طول می‌کشه. طرف نماز ظهرش هم قضا میشه اما براش مهم نیست. ده شب قبل هم تمرین می‌کنن تا ساعت دو تا سه نصف شب اونجا هم نماز صبحش قضا میشه. خب این فرد می‌خواهد تو عزاداری امام حسین چیکار کنه؟ این چه حسین چی بوده آخه.

1. Hyper- reality

2. Baudrillard.J

و یا خانم ۳۱ ساله مجردی که دکتری حوزوی دارد تجربه حضور خودش را در یک روضه خانگی بیان می کند:

یه زمانی که به روضه می رفتم می دیدم که تو مجلس امام حسین لباسای زرق و برق دار و باز می پوشن. گرچه سیاه پوش بودن اما در واقع حرمت عزاداری را حفظ نمی کردن. این جور لباسا و حتی زرق و برق خانه ها هم ذهن آدمو از عزاداری منحرف می کنه.

عدم همخوانی فرم و محتوای مناسک عزاداری

زیمل در نظریه جامعه شناسی صوری^۱ خود سعی در بازسازی مفهوم «فرم» و «محتوا» دارد. زیمل از یک سو قائل به دیالکتیک بین فرم و محتوا است که مثال آشکار این دیالکتیک زیملی را می توان در مقوله دین داری و دین مشاهده کرد. از سوی دیگر از چرخش دیالکتیکی فرم و محتوا سخن می گوید و معتقد است آنچه از یک نظر فرم است، از جنبه ای دیگر، می تواند محتوا باشد و برعکس (محمدی و حاضری، ۱۳۹۵، صص ۱۲۹-۱۲۸). در ارتباط با «تاکید فرم به جای محتوا» آقای ۴۳ ساله و دبیر ورزش می گوید که:

یادمه با بچه هیئتی ها نشسته بودیم و در مورد همین عزاداری امام حسین صحبت می کردیم و در مورد اینکه حضرت سجاد فرزند امام حسین یا برادرش به توافق نرسیدیم! با اینکه در کل مراسمات عزاداری شرکت می کنیم اما هیچ شناخت و بینشی پیدا نمی کنیم. با اینکه شناخت نداریم ولی عزاداری میریم. بیشتر افراد بخاطر خودشان میرن نه بخاطر امام حسین. خودمو مثال بزمن من وقتی تو هیئتم بیشتر دوست دارم یک نوحه خوان صدای قشنگی داشته باشه و نوحه حزن انگیز و سوزناکی رو بشنوم و از اون لذت ببرم بدون اون که بدونم محتوای اون چیه یا صحبت هاش در من تاثیری داشته باشه.

1. Formal Sociology

جدول ۴- جدول مقولات استخراج شده از تفسیر تجربیات زیسته مشارکت کنندگان

زیاد شدن تعداد روضه‌ها	تنوع و تعدد آیین	کالایی شدن مناسک عزاداری
زیاد شدن هیئت و دسته‌های سینه‌زنی		
زیاد شدن مراسم شبیه‌خوانی روز عاشورا		
رغبت به دریافت پول برای عرضه مداحی	خرید و فروش کالای معنوی	
چانه‌زنی بر سر دریافت پول بیشتر		
افزایش تقاضا برای عرضه کالای معنوی (مداحی) از طرف هیئت‌ها		
گذاشتن گهواره در روضه‌های خانگی برای جمع‌آوری پول	ایجاد نوعی بازار مذهبی	
مبلغ احسان (پول) تعیین کننده کیفیت و تعداد صلوات و فاتحه در دسته‌ها		
جمع‌آوری علنی پول برای خرید تجهیزات برای هیئت‌های عزاداری		
آویزان کردن پرچم حضرت ابوالفضل برای جمع‌آوری پول بیشتر		
برداشتن چماق یا چوب به مثابه نماد دسته شاه حسین گویان (تایید)	فروکاست امر قدسی به نمایش مذهبی (تبدیل آیین مذهبی به کالای جذاب و نمایشی)	
برداشتن چماق یا پولیکا برای جذابیت بیشتر (نقد)		
پوشیدن لباس متحدالشکل (مشکی پوشی)		
اعلان عزا و سیاه‌پوش کردن شهر	مذهبی شدن فضای عمومی به مثابه ویت‌ترین هیئت‌ها	
ترجیح دادن میداین شهر برای عزاداری به جای حسینیه و مساجد		

	(عرضه کنندگان کالای معنوی)	
آوردن تجهیزات (آلات موسیقی) برای افزایش تماشاچیان	فشاردهی جمعیت (متقاضیان کالای مذهبی) نشانه و جاهت عزاداری	
رقابت هیئت‌ها برای افزایش دادن جمعیت		
برتری دسته عزاداری منسوب به حاکمیت نسبت به دیگر دسته‌ها		
بستن میادین و خیابان‌ها و محقق دانستن خود برای مقام امام حسین	توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی	
زدن پرچم‌ها و بنرها در هر جایی که اراده کنند تسری دادن اعلان عزّا به قبل از محرم و تا آخر صفر		
رقابت هیئت‌ها با هدف افزایش تعداد مشارکت کنندگان		تبدیل عزاداری به آیین مشروعیت‌ساز و ابزار قدرت
رقابت هیئت‌ها با هدف نامدار کردن هیئت و دسته سینه‌زنی محله یا ده یا شهر خود		
رقابت ریش سفیدان هیئت‌ها به منظور خودنمایی و منیت	رقابت متولیان هیئت‌ها برای ابراز وجود هیئت خود	
رقابت متولیان هیئت‌ها برای آوردن فلان مداح مشهور		
رقابت هیئت‌ها برای جمع‌آوری پول بیشتر		
مدح زیبایی ظاهری اهل بیت		ظهور صنعت
توجه به عشق زمینی و مجازی	غلبه عاطفه و	مداحی در نقش

یک صنعت فرهنگ	احساس‌گرایی بر عقل‌گرایی	تمرکز بر عطش و تشنگی قیام عاشورا هیجان‌آفرینی کاذب مداح (استشمام بوی حضرت رقیه)
	پیدایش سبک مداحی عامه‌پسند	خواندن نوحه به سبک ترانه‌های ترکیه‌ای یا آذری وارد کردن شور به مداحی (حسین حسین گفتن با ریتم تند)
	ارتقای منزلت مداحان (مداح محوری)	عدم اقبال مردم به سخنران و استقبال از مداحی و مداحان یک‌بعدی شدن عزاداری و پررنگ کردن مداحی با هدف گریاندن مردم
	حالت تقابلی پیدا کردن وجه تعاملی منبر و مداحی	جابه‌جاشدن جای منبر و پامنبری (مداحی) انتظار وعاظ برای دعوت رسمی از آنها به هیئت‌ها و میدان‌داری مداحان
	عزاداری فراتر از یک آیین مذهبی	چندبعدی دانستن آن (جامعه‌شناختی، روان‌شناختی، سیاسی و دین‌شناسی و.... پیک کامل و جامع بودن (معنوی، اجتماعی، سیاسی و....
فزون واقعیت در مناسک عزاداری	بدل جای اصل را گرفتن	انجام تجربه معنوی به قیمت تخلف از قانون عزاداری امام حسین به مثابه عروسی (تایید روی آوری به تجهیزات مدرن) سبک شمردن امر واجب (نماز) به منظور انجام امر مستحب (عزاداری) پوشیدن لباس فاخر و دور از شأن امام حسین در عزاداری‌ها

مشارکت در عزاداری با نیت غیرمعنوی (جلب توجه / پیدا کردن کیس برای ازدواج)		
توجه به ریتم و ضرباهنگ نوحه به جای محتوای آن	تاکید بر فرم و شکل عزاداری به جای محتوی	عدم هم خوانی فرم و محتوا (غم نامه فرهنگ عزاداری)
عدم کسب شناخت، بینش و غفلت از محتوا		
استفاده گسترده از طبل و سنج/ بلندگو و باند (ابزار آلات موسیقی)	تنوع ابژه های عزاداری	
استفاده گسترده از پرچم ها / بنر / عکس (نمادهای عزاداری)		
جایگزین شدن میکروفن به جای صدای طبیعی مداح	برتری یافتن وجه زیباشناسانه عزاداری	
ورود آلات موسیقی (مدرن) به جای سنج و زنجیر و طبل (سنتی)		
جایگزینی عکس های هنری به جای متن		
ظهور چندین امام حسین به جای امام حسین واقعی	تکثر و تعدد امام حسین	
امام حسین واقعی و بدلی		
امام حسین ساده زیست و امام حسین پولدار		
غلبه شور حسینی بر شعور حسینی	سطحی شدن و فقدان عمق	
تبدیل مناسک عزاداری به مجالس درویشان و صوفیان (شورزنی)		
حرکت از باطن به سمت ظاهر		

بحث و نتیجه‌گیری

آنچه که در این پژوهش نمود یافته و در قالب کارکرد معنویت‌بخشی به دین به آن

اشاره شد، این نکته است که مشارکت‌کنندگان سعی در معنابخشیدن به جهان زندگی خویش دارند و این معنابخشی از منظر آنها به پوچی نمی‌انجامد و از طریق مشارکت در مناسک عزاداری به تطهیر خود از احساس گناه می‌پردازند یا به نجات و رستگاری می‌اندیشند که مرتبط به عادت‌واره‌های ذهنی آنان است و از سوی دیگر عزاداری را به تعبیر مرلوپونی به مثابه ادراک متجسم و بدن‌مند درک و تفسیر می‌کنند و در واقع با اصالت‌بخشیدن به تن است که بر جدایی میان امر جسمانی و امر ذهنی فائق می‌آیند که در اشاره به مواردی همچون تعقیب حاجات، شفاعت‌بخشی، نجات از بیماری و... این امر هویداست. هم‌چنین به واسطه شرکت در عزاداری، منزلت و اعتبار اجتماعی در جامعه کسب کرده و ضمن گرد هم آمدن‌ها، سرمایه اجتماعی خود را افزایش می‌دهند و از طریق پیوندهای بین نسلی موجبات توالی، استمرار و انتقال فرهنگ عاشورایی را از نسلی به نسل دیگر فراهم می‌سازند که همگی این یافته‌ها با نتایج پژوهش تاج‌بخش (۱۳۹۹) و فراستخواه (۱۳۸۶) که در آن به کارکردهای مورد انتظار از مراسم عزاداری اشاره شده، مطابقت دارند. هم‌چنین با استناد به روندهای شکل‌گیری دینداری شجاعی زند (۱۳۹۱) می‌توان گفت که گرایش به مناسک عزاداری از مسیر فطرت و مسیر اکتساب رخ می‌دهد که منطبق بر مقولات «اراده قدسی» و «جامعه‌پذیری دینی» استخراج شده از این پژوهش است. بر طبق تئوری جامعه‌پذیری، کارگزاران جامعه‌پذیری نقش اساسی در تحقق اهداف فرهنگی جامعه دارند که در این پژوهش هم آنچه نمود یافته است انتقال فرهنگ عاشورایی است که از طریق فرایند جامعه‌پذیری و توسط کارگزاران آن یعنی خانواده، گروه همسالان و.. از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود که این یافته پژوهش با یافته‌های پژوهش ارشد و مسعود (۲۰۱۹) هم‌همخوانی دارد. از دیگر یافته‌های پژوهش که از تفسیر تجارب زیسته دینی مشارکت‌کنندگان در عزاداری به دست آمده است این نکته است که عزاداری محرم به سمت کالایی‌شدن سوق یافته است. در واقع فایده‌باوری اساس دین و معنویت کالایی شده است و این ویژگی عقل‌بازاری، بر تحصیل حداکثر فایده محسوس و این جهانی تاکید دارد (حمیدیه، ۱۳۸۹، صص ۲۰۴-۱۹۲).

تاکید مصاحبه‌شوندگان به فایده‌باوری این جهانی عزاداری نیز گویای این واقعیت است. هم‌چنین توجه به فایده و نفع شخصی در تجربه دینی منجر به کالاشدگی آن می‌شود که در یافته‌های تحقیق به آن پرداخته شد. در تحلیل آنچه در حال وقوع است می‌توان از نظریه آستانگی آیین ترنر و درک وی از رابطه جماعت‌وارگی^۱ و مرحله آستانگی با امر قدسی بهره گرفت. ترنر معتقد است که مرحله آستانه‌ای یعنی جایی که جماعت‌وارگی در آن ظهور می‌یابد، واجد ارزش اخلاقی و مذهبی است (رحمانی و کاظمی، ۱۳۹۰، ص ۱۵۷). لذا می‌توان گفت که هیئت‌های عزاداری در جایگاه یکی از مهم‌ترین اجتماعات مناسکی در جامعه ایران، تبلور جماعت هیئتی هستند. از آنجایی که، کریستین بل (۱۹۹۲) هدف آیینی کردن را کل بخشی به جامعه منطبق با الگوهای روابط قدرت تجویز شده در آیین‌ها قلمداد می‌کند می‌توان گفت که گسترش روزافزون مکان‌ها و ابژه‌های آیینی که در مورد آیین عزاداری عاشورایی تقریباً کل جامعه را در بر می‌گیرد، گسترش مشارکت شمار افزون‌تری از اعضای جامعه در آیین‌ها را در پی دارد و استراتژی آیینی کردن لاجرم به تقویت کارگزاران آیین می‌انجامد. این پژوهش با استخراج مقولاتی چون «عزاداری در نقش ابزار قدرت هیئت‌های مذهبی» و «صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ» به اهمیت یافتن جماعت هیئتی و افزایش قدرت آنها اشاره دارد. در این خصوص وقتی بحث از مداحان در میان باشد به گفتمان صنعت مداحی ختم می‌شود. در واقع مداحان در شرایط خاص به صورت ستاره‌های عامه‌پسند در می‌آیند که از سویی، افراد آیینی‌شده را نمایندگی می‌کنند و از سوی دیگر نقش الگو را برای پیروان خود ایفا می‌کنند. این یافته‌ها به‌نوعی نتایج پژوهش گیویان (۱۳۸۵) و فیاض و رحمانی (۱۳۸۵) را هم تایید می‌کند. هم‌چنین به تعبیر بوردیو، دین با ظهور میدان‌ها و اشکال متمایز سرمایه و هیئت حرفه‌ای که عهده‌دار توزیع کالاهای رستگاری‌اند ظاهر می‌شود که واجد نوعی رقابت درونی است (سپیدنامه و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۱۹۳). کالایی شدن وقتی نمود بیشتری پیدا می‌کند که عزاداری به‌مانند یک کالای

1. Communitas

دینی به کنشگران دینی عرضه می‌شود و یک رقابت درونی بین متولیان هیئت‌ها برای ابراز وجود خودشان شکل می‌گیرد چرا که میدان دین نیز مانند هر میدان دیگری به تعبیر بوردیویی در آن مبارزه برای انحصارطلبی یعنی کنترل میدان را می‌طلبد و از طرف دیگر با توسعه دایره نفوذ و قدرت جماعت هیئتی به ابزاری برای اعمال قدرت و ابزار سلطه تبدیل می‌گردد و آیین عزاداری به آیینی مشروعیت‌ساز مبدل می‌گردد. هم‌چنین با استناد به یافته‌های پژوهش می‌تواند عنوان کرد که جماعت هیئتی با استفاده از ابزار قدرت و نفوذ هیئت‌ها سعی در مذهبی کردن فضای عمومی به مثابه ویتروینی برای خودشان عمل می‌کنند و در واقع با تنوع و تعدد آیین، ایجاد نوعی بازار مذهبی که در آن کالای معنوی خرید و فروش می‌گردد، عزاداری را از حالت یک امر قدسی به نمایشی مذهبی و یک کالای جذاب و نمایشی برای متقاضیان کالای معنوی تقلیل می‌دهند که پدیده کالایی شدن مناسک عزاداری به منصفه ظهور می‌رسد. در تحلیل این پدیده، به صحنه آمدن کنشگران دینی جدید نیز می‌توان اشاره کرد و نمونه بارز آن همین ارتقای منزلت مداحان و مداح محور شدن عزاداری‌ها و جابه‌جاشدن نقش منبری (واعظ) و پای منبری (مداحی) است و ظهور صنعت جدیدی به نام صنعت مداحی به مثابه صنعت فرهنگ در عرصه مناسک عزادای است که این صنعت فرهنگ به کالایی شدن زاینده صورت فرهنگی منجر می‌شود. هم‌چنین به استناد یافته‌های تحقیق می‌توان مقولاتی چون عدم هم‌خوانی فرم و محتوای عزادای و رسیدن به سطحیت و فقدان عمق، تبدیل شدن اصل به بدل و رخ دادن حاد واقعیت در عزاداری را بازتاب ویژگی‌هایی دینی پست‌مدرنی دانست. سطحیت و فقدان عمق ویژگی است که جیمسون^۱ بدان اشاره کرده است. هم‌چنین مفهوم حاد واقعیت بودریار که تاکید دارد تکثیر انگاره‌ها که مشخصه دوران پسامدرن است و در مناسک عزاداری هم نمود یافته است؛ بدین شکل که عموماً دین این گونه فهمیده می‌شود که دارد چیزی واقعاً واقعی را توصیف می‌کند، اما در اینجا در عزاداری محرم گویا واقعیتی که توصیف می‌شود به

1. Jameson. F

ادعای بودریار دیگر وجود ندارد و اصل جای بدل را گرفته است. این یافته‌ها، نتایج پژوهش فراستخواه (۱۳۸۶) را که عنوان می‌کند جامعه ایران به دنیای پسامدرن پرتاب شده است و آیین‌های دینی نیز تحت تأثیر محیط متحول، فضای چندتکه‌ای (بریکولاژی) که طرز ناب، سکولار، عرفی و مدرن را تجربه می‌کنند، را تایید می‌کند. یافته‌های این پژوهش، بیانگر آن است که کالایی‌شدن، آیینی‌سازی و رگه‌هایی از چرخش پست‌مدرنی در مناسک عزاداری نمود یافته است.

فهرست منابع

- بهرام نژاد، شعبان علی؛ محدثی گیلوایی، حسن. (۱۳۹۶). نظریه کارناوالی شدن عزاداری عاشورا. تهران: نسیم بیداری، (۷۸).
- تاج‌بخش، غلامرضا. (۱۳۹۹). فهم پدیدارشناسانه تجارب زیسته جوانان از حضور در هیئت عزاداری در محرم کرونایی. نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان. ۱۰ (۲)، صص ۲۰۱-۲۲۲.
<http://doi.org/10.22059/jstmt.2021.310775.1398>
- جمادی، سیاوش. (۱۳۸۵). زمینه و زمانه پدیدارشناسی. تهران: انتشارات ققنوس.
- حمیدیه، بهزاد. (۱۳۸۹). بازخوانی انتقادی تحولات اخیر دین‌داری و معنویت‌گرایی. قبسات، ۱۵ (۵۶)، صص ۲۱۱-۱۸۶.
- خاتمی، محمود. (۱۳۸۲). پدیدارشناسی دین (چاپ اول). تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- خدای، علیرضا. (۱۳۹۲). دلالت‌هایی بر روند فردی شدن امر دینی در ایران، مطالعه موردی جوانان شهر شیراز. مطالعات اجتماعی ایران، ۷ (۱)، صص ۵۹-۳۰.
<http://doi.org/20.1001.1.20083653.1392.7.1.2.1>
- دیل، ویلیام؛ تیموتی، بیل. (۱۳۹۱). نظریه برای پژوهش‌های دینی (مترجم: حمید پرنیان). تهران: انتشارات زمانه.
- رحمانی، جبار؛ کاظمی، علی. (۱۳۹۰). جماعت‌وارگی و جماعت‌هیتی. مطالعات جامعه‌شناختی، ۱۸ (۳۹)، صص ۱۶۵-۱۵۳.
- زروانی، مجتبی؛ حمیدی، بهزاد. (۱۳۸۹). اسلام و سه پارادایم دین‌داری. عقل و دین، ۱ (۲)، صص: ۹۷-۷۰.
- سپیدنامه، بهروز؛ فراستخواه، مقصود؛ رحمانی، جبار. (۱۳۹۸). خوانشی بوردیویی از جامعه‌شناسی دین با تأکید بر سه گانه: میدان، عادت‌واره دینی و سرمایه. توسعه اجتماعی، ۱۴ (۱)، صص
<http://doi.org/10.22055/qjssd.2019.15271> ۱۷۵-۲۰۸.

شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۹۱). روندهای شکل‌گیری دینداری. علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد، ۹(۲)، صص ۷۷-۱۰۲.

<http://doi.org/10.22067/jss.v0i0.14124>

علمی، قربان. (۱۳۸۸). ساحت دینی در اندیشه هاید گر. پژوهش‌های فلسفی - کلامی، ۱۱(۴۲).

<http://doi.org/10.22091/pfk.2009.17>

علمی، قربان؛ چنگی آشتیانی، مریم. (۱۳۹۲). بررسی کارکرد معنا بخشی دین در اندیشه علامه طباطبائی. انسان پژوهی دینی، ۱۰(۳۰)، صص ۲۵-۵.

فراسطخواه، مقصود. (۱۳۸۶). نمایی از دین ورزیدن جوانان طبقه متوسط جدید شهری؛ خلاصه‌ای

از یک مطالعه موردی درباره مراسم دهه محرم در تهران. <https://farasatkah.blogspot.com>

فیاض، ابراهیم؛ رحمانی، جبار. (۱۳۸۵). مناسک عزاداری و گفتمان کربلا در دین ورزی اقشار فرودست شهری. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۶(۴)، صص ۸۰-۵۷.

کاهیرده، نسیم؛ بهار، مهری. (۱۳۸۹). تحلیل گونه‌های گفتمانی متأثر از محتوای مناسک عاشورا (از خلال تحلیل گفتمان نشریات مرتبط با موضوع عاشورا). پژوهش جوانان، فرهنگ و جامعه، ۵(۵)، صص: ۱۷۴-۱۵۷.

کوزر، لوئیس. (۱۳۸۲). زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی (مترجم: محسن ثلاثی، چاپ دهم). تهران: انتشارات علمی.

گیویان، عبدالله. (۱۳۸۵). آیین‌سازی و فرهنگ عامه‌پسند دینی، تاملی در برخی بازنمایی‌های بصری دینی و شیوه‌های جدید مداحی. انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۵(۵)، صص ۲۱۲-۱۷۹.

محمدی، نعیم؛ حاضری، علی محمد. (۱۳۹۵). تحلیل فرم و محتوای اندیشه روحانیون معاصر درباره نسبت دین و سیاست با تأکید بر نظریه زیمل. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۱(۴)، صص: ۱۵۲-۱۲۵.

مظاهری، محسن حسام. (۱۳۹۰). رسانه شیعه، جامعه‌شناسی آیین‌های سوگواری و هیئت‌های مذهبی در ایران؛ با تأکید بر دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی. تهران: بین‌الملل.

مقصودی، مجتبی؛ علی پور، جعفر. (۱۳۹۰). بررسی نمادها و آیین‌های مشروعیت بخش در برنامه‌های صدا و سیما با تاکید بر مناسک مذهبی. مطالعات روابط بین الملل، ۴(۱۴)، صص ۷۷-۱۱۶.

منتظر القائم، اصغر؛ کشاورز، زهرا السادات. (۱۳۹۶). بررسی تغییرات اجتماعی مراسم و مناسک عزاداری عاشورا در ایران. شیعه‌شناسی، ۱۵(۵۸)، صص ۷۲-۳۷.

هاشمیان، سید محمد حسین؛ بصیرتی، منیره. (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی عزاداری از چشم انداز تحلیلی صنعت فرهنگ آدورنو و سیاست‌گذاری آن. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۷(۲۷)، صص ۱۰۶-۷۷. <http://doi.org/10.22081/jiss.2020.68465>

یزدانی، عباس؛ پاک نهاد، مهدی. (۱۳۹۴). پرسش از نسبت اخلاق و دین در اندیشه هایدگر. جستارهای فلسفه دین، ۴(۱)، صص ۵۶-۳۹.

Akhavan, B. & Asadi, F. & Gholamalipoor, P. (2018). Transformation of Hyper-reality in Contemporary America and its Effects on Political life of Islamic World. *Political studies of Islamic world*, 6(4), pp. 97-109.

Alibhai, F. S. (2019). Twelver shia in edinburgh: marking Muharram, mourning Husayn. *Contemporary Islam*, 13(3), pp. 325-348.

Arshad, M. R. & Masood, F. B. (2019). Discourse on the Significance of Rituals in Religious Socialization. *Journal of Islamic Thought and Civilization*, 9(2), pp. 194-211. <http://doi.org/10.32350/jitc.92.10>.

Bell, C. (1991). *Ritual theory, ritual practice*. Oxford university press.

Boccuzzi, Francis. (2019). "A Commodified Faith: Theodor Adorno's Culture Industry and Evangelical Catholicism". *Masters Essays*.118.<https://collected.jcu.edu/mastersessays>

Charles, S., & van Mulukom, V., & Farias, M., & Brown, J. E., & Delmonte, R., & de Maraldi, E. & O, et al. (2020). Religious rituals increase social bonding and pain threshold. *PsyArXiv Preprints*, my4hs. <http://doi.org/10.31234/osf.io/my4hs>. <http://hdl.handle.net/21.11116/0000-0005-9ECA-6>

- DeWall C. N & Van Tongeren, D. R. (2021). No Longer Religious, but Still Spending Money Religiously: Religious Rituals and Community Influence Consumer Behavior among Religious Dones, *The International Journal for the Psychology of Religion*. <http://doi.org/10.1080/10508619.2020.1871558>
- Diekelmann, N. L., & Allen, D., & Tanner, C. A. (1989). *The NLN criteria for appraisal of baccalaureate programs: A critical hermeneutic analysis* (Vol. 15, No. 2253). ABRAMS.
- Hayaty, H. (2023). Urban Service Planning for Cities with Fluid Populations, Case Study: Mehran Bordr City. *Journal of Urban Ecology Researches*, 14(32), pp. 147-164. <http://doi.org/10.30473/GRUP.2023.65926.2745>
<http://doi.org/10.1007/s11562-018-0432-z>
<http://doi.org/10.30479/PSIW.2018.1404>
- Husein, U. M. (2018). A phenomenological study of Arbreen foot pilgrimage in Iraq. *Tourism Management Perspectives*, 26, pp. 9-19. <http://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.015>
- Kalmykova, E. (2021). Faith Assimilated to Perception: the Embodied Perspective, *Sophia* 60, pp. 989-1007. <http://doi.org/10.1007/s11841-020-00764-x>
- Qurashi, J. (2017). Commodification of Islamic religious tourism: from spiritual to touristic experience. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 5(1), p. 9. <http://doi.org/10.21427/D7VC7D>
- Swart, I. (2017). Social Capital, Religious Social Capital and the Missing Element of Religious Ritual, *Religion and Theology*, 24(3-4), pp. 221-249. <http://doi.org/10.1163/15743012-02403008>.

Editorial Board

(Persian Alphabetical Order)

Nasrullah Aqajani

Assistant Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Karim Khan Mohammadi

Associate professor and head of the Educational Department for Cultural Studies and Relations, Baqir al-Olum University.

Mahmud Rajabi

Professor, Imam Khomeini Educational and Research Institute

Sayyed Abbas Salehi

Assistant Professor, Research Center For Civilization Islam, Islamic Science And Culture Academy

Hassan Ghaffari.far

Assistant Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Hossein Kachuyan

Associate Professor, School of Social Science, Tehran University

Nematollah Karamollahi

Associate Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Shamsullah Mariji

Professor, School of Social Science, Baqir al-Olum University.

Reviewers of this Volume

Qasem Ebrahimipour, Khalil Amirizadeh, Mohammad Reza Anvari, Fazel Hesami, Hossein hajmohammadi, Sayyed Abbas Hosseini, Sayyed Mirsaleh Hosseini jebelli, Davood Rahimi Sajasi, Mohammad Alini, Hasan Ghafarifar, Mohsen Ghanbari Nik, Mortaza Mortazavi.



The Quarterly Journal of
Islam
and Social Studies

Vol. 13, No. 2, Summer 2025

49

Islamic Sciences and Culture Academy

www.isca.ac.ir

Manager in Charge:

Najaf Lakzaei

Editor in Chief:

Hamid Parsania

Executive Director:

Mohsen GHanbari Nik

Tel.: +98 25 31156909 • P.O. Box.: 37185/3688

Jiss.isca.ac.ir

www.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	نقد و نظر	آینه پژوهش	جستارهای فقهی و اصولی
یک سال اشتراک ریال ۲,۸۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰
پژوهشهای قرآنی	اسلام و مطالعات اجتماعی	مطالعات علوم قرآنی	جامعه مهدوی	اخلاق
یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۳,۲۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰	یک سال اشتراک ریال ۲,۰۰۰,۰۰۰
نام پدر: میزان تحصیلات:		نام و نام خانوادگی: تاریخ تولد:		نام: نهاد: شرکت:
کد اشتراک قبل: پیش شماره: تلفن ثابت: تلفن همراه:		کد پستی: صندوق پستی: رایانامه:		نشانی: استان: شهرستان: خیابان: کوچه: پلاک:

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

قم، چهارراه شهدا، ابتدای خیابان معلم، نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
کد پستی: ۳۷۱۵۶-۱۶۴۳۹
تلفن: ۰۲۵-۳۱۱۵۱۱۶۲
شماره پیامک: ۳۰۰۲۷۰۲۵۰۰۰۰
رایانامه: magazine@isca.ac.ir

شماره حساب سیبایانک ملی ۰۱۰۹۱۴۶۰۶۱۰۰۵ نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی