



فصلنامه علمی - پژوهشی

اسلام و مطالعات اجتماعی

سال ششم، شماره دوم، پاییز ۱۳۹۷

۲۲

صاحب امتیاز:

دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

www.isca.ac.ir

مدیر مسئول: نجف لکزایی

سردبیر: حمید پارسائیا

دبیر تحریریه و کارشناس امور اجرایی: سیف‌اله قنبری نیک
مترجم چکیده‌ها: علی دهقان (انگلیسی)؛ محمدتقی کنانی (عربی)

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

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

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

صدوق پستی: ۳۷۱۸۵/ ۳۶۸۸ * تلفن: ۳۱۱۵۲۸۴۲ - ۰۲۵ سامانه نشریه: jiss.isca.ac.ir

رایانامه Eslam.motaleat1394@gmail.com

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب قیمت: ۷۰۰۰ تومان



اعضای هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

نصرالله آقاجانی

استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم 7

نصرالله حسین زاده

رئیس اداره امور نشر و فصلنامه‌های اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم 7

محمود رجبی

استاد مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی ;

سیدعباس صالحی

استادیار پژوهشکده اسلام تمدنی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

حسن غفاری فر

استادیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم 7

حسین کچویان

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران

نعمت‌الله کرم‌الهی

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم 7

شمس‌الله مریجی

دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه باقرالعلوم 7



داوران این شماره

عبدالحسین کلانتری، نعمت‌الله کرم‌الهی، فاضل حسامی، کریم خان محمدی، سیدمیر صالح حسینی جبلی، داود رحیمی سجاسی، روح‌الله عباس زاده، محمد علینی، ربابه فتحی، مهدی نصیری، سیف‌اله قنبری نیک، محمدرضا بهمنی، فرج‌الله میرعرب، محمدمین پاک‌زمانی.

فراخوان دعوت به همکاری

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

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

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

اولویت‌های پژوهشی فصلنامه با رویکرد دینی، اعتقادی و تطبیقی

۱. بازخوانی و نقد نظریات حوزه علوم اجتماعی؛
۲. جریان‌شناسی حوزه مطالعات فرهنگی اجتماعی؛
۳. سیاست پژوهی 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. مسئله‌محوری و راهبردی‌پردازی 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

ویژگی های شکلی مقاله

حتماً با الگوی فصلنامه (مندرج در صفحه اول سامانه نشریه) تنظیم شده باشد؛

۱. حجم مقاله تایپ شده همراه با چکیده و کتابنامه (حداکثر ۷۵۰۰ کلمه) به آدرس سامانه نشریه ارسال شود؛

۲. مقاله در محیط Word با پسوند DOCX (با قلم Noorzar نازک ۱۴ برای متن و Times New Roman نازک ۱۰ برای انگلیسی) حروف چینی گردد.

۳. شیوه‌های استناد بایستی به صورت درون‌متنی بین پرانتز به شرح ذیل باشد:

❖ **قرآن:** آیات (همراه با ترجمه) داخل گیومه درج شده و سپس نام سوره و شماره آیه (داخل پرانتز) آورده شود. **نمونه:** «الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ؛ ستایش مخصوص خداوندی است که پروردگار جهانیان است» (حمد: ۱).

❖ **کتاب:** (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار اثر، شماره جلد: شماره صفحه، مثال: منبع فارسی با صفحات متناوب (مطهری، ۱۳۶۰، ج ۱: ص ۲۰۰-۲۲۰) و با صفحات متفاوت (امینی، ۱۳۸۷، ج ۱: صص ۲۰۰ و ۲۰۷)؛ **نکته:** درج (حرف ق) برای تاریخ قمری لازم است.

منبع انگلیسی با صفحات متناوب (Kant, 1788: p.224-288) و با صفحات متفاوت: Kant, 1788: (pp.44, 288).

❖ **مقاله:** (نام خانوادگی، سال انتشار اثر: شماره صفحه. مثال: یاسری، ۱۳۸۵: ص ۷۵).

تذکر:

✓ اگر از یک نویسنده، بیش از یک اثر در مقاله استفاده شود، در صورت اشتراک زمان انتشار آنان، پس از سال انتشار، با ذکر حروف الفبا در گیومه از یکدیگر متمایز شوند. مانند: (مطهری، ۱۳۶۰ «الف»، ص ۲۰۰) یا (مطهری، ۱۳۶۰ «ب»، ص ۱۴۵).

✓ اگر مؤلفان یک اثر بیش از سه نفر باشند، تنها نام خانوادگی یک نفر می‌آید و با واژه «دیگران» به دیگر مؤلفان اشاره می‌شود.

✓ اگر به دو اثر از یک نویسنده، بدون فاصله ارجاع داده شود، به جای تکرار نام نویسنده، از واژه «همو» استفاده می‌شود و به جای تکرار منبع و سال «همان» درج شود. در ارجاع به منابع لاتین در متن به جای واژه «همان» از «ibid»، «همو» از «Idem» و «پیشین» از «op.cit» استفاده شود.

۴. معادل لاتین کلمات غیرفارسی و تلفظ واژگان و اصطلاحات مهجور داخل متن و پرانتز بیاید و توضیحات دیگر در پاورقی آورده شود؛

۵. عبارات تکریمی: از کلیشه به جای عبارات تکریمی استفاده شود. مانند: ۹ به جای (ص)؛ ۷ به جای (ع)؛ ۴ به جای (ره) و : به جای (علیهم‌السلام) و ...

۶. فهرست منابع و مآخذ (کتاب‌نامه) در پایان مقاله به ترتیب حروف الفبا و به روش زیر تدوین و درج شود:
- ❖ **کتاب‌ها:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، عنوان کتاب (ایرانیک)، مترجم، جلد، نوبت چاپ، محل نشر: ناشر.
 - ❖ **مقالات:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، نام نشریه (ایرانیک)، دوره و شماره نشریه، شماره صفحات مقاله؛ مانند: (صص ۲۵-۴۵).
 - ❖ **منابع الکترونیکی:** نام خانوادگی، نام (تاریخ مشاهده منبع در سایت یا وبلاگ)، «عنوان مقاله یا نوشته»، آدرس دقیق اینترنتی یا دسترسی (CD و ...).
 - ❖ **پایان‌نامه‌ها:** نام خانوادگی، نام (سال دفاع از رساله)، عنوان رساله، مقطع تحصیلی، گروه، نام دانشکده، دانشگاه.

ویژگی‌های محتوایی مقاله

- الف) صفحه اول شامل:** ۱. عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی، مرتبه علمی دانشگاهی و پست الکترونیکی سازمانی نویسنده یا نویسندگان؛ ۲. چکیده فارسی (حداقل ۱۵۰ و حداکثر ۲۵۰ کلمه)؛ ۳. کلیدواژه‌ها (۳ تا ۷ کلمه) (ترجمه و ارسال تمامی موارد به لاتین الزامی است).
- ❖ در صورتی که مقاله برگرفته از پایان‌نامه باشد یا سازمان و نهادی هزینه مالی پروژه را پرداخت کرده باشد و یا تشکری لازم داشته باشد باید در پاورقی صفحه اول (چکیده) درج شود.
 - ❖ مقاله پیش‌تر یا همزمان به مجله‌های دیگر ارایه نشده باشد و نویسنده به نشر آن در جای دیگر متعهد نباشد.
 - ❖ اعضای هیأت علمی، اساتید و محققان مراکز آموزشی و پژوهشی موظف‌اند در مقاله خود پست الکترونیکی سازمانی خود را وارد کنند.
 - ❖ در صورتی که مقاله مشترک است، عنوان (نویسنده مسئول) در پاورقی و در مقابل اسم او درج شود.
- ب) صفحات دوم تا آخر شامل:** ۱. مقدمه و طرح مسئله، پیشینه تحقیق، روش تحقیق و گردآوری اطلاعات؛ ۲. تبیین ابعاد مسئله به صورت منطقی شده با رعایت انسجام و هماهنگی مطالب در زیرمجموعه‌سازی استاندارد (پیگیری از الگوی عددی یا حرف و عدد)؛ ۳. نتیجه‌گیری؛ ۴. کتاب‌نامه.

فهرست مقالات

- ۷ رابطه اسلام و تمدن در اندیشه امام خمینی ;
محسن الویری - سیدرضا مهدی‌نژاد
- ۳۰ تعامل فرهنگی مسجد و جامعه از منظر آموزه‌های دینی.....
عماد افروغ - کریم خان محمدی - سیف‌اله قنبری‌نیک
- ۵۸ الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان.....
میثم فرخی - نرگس دیده‌خانی
- ۸۵ مطالعه تطبیقی نگره اسلامی و غربی به پیش‌دآوری.....
مرضیه محمص
- ۱۰۷ مؤلفه‌های کنش از منظر قرآن کریم.....
فاضل حسامی - محمد رفیق
- ۱۳۱ تفاوت هویتی نسل اول و دوم مهاجران افغانی به ایران (مورد مطالعه: مهاجران هزاره‌ای مقیم قم در سال ۹۶).....
حسن خیری - محمد عیسی رحیمی
- ۱۵۲ بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی.....
سیدعلی محمد رضوی - نصرت‌الله نعمتی‌فر - سیدحسین موسوی
- مخلفات..... ۱۷۹
- Abstracts 192

رابطه اسلام و تمدن در اندیشه امام خمینی؛

* محسن الویری

** سیدرضا مهدی‌نژاد

چکیده

موضوع رابطه دین و تمدن و نقش دین در فرایند تمدن‌سازی، از مباحث بسیار مهم در حوزه مطالعات تمدنی به شمار می‌رود. این نوشتار درصدد است چستی و چگونگی رابطه دین اسلام و تمدن را در اندیشه امام خمینی؛ مورد واکاوی قرار دهد. برای این هدف، با روش توصیفی - تحلیلی، تلاش شده تا به این پرسش پاسخ داده شود که از دیدگاه امام چه نسبتی بین اسلام و تمدن برقرار است؟

نتایج این بررسی، نشانگر آن است که امام خمینی؛ با اعتقاد به جامعیت، قلمرو حداکثری و ابعاد دنیوی و اجتماعی دین اسلام، آن را دینی تمدن‌ساز می‌داند که تمدن حقیقی؛ یعنی بالاترین مراتب تمدن را در آن می‌توان یافت. اسلام در گذشته، توانایی تمدن‌سازی خود را به خوبی نشان داده و عامل اصلی افول تمدن اسلامی، دوری از دین بوده و راه احیای آن نیز در بازگشت به اسلام است. لازمه تمدن‌سازی، پویایی اندیشه دینی است. تشکیل حکومت دینی، گامی اساسی در عمل کردن به دین در عرصه حیات اجتماعی مسلمانان و در نتیجه، در تحقق تمدن اسلامی به‌شمار می‌رود و تشکیل امت اسلامی، برای دست‌یابی به تمدن فراگیر اسلامی ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

کلیدواژه‌ها

امام خمینی، اسلام، امت اسلامی، تمدن اسلامی، اندیشه دینی، حکومت دینی.

مقدمه

امام خمینی؛ از برجسته‌ترین اندیشمندان مسلمان در دوره معاصر به شمار می‌رود که اندیشه‌ها و افکار ایشان از زوایای گوناگون، از جمله از منظر تمدنی قابل بررسی و تحلیل است. از این منظر، جایگاه امام خمینی به دلیل دارا بودن چند ویژگی برجسته، دارای اهمیت است. نخست این که؛ امام خمینی، اندیشمندی است که حوزه نفوذ اندیشه او فراتر از جهان تشیع، بلکه فراتر از جهان اسلام و در گستره‌ای جهانی بوده و این ویژگی، اندیشه ایشان را در طرازی تمدنی قرار داده است. دوم آن که؛ برخلاف بسیاری از اندیشمندان مسلمان که مواجهه جدی با مسائل اجتماعی نداشته و ندارند، امام خمینی در مواجهه مستقیم با این مسائل بوده و درک عینی از آن داشت و از آن جا که تمدن، ماهیتاً پدیده‌ای اجتماعی است، این شناخت و مواجهه در نوع نگرش تمدنی، بسیار مؤثر است. سومین ویژگی منحصر به فرد ایشان که تجلی عینی ویژگی دوم به شمار می‌رود، این است که امام خمینی، تنها عالم دینی است که در دوره معاصر، یک حکومت دینی تأسیس کرده و خود هدایت و راهبری آن را بر عهده داشته است. این دو ویژگی از این نظر دارای اهمیت است که برخلاف دیگران که بیشتر به عنوان یک اندیشمند و در مقام نظر دیدگاه‌های خود را بیان نموده‌اند، امام خمینی اندیشه خود را با عمل نیز آمیخته است و تجربه عملی او از پیاده‌سازی آموزه‌ها و احکام دین در جامعه، می‌تواند برداشت واقع‌گرایانه‌تری از اندیشه را منعکس نماید. امام خمینی هم در مقام نظر به جامعیت دین اسلام و توانایی حداکثری آن در اداره امور بشر و تأمین نیازهای مادی و معنوی او و حرکت دادن او به سمت پیشرفت و تکامل در ابعاد گوناگون باور داشت و هم در مقام عمل با تشکیل حکومت، تحقیق بخشی از اندیشه‌های خود در جامعه را نشان داد.

اگرچه در مورد تمدن اسلامی از دیدگاه امام خمینی، مقالات معدودی به نگارش درآمده است^۱، اما تاکنون موضوع رابطه اسلام و تمدن در اندیشه ایشان بررسی نشده است.

۱. برای نمونه ر.ک: یحیی فوزی و محمدرضا صنم‌زاد، «تمدن اسلامی از دیدگاه امام خمینی»، تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، سال سوم، زمستان ۱۳۹۱، ش ۹؛ محمدرضا ضمیری، «تمدن اسلامی از دیدگاه امام خمینی»، معرفت، سال هجدهم، خرداد ۱۳۸۸، ش ۱۳۸ و حیدر جانعلی‌زاده، «جامعه متمدن از دیدگاه امام خمینی؛ شاخص‌ها، موانع و راه‌حل‌ها»، مطالعات ملی، بهار ۱۳۸۶، ش ۲۹.

پرسش اصلی این نوشتار این است که از منظر امام خمینی، چه رابطه‌ای بین اسلام و تمدن برقرار است؟ به بیان دیگر، میزان و کیفیت رابطه بین اسلام و تمدن از دیدگاه ایشان چگونه است؟ این نوشتار تلاش دارد تا با بررسی آثار و سخنان امام خمینی، نوع نگرش ایشان به «دین و گستره دنیوی و اجتماعی آن» و «مفهوم تمدن و ابعاد آن» و نوع ارتباطی که بین دین و تمدن برقرار می‌نماید را مورد واکاوی قرار دهد.

۱. نقش دین در تمدن

بحث از رابطه دین و تمدن و جایگاه و نقش دین در تمدن، از مباحثی است که متفکران علوم دینی، اجتماعی و فلسفی هر کدام از منظری متفاوت، کم‌وبیش بدان پرداخته‌اند، اما به‌رغم این تلاش‌های علمی، این موضوع هنوز جایگاهی شایسته در نظریه‌های تمدنی نیافته است. به گفته یکی از نویسندگان مسلمان معاصر، در بسیاری از نظریات تمدنی، دین به عنوان یک عامل تأثیرگذار یا غایب است و یا به عنوان یک عامل فرعی و متأخر از عامل اساسی و محوری و به عنوان نتیجه و محصول آن در نظر گرفته شده است؛ حال آن‌که بسیاری از تمدن‌های بزرگ بشری مانند تمدن‌های بودایی، برهمنی، یونانی و اسلامی و مانند آن اساساً دینی بوده‌اند (جابر، ۱۴۱۰ق: ص ۲۶). صرف نظر از کسانی که در فرایند پیدایش تمدن، جایگاه و نقشی برای دین قائل نبوده و نامی از آن به میان نیاورده‌اند و افراد معدودی که نقش منفی برای دین قائلند، اندیشمندان بسیاری هستند که بر این باورند که دین، عنصر محوری در ساخت یک تمدن است و غالب تمدن‌ها بر محور یک دین شکل گرفته‌اند. در اینجا برای نمونه به دیدگاه برخی از اندیشمندان اشاره نموده و در ادامه به تبیین دیدگاه امام خمینی در مورد رابطه دین اسلام و تمدن خواهیم پرداخت.

از میان تمدن‌پژوهان غربی، توین‌بی از کسانی است که به نقش دین در تمدن‌ها توجه نموده و معتقد است هر سبک تمدنی، تجلی دین موجود در آن است. به اعتقاد وی، دین، منبع نیروی زیستی بوده که تمدن‌ها را به وجود آورده و آنها را زنده نگه داشته است. در طول تاریخ جوامع انسانی، دین تنها نیروی معنوی بوده که جوامع متمدن را در برابر دو بیماری مهلک (جنگ و بی‌عدالتی) منسجم نگه داشته است. عامل اصلی سقوط تمدن‌ها نیز تضعیف باورهای دینی افراد جامعه بوده است. در پی تضعیف دین، تمدن دستخوش تجزیه

اجتماعی داخلی گردیده و در مقابل تهاجم نظامی خارجی شکست خورده و تمدن جدیدی مبتنی بر دین جدید جایگزین تمدن قبل گردیده است (توین بی، ۱۳۷۳: ص ۲۲-۲۳). ویل دورانت، در اثر مشهور خود (تاریخ تمدن) عوامل مؤثر در شکل‌گیری تمدن را شامل چهار دسته از عوامل اقتصادی، سیاسی، اخلاقی و عقلی و روانی دانسته و نقش دین را ذیل عامل اخلاقی بررسی می‌کند (ویل دورانت، ۱۳۹۱: ص ۴۰). وی سنن اخلاقی را از ارکان تمدن دانسته و معتقد است تمام تمدن‌ها بر پایه ضمانت‌های فوق طبیعی که دین به اخلاق داده، بنا شده است (همو، ۱۳۷۱: ص ۲۴۴). فیلیکس کانشنی معتقد است، تمدنی که در دین ضعیف باشد، در همه جا تَرَک برمی‌دارد. البته اذعان می‌کند که ادیانی می‌توانند تمدن‌ساز باشند که علاوه بر بُعد اخلاقی، ابعاد مادی و دنیوی زندگی بشر را نیز در بر گیرند. وی معتقد است؛ پیشرفت تمدن، بیشتر وابسته به امور انتزاعی و معنوی است نه مادی (بابایی، ۱۳۹۵: ص ۹۵-۹۷). در میان دین‌پژوهان غربی نیز افراد بسیاری هستند که به نقش دین در تمدن اشاره نموده‌اند. برای نمونه، پل تیلیخ، دین‌پژوه مسیحی معاصر معتقد است؛ هیچ تمدنی بدون دین نیست. لئونارد سویدلر نیز می‌گوید: دین در قلب هر تمدنی جای دارد (همتی، ۱۳۹۰: ص ۳۵).

در بین اندیشمندان مسلمان، این نگرش برجسته‌تر است و بسیاری از اندیشمندانی که از تمدن سخن گفته‌اند، به نقش دین در تمدن اشاره نموده‌اند. مالک بن نبی، اندیشمند معاصر الجزایری با تفصیل بیشتری به موضوع تمدن و نقش دین در آن پرداخته است. از نظر بن نبی، هر تمدنی شامل سه عنصر اساسی است که از ترکیب آن، تمدن به وجود می‌آید. به بیان دیگر، معادله تمدنی از نظر وی عبارت است از: تمدن = انسان + خاک + زمان. اما فقط وجود این عناصر به تمدن نمی‌انجامد. بن نبی، نقش دین را ترکیب این عناصر تمدنی با یکدیگر می‌داند؛ به گونه‌ای که بدون وجود آن تمدنی پدید نمی‌آید. از نظر وی، همان‌گونه که وجود هیدروژن و اکسیژن به تنهایی برای به دست آمدن آب کافی نیست و نیاز به ترکیب‌کننده‌ای است، برای به وجود آمدن تمدن نیز، به «ترکیب‌کننده تمدنی» یا «خمیرمایه تمدنی» نیاز است که این خمیرمایه در ترکیب عناصر سه‌گانه یادشده با یکدیگر تأثیرگذار است، اما این ترکیب‌کننده تمدنی چیست؟ تحلیل تاریخی نشان می‌دهد که خمیرمایه‌ای که همواره، با ساخت و ساز تمدن در تاریخ همراه بوده است، «اندیشه دینی» است (بن نبی، ۱۹۹۲: ص ۴۹-۵۰).

در باب موضوع این نوشتار؛ یعنی رابطه اسلام و تمدن نیز دیدگاه‌هایی وجود دارد. محمد عماره در کتاب هذا هو الاسلام به موضوع «دین و الحضارة» پرداخته و یکی از عوامل برتری اسلام بر سایر ادیان را این می‌داند که اسلام به مثابه دین، دولت و تمدن است. در واقع اسلام، دینی است که از ابتدای ظهورش در کنار هدایت قلب‌ها به سوی ایمان به خداوند، تمدنی را نیز پایه‌گذاری نمود، برخلاف مسیحیت که قرن‌ها پس از ظهور خود منجر به پیدایش تمدن گردید (عماره، ۲۰۰۵: ص ۲۳).

عباس محمود العقاد نیز در کتاب الاسلام والحضارة الانسانية به موضوع نقش اسلام در تمدن بشری پرداخته و معتقد است، برخلاف سایر ادیان که نقش مهمی در تمدن بشری نداشته‌اند، مسئولیت وارد کردن امت‌ها در تمدن، به اسلام واگذار گردیده و این مزیت منحصر به فرد اسلام است (العقاد، ۱۹۹۹: ص ۱۵۵). محمد کمال شبانه در کتاب الاسلام، فکراً وحضارة بین اندیشه و تمدن اسلامی ارتباط قائل شده و این دو را از یکدیگر انفکاک ناپذیر می‌داند (شبانه، ۱۴۲۹ق: ص ۱۰) انس نادر در کتاب الفطرة الالهية و أشكال الحضارة با نگاهی عام بین بُعد دینی و فطرت الهی انسان و تمدن ارتباط مستقیم و مؤثری قائل گردیده است (نک: نادر، ۲۰۱۱).

مستشرقان نیز آثار متعددی در زمینه تمدن اسلامی نوشته‌اند و در آن به رابطه اسلام و تمدن اشاره نموده‌اند. آندره میکل فرانسوی، در کتاب اسلام و تمدن اسلامی، بحث‌های مختصری در این باره مطرح کرده است. مشابه این رویکرد را در کتاب تمدن اسلامی ژوزف بورلو نیز می‌توان یافت. گوستاوفون گرونهام در کتاب اسلام قرون وسطی؛ تاریخ و تمدن، به تبیین رابطه اسلام و تمدن و وجوه گوناگون تمدن اسلامی، پرداخته است. از نظر فون گرونهام، تمدن اسلامی، محصول تعامل سنت بزرگ؛ یعنی دین اسلام با سنن کوچک؛ یعنی خرده‌فرهنگ‌های محلی در جوامع اسلامی است. در عین حال، وی برای فرهنگ‌های دیگر مانند مسیحیت، یهودیت، یونان، ایران و مشرق زمین نقش مهمی در شکوفایی تمدن اسلامی قائل است. مارشال هاجسن نیز در کتاب اعجاز اسلام خود^۱ به

1. *The Venture of Islam, Conscience and History in a World Civilization, The Classical Age of Islam.*

موضوع رابطه اسلام و تمدن پرداخته و رابطه میان وحدت و تنوع در تمدن اسلامی را بررسی کرده است (نک: بابایی، ۱۳۹۳ و همتی گلیان، ۱۳۹۳).

صرف نظر از گروه اندکی که اعتقادی به رابطه دین و تمدن ندارند، به طور کلی می‌توان دیدگاه‌های اندیشمندان در باب رابطه دین و تمدن را به چند گونه زیر دسته‌بندی نمود:

۱. گروه نخست با رویکرد حداکثری، دین را خاستگاه و زیرساخت تمدن می‌دانند و بر این اساس معتقدند؛ غالب تمدن‌ها مبنای دینی داشته و از درون ادیان بزرگ برخاسته‌اند؛

۲. گروهی دیگر، دین را عامل انسجام‌بخش عناصر تمدنی و خمیرمایه سازه‌های تمدنی می‌دانند و معتقدند بدون حضور و ایفای نقش دین، صرف وجود این عناصر و سازه‌ها به تمدن نمی‌انجامد؛

۳. گروه سوم، دین را روح تمدنی و وجه معنوی آن می‌دانند و معتقدند؛ تمدن بدون دین مانند کالبدی بدون روح است که جانی در بدن ندارد؛

۴. گروه چهارم، دین را یکی از عناصر و مؤلفه‌های تمدن می‌دانند و معتقدند؛ دین در عرض عناصر دیگر و بسان آن‌ها در ساخت تمدن دخیل است؛

۵. و بالأخره گروه پنجم با رویکرد حداقلی، نقش دین را در ساخت تمدن، محدود به حوزه‌های خاص فردی، اخلاقی و معنوی نموده و در حوزه‌های مادی و اجتماعی این نقش را کم‌رنگ می‌شمارند.

۲. مفهوم تمدن در اندیشه امام خمینی

با مرور نوشته‌ها و سخنان امام خمینی می‌توان گفت تمدن، موضوعی نیست که به طور مستقل برای ایشان مطرح بوده باشد؛ اما از آن‌رو که به نوعی در مواجهه فکری با این مفهوم قرار داشته، دیدگاه‌های خود را درباره آن بیشتر در قالب نقد برداشت غربی از تمدن و نفی انتساب «مخالفت با تمدن» به دین و روحانیت بیان نموده است. در اندیشه امام، تمدن، تعریف واحد و مشخصی ندارد و بسته به موارد استعمال این واژه، معانی متفاوتی نیز می‌یابد. در آثار و گفتار ایشان، تمدن همراه با کلماتی چون پیشرفت، ترقی، تعالی و تجدد

به کار رفته است. از بررسی مجموع این موارد می‌توان به این نتیجه رسید که از نگاه امام خمینی، تمدن به معنای کلی «پیشرفت در ابعاد مادی و غیر مادی» است. ایشان، توسعه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی، حاکمیت دین و قانون و خضوع در برابر آن، وجود آزادی‌های مشروع، استقلال فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و عدالت اجتماعی را از شاخصه‌ها و آثار تمدن می‌داند (امام خمینی، ۱۳۶۸، ج ۳: ص ۳۶۸).

به‌طور کلی در اندیشه حضرت امام، دو مفهوم متمایز از تمدن ارائه گردیده است: نخست، مفهوم مثبت که در مورد تمدن مبتنی بر دین دیده می‌شود؛ تمدنی که در عین توجه به ابعاد مادی، محوریت را به ابعاد معنوی حیات بشر داده و تکیه‌گاه اصلی خویش را بر تکامل معنوی انسان در کنار پیشرفت مادی می‌گمارد.

دوم، مفهوم منفی که در مورد تمدن مادی و غیردینی دیده می‌شود؛ تمدنی که اصالت و محوریت را به مادیات داده و از معنویات به کلی غافل گردیده یا آن را در حاشیه گذارده و به صورت فرعی بدان می‌نگرد. در این تمدن، آنچه مهم است، توسعه همه‌جانبه مادی جامعه در حوزه‌های اقتصادی، صنعتی و رفاهی است. مفهوم مثبت از تمدن را عموماً در مواردی می‌توان مشاهده نمود که ایشان واژه تمدن را نسبت به اسلام و انقلاب و علمای دین به کار برده و در مقابل، مفهوم منفی تمدن غالباً در مورد تمدن غربی و تمدن شاهنشاهی به کار رفته است.

در بسیاری از مواردی که امام واژه تمدن را در مورد غرب به کار برده است، تصویری کاملاً مادی از تمدن را در ذهن دارد و با دیده منفی و انتقادی در مورد آن سخن می‌گوید. ایشان ضمن انتقاد به برداشت و تفسیر مستشرقان از تمدن، معتقد است؛ مستشرقان هنگامی که از تمدن سخن گفته‌اند، بیشتر به ساختمان‌های بلند و بناهای عالی و زیبا و مانند آن محدود شده‌اند و همین برداشت خویش را بر تمدن اسلامی نیز تحمیل نموده‌اند. ایشان با مخالفت با این برداشت، معتقد است تمدن صرفاً دارای جنبه مادی نیست، بلکه ابعاد معنوی آن مهم‌تر است و باید بر این بُعد بیشتر تأکید و توجه کرد (همان: ج ۱: صص ۱۱۰ و ۲۹۳).

بر این اساس می‌توان گفت در اندیشه امام خمینی، تمدن واژه‌ای دوسویه است که هم می‌تواند دارای معنای مثبت باشد و هم منفی و این بستگی بدان دارد که ما چه تصویری از

تمدن ارائه نموده و بر چه بنیان‌هایی آن را استوار نماییم و چه مظاهر و نمودهایی برای آن در نظر بگیریم. ایشان به صراحت بیان می‌کند که این چیزی که در برخی جوامع به نام تمدن وانمود می‌شود، اگر به درستی در آن تأمل کنیم، در حقیقت تمدن نیست، بلکه به توحش نزدیک‌تر است (همان: ج ۸: ص ۳۰۹). بنابراین، در مجموع می‌توان گفت؛ تمدن به معنای حقیقی آن در اندیشه امام خمینی، محدود به توسعه مادی نیست و پیشرفت و تکامل جامعه در ابعاد مادی و معنوی را دربرمی‌گیرد.

۳. دین و گستره دنیوی و اجتماعی آن

نوع نگرش هر اندیشمندی به قلمرو دین، می‌تواند زمینه‌ساز پیوند یا گسست آن از تمدن باشد. هرچه قلمرو دین را گسترده‌تر دانسته و بیشتر دربرگیرنده ابعاد دنیوی و اجتماعی حیات بشر بدانیم، زمینه پیوند آن با تمدن بیشتر خواهد شد و در مقابل، هرچه دین را به حوزه معنوی، اخروی و فردی بشر محدودتر نماییم، دست آن از تمدن‌سازی نیز کوتاه خواهد گردید. دلیل این امر این است که اساساً تمدن، پدیده‌ای دنیوی و اجتماعی است و یا نمود عینی آن در این دو حوزه پدیدار می‌گردد. تمدن، امری فردی و اخروی نیست؛ اگرچه بدون تردید، فرد و آخرت در ساخت تمدن دخیل‌اند، اما در حیات دنیوی و اجتماعی بشر است که تمدن ظهور و بروز می‌یابد. بر این اساس می‌توان گفت، نوع نگرش دینی هر اندیشمندی، تعیین‌کننده نوع نگرش تمدنی او نیز خواهد بود.

۳-۱. جامعیت و قلمرو حداکثری دین

امام خمینی از اندیشمندانی است که عمیقاً معتقد به جامعیت و حضور حداکثری دین در حیات بشر است. اعتقاد به اسلام، به عنوان دین جامعی که برای تمام ابعاد وجود انسان و در تمامی زمینه‌ها برنامه دارد (همان: ج ۱۰: ص ۴۴۹)، از باورهای بنیادین امام خمینی به شمار می‌رود. ایشان معتقد است، برخلاف مکتب‌های مادی که تک‌بُعدی هستند و فقط به ظواهر و بُعد مادی وجود انسان پرداخته‌اند (همان: ج ۱۱: ص ۱۲۵) و برخی ادیان توحیدی مانند مسیحیت که فقط به ابعادی معنوی و فردی توجه نموده‌اند؛ اسلام، دینی است که در عین توجه به معنویات و تربیت و تهذیب نفسانی انسان‌ها، به مادیات و تربیت مردم در نوع

نگرش به مادیات و چگونگی بهره‌مندی از آن نیز عنایت دارد. اسلام، در تمام شئون فردی و اجتماعی و مادی و معنوی و فرهنگی و سیاسی و نظامی و اقتصادی دخالت و نظارت دارد و از هیچ نکته بسیار ناچیز که در تربیت انسان و جامعه و پیشرفت مادی و معنوی نقش دارد، فروگذار ننموده است (همان: ج ۵: ص ۱۱۹). امام خمینی با نگرش تک‌بُعدی به دین کاملاً مخالف است و معتقد است؛ کسانی که طرفِ معنویت را گرفته و اجتماع را رها کردند و طایفه‌ای که طرف اجتماع را گرفته و آن طرف را رها کردند، هیچ کدام اسلام‌شناس نیستند. اسلام‌شناس واقعی، کسی است که اسلام را با هر دو بُعد مادی و معنوی آن بشناسد (همان: ج ۴: ص ۱۹۰). اسلام، جامع تمام جهات مادی و معنوی و غیبی و ظاهری است (همان: ج ۲: ص ۱۸۵). خداوند بر اساس رحمتی که نسبت به بندگان خود دارد، تمام اسباب و لوازم رشد و سعادت در زندگی دنیوی و اخروی را برای بشر فراهم ساخته است. تعلیمات انبیا، هم برای نشئه اخروی و مقام روحانی انسان و هم برای نشئه دنیوی و مقام ملکی انسان است (امام خمینی، ۱۳۷۷، «الف»: ص ۳۸۷). امام معتقد است، قرآن و سنت شامل همه دستورات و احکامی است که بشر برای سعادت و کمال خود بدان نیازمند است و همه چیزهایی که در پیشرفت و تکامل انسان دخیل است (همو، ۱۳۶۸، ج ۳: ص ۳۴۹). جامعیت قرآن، مخصوص ابعاد معنوی نیست، بلکه مادیات را هم دربرمی‌گیرد، اما آن را تابع معنویات قرار می‌دهد (همان: ج ۵: ص ۵۳۲). ایشان با ردّ تبلیغات سوء دشمنان اسلام مبنی به این که اسلام، دین زندگی نیست و برای اداره جامعه نظامات و قوانین ندارد و فقط محدود به برخی احکام فرعی و اخلاقیات است؛ معتقد است، نسبت اجتماعیات قرآن به آیات عبادی آن از صد به یک هم بیشتر است. از نظر ایشان، در مورد حدیث نیز وضعیت مشابهی وجود دارد و از یک دوره کتاب حدیثی که حدود ۵۰ کتاب است و همه احکام اسلام را دربردارد، تنها سه چهار کتاب مربوط به عبادات، چند کتاب مربوط به اخلاقیات و مابقی آن مربوط به اجتماعیات، اقتصاد، حقوق، سیاست و تدبیر جامعه است. به اعتقاد امام، در شرایطی که غرب در توحش و شرق در استبداد و اشرافیت و تبعیض به سر می‌برد و اثری از قانون در آن وجود نداشت، خداوند به وسیله پیامبرش، قوانینی فرستاد که انسان از عظمت آن به شگفت می‌آید؛ قوانینی که از پیش از انعقاد نطفه تا مرگ انسان، وظایف عبادی، امور اجتماعی و سیاسی، حقوق و قضا، معاملات، روابط و حقوق بین‌الملل را

دربرمی‌گیرد و هیچ موضوع حیاتی نیست که در اسلام حکمی درباره آن وجود نداشته باشد (همو، ۱۳۷۳: ص ۴-۶). همچنان که امام با دیدگاه کسانی که دین را به معنویات و فردیات فرو می‌کاهند، مخالف است، با نگرش کسانی که قصد دارند تفسیری دنیوی از اسلام ارائه دهند نیز مخالفت نموده و ضمن رد دیدگاه آنان می‌گوید: مکتب اسلام، یک مکتب صرفاً مادی نیست، بلکه مادیات را در پناه معنویات قبول دارد (همو، ۱۳۶۸، ج ۷: ص ۱۵-۱۶).

۲-۳. نگرش نظام‌وار به دین

یکی از ویژگی‌های اندیشه امام خمینی، نگرش نظام‌وار به دین است. بدین معنا که دین را مجموعه‌ای از اجزای پراکنده، بدون ارتباط منسجم و نظام‌مند با یکدیگر نمی‌داند، بلکه معتقد است دین اسلام یک نظام جامع، دارای خُرده‌نظام‌های گوناگون است که مجموعاً اهداف خاصی را دنبال نموده و در قالب یک نظام کلی و جامع در صدد تأمین سعادت دنیوی و اخروی بشر است. امام خمینی معتقد است: اسلام از هنگام ظهور خود متعرض نظام‌های حاکم در جامعه بوده و دارای سیستم و نظام خاص اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بوده است که برای تمامی ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی قوانین خاصی وضع کرده است. اسلام در حین توجه به مسائل عبادی انسان، چگونه زیستن و چگونگی برقراری روابط اجتماعی بین انسان‌ها و بین جامعه اسلامی با سایر جوامع را نیز می‌آموزد. بنابراین مفهوم رهبری دینی نیز در همه شئون جامعه معنا دارد؛ چون اسلام، هدایت جامعه را در همه شئون و ابعاد جامعه بر عهده دارد (همان: ج ۵: ص ۳۸۹).

۳-۳. اولویت بُعد معنوی بر مادی

نکته آخر این که، این جامعیت دین و توجه هم‌زمان آن به ابعاد مادی و معنوی و دنیا و آخرت، به معنای یکسان‌انگاری آن‌ها و عدم اولویت یکی از این دو بُعد بر دیگری نیست؛ بلکه در برتری بُعد معنوی بر بُعد مادی تردیدی وجود ندارد. این اعتقاد، برخاسته از متن دین است که حیات اخروی را جاودانه و زندگی دنیوی را فانی می‌شمارد. طبعاً به دلیل برتری زندگی اخروی نسبت به زندگی دنیوی، تعالی معنوی نیز نسبت به پیشرفت مادی از

اولویت برخوردار است. به علاوه، پیشرفت مادی نیز باید در چارچوب تعالی معنوی بوده و حیات دنیوی باید در خدمت حیات اخروی و تعالی معنوی قرار گیرد. تنها در این صورت است که دنیا و حیات دنیوی ارزش می‌یابد، در غیر این صورت دنیا، ارزش مستقلی ندارد. امام خمینی به صراحت معتقد است؛ بُعد معنوی حیات انسان بر بُعد مادی اولویت و برتری دارد (همان: ج ۱۰: ص ۲۷۵-۲۷۶). از نظر وی، انبیاء نیز برای این آمده‌اند که راه رسیدن به سعادت و زندگی جاودان را به انسان نشان دهند، به گونه‌ای که انسان طبیعی و مادی به انسان لاهوتی، ربانی و روحانی تبدیل شود (همو، ۱۳۷۷، «ب»: ص ۲۹۷). ایشان معتقد است، مکاتب توحیدی مانند اسلام، در عین توجه به مادیات، هدف و مقصدشان این است که انسان‌ها را به گونه‌ای تربیت کنند که مادیات حجاب برای معنویات واقع نشود، بلکه در خدمت معنویات قرار گیرد (همو، ۱۳۶۸، ج ۸: ص ۲۳۷). بر این اساس است که تمدنی که اسلام در پی ایجاد آن است، تمدنی معنویت‌محور است، نه تمدنی صرفاً مادی.

۳-۴. دین اسلام در بالاترین مراتب تمدن

با عنایت به آنچه در مورد جامعیت دین اسلام گفته شد، اعتقاد امام خمینی به رابطه دین اسلام و تمدن، بسیار عمیق بوده و آن را در بالاترین سطح می‌داند. ایشان در موارد متعدد در پاسخ به کسانی که اسلام را مخالف تمدن و پیشرفت معرفی نموده، با صراحت و قاطعیت می‌گویند: اسلام نه تنها با تمدن مخالف نیست (همان: ج ۱: ص ۲۹۴)، بلکه دینی تمدن‌ساز (همان: ج ۸: ص ۵۱۶) و از پایه‌گذاران تمدن بزرگ در جهان بوده است (همان: ج ۵: ص ۲۰۴)؛ دینی که با آموزه‌های خاص خود، موفق شد تمدنی نوین را در جهان بنیان گذارد. به باور امام، اسلام، در بالاترین مراتب تمدن است (همان: ج ۱: ص ۳۰۱) و تمدنی که برای تحقق آن تلاش می‌کند، در عالی‌ترین درجه آن است (همان: ج ۸: ص ۴۱۵). از نظر ایشان، آن چیزی که ضامن تحقق یک جامعه متمدن است، مکتب انسانیت (یعنی اسلام) است (همان: ج ۹: ص ۸۲). اعتقاد امام به تمدن‌سازی اسلام به گونه‌ای است که معتقد است؛ تمدن حقیقی در اسلام وجود دارد و اساساً تحقق اسلام مساوی با تمدن است (همان: ج ۸: صص ۱۰۲ و ۳۰۹).

امام خمینی در پاسخ به کسانی که نسبت مخالفت با تمدن را به اسلام می‌دهند، می‌گوید: چگونه اسلام با تمدن مخالف است؟ در صورتی که توانست چندین قرن، دنیا را زیر چتر فرهنگ و تمدن خود حفظ کند (همان: ج ۱: ص ۳۷۴ و ج ۸: ص ۵۱۶) و ممالک اسلامی با عملی شدن نیمی از قانون اسلامی، بالاترین تمدن را به جهان نشان دادند (همان: ج ۱: ص ۳۰۱ و ج ۵: ص ۲۰۴-۲۱۶)؛ اسلامی که بیشترین تأکید را بر اندیشه و فکر قرار داده و انسان را به آزادی از خرافات و همه قدرتهای ارتجاعی و ضد انسانی دعوت می‌کند، چگونه ممکن است با تمدن و پیشرفت و نوآوری‌های مفید که حاصل تجربه‌های بشر است، مخالفت داشته باشد (همان: ج ۵: ص ۴۰۹). از نظر ایشان، اسلام، نه تنها با تمدن مخالف نیست، بلکه برای پیشرفت تمدن بشری می‌کوشد (همان: ج ۸: ص ۴۱۵) و تنها مکتبی است که می‌تواند جامعه بشری را هدایت نموده و پیش برد (همان: ج ۵: ص ۴۳۷).

۵-۳. تمدن حقیقی؛ تمدنی دین‌محور و معنویت‌گرا

در نگرش امام، تمدن حقیقی و متعالی، تمدنی است که بر پایه دین و معنویت استوار شده باشد و تمدنی که از دین، گریزان و با آن در تقابل و تضاد است، تمدنی مادی و پست به شمار می‌رود. بالاترین مرتبه تمدن در نگرش امام، تمدن مهارشده در بُعد مادی است. این مهار [مادی] اهمیت و ضرورت ویژه‌ای دارد و باید با عنایت به بعد معنوی و خطوط قرمز دین صورت پذیرد (همان: ج ۸: ص ۵۱۶). بر این اساس است که ایشان تصریح می‌کند؛ اسلام با ترقی و پیشرفت و با مظاهر تمدن مخالف نیست، اما هنگامی که این مظاهر تمدنی از حالت طبیعی خود خارج و ماهیتی ضد دین پیدا کرد و به نام تمدن، ریشه و اساس دین مورد تهاجم قرار گرفت، دین نیز با آن مخالف است. در حقیقت آنچه مورد مخالفت دین است، صورت تحریف‌شده از مظاهر تمدن است؛ نه اصل تمدن و همه مظاهر آن (همان: ج ۴: ص ۴۸).

از دیدگاه امام، دل‌بستگی و محدود شدن به دنیا و امور مادی، تضاد با مصالح ملت، نفوذ اجانب و نفوذ فرهنگ مبتذل غربی، گسترش فساد و فحشا، دروغ، تهمت و افتراء، از جمله مهم‌ترین آسیب‌ها و تحریف‌های مظاهر تمدنی به شمار می‌آیند که موجب مخالفت دین با آن می‌شود (همان: ج ۵: ص ۲۶۲، ج ۸: ص ۵۱۳ و ج ۲۱: ص ۲۷۷). یکی از این عوامل،

بهره‌برداری سوء از مظاهر تمدنی برای گسترش فساد در جامعه است. از این‌روست که مخالفت اسلام با این مظاهر، در حقیقت مخالفت با فساد است؛ نه با اصل آن (همان: ج ۴: ص ۳۹۷). ایشان تصریح می‌کند که اگر مراد از تمدن، نوآوری‌ها، اختراعات و پیشرفت‌های صنعتی بشر است، هیچ‌گاه اسلام و هیچ مذهب توحیدی مخالفتی با آن نکرده و نخواهد کرد، بلکه علم و صنعت مورد تأکید اسلام و قرآن است؛ اما اگر مراد از تمدن، آن چیزی است که برخی از روشنفکران می‌گویند؛ یعنی آزادی بی‌حد و حصر و فحشا، تمام ادیان آسمانی و دانشمندان و عقلا با آن مخالف‌اند (همان: ج ۲۱: ص ۴۰۶). نمونه این مظاهر تمدنی، رسانه‌ها، دانشگاه و حقوق زنان است که اسلام با آن موافق است، اما هنگامی که تبدیل به ابزاری برای اشاعه فساد و فحشا، دروغ و تهمت شد، با آن مخالف است (همان: ج ۱: ص ۲۹۹؛ ج ۱۵: ص ۴۱۵ و ج ۵: ص ۲۱۶).

۳-۶. پویایی اندیشه دینی، لازمه تمدن‌سازی

دین، اگر توانایی انطباق با زمان را نداشته باشد، توانایی خود را برای پاسخ‌گویی به نیازهای روز جوامع و در نتیجه، تمدن‌سازی از دست می‌دهد. از ویژگی‌های اندیشه امام خمینی، تفسیری متفاوت و پویا از اجتهاد بود. ایشان، فهم و تطبیق دین بر زندگی انسان معاصر و در نظر داشتن نقش زمان و مکان در شیوه استنباط را از لوازم اصلی و حاکی از واقع‌بینی در فقاهت می‌داند. امام معتقد بود، اجتهاد باید به گونه‌ای مورد استفاده قرار گیرد که توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای روز و پیچیده جامعه را داشته باشد. بر این اساس، ایشان اجتهاد مصطلح موجود در حوزه‌های علمیه را برای شناخت درست جامعه و برنامه‌ریزی برای مسلمانان کافی نمی‌دانست و معتقد بود مجتهد باید نسبت به مسائل زمان خود آگاهی داشته و شناخت درستی از جامعه و مسائل زمان خود داشته باشد (همان: ج ۲۱: صص ۴۷، ۹۷ و ۲۸۹) تا توانایی پاسخ‌گویی به نیازهای روز جامعه را دارا باشد. این نوع نگرش به اجتهاد، می‌تواند زمینه پویایی اندیشه دینی و انطباق آن با تمدن را فراهم سازد. ایشان در پاسخ به یکی از فضلاء قم و در نقد دیدگاه‌های فقهی وی می‌گوید: «آن‌گونه که جناب‌عالی از اخبار و روایات برداشت دارید، تمدن جدید به کلی باید از بین برود و مردم کوخ‌نشین بوده و یا برای همیشه در صحراها زندگی نمایند» (همان: ج ۲۱: ص ۳۴). امام معتقد است

حوزه‌ها و روحانیت باید نبض تفکر و آینده جامعه را در دست داشته باشند و همواره چند قدم جلوتر از حوادث آینده و نیازهای جدید جامعه، مهبای عکس‌العمل مناسب باشند. ایشان، اجتهاد را محدود به علوم معهود در حوزه‌ها نمی‌داند، بلکه معتقد است؛ اجتهاد در مسائل اجتماعی و سیاسی و مصالح جامعه نیز جاری و ساری است و کسی که در این امور مجتهد نیست، نمی‌تواند زمام جامعه را به دست گیرد. بر این اساس، معتقد است؛ در حکومت اسلامی همیشه باید باب اجتهاد باز باشد و طبیعت نظام اسلامی اقتضا می‌کند که نظرات اجتهادی - فقهی در زمینه‌های مختلف ولو مخالف با یکدیگر آزادانه عرضه شود و کسی توان و حق جلوگیری از آن را ندارد (همان: ج ۱۲: ص ۴۷).

از بررسی آثار امام خمینی روشن می‌شود که فقه پویا در اندیشه ایشان، همان اجتهاد بر اساس بنیان‌های فقه سنتی و اجتهاد جواهری است که با توجه به شناخت دقیق‌تر موضوعات و دوری از تنگ‌نظری‌های متحجرانه و درک وسیع و نگاه کلان، عناصر تعیین‌کننده‌ای همچون زمان و مکان را بازشناخته و تأثیر آنها را در تعیین هویت موضوعات به روشنی درک می‌کند و مصالح عامه را با دقت نظر تشخیص می‌دهد و با چنین ره‌آوردی از شناخت، به جستجو برای کشف حکم از طریق روش‌های معهود در بنیان فقه سنتی و اجتهاد جواهری می‌پردازد. فقه و اجتهاد جواهری در منظر ایشان، روشی متعالی در بستر فقه سنتی است که با استناد به منابع اصیل فقهت و جامع‌نگری و واقع‌بینی می‌کوشد تا احکام اسلامی را از حوزه فردی به عرصه‌های اجتماعی و جهانی آورده و زندگی اجتماعی مسلمین را در پرتو احکام عالی‌ه اسلامی به سعادت دو جهانی رهنمون شود. با چنین نگاهی به فقه است که امام، حکومت را فلسفه عملی تمامی فقه در تمام زوایای زندگی انسان‌ها می‌داند و معتقد است؛ حکومت، نشان‌دهنده جنبه عملی فقه در برخورد با تمامی معضلات اجتماعی، سیاسی و نظامی و فرهنگی است (همان: ج ۱۲: ص ۲۸۹).

چنین تفکری، زمینه جمود و انجماد در اندیشه دینی را از بین برده و با چنین تفسیری از اجتهاد، اندیشه دینی همواره پویایی خود را حفظ خواهد کرد و توانایی حرکت و همگامی با زمان و هماهنگی با مکان را خواهد داشت و بدین سان است که توانایی تمدن‌سازی در هر زمان و مکانی را نیز خواهد داشت. با چنین تفسیری از دین و اجتهاد است که امام خمینی، اعتقاد به ظرفیت و توانایی تمدن‌سازی اسلام دارد.

۴. نقش حکومت دینی در تحقق تمدن اسلامی

به اعتقاد بسیاری از نظریه پردازان تمدنی، نظام سیاسی و حکومت، از ارکان هر تمدنی به شمار می‌رود. بنابراین، اگر دین بخواهد نقشی در تمدن‌سازی ایفا نماید، نمی‌تواند در حوزه سیاست و نظام سیاسی دخالتی نداشته باشد. امام خمینی از اندیشمندان مسلمانی است که عمیقاً معتقد به این رابطه بوده و از نظریه پردازان و مؤسسان حکومت دینی پس از دوره صدر اسلام به شمار می‌رود.

۴-۱. پیوند دین و سیاست و ضرورت تشکیل حکومت دینی

امام خمینی با اعتقاد راسخ به پیوند دین و سیاست، در تبیین ضرورت تشکیل حکومت دینی معتقد است؛ اسلام دارای قوانین جامعی است، اما صرف وجود قوانین برای اصلاح جامعه کافی نیست و برای اثربخشی قانون در اصلاح جامعه و سعادت بشر، وجود حکومت و تشکیلات اجرایی ضروری است. از این‌روست که خداوند در کنار آن قوانین، حکومت را هم پیش‌بینی کرده است. امام معتقد است، پیامبر اکرم ﷺ پایه سیاست را در دیانت گذارده و تشکیل حکومت داده و خود ایشان در رأس این حکومت اسلامی قرار داشت و علاوه بر بیان و تفسیر نظامات اسلام، به برقراری عملی آن نیز همت گماشته بود تا دولت اسلامی را به وجود آورد و همین امر نیز ضرورت تعیین خلیفه پس از پیامبر را مهم گردانیده بود؛ به گونه‌ای که بدون آن، پیامبر رسالت خویش را به اتمام نمی‌رساند. جامعه اسلامی پس از پیامبر، نیاز به کسی داشت که قوانین را اجرا کرده و نظامات اسلامی را در جامعه برقرار نماید تا سعادت دنیا و آخرت مسلمانان را تأمین نماید؛ چراکه وجود قانون به تنهایی، سعادت بشر را تأمین نمی‌کند بلکه اجرای عملی و پیاده‌سازی قوانین در جامعه مهم‌تر است. ایشان، ضرورت عقل و شرع و تشکیل حکومت توسط پیامبر اکرم ﷺ و تعیین جانشین توسط ایشان، اتفاق مسلمانان، ماهیت و کیفیت قوانین اسلام و جامعیت نظامات و مقررات آن در حوزه‌های گوناگون اجتماعی را از دلایل ضرورت تشکیل حکومت در اسلام می‌دانند. از آن‌جا که احکام اسلام محدود به زمان و مکان خاصی نیست و تا ابد لازم‌الاجراست، بدیهی است که اجرای احکام نیز محدود به زمان حیات پیامبر ﷺ نبوده و تا ابد ضروری است. عدم تشکیل حکومت، منجر به محدود ماندن دین به برخی

احکام فرعی خواهد گردید که محدود به حوزه فردی است و تأثیری در بستری اجتماعی و سیاسی ندارد. ایشان معتقد است، انکار ضرورت تشکیل حکومت اسلامی، به معنای انکار جامعیت، جاودانگی و ضرورت اجرای احکام اسلام است (همو، ۱۳۷۳: ص ۱۵-۲۰). بر این اساس، امام معتقد است، حکومت اسلامی که شعبه‌ای از ولایت مطلقه رسول الله ﷺ است، از احکام اولیه اسلام و مقدم بر تمام احکام فرعیه دین است (همو، ۱۳۶۸، ج ۲: ص ۱۷۰ و ج ۲۰: ص ۴۷۱). اعتقاد امام به ضرورت وجود حکومت دینی تا جایی است که معتقد است حکومت در نظر مجتهد واقعی فلسفه عملی تمامی فقه در تمامی زوایای زندگی بشریت است. حکومت، نشان‌دهنده جنبه عملی فقه در برخورد با تمامی معضلات اجتماعی، سیاسی، نظامی و فرهنگی است و فقه نیز، تئوری واقعی و کامل اداره انسان از گهواره تا گور است (همان: ج ۲۱: ص ۲۸۹).

۲-۴. تمایز حکومت دینی از سلطنت

از دیدگاه امام خمینی، نقطه عطف آغاز انحراف و افول تمدن اسلامی از نظر تاریخی، جلوگیری از تشکیل حکومت اسلامی پس از رحلت پیامبر ﷺ و دگرگونی در اساس حکومت و تبدیل شدن حکومت اسلامی به سلطنت و پادشاهی است. اوج این انحراف توسط بنی امیه صورت گرفت که حکومت اسلامی را دگرگون و تبدیل به سلطنت کردند، بنی عباس نیز راه آنان را ادامه دادند و پس از آن نیز غالباً همین روش ادامه یافت. بدین ترتیب، حکومت اسلامی کاملاً وارونه و سلطنتی شد و به صورت شاهنشاهی‌های ایران و روم و فراعنه مصر درآمد. رژیم حکومتی و سیاست آنان، ضد اسلام بود و بیشتر برنامه‌های حکومت آنان با اسلام تعارض داشت (همو، ۱۳۷۳: ص ۲۵-۲۶). بدین سان، حکومت اسلامی از نظر شکل و ماهیت دچار دگرگونی و انحراف گردید و این انحراف بنیادین، زمینه را برای انحرافات دینی در سایر حوزه‌ها به‌ویژه انحطاط فرهنگی و عقیده فراهم نمود. علت تداوم این وضعیت، سُستی و عدم قیام مسلمانان در برانداختن حاکمان نالایق، تمجید و تملق‌گویی آنان و عدم تبیین نظریات و نظامات اسلامی بود. بدین ترتیب، نفوذ و حاکمیت اسلام در جامعه کم شد؛ جامعه اسلامی دچار تجزیه و ناتوانی؛ احکام اسلام تعطیل و دچار تغییر و دگرگونی شد. به اعتقاد امام، عدم وجود رهبر و حکومت

صالح در رأس جامعه اسلامی، عامل اصلی همه این آسیب‌ها و انحرافات به شمار می‌رود (همان: ص ۳۲).

۳-۴. جامعه عمل‌پوشاندن به نظریه حکومت اسلامی

باور امام به ضرورت تشکیل حکومت دینی، صرفاً محدود به حوزه نظر نماوند و در بعد عملی نیز با تشکیل نظام سیاسی دینی بدان جامعه عمل‌پوشانید. امام خمینی به عنوان بنیان‌گذار یک حکومت دینی در دوره معاصر، تمدن را با حکومت دینی پیوند زده و حکومت اسلامی را مساوی با پیشرفت و تمدن دانسته است (همو، ۱۳۶۸، ج ۵: ص ۶۹). ایشان تشکیل حکومت اسلامی را گامی اساسی در راه تحقق تمدن اسلامی می‌داند و معتقد است؛ بدون تشکیل حکومت، بسیاری از احکام و قوانین دین در جامعه تحقق نمی‌یابد. بر این اساس، هدف نهضت اسلامی را حرکت به سمت برپایی یک تمدن صحیح - همان تمدن الهی و رسول‌اللهی - می‌داند (همان: ج ۶: ص ۳۴۳). از این منظر، یکی از اهداف اصلی حکومت اسلامی، تحقق تمدن اسلامی است. عدم تحقق عملی احکام و قوانین دین منجر به عدم تحقق نظامات اسلامی گردیده و نتیجه این فرایند، به عدم شکل‌گیری تمدن دینی خواهد انجامید.

۴-۴. ولایت فقیه و حکومت دینی

تفاوت اصلی امام با دیگر عالمانی که نظریه حکومت اسلامی را مطرح نموده‌اند، علاوه بر تحقق عملی این نظریه، در پیوند حکومت دینی با ولایت فقیه است. امام معتقد است، چنان‌که در عصر پیامبر اکرم ۹، رهبری این حکومت بر عهده شخص آن حضرت و پس از آن نیز در عصر حضور، بر عهده ائمه معصومین : بوده، در دوران غیبت نیز باید بر عهده عالمان دین باشد تا بتوانند قانون الهی را در جامعه پیاده نمایند. به اعتقاد ایشان، منشأ اصلی حاکمیت در حکومت اسلامی، تنها خداوند است و قانون و فرمان خدا بر همه اجزا و افراد آن حاکم است و همه تابع این قانون هستند.

از آن‌جا که اسلام و قوانین الهی، اصل محوری در این نوع حکومت است، طبعاً کسانی که در رأس این هرم قرار می‌گیرند نیز باید عالم به این قوانین و متعهد به اجرای آن باشند

(همو، ۱۳۷۳: ص ۳۴-۳۸). از آن جا که بر مبنای امام، تشکیل حکومت دینی، گام نخست و ضروری برای بنیان گذاری تمدن دینی است، تحقق این حکومت جز توسط عالمان دین و کسانی که آگاه به قوانین اسلام هستند، میسر نمی باشد. اگر حکومت در دست غیر عالمان دینی باشد، به دلیل عدم شناخت کامل و درست از دین، طبعاً نمی تواند اسلام و قوانین آن را - چنان که شایسته است - در جامعه پیاده نمایند. بنابراین، در منظومه فکری امام خمینی، تشکیل حکومت دینی با هدایت و راهبری عالمان دین، در تحقق تمدن اسلامی نقش اساسی دارد.

۴-۵. نقش مردم در تحقق حکومت دینی

در منظومه فکری امام خمینی، مردم نقش اساسی در تشکیل و استمرار حکومت دینی دارند؛ به گونه ای که اساساً بدون حضور و مشارکت مردم، حکومت دینی محقق نمی گردد. امام، اراده مردم را تابعی از اراده خداوند می داند که هنگامی که در مسیر الهی قرار می گیرند، به وسیله آن همه امور میسر می گردد (همو، ۱۳۶۸، ج ۱: ص ۳۲۳). تأکیدهای مکرر و مؤکد ایشان بر جایگاه و نقش مردم در نظام سیاسی، نشانگر اهمیت ویژه این موضوع است. آنچه از سخنان حضرت امام، به دست می آید، این است که مردم نقش های بسیار گسترده ای در حکومت دارند. از جمله این نقش ها، می توان به حق تعیین سرنوشت خود (همان: ج ۵: ص ۳۷؛ ج ۸: ص ۳۸۴؛ ج ۱۲: ص ۱۸۲)، ایفای نقش مسئولانه در حکومت (همان: ج ۱۰: ص ۱۰۹ و ج ۱۳: ص ۱۶۰)، مشارکت سیاسی (همان: ج ۴: ص ۴۹۲)، پشتوانه حکومت (همان: ج ۱۱: ص ۴۵۹)، اتکای حکومت بر آراء مردم (همان: ج ۲۰: ص ۴۵۹ و ج ۱۱: ص ۳۴) نظارت بر امور سیاسی، اجتماعی (همان: ج ۸: ص ۵؛ ج ۱۳: ص ۱۹۳ و ج ۱۵: ص ۱۷) و نقش های بسیار دیگری اشاره نمود که در سخنان ایشان آمده است. این تأکیدها، نشانگر آن است که اگرچه حکومت دینی از دیدگاه امام خمینی، ریشه در دین دارد و به عبارتی مشروعیت آن برخاسته از دین و خداوند است؛ اما تحقق آن، بدون حضور و ایفای نقش مردم ممکن نیست. بر این اساس، مردم با این ایفای نقش در تشکیل حکومت دینی، در حقیقت گام مهمی را در تشکیل تمدن دینی بر می دارند.

۴-۶. امت واحده و تمدن فراگیر اسلامی

آرمان امام خمینی، تحقق تمدن اسلامی در گسترده‌ترین سطح آن است؛ چنان که تمدن اسلامی در صدر اسلام و قرون نخستین چنین بود و امام نیز با نیکی از آن یاد می‌کند. بر اساس چنین تفکری است که راهبرد وحدت، یکی از مهم‌ترین موضوعات در اندیشه امام خمینی به شمار می‌رود که تحقق آن را شرط ضروری برای گذر مسلمانان از موانع و گردنه‌های عقب‌ماندگی و رسیدن به قله‌های پیشرفت و تمدن می‌داند. با توجه به شناخت عمیق امام از آسیب‌های جبران‌ناپذیر تفرقه در جهان اسلام، در مواقع گوناگون و به کرات، تفرقه و اختلاف میان مسلمانان را از عوامل اصلی عقب‌افتادگی مسلمانان برمی‌شمارد (همان: ج ۴: ص: ۵۴۷ و ج ۷: ص: ۱۸۵-۱۸۶) و اساس پیشرفت را تعهد به اسلام و وحدت کلمه دانسته (همان: ج ۹: ص: ۱۹۱) و دعوت به وحدت را تکلیف دینی همه مسلمانان می‌داند (همان: ج ۸: ص: ۶۹).

امام خمینی، تحقق وحدت را در قالب تشکیل امت واحده اسلامی دنبال می‌کند و هدف اسلام را اتحاد ملل مختلف و ایجاد امت بزرگ اسلامی می‌داند (همان: ص: ۱۰۲). بر این اساس است که ایشان با ملی‌گرایی مخالف است و آن را از عوامل ایجاد اختلاف در جامعه اسلامی و یکی از موانع عمده در راه وحدت امت اسلامی می‌داند که غالباً توسط دولت‌های استعماری به جوامع اسلامی تزریق شده است (همان: ج ۱۳: ص: ۸۷). از نظر ایشان، ملی‌گرایی عامل بدبختی مسلمانان است؛ زیرا ملل مسلمان را در مقابل هم قرار می‌دهد (همان: ج ۱۸: ص: ۸۷). علاوه بر ملی‌گرایی، فرقه‌گرایی نیز از موانع مهم در راه وحدت مسلمانان به شمار می‌رود. امام، عامل بسیاری از این اختلافات را دشمنان اسلام می‌داند که با این اقدامات در صدد تضعیف اسلام هستند.

از دیگر عوامل بنیادین در انحطاط تمدن اسلامی در گذشته و در مسیر تحقق آن در آینده؛ تفرقه و اختلافات مذهبی، سیاسی و قومی در جهان اسلام - اعم از تفرقه میان دولت‌ها، ملت‌ها و دولت‌ها، بین مسلمانان و فرقه اسلامی و یا حتی میان مسلمانان و غیر مسلمانان - است که عموماً ناشی از ضعف داخلی است، اما غالباً به وسیله استعمارگران ساماندهی و مدیریت می‌شود. نفوذ اجانب در جهان اسلام نیز از رهگذر عدم لیاقت و ضعف حاکمان مسلمان حاصل گردید. اگرچه سرآغاز این نفوذ، صورت نظامی و اهداف

سیاسی و اقتصادی داشته است، اما با مواجهه با مقاومت مسلمانان، صبغه فرهنگی و دینی به خود گرفت. آنان اسلام و ایمان مسلمانان را عامل اصلی سد راه نفوذ خود دیدند و از این رو، با تحریف دین و تحدید آن به قلمرو فردی و اخلاقی، درصدد نابودی اساس دین مسلمانان برآمدند (همان: ج ۱: صص ۸ و ۳۷۴). به اعتقاد امام خمینی، راه اصلی خروج از این انحطاط، بازگشت به خویشتن و فرهنگ اصیل اسلامی است (محمدی، ۱۳۸۷: ص ۲-۳).

امام خمینی علت اصلی انحطاط تمدن اسلامی را دوری و بی‌خبری مسلمانان از تعالیم حیات‌بخش اسلام (همان: ج ۴: ص ۴۸). عمل نکردن به دین و فاصله‌گرفتن از آن در ابعاد مختلف سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی می‌داند. ایشان معتقد است، اسلام در تاریک‌ترین ادوار تاریخ، نورانی‌ترین تمدن‌ها را به وجود آورد و پیروان خود را به اوج عظمت و اقتدار رساند؛ اما زمانی که همان پیروان از تعالیم آن چشم پوشیدند، طبیعی بود که عظمت گذشته خود را از دست بدهند و به روزگار تاریک بیفتند (امام خمینی، ۱۳۶۸، ج ۲: ص ۱۱۷). بنابراین راه بازگشت به شکوه تمدنی، بازگشت به دین و احیای آن در زوایای مختلف حیات فردی و اجتماعی مسلمانان است.

نتیجه‌گیری

بنابر آنچه در این نوشتار ذکر شد، در اندیشه امام خمینی، پیوندی ناگسستنی بین اسلام و تمدن وجود دارد، اما نه هر تمدنی. در اندیشه امام، دو تصویر از تمدن ارائه گردیده که در یکی زیست غیرالهی و مادیات و در دیگری زیست الهی و معنویات غلبه دارد. از دیدگاه امام خمینی، اسلام با تمدن به مفهوم نخست، هیچ‌گونه پیوندی ندارد و مخالف آن است، اما مفهوم دوم که همان مفهوم حقیقی تمدن از دیدگاه ایشان است، در اسلام به صورت تام آن وجود دارد. با چنین نگرشی است که ایشان معتقد است اسلام در بالاترین مراتب تمدن قرار دارد. از نگاه امام، برخلاف برخی ادیان دیگر، به دلیل جامعیت و قلمرو حداکثری دین اسلام، ظرفیت تمدن‌سازی در آن، در بالاترین و گسترده‌ترین سطح آن وجود دارد. بزرگ‌ترین شاهد این مدعا نیز تحقق عینی و تجسم عملی تمدن اسلامی در گذشته است که اسلام توانست یکی از بزرگ‌ترین تمدن‌های بشری را به دنیا عرضه نماید؛ اگرچه این تمدن، در اثر عواملی دچار افول و انحطاط گردید که مهم‌ترین عامل آن، دوری از دین و

انحراف از مسیر حقیقی آن است. امروز نیز راه بازگشت به آن شکوه تمدنی، بازگشت به دین، همراه با قرائتی پویا از آن و سوق دادن آن به عرصه عمل و پیاده‌سازی آن در حیات اجتماعی مسلمانان است و تشکیل حکومت دینی یکی از گام‌های اساسی در این مسیر به شمار می‌رود. از دیدگاه امام، اسلام، دینی است که با سیاست پیوند تنگاتنگی دارد و تشکیل حکومت نیز یکی از ضرورت‌ها برای تحقق دین در حیات اجتماعی مسلمانان است. با چنین اعتقادی، حضرت امام نظریه حکومت اسلامی را مطرح و پس از انقلاب اسلامی بدان جامه عمل پوشاند. تحقق تمدن فراگیر اسلامی، آرمان امام خمینی است که با عبور از اختلافات قومی، سیاسی و فرهنگی و اتحاد حول محور دین و تشکیل امت دینی در گسترده‌ترین سطح آن محقق خواهد گردید. از دیدگاه امام، راه تمدن‌سازی آینده مسلمانان نیز نه از رهگذر تمدن غرب، بلکه از درون جوامع اسلامی می‌گذرد و بر بنیان دین و فرهنگ جوامع اسلامی شکل می‌گیرد.

کتابنامه

۱. ابن‌نبی، مالک (۱۹۹۲)، شروط النهضة، ترجمه: عمر کامل مسقاوی و عبدالصبور شاهین، دمشق: دارالفکر.
۲. امام خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۶۸)، صحیفه نور، تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
۳. _____ (۱۳۷۱)، لذت فلسفه، ترجمه: عباس زریاب خوبی، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۴. _____ (۱۳۷۳)، ولایت فقیه، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۵. _____ (۱۳۷۷ الف)، شرح چهل حدیث، تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۶. _____ (۱۳۷۷ ب)، شرح حدیث جنود عقل و جهل، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۷. بابایی، حبیب‌الله (۱۳۹۳)، «پیوستگی در تمدن اسلامی»، نقد و نظر، ش ۷۴، ص ۳۳-۵۸.
۸. _____ (۱۳۹۵)، «چیستی تمدن در فلسفه؛ عناصر ماهوی تمدن در نظریه‌های برخی فیلسوفان معاصر»، نقد و نظر، ش ۸۴، ص ۸۲-۱۰۵.
۹. توین بی، آرنولد (۱۳۷۳)، «نقش دین؛ گفتگوی توین بی و ایکه دا»، ترجمه: محمدجواد زاهدی، دوفصلنامه هفت آسمان، ش ۷، ص ۲۱-۴۴.
۱۰. جابر، حسن (۱۴۱۰ ق.)، «نظرة فی مسار المخططين الاسلامی و الغربی للحضارة و التاريخ»، مجلة المنطلق، ش ۶۲.
۱۱. خفاجی، محمد عبدالمنعم (۱۹۸۲ م)، الاسلام و الحضارة الانسانية، بیروت: دارالکتب البنانی.
۱۲. دورانت، ویلیام جمیز (۱۳۹۱)، تاریخ تمدن، ترجمه: حسن کامیاب و دیگران، تهران: بهنود.
۱۳. شبانه، محمد کمال (۱۴۲۹ ق.)، الاسلام، فکراً و حضارة، قاهره: دارالعالم العربی.
۱۴. العقاد، عباس محمود (۱۹۹۹)، الاسلام والحضارة الانسانية، قاهره: دارالنهضة للطباعة والنشر والتوزيع.
۱۵. عماره، محمد (۲۰۰۵)، هذا هو الاسلام؛ الدين و الحضارة و عوامل امتیاز الاسلام، قاهره: مکتبه الشروق الدولیه.

۱۶. فوزی، یحیی و محمودرضا صنم‌زاده (۱۳۹۱) «تمدن اسلامی از دیدگاه امام خمینی»، فصلنامه تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، ش ۹، ص ۷۳-۸۶.
۱۷. محمدی، حسن (۱۳۸۷)، «خودباختگی و خودباوری از دیدگاه امام خمینی»، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت راهبردی (بصیرت سابق)، ش ۱۹ و ۲۰، ص ۳۴-۵۰.
۱۸. نادر، انس (۲۰۱۱)، الفطره الالهیه و اشکال الحضاره: دراسه نفسیه و فلسفیه فی سلوک و حضاره الانسان، دمشق: دار کنعان.
۱۹. همتی گلپان، عبدالله (۱۳۹۳)، «بررسی دیدگاه‌های عمده مارشال هاجسن در مورد تاریخ و تمدن اسلامی»، نشریه معرفت، ش ۱۹۶.
۲۰. همتی، همایون (۱۳۹۰)، «رابطه دین و تمدن»، ویژه‌نامه نهمین هم‌اندیشی نمایندگان فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در خارج کشور، سال اول، شهریورماه.

تعامل فرهنگی مسجد و جامعه از منظر آموزه‌های دینی

* عماد افروغ

** کریم خان محمدی

*** سیف‌اله قنبری نیک

چکیده

آنچه به عنوان میراث فرهنگ دینی هزارساله اسلامی یاد می‌شود و جوامع اسلامی با تکیه بر این ذخیره معنوی به حیات اجتماعی خود ادامه می‌دهند، عبارت است از: مجموعه نهادها، ساخته‌ها و اندوخته‌های معنوی و مادی جامعه انسانی اسلامی که سبب شکل‌گیری تمدن اسلامی شده است؛ تمدنی که به پشتوانه مبانی و حیاتی خود و رهبری متعالی برترین بندگان خداوند و تعامل سازنده با عموم مردم به تدریج به وضعیت تکامل یافته کنونی رسیده است. بی‌شک، پایگاه اصلی این تعامل و مهم‌ترین و تاثیرگذارترین عنصر جامعه اسلامی، مسجد بوده است؛ کانونی که همه فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی اسلام بر محور آن بنا شده و در تجربه تاریخی اسلام نیز نقش آفرینی ویژه‌ای داشته است.

مقاله حاضر به روشی توصیفی-تحلیلی درصدد است با تکیه بر آموزه‌های دینی و تجربه تاریخی اسلام، وجوه تعامل فرهنگی مسجد و جامعه را بازخوانی کرده و متناسب با الگوی مطلوب دینی این تعامل، پیشنهادهایی را برای وضعیت موجود ارائه نماید.

تعامل در انتقال باورها، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهایی از قبیل: محوربودن در آموزش و تربیت، الگو بودن در شیوه زیست فردی و اجتماعی، تاثیرگذاری بر مولفه‌های فرهنگی همچون؛ علم، زبان، پوشش، آداب و رسوم و ترسیم شیوه ارتباطات فردی و اجتماعی، الگوی معماری اسلامی و مانند آن از نمونه‌های بارز و مورد تاکید آموزه‌های دینی و سیره اجتماعی مسلمانان، در باب تعامل فرهنگی مسجد و جامعه است که با تطبیق و ترسیم تعامل مناسب مسجد با حوزه‌های مذکور در وضعیت معاصر نیز می‌توان شاهد کانونی شدن دوباره مسجد در جامعه اسلامی بود.

کلیدواژه‌ها

مسجد، جامعه، فرهنگ، تعامل فرهنگی.

مقدمه

ادیان الهی، رسالت هدایت و ایجاد همبستگی میان عموم افراد جامعه را - بنابر تأکیدات قرآنی و روایی - بر عهده دارند. بر این اساس، برای نیل به این هدف‌های متعالی، همواره در پی ایجاد نهادها و پایگاه‌های اجتماعی برای تعامل و ارتباط با جامعه بوده‌اند. اسلام - جامع‌ترین دین الهی - پس از تثبیت و دست‌یافتن به شرایط لازم، برای تحقق رسالت خود، مسجد را به عنوان خانه خدا و کانون ایمان، طهارت، تقوی و پایگاه اجتماعی مسلمانان برای شکل‌دهی نظام اجتماعی مطلوب بنیان نهاد؛ مسجد برخلاف دیگر معابد، تنها جایگاه عبادت و نیایش دینی نبود؛ بلکه نهادی با کارکردهای متعدد که علاوه بر بُعد عبادی، کانون ارشاد، مرکز تعامل و تعاون اجتماعی و نظام سیاسی و اجتماعی به شمار می‌آید. بر این اساس، مسجد، در جریان نهضت‌های بزرگ اسلامی نیز کانون بیداری و آگاهی مردم و گروه‌های اجتماعی نقش بسیاری داشته است.

مسجد، به واسطه ایجاد ارتباطات مستقیم میان مخاطبان، روابط چهره‌به‌چهره و دریافت بازخوردهای فوری، تأثیرات عاطفی، احساسی و روحی خاصی بر مخاطب داشته است. بنابراین مسجد، دارای قدرت رسانه‌ای قابل توجهی بوده که این ظرفیت را در طول عمر ۱۴۰۰ ساله خود در ادوار گوناگون متبلور کرده است. از این منظر، مسجد در جامعه اسلامی، مهم‌ترین کانال ارتباطات اجتماعی بوده و همواره به‌عنوان منبع حرکت‌های فرهنگی و معنوی عمل کرده و نه تنها در بعد تزکیه معنوی که به عنوان منبع دانش و اطلاعات مربوط به جامعه، آحاد مردم را تغذیه می‌کرده است. بنابراین، از جهات متفاوت نهاد مسجد در جوامع اسلامی نقش‌ها و تعاملات برجسته‌ای را با مخاطبان خود داشته است که نیازمند بازخوانی و احیای این مناسبات است؛ هرچند که تاریخ جوامع اسلامی مذاق سیاسی و دولت‌محوری دارد و این امر مانع دیده‌شدن وجوه اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی نهادهای سازنده آنان از جمله مسجد شده است.

در دوران معاصر نیز در کنار تغییرات اساسی جوامع و شکل‌گیری ساختارهای نوین اجتماعی، دین و نهادهای دینی همچنان حضور مؤثر و پررنگی دارند. بدین صورت که نهادهای دینی که ساختار و قالب‌های حضور دین در جامعه را صورت‌بندی می‌کنند، روند

تولید و بازتولید معانی دینی و دینداری در عرصه اجتماع و در میان مؤمنان را هدایت و رهبری می‌کنند.

مسئله آن است که امروزه علی‌رغم توجه به ابعاد و کارکردهای مسجد، به نظر می‌رسد این نهاد دینی از نقش آفرینی و تعاملات چندگونه خود با جامعه فاصله گرفته و از محوری بودن در تعاملات گوناگون نظام اجتماعی اسلام دور شده است. از جمله علل این مسئله را می‌توان در غفلت از جایگاه و اهمیت آن در نظام مطلوب اسلامی و فراموشی تجربه تاریخی نقش مسجد در زیست اجتماعی جامعه اسلامی - از صدر اسلام و ادوار تاریخی تا کنون - دانست.

۱. جایگاه مسجد در اسلام

مسجد از دیدگاه اسلام، کانون ایمان، تقوا، محیط پاکی، قداست و مرکز تبلور عبودیت و نیایش در برابر پروردگار جهان است. مسجد، مرکز اشاعه فرهنگ اسلامی، مهمان‌خانه خدا در زمین (عاملی، ۱۴۰۳ق، ج ۳: ص ۵۱۷)، جایگاه نزول برکات و خیرات آسمانی (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۱: ص ۷۷)، خانه راز و نیاز، عشق و محبت، صفا و صمیمیت، ایثار و رحمت، تجلی بهشت خدا در زمین (ترمذی، ۱۳۹۵ق، ج ۳: ص ۸) و محل آرامش موحدان است.

جایگاه خاص مسجد در اسلام، مورد توجه قرآن کریم نیز قرار گرفته است. خداوند تعالی می‌فرماید: «نخستین خانه‌ای که برای مردم (و نیایش خداوند) قرار داده شد، در سرزمین مکه است که پر برکت و مایه هدایت جهانیان است» (آل عمران: ۴۳). جالب آن‌که، خداوند به سبب اهمیت و فضیلت مسجد بر دیگر اماکن، مسجد را منسوب و متعلق به خود دانسته است تا مزیت آن بر دیگر اماکن روشن شود (نوری، ۱۴۰۸ق، صص ۲۱۳ و ۳۵۹). اختصاص مسجد به خداوند، اشاره به این نکته دارد که این نهاد مقدس، مورد توجه خاص ذات اقدس اوست. بنابراین، در مساجد جز کار خدایی نباید کار دیگری صورت پذیرد و جز مصالح مسلمانان، امر دیگری نباید مطرح شود. لذا در تأسیس مساجد هم نمی‌توان نیتی به غیر از خدا و هدفی سوای از اعتلای کلمه توحید داشت. از این رو، شایسته است تا شالوده و اساس آن بر تقوا و پاکی بنا شود و پاس‌داران و دست‌اندرکاران آن نیز

افرادی مؤمن، پرهیزکار و مصمم باشند و هر گاه بنایی برای اغراض ناپاک با نام مسجد به وجود آید، باید در از بین بردن آن کوشید.

۲. منزلت اهل مسجد در روایات

اهل مسجد، زائران خانه خدا هستند که از بلاها و مشکلات در امانند (طبرسی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ص ۲۲۶)، فرشتگان در کارها به آنان کمک می‌کنند (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۸۰: ص ۳۷۳) و خداوند در قیامت به آن‌ها توجه بسیار دارد (عاملی، ۱۴۰۳ق، ج ۳: ص ۴۸۱). امام حسن مجتبی ۷ فرمود: اهل مسجد زائران خداوند و بر صاحب خانه، حق است که به زائرینش هدیه‌ای عطا نماید. امام صادق ۷ می‌فرماید: کسی که به سوی مسجد گام بر می‌دارد، بر هیچ خشک و تری پانمی‌نهد، جز آن‌که از زمین اول تا هفتم برای او تسبیح می‌گویند (عاملی، ۱۴۰۳ق، ج ۳: ص ۴۸۳). در حدیثی از پیامبر ۹ آمده است: «مسجد، همدمانی دارد که فرشتگان خدا با آنان همنشین و مأنوسند، هر گاه اینان (به دلیلی) در مسجد، حضور نیابند، فرشتگان سراغشان را می‌گیرند؛ به هنگام بیماری از آن‌ها عبادت و دلجویی می‌کنند و در سختی‌ها به یاری‌شان می‌شتابند (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۸۳: ص ۳۷۳) و نیز فرشتگان خدا در قبر به دیدار انسان مسجدی می‌روند، وی را بشارت می‌دهند؛ در تنهایی قبر، انیس و همدم اویند و تا برپایی قیامت، پیوسته برای او از خداوند آمرزش می‌خواهند» (عاملی، ۱۴۰۳ق، ج ۵: ص ۳۷۲).

۳. فرهنگ و مسجد

به‌طور کلی، تعامل فرهنگی میان مسجد و جامعه در دو سطح قابل تبیین و مطالعه است. سطح اول؛ تعامل فرهنگی به معنای عام؛ بدین صورت که مسجد به عنوان پایگاه دین، در همه عرصه‌های فردی و اجتماعی زندگی بشر، نوعی از فرهنگ را تولید، تبلیغ و توسعه داد؛ یعنی فرهنگ سیاسی، فرهنگ اقتصادی، فرهنگ اجتماعی و مانند آن. در واقع، در این عرصه، پایگاه دین، فرهنگ دینی را تولید و ترویج کرده که این رسالت، همچنان تداوم دارد و می‌توان آن را در لایه‌های اعتقادی، ارزشی و هنجاری و رفتاری همه عرصه‌های جامعه رصد و بازخوانی کرد. بدون تردید، از آن‌جا که تعامل، یک موضوع طرفینی است،

گاهی عناصر فرهنگ، از سوی جامعه شکل می‌گیرند و مسجد را نیز تحت تأثیر خود قرار می‌دهند؛ چنان‌که در معماری و شیوه کاربری مسجد، اجرای آداب و رسوم، نمونه‌هایی را می‌توان مشاهده نمود.

سطح دوم، تعامل فرهنگی به معنای خاص است؛ موضوعی که تأکید ویژه و تمرکز این نوشتار است. در این سطح، نوع تعامل مسجد با جامعه، یک تعامل فرهنگی است و نه اقتصادی و سیاسی و مانند آن؛ یعنی اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارها و اعمال، کنش‌ها و فعالیت‌های فرهنگی است که در تعامل بین مسجد و جامعه وجود دارد.

در مواجهه فرهنگ به معنای خاص با جامعه، با دو سطح از مخاطب مواجه می‌شویم: مخاطب عام و مخاطب خاص؛ به عبارت دیگر، دسته‌ای از مولفه‌های فرهنگی برای عموم مردم جامعه تبلیغ می‌شود و برای همه قابل عمل است و دسته‌ای از مولفه‌های فرهنگی، مانند آموزش، برای بخشی از جامعه قابل دسترسی است. از این‌رو، در تعامل فرهنگی مسجد با جامعه نیز، بخشی از آموزه‌ها و پیام‌های مسجد، خطاب به عموم افراد جامعه است و انتظار است همه آن‌ها را فرا گرفته و عمل نمایند؛ مانند اعتقادات، ارزش‌ها، هنجارهای فرهنگی و مانند آن و دسته‌ای از پیام‌های مسجد، خطاب به خواص جامعه و نخبگان است که با فراگیری و آموختن آن، به عنوان رهبران جامعه عمل نمایند و هدایت‌گری مورد انتظار مسجد را برای عموم جامعه انجام دهند؛ مانند تعلیم و تعلم علوم، تربیت، تبلیغ و مانند آن.

نکته قابل ذکر آن است که در بحث تعامل فرهنگی توجه به هر دو سطح اندیشه و عمل ضروری است؛ بدین معنی که لایه‌های اعتقادی، ارزشی و هنجاری که دایره‌مدار وجه اندیشه‌ای فرهنگ هستند، ابتدا بایست در جامعه، نهادینه و مورد پذیرش قرار گیرند تا به تبع آن، رفتار و عمل متناسب با آن‌ها تجلی یابد؛ همان‌گونه که اعتقاد و ارزش بدون عمل و التزام عملی، ناقص است، عمل بدون اعتقاد و ارزش، نیز بیهوده است. بر این اساس، در ادامه، ابتدا وجوه تعامل فرهنگی مسجد با جامعه در حوزه اندیشه - که همان سطح اعتقادات، ارزش‌ها و هنجارهاست - تبیین خواهد شد و سپس گونه‌های تعامل در حوزه عمل - که شامل اعمال و کنش‌های فرهنگی است - بیان می‌شود.

۴. وجوه تعامل فرهنگی مسجد با جامعه

۴-۱. تعامل مسجد و جامعه در اعتقادات

مسجد به‌طور کلی، به سه‌گونه از اعتقادات (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۴: ص ۳۰) توجه دارد و متناسب با هر سه نوع، با جامعه و افراد آن تعامل برقرار می‌کند:

۱-۱-۴. اعتقادات برخاسته از سنت: برخی از محققان و اندیشمندان علم کلام معتقدند که بیشترین خاستگاه اعتقاد، تقلید و پیروی از بزرگان و نیاکان است. استاد مطهری معتقد است: «عقاید اغلب تقلید است؛ پیروی از اکابر و بزرگان است. از نظر قرآن، انسان تحت تأثیر اکابر قرار می‌گیرد، عقیده‌ای اتخاذ می‌کند، تحت تأثیر پدر، مادر، آباء و اسلاف خود عقیده‌ای در ذهنش نفوذ می‌کند» (مطهری، ۱۳۶۸، ج ۳: ص ۲۲۲ - ۲۲۴).

این بخش از عقاید بر اساس سنت‌های حاکم بر جامعه و از طریق جامعه، خانواده و افراد تأثیرگذار به افراد منتقل می‌شود. هر جامعه و ملتی بر اساس میراث فرهنگی خود به سنت‌هایی پای‌بند است که ممکن است از پشتوانه علمی و منطقی یا توهم و خرافه برخوردار باشند. مسجد، از ابتدا با سنت‌هایی که دارای جایگاه و مقبولیت اجتماعی بوده و پشتوانه منطقی داشتند، تعامل مثبت داشته است؛ چنان‌که برخی از سنت‌ها مانند: جشن نوروز ایرانیان، گونه‌های احترام به آباء و اجداد در مساجد نیز برگزار می‌شد.

۲-۱-۴. اعتقادات برخاسته از احساس: برخی از عقاید به مسائل روانی و عاطفی متکی هستند؛ یعنی، افراد با قرار گرفتن در شرایط عاطفی ویژه‌ای، تحت تأثیر مسائل روانی قرار می‌گیرند و نسبت به برخی رفتارها، پای‌بندی نشان می‌دهند. چنین عقایدی بر اساس شناخت نیست و آگاهانه صورت نمی‌گیرد و لذا در معرض تغییرند و با فروکش کردن احساسات، انسان به حال عادی برمی‌گردد (همان)؛ البته برخی احساسات منطقی و دارای پشتوانه مقبولی است.

مسجد با سنت‌هایی که ناشی از احساسات دینی بوده و زمینه‌ای برای رشد و تکامل انسانی در آن وجود داشته و یا زمینه‌ای برای هدایت بشر به سوی سعادت بوده است، همراهی داشته است. سنت‌هایی که سبب تحریک احساسات مسلمانان برای مواجهه با دشمن و یا آمادگی برای اعلام وفاداری با رهبران اسلامی بوده، از این‌گونه سنت‌هاست که

مسجد در شکل‌گیری آن‌ها نقش آفرین بوده است. اما، سنت‌هایی که ناشی از احساسات جاهلانه و سنت‌های غلط بوده و سبب ترویج عقاید نادرست می‌شد، به هیچ‌وجه در مسجد اسلامی جایگاهی ندارد.

وجه مشترک این دو دسته از سنت‌ها، دگرگونی و زوال زودرس آن‌ها و عدم ثبات‌شان در بستر جامعه است؛ زیرا، هم سنت‌ها همواره در حال دگرگونی هستند و هم احساسات، معمولاً موقت و زودگذرند و همین که فرد خود را تحت فشار اجتماعی سنت جامعه خود نبیند یا از حالت احساسی خارج شود، زمینه انجام رفتارهای جدید به وجود می‌آید؛ بنابراین، ماندگاری اصیلی ندارند. از همین رو، اعمال مبتنی بر این نوع از اعتقادات نیز ثبات لازم را ندارند.

۳-۱-۴. اعتقادات برخاسته از تحقیق: دسته‌ای از عقاید نیز برخاسته از یک تلاش علمی هستند. فرد با یادگیری به وسیله ابزارهای شناخت، به‌طور کامل یا جزئی پی به حقایق چیز می‌برد و درصدد است تا به آن عمل کند. دین اسلام، بخش مهمی از عقاید دینی را مبتنی بر تحقیق و تفهیم می‌داند. این مسأله، به‌ویژه در اصول دین، مورد تأکید دارد. پذیرش اصول عقاید در اسلام، باید از طریق تفکر و تدبّر به دست آید. به بیان ساده‌تر، اعتقاد به وحدانیت خداوند یا رسالت پیامبر یا وجود زندگی پس از مرگ، همانند اعتقاد به فروع دین نیست که از طریق تعبّد بتواند مستند به علم گردد، بلکه باید علمی و یقینی باشد، چه از راه استدلال‌های علمی و چه از راه دیگری؛ هرچند اتفاقاً و احیاناً مفید علم باشد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۹: ص ۱۵۷). از نظر اسلام، اصول عقاید، اجتهادی است، نه تقلیدی؛ یعنی: هر کس با فکر خودش باید آن را حل بکند (مطهری، ۱۳۶۷: ص ۹۴-۹۵).

تقلید و تعبّد دو گونه است: گاهی نشأت گرفته از عقل است و بر دلایل علمی و استوار می‌باشد، مانند: تقلید بیمار از دستورات پزشک یا پیروی کارگر از دستورات مهندس فنی در به کارگیری ماشین‌آلات. این گونه تقلیدها به معلومات تجربی و قوانین حاکم در علم پزشکی یا فنی مستند است. در واقع، تقلید بیمار یا کارگر با تکیه بر شناخت متخصص است. تقلید در فروع دین و عبادات دینی نیز از همین قبیل است (مک‌درموت، ۱۳۷۲: ص ۹) که در واقع مستند است به دلایل معتبر در شریعت مقدس اسلام که به وسیله

دانشمندان این رشته تبیین شده است. این گونه عقاید تعبّدی، نشأت گرفته از خاستگاه تحقیقی هستند (طباطبایی ۱۳۷۴، ج ۹، ص ۱۵۷).

گاهی عقاید تعبّدی، نشأت گرفته از توهم بوده و حاکی از واقعیتی نیستند و خاستگاه علمی ندارند. این گونه عقاید، جزو دسته اول و دوم هستند؛ یعنی، خاستگاه سنتی و احساسی دارند. قرآن کریم در چند مورد چنین عقایدی را نکوهش کرده است: «إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَا هَذِهِ التَّمَائِلُ الَّتِي أَنْتُمْ لَهَا عَاكِفُونَ قَالُوا وَجَدْنَا آبَاءَنَا لَهَا عَابِدِينَ قَالَ لَقَدْ كُنْتُمْ أَنْتُمْ وَ آبَاؤُكُمْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» (انبیاء: ۵۳)؛ همان گونه که در آیه اشاره شده، اگر از برخی افراد درباره عقیده‌شان سؤال شود، آن‌ها بر اساس تقلید تعبّدی استدلال می‌کنند و هیچ جواب منطقی ارائه نمی‌دهند (قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۲: ص ۳۱۶)؛ چنین اعتقادی ناآگاهانه است.

بنابراین، اعتقاد در درجه اول، باید مبتنی بر علم و مستدل باشد؛ هر چند که اعتقادهای برخاسته از سنت نیز در صورت درست بودن مورد تأیید قرار گرفته‌اند؛ چنان که قرآن کریم می‌فرماید: «يُرِيدُ اللَّهُ لِيُذَيِّبَنَّ لَكُمْ وَيَهْدِيَكُمْ سُنْنَ الدِّينِ مِنْ قَبْلِكُمْ وَ يُسَوِّبَ عَلَيْكُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ؛ خداوند می‌خواهد - راه سعادت را - برای شما آشکار سازد و به سنت‌های پیشینیان، شما را راهنمایی کند و شما را از گناه قبلی پاک سازد و خداوند دانا و حکیم است» (نساء: ۲۶)؛ البته مفسران از این آیه استفاده کرده‌اند که سنت‌های خوب گذشتگان - و نه هر سنتی - باید حفظ شود و باید به آن‌ها عمل کرد.

۲-۴. تعامل مسجد و جامعه در ارزش‌ها

۱-۲-۴. مفهوم ارزش^۱

واژه «ارزش»، به لحاظ لغوی، دارای معانی متعددی نظیر: «قدر؛ قیمت؛ بهاء؛ شایستگی؛ قابلیت؛ استحقاق و برازندگی» می‌باشد (دهخدا، ۱۳۷۳؛ عمید، ۱۳۷۵: ذیل واژه ارزش) و به لحاظ اصطلاحی، نیز دارای مفهومی پیچیده و دامنه کاربردی وسیعی بوده و در علوم فلسفه، حقوق، روان‌شناسی، علوم اقتصادی، سیاست، جامعه‌شناسی و علم اخلاق در معانی متفاوتی به کار رفته است.

1. Value

در جامعه‌شناسی نیز تعاریف متعددی از «ارزش» ارائه شده است؛ به‌عنوان نمونه، «گیدنز» ارزش‌ها را به معنای «خوب یا بد، شایسته و مطلوب و ناشایست و نامطلوب نزد یک فرد یا گروه» می‌داند (گیدنز، ۱۳۸۷: ص ۱۶۲)؛ «بروس کوئن»، ارزش‌ها را «احساسات ریشه‌دار و عمیقی که اعمال و رفتار جامعه را تعیین کرده و اعضای جامعه در آن‌ها شریک‌اند» تعریف می‌کند (کوئن، ۱۳۷۱: صص ۶۱ و ۷۳).

با توجه به این مولفه‌ها؛ «ارزش‌ها»، آن دسته از اندیشه‌ها، باورها، گرایش‌ها، اخلاقیات و اعمالی هستند که در نزد تمام یا اکثر افراد یک گروه یا جامعه، به عنوان کمالات مطلوب و امور واجد شایستگی شناخته می‌شوند. این ارزش‌های فرهنگی، نظام ترجیحات و اولویت‌ها را برای زندگی فردی و اجتماعی، معین می‌سازد. بخش مهمی از تعالیم دین اسلام ناظر به اعمال افراد مسلمان است. به‌طور کلی وظایف عملی هر فرد مسلمان در سه حوزه عبادات، اخلاق و احکام مدنی و اجتماعی (معاملات) دسته‌بندی می‌شوند:

الف) عبادات

عبادت، عملی است که صرفاً به نیت و انگیزه اطاعت از دستور خداوند یکتا انجام می‌شود. به‌طور کلی، اعمال عبادی یا واجب هستند و یا مستحب. مهم‌ترین عمل عبادی واجب در اسلام نمازهای یومیه است. آموزه‌های دینی، از مواردی مانند، تعلیم و تربیت، تفکر و... نیز به عبادت تعبیر آورده‌اند که دلالت بر اهمیت آن‌ها دارد.

ب) اخلاق

در متون اصلی اسلام، یعنی قرآن و سنت معصومان:، آموزه‌های فراوانی برای رفتارهای اخلاقی وجود دارد. معرفی اخلاق پسندیده و ناپسند و راه‌های عملی رسیدن به کمالات اخلاقی، توصیه به رعایت حقوق دیگران و دستوراتی برای تنظیم روابط اجتماعی و خانوادگی جزو تعالیم اخلاقی اسلام به‌شمار می‌آید.

ج) احکام مدنی و اجتماعی

در اسلام برای بسیاری از امور زندگی روزمره، دستورات و احکام شرعی وجود دارد.

اموری مانند: ازدواج، طلاق، تجارت، معاملات از قبیل: خرید و فروش، اجاره، رهن، خوردنی‌ها و آشامیدنی‌ها، شکار، امور جنائی، قضاوت هر یک احکامی دارند. این احکام در علم فقه با عنوان احکام معاملات مورد بررسی واقع می‌شوند.

می‌توان گفت، مجموع این وظایف مسلمانان، ارزش‌های آنان محسوب می‌شوند که هر یک، تأثیر خاصی در شکل‌گیری فرهنگ اسلامی دارند. ارزش فرهنگی، آن چیزی است که در عرصه فرهنگ، معمولاً یک وصف شایسته‌ای را اثبات کند و ناظر بر «باید»های موجود در عرصه فرهنگ است. ارزش‌ها، سبب ارزیابی ما از پدیده‌ها و امور پیرامون خود شده و باعث هماهنگی رفتار افراد جامعه خواهد شد. بنابراین، ارزش‌ها به رفتار جهت می‌دهند و هدایت‌کننده آن هستند.

۲-۲-۴. مولفه‌های ارزشی

ارزش‌های فرهنگی‌ای که مسجد در تعامل با جامعه در آن‌ها نقش آفرین بوده و ناشی از حوزه‌های عبادی، اخلاقی و اجتماعی است به قرار زیر است:

۱-۲-۲-۴. دین‌داری

دین‌داری، نخستین و مهم‌ترین معیار و ارزش فرهنگی اسلام است. در نگرش الهی، ارزش انسان در گرو تدین اوست. قرآن کریم به کرات بر اهمیت دینداری و آثار دنیوی و اخروی آن تأکید نموده‌اند. خداوند متعال، اقامه دین را تکلیف همگانی دانسته است (شوری: ۱۳).

بخشی از دین‌داری، عبادت و پرستش خداوند و تقوای الهی است. چنان‌که هدف اولیه از خلقت انسان را عبادت معرفی می‌کند: «وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ» (ذاریات: ۵۶) و نیز «وَمَا أَمْرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقِيَمَةِ» (بینه: ۴)؛ در حالی که به آن‌ها دستوری داده نشده بود، جز این که خدا را پرستش کنند با کمال اخلاص و از شرک به توحید بازگردند، نماز را برپا دارند و زکات را ادا کنند، و این آئین مستقیم و صحیح و پایدار است.

هم‌چنین، گرامی‌ترین بنده نزد خود را باتقواترین آن‌ها معرفی می‌کند. امنیت و آسایش

انسان را در گرو دین داری می‌داند: «بلی، من اسلم و وجهه لله و هوَ مُحسن فلهُ اجره عند ربّه و لاخوف علیهم و لا هُم یحزّنون» (بقره: ۱۱۲). حتی هدف اصلی از بعثت انبیاء را دعوت مردم به پرستش و عبادت خداوند معرفی می‌شود: «وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَّسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَ اجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ...» (نحل: ۳۶).

بعد دیگر دین داری، عمل صالح است که نوعی دیگر از اقامه دستورات الهی است. خداوند به چنین کسانی، افزون بر حیات طیبه در دنیا، به بهترین جزای نیک در آخرت بشارت داده است: «مَنْ عَمِلَ صَالِحًا مِّنْ ذَكَرٍ أَوْ انْشَىٰ وَ هُوَ مُؤْمِنٌ، فَلَنُحْيِيَنَّهٗ حَيَاةً طَيِّبَةً وَ لَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ بِأَحْسَنِ مَا كَانُوا يَعْلَمُونَ» (نحل: ۹۷).

اسلام، با ارزشی که به انسان داده، او را از محدوده مادیات فراتر برده و در جایگاه موجودی دانسته که شایستگی مقام خلافت الهی را دارد. برای رسیدن به این مقام والا، اصل دینداری یعنی؛ ایمان و عمل صالح یک ضرورت و اصل رکن است که می‌بایست علاوه در نگرش، رفتار، زندگی انسان، در نوع تعاملات او با خداوند، دیگران و طبیعت نمایان و بروز یابد.

۲-۲-۲-۴. علم

از ارزش‌های مهم اسلام، علم و معرفت‌یابی است. با علم حقیقی است که انسان، خود و خدای خویش را شناخته و با پی بردن به اهداف خلقت و آشنایی با حقوق و تکالیف و صراط مستقیم، برای رسیدن به سعادت و رستگاری و تکامل تلاش خواهد کرد. دست‌یابی به علم، موجب عزت و قدرت مسلمان می‌شود؛ هم‌چنین می‌فرمایند: «به راستی فرشتگان الهی، برای رضایت طالبان و دانشجویان، بال‌های خود را برای آنان می‌گسترانند. همه موجودات آسمان و زمین حتی ماهیان دریا برای دانشمندان، آمرزش می‌طلبند و منزلت عالم در مقایسه با عابد همچون ماه و دیگر ستارگان است. به راستی، علما، وارثان پیامبرانند؛ زیرا پیامبران، درهم و دیناری را از خود به جای ننهاده‌اند، بلکه ارث آنان، علم و دانش است و هر کس علم را آموخته باشد، سهم سودمند و فراوانی را به دست آورده است». امام علی ۷ می‌فرماید: «العلمُ سلطان، من وجده صال به و من لم یجده، صیل به»؛ علم و دانش قدرت است، هر کس به آن دست یابد، غلبه یابد و هر کس به آن دست نیابد،

زیر سلطه قرار گیرد (ابن‌ابی‌الحدید، ۱۹۶۷م، ج ۲۰: ص ۳۱۹). درباره مقام عالم روایت شده: «قلم عالم از خون شهید برتر است» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۲: ص ۱۴). با این درجه از اهمیت و جایگاه، علم‌آموزی و افزایش معرفت، یک ضرورت همگانی و ارزش فرهنگی متعالی در نگاه اسلامی است که فرد مسلمان برای رسیدن به تکامل و سعادت، بایست آن را فراگیرد. مسجد، همواره پایگاه اصلی علم‌آموزی و نشر معارف اسلامی بوده است.

۳-۲-۲-۴. پای‌بندی به پوشش خاص

پوشش، یک امر کلی و مربوط به همه انسان‌هاست. پوشش، نعمت بزرگی است که خداوند آن را از نشانه‌های قدرت خود معرفی می‌کند: «ای فرزندان آدم! در حقیقت، ما برای شما لباسی فرو فرستادیم که عورت‌های شما را پوشیده می‌دارد و زینتی است و [لی] بهترین جامه، لباس تقواست. این از نشانه‌های [قدرت] خداست؛ باشد که متذکر شوند» (اعراف: ۲۶).

مسجد، از آن‌جا که محیطی برای تعامل اجتماعی مسلمانان است، از همان ابتدای تأسیس، برای پوشش افراد، شرایط و محدودیت‌های خاصی را وضع کرد. این محدودیت‌ها، ابتدا در ظرف عبادات و محیط مسجد، تعیین و ابلاغ شد و به تدریج به عنوان ارزش‌های فرهنگی وارد جامعه گردید. در اسلام، بهره‌بردن از زیبایی‌های طبیعت، پوشیدن لباس‌های زیبا و مناسب، به کاربردن انواع عطرها و امثال آن، نه تنها مجاز، که به آن سفارش نیز شده است. روایات زیادی در این باره از معصومین نقل شده است.

در حدیث دیگری می‌خوانیم، شخصی به نام «عباد بن کثیر» با امام صادق ۷ روبرو شد، در حالی که امام ۷ لباس نسبتاً زیبایی بر تن داشت، به امام گفت: تو از خاندان نبوتی و پدرت (علی ۷) لباس بسیار ساده می‌پوشید؛ چرا چنین لباس جالبی بر تن تو است؟ آیا بهتر نبود لباسی کم‌اهمیت‌تر از این می‌پوشیدی؟ امام فرمود: وای بر تو ای عباد!؛ چه کسی زینت‌هایی را که خداوند برای بندگانش آفریده و روزی‌های پاکیزه را حرام کرده است؟؛ «یا بنی آدم خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَ كُلُوا وَ اشْرَبُوا وَ لا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ»؛ «قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَ الطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ قُلْ هِيَ لِلَّذِينَ آمَنُوا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا خَالِصَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ كَذَلِكَ نُفَصِّلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْلَمُونَ» (اعراف: ۳۱-۳۲).

۴-۲-۲-۴. پای‌بندی به زبان خاص

از دیگر ارزش‌های فرهنگی بسیار مهم و تأثیرگذار بر دیگر عرصه‌های فرهنگ، زبان است. زبان، مهم‌ترین وسیله برای برقراری ارتباط انسان‌ها با دیگران است. توانایی تکلم و صحبت کردن از نعمت‌های بزرگ خداوند است که در قرآن نیز به آن اشاره شده است: «و به او تعلیم نطق و بیان فرمود» (الرحمن: ۳).

اسلام و به تبع آن، مبلغان، مسجد، آموزه‌های اسلام، در بستر و ظرف یک زبان خاص، محتوای دین الهی را بیان می‌کنند؛ گرچه لایه‌هایی از دین اسلام، متناسب با زبان و فرهنگ‌های متفاوت، ظرفیت تغییر را دارند و به زبان قوم درآمده‌اند؛ چنان‌که در بسیاری از مساجد، خطبه‌های نماز جمعه به فارسی یا انگلیسی خوانده می‌شود، اما برای فهم و درک عمیق و ارتباط وثیق با اسلام، باید زبان خاص اسلام را فرا گرفت. زبان اصلی قرآن، سخنان معصومین، الفاظ نماز، ادعیه و دیگر متون اصیل اسلامی، زبان عربی است. کلام وحی در ظرف این زبان، نازل شده است: «إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ» (یوسف: ۲)؛ لذا برای فهم معانی آیات قرآن کریم و استفاده صحیح از محتوای ارزشمند آن، باید تسلط کافی و کامل به این زبان پیدا کرد. میراث‌روایی و متون دینی اسلام به این زبان نگاشته یا تدوین شده است. فهم دقیق و صحیح احادیث منقول از معصومین: که رهبران و هدایت‌کنندگان اصلی جامعه به شمار می‌آیند، نیازمند تعلیم و فراگیری زبان عربی است. امام صادق ۷ می‌فرماید: «تعلّموا العربیة فإنّها کلام الله الذی یکلم به خلقه»؛ زبان عربی را فراگیرید که زبان خداوند است و با آن با مردم سخن می‌گویند. خداوند برای انتقال پیام خود که ابدی و همگانی است این زبان را برگزیده است. ویژگی‌های خاص و توانمندی زبان عربی در انتقال مفاهیم و معانی می‌تواند از جمله دلایل گزینش این زبان از سوی خداوند محسوب گردد (مکارم شیرازی، ۱۳۸۷، ج ۹: ص ۳۰۰).

اهمیت این زبان، عمدتاً از اسلام نشات می‌گیرد؛ چراکه در آغاز ظهور اسلام، از یک سو، وسائل کتابت و نوشتاری در دسترس اعراب نبود و از طرف دیگر قوم عرب، نیز یک قومی اُمّی (ناخوان) بود؛ یعنی خواندن و نوشتن را بلد نبودند و تنها افراد انگشت‌شماری وجود داشتند که قبل از اسلام، خواندن و نوشتن را آموختند (زرقانی، ۱۳۸۵: ص ۲۹۴).

مسجد به عنوان پایگاه اصلی تولید و نشر فرهنگ اسلامی، در تعامل خود با جامعه، در صدد پای‌بندی افراد جامعه به زبان اسلامی است. بنابراین، تعلیم زبان عربی، آموزش قرائت قرآن، اقامه نمازهای مختلف به زبان اصلی، برگزاری جلسات ادعیه و مراسمات دینی به زبان عربی و مانند آن در مسجد، همگی برای اثبات و نهادینه کردن زبان اصلی اسلام در جامعه است.

بی‌شک، پای‌بندی به زبان خاص، نوعی احکام و دستورات دینی الزام‌آور و بایسته‌ای را در پی دارد که در بخشی از لایه‌های دین دیده شده است و دسته‌ای از بایدهای اسلام، مربوط به حوزه زبان است که مسلمانان می‌بایست آن را رعایت کنند؛ مانند: وجوب قرائت نماز به زبان عربی و باطل بودن آن به زبان دیگری.

۵-۲-۴. پای‌بندی به آداب و رسوم خاص

آداب، حالات نیکویی است که اعمال صادره از انسان در قالب آن‌ها شکل می‌گیرند. به‌طور کلی، آداب اسلامی را می‌توان در دو بخش ذکر کرد: الف) آداب و رسومی که از سوی اسلام، آورده شده و دستور اجرای آن نیز بیان شده است مانند: نماز و صوم و مانند آن.

ب) رسومی که در میان مردم وجود دارد و به قصد احیای اعتقادات و یا شعائر دین برگزار می‌شود مانند: عزاداری و اعیاد.

در همه ادیان، آئین‌هایی برای تعظیم شعائر، اهداف، آرمان‌ها و ارزش‌های آن مکتب وجود دارد. خداوند در قرآن کریم، تکریم و بزرگداشت نعمت‌ها، شعائر و نشانه‌های خود را خواستار شده و این عمل را نشأت گرفته از تقوی الهی دانسته: «...هر کس شعائر الهی را بزرگ شمارد، به‌درستی که آن از تقوای قلوب است» (حج: ۳۲). بنابراین احیای شعائر و بزرگداشت نشانه‌های الهی، از امور پسندیده است، اما بدیهی است که هر قوم و ملتی در شکل و شیوه اجرای این بزرگداشت‌ها، آداب و رسوم ویژه و متمایزی دارد. این‌گونه رسوم تا زمانی که مخالف با دستورات اسلامی نباشد، مورد تأیید دین اسلام است. به عنوان مثال، برگزاری مراسم عزاداری، گریه کردن و گریاندن در عزای امام حسین ۷، از اموری است که در مکتب تشیع بسیار بر آن تأکید شده است (مقرّم، ۱۳۸۷: ص ۹۶)، اما شیوه

عزاداری و بزرگداشت این واقعه در میان ملل و فرهنگ‌ها، متفاوت است؛ حتی در شهرهای ایران برگزاری این آیین شبیه به همدیگر نیست. در ایران از زمان‌های قدیم مرسوم بوده که دسته‌جات عزاداری به خیابان‌ها بیایند و عزاداری کنند؛ چنان‌که امام خمینی می‌فرماید: «ما باید حافظ این سنت‌های اسلامی، حافظ این دسته‌جات مبارک اسلامی [باشیم] که در عاشورا، در محرم و صفر در مواقع مقتضی به راه می‌افتد، تأکید کنیم که بیشتر دنبالش باشند» (امام خمینی، ۱۳۷۸، ج ۱۵: ص ۴۱).

۴-۳. تعامل مسجد و جامعه در هنجارها

۴-۳-۱. هنجار

واژه «هنجار» در لغت، به معنای: «راه؛ روش؛ طریق؛ طرز؛ قاعده؛ قانون» است (معین، ۱۳۷۵ ش: ذیل واژه هنجار) و در اصطلاح جامعه‌شناختی نیز هنجار؛ «معیار تثبیت شده‌ای است از آن‌چه که باید در یک فرهنگ خاص وجود داشته باشد» (کوئن، ۱۳۷۱: ص ۱۴۶)؛ «قانون یا اصلی است که راهبری یا هدایت یک رفتار را موجب می‌شود» (بیرو، ۱۳۷۰: ص ۲۴۹). همچنین، «رفتار، قاعده، معیار یا میزانی است که با آن رفتار اجتماعی افراد در جامعه سنجیده می‌شود» (نیک‌گهر، ۱۳۶۹: ص ۱۶۷) و برخی اندیشمندان معاصر مسلمان، هنجار را به «هر رفتار گروهی که مبتنی بر یک یا چند ارزش گروهی باشد» تعریف می‌کنند (مصباح‌یزدی، ۱۳۷۲: ص ۲۲۹).

هنجارها در واقع، تبلور و تجسم ارزش‌های جمعی در مقام عمل هستند که تعیین می‌کنند که مردم در یک جامعه خاص و در شرایط معین چگونه باید رفتار کنند و رفتار اشخاص در جامعه به وسیله آن‌ها سنجیده می‌شود. هر رفتاری که با هنجارها تطابق داشته باشد، رفتاری پسندیده و نیکو (بهنجار) به‌شمار می‌آید و اگر رفتاری با هنجارها مطابق نباشد، ناپسند و مکروه (نابهنجار) شمرده می‌شود (چلبی، ۱۳۷۵: ص ۲۴؛ فرجاد، ۱۳۷۴: ص ۱۱-۱۲). بر این اساس، اگر فردی هنجار جامعه یا گروه را رعایت نکند، مورد سرزنش و احیاناً مجازات قرار می‌گیرد.

بر این اساس، هنجارهای دینی، قواعد عملی هستند که فرد را برای انجام آن راهنمایی می‌کنند؛ مانند چگونگی اقامه نماز، انجام وضوء، عقد معاملات، شیوه تعامل با دیگران و

مانند آن که در قرآن کریم و روایات معصومین : موارد متعددی بیان شده است.

۱-۳-۴. امر به اعمال

چنان که خداوند، شکل پرستش عبادی در قالب نماز را بدین گونه ترسیم می‌کند: «یا ایها الذین امنوا اركعوا و اسجدوا و اعبدوا ربکم و افعلوا الخیر لعلکم تفلحون» (حج: ۷۷)؛ یا درباره روزه می‌فرماید: «شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِي أُنزِلَ فِيهِ الْقُرْآنُ ... فَمَنْ شَهِدَ مِنْكُمُ الشَّهْرَ فَلْيَصُمْهُ وَ مَنْ كَانَ مَرِيضًا أَوْ عَلَى سَفَرٍ فَعِدَّةٌ مِنْ أَيَّامٍ أُخَرَ يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَ لَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَ لِكُمْ فِي الْعِدَّةِ وَ لِكُمُ الْوَعْدَةُ وَ لِكُمْ فِي الْحَيْطِ الْأَبْيَضِ مِنَ الْحَيْطِ الْأَسْوَدِ مِنَ الْفَجْرِ ثُمَّ أَتُمُوا الصِّيَامَ إِلَى اللَّيْلِ» (بقره: ۱۸۵)؛ هم چنین: «... وَ كَلُوا وَ اشْرَبُوا حَتَّى يَبَيِّنَ لَكُمُ الْحَيْطُ الْأَبْيَضُ مِنَ الْحَيْطِ الْأَسْوَدِ مِنَ الْفَجْرِ ثُمَّ أَتُمُوا الصِّيَامَ إِلَى اللَّيْلِ» (بقره: ۱۸۷).

درباره حج نیز آمده است: «وَ أَتُمُوا الْحَجَّ وَ الْعُمْرَةَ لِلَّهِ فَإِنْ أُحْصِرْتُمْ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ وَ لَا تَحْلِفُوا رُؤُوسَكُمْ حَتَّى يَبْلُغَ الْهَدْيُ مَحَلَّهُ فَمَنْ كَانَ مِنْكُمْ مَرِيضًا أَوْ بِهِ أَذًى مِنْ رَأْسِهِ فَفِدْيَةٌ مِنْ صِيَامٍ أَوْ صَدَقَةٍ أَوْ نُسُكٍ فَإِذَا أُمِيتُمْ فَمَنْ تَمَنَّعَ بِالْعُمْرَةِ إِلَى الْحَجِّ فَمَا اسْتَيْسَرَ مِنَ الْهَدْيِ فَمَنْ لَمْ يَجِدْ صِيَامًا ثَلَاثَةَ أَيَّامٍ فِي الْحَجِّ وَ سَبَعَهُ إِذَا رَجَعْتُمْ تِلْكَ عَشْرَةٌ كَامِلَةٌ ذَلِكَ لِمَنْ لَمْ يَكُنْ أَهْلَهُ حَاضِرِي الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ وَ اتَّقُوا اللَّهَ وَ اعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ» (بقره: ۱۹۶)؛ چنان که ملاحظه می‌شود نه تنها شیوه‌های انجام اعمال عبادی بیان شده، بلکه در صورت وجود عذر و مانع برای انجام اصل عمل عبادی مورد نظر، بدیل‌هایی را نیز برای جبران آن ذکر کرده است.

۱-۳-۴. نهی از برخی اعمال

برخی از هنجارهای دینی، آن‌هایی هستند که در قالب نهی آمده و خداوند متعال، مؤمنین را به پرهیز از آن‌ها فرا خوانده است؛ چنان که به کسانی که لباس احرام پوشیده‌اند، می‌فرماید: ای کسانی که ایمان آورده‌اید! در حال احرام، شکار نکنید، و هر کس از شما عمدتاً آن را به قتل برساند، باید کفاره‌ای معادل آن از چهارپایان بدهد؛ کفاره‌ای که دو نفر عادل از شما، معادل بودن آن را تصدیق کنند؛ و به صورت قربانی به کعبه برسد؛ یا (به جای قربانی)، اطعام مستمندان کند؛ یا معادل آن، روزه بگیرد، تا کیفر کار خود را بچشد.

خداوند گذشته را عفو کرده، ولی هر کس تکرار کند، خدا از او انتقام می‌گیرد؛ و خداوند، توانا و صاحب انتقام است (مائده: ۹۵).

این هنجارها، در جامعه اسلامی هم ابتدا در مسجد بیان و عمل می‌شود و هم از طریق آن، به مسلمانان آموزش داده می‌شود. بی‌تردید، پذیرش و عمل مسلمانان به آنها در سطح جامعه، این سطح از فرهنگ را وجه عمومی می‌دهد و تبدیل به هنجارهای مقبول و حاکم می‌نماید. اعمال انسان‌ها، بر مبنای هنجارها شکل می‌گیرند و جامعه عمل می‌پوشاند.

۴-۴. تعامل مسجد و جامعه در عرصه عمل

در سطح رفتار و عمل، تعامل مسجد و جامعه بسیار متنوع است. با توجه به این که در جامعه اسلامی، مسجد، محور کانونی بر این تعیین و توسعه نوع رفتارها در تمامی زمینه‌های اجتماعی است، تعامل آن نیز بسیار گسترده است. این تعامل، اولاً دوسویه است؛ یعنی همان‌گونه که مسجد، تأثیر گذار و نقش آفرین در اعمال و رفتارهای جامعه است، جامعه نیز به شیوه‌های گوناگون بر روی ابعاد مختلف مسجد تأثیر متقابل دارد.

ثانیاً، تعاملات متنوع مسجد در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، عبادی، فرهنگی از یک درهم پیچیدگی و وابستگی متقابلی برخوردار است که تفکیک هر از آن‌ها بدون لحاظ کردن دیگر ابعاد تعامل تا حدی ناممکن است. این وابستگی و عدم استقلال کامل تعاملات اجتماعی، سبب شده تا هر یک از اعمال و رفتارهای اجتماعی متأثر از مسجد و نهاد دین را بتوان در زمره اعمال دینی یا فرهنگی یا سیاسی و ... ذکر کرد و برداشت خاص از منظر همان بعد کرد. مثلاً نماز جماعت که یک عمل به ظاهر عبادی تعریف می‌شود، از منظر سیاسی، نماد و جلوه‌گر وحدت اسلامی است که دارای کارکرد خاصی در عرصه نیز است یا مبادلات اقتصادی نیز از جهات دیگر می‌توانند دینی یا سیاسی تعریف شوند.

با این وجود، با کمی مسامحه و مبنای قرارداد درک عموم، دسته‌ای از اعمال و رفتارها، صبغه فرهنگی آن‌ها بیشتر است و لذا در ذکر مصادیق تعامل فرهنگی مسجد و جامعه در حوزه عمل و رفتار نیز بر اساس همین مبنای مواردی از قبیل: انجام عبادات، آموزش (تعلیم و تعلم، قرائت، کتابت و...)، تبلیغ، آداب و رسوم، قابل ذکر است.

۴-۱-۴. عبادت و پرستش خدای یکتا

اصلی‌ترین رفتار و اعمال در تعامل میان مسجد و جامعه، عبادت کردن و انجام شیوه‌های مختلف پرستش است. این شیوه‌های پرستش، از سوی خداوند متعال بیان شده و یا در سیره معصومین : تجربه و روایت شده است مانند اقامه کردن نماز توسط پیامبر اسلام ﷺ و ائمه معصومین : در مساجد به همراه مسلمانان و یا اجرای برخی از حدود الهی و مانند آن.

از آن‌جا که مساجد، جایگاه و محل غلیان ارزش‌ها و هنجارهای دینی است، مسلمانان و به‌ویژه مؤمنین، به‌طور داوطلبانه بر اساس مفاهیم و ارزش‌های دینی به انواع فعالیت‌های عبادی مبادرت می‌کنند. و هر قدر فرد گرایش بیشتری برای حضور یا ارتباط با این اماکن دینی داشته باشد، می‌توان انتظار داشت که احتمال دوری او از ارتکاب جرایم و امتناع از ورود به حوزه‌های رفتاری ضداجتماعی وجود دارد.

۴-۲-۴. علم‌آموزی

از عرصه‌های بسیار مهم تعامل مسجد و جامعه، آموزش و تعلیم و تربیت است. اهمیت و جایگاه علم و کسب دانش در متون دینی به‌ویژه قرآن کریم و سیره معصومین برجسته است. اهتمام معصومین : و عالمان اسلامی در آموزش مسلمانان در مساجد اسلامی، حاکی از رسالت مسجد در این عرصه دارد. قرابت اسلام و علم در آموزه‌های دین، شاهد گویایی است که اسلام حقیقی از مسیر آگاهی و کسب دانش به دست خواهد آمد و انسان عالم و عاقل می‌تواند، مسلمان والا و برتری در نزد خداوند متعال باشد؛ هم‌چنین از اهداف بعثت پیامبر ﷺ، تعلیم و تعلّم ذکر شده است.

مساجد، نهادهای اساسی آموزش به‌ویژه در زمینه‌های قرآن، احکام، اخلاق و علمی مانند کلام و فقه بوده‌اند. در صدر اسلام، مسجد، افزون بر محل برگزاری مراسم عبادی، محل دانش‌آموزی نیز به‌شمار می‌آمد. برای نمونه، پیامبر در مسجد، آیه‌های قرآن، احکام و معارف دین و حتی مسائل تاریخی را به مردم آموزش می‌داد. مطالبی که در این‌گونه جلسات بیان می‌شد، با میزان توان فکری شنوندگان هماهنگ بود و جلسه‌ها پس از برخی نمازها، مانند صبح و شام که شمار بیشتری از مردم در مسجد حضور داشتند، برگزار

می‌شد. افزون بر مسجدالنبی، در دیگر مسجدهای مدینه نیز جلسه‌های درس برقرار بود. آموزش اسلامی با دعوت پیامبر ﷺ نخستین مربی و معلم مسلمانان و از مسجد که در واقع پایگاه تعلیماتی مسلمانان بود، آغاز شد؛ مسجد که در عصر نبوت و دوره خلفای راشدین بنای بسیار ساده و ابتدایی داشت، محل اجتماع نومسلمانانی شد که برای دریافت پاسخ به مسائل جدید، در آن آمد و شد داشتند. اقامه نماز، استماع سخنان پیامبر ﷺ در باب آیاتی که وحی می‌شد، تبلیغ دین و ابلاغ احکام شرع، اعلان جنگ و جهاد و عقد صلح، تقسیم غنایم جنگی، ارسال نامه‌ها، تشییع جنازه و مسائلی از این قبیل که بیشتر آن‌ها با هجرت رسول خدا به مدینه جاری شد، در واقع «مسجد» کهن‌ترین دانشگاه اسلامی و اساسی‌ترین پایگاه تعلیمات در تاریخ اسلامی به شمار رفته و می‌رود (همان: ص ۴).

پیامبر اعظم ﷺ از همان روزهای نخستین ورود به مدینه و تاسیس جامعه نخستین اسلامی، اهتمام ویژه‌ای به امر آموزش معارف دینی، مهارت‌آموزی، تعلیم خط، فراگیری زبان‌های بیگانه برای پاسخ به مکاتبات و ارتباطات بین‌المللی، آموزش حِرَف و مشاغل و امثال آن داشته است. ایشان، نخستین کسی بود که (نومسلمانان) عرب را برای کسب دانش، در یک حلقه گرد خود فراخواند (غنیمه، ۱۳۶۴، ص ۵۲). اعجاب‌آورترین صحنه آموزش و تعلیم در صدر اسلام، سردمداری انسانی درس ناخوانده ولی امین، دانا، عالق، حکیم و فرزانه است که توأمان حکمت آموختگان و جاهلان را رهبری کرده و فرهنگی حکیمانه را در جامعه گرفتار در تارهای شیطانی جهل جاهلیت، جاری می‌گرداند و از ایشان انسان‌های موفق می‌سازد که «حق‌باوری» را با جان خویش عجین ساخته و در راه آن، انواع مشقات را به شیرینی تحمل می‌کنند (قابل، ۱۳۸۱: ص ۱۲۹). در روایتی آمده است: «روزی رسول اکرم ﷺ وارد مسجد شد و در آن جا با دو گروه مواجه شد. در یک قسمت، مردم سرگرم علم‌آموزی و در قسمت دیگر مسجد دسته‌ای مشغول راز و نیاز با خدا بودند. پیغمبر ﷺ فرمودند: «این دو نشست و گردهمایی با خیر و سعادت‌اند؛ زیرا گروه دوم خدا را می‌خوانند و گروه اول نیز سرگرم فراگیری بینش و دانش‌اند و می‌خواهند دانش و آگاهی دینی خود را از رهگذر تعلیم، به دیگران منتقل سازند. اما گروه اول بر گروه دوم مزیت دارند. سپس، حضرت ﷺ در جمع گروهی که سرگرم دانش‌اندوزی و تعلیم بودند، نشست (حجتی، ۱۳۵۹: ص ۵۵).

در سیره مدیریتی پیامبر اعظم ﷺ نیز تعلیم و تربیت از جایگاه والایی برخوردار بود؛ برای آزادی اسیران جنگی شرط گذاشت که برای آزادی خود به مسلمانان خواندن و نوشتن بیاموزند. هر کس قرآن بلد بود موظف بود به دیگران آموزش دهد، همسایه‌ها به آموزش خانواده‌های همجوار خود توصیه شده بودند و زکات دانایی و آگاهی در هر زمینه‌ای را در انتقال آن به دیگران قرار داده بود و به معنی واقعی نهضت فراگیر آموزش را برنامه‌ریزی و اجرا می‌کرد.

مسجد از منظری دیگر یک نهاد آموزش عمومی بود. این نهاد، وظایف زیر را برعهده داشت: آموزش قرآن و معارف دینی، آموزش خواندن و نوشتن، آموزش مهارت‌ها و فنون رزم و دفاع، آموزش فنون و مهارت‌های تبلیغ و ترویج اسلام، آموزش مهارت‌ها، فنون و مشاغل مورد نیاز در امور بازرگانی، خدماتی، صنعتی، کشاورزی و... و آموزش زبان‌های بیگانه به‌ویژه عبری، سریانی، فارسی، رومی و... هر کس علم، هنر یا مهارتی داشت می‌بایست آن را به دیگران آموزش دهد. بنابراین مسجد در اسلام، در حکم مأذنه فرهنگ اسلامی بوده و وسیله ارتباط جمعی پایدار که هیچ‌گاه این نقش را از دست نداده و نخواهد داد. کمرنگ و پررنگ شدن تأثیر آن سبب انکار اصل تأثیر نمی‌شود (قابل، ۱۳۸۱: ص ۱۲۹).

پس از رحلت پیامبر خاتم ﷺ، نظام حکومتی اسلام از حرکت در مسیری که پیامبر ﷺ برای آن ترسیم نموده بود، بازماند. این تحوّل سیاسی، پیامدهای عمیق و زیان‌باری را در ابعاد گوناگون به دنبال داشت. مسجد نیز به‌عنوان نهادی که کاملاً از جنبه‌های فرهنگی و سیاسی برخوردار بود، از این آثار زیان‌بار به دور نماند. امیرالمؤمنین علی ۷ با دوری از عرصه‌های سیاسی نتوانست آن‌گونه که باید از این سنگر مقدّس در راستای تلاش‌های فرهنگی بهره‌برداری کند. با این حال، آن حضرت حتّی در دوران بیست و پنج ساله سکوت و خانه‌نشینی نیز برای به‌جای آوردن نماز در مسجد حضور می‌یافتند (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۴۴: ۱۲۳) و در موارد لازم به پرسش‌های علمی مسلمانان پاسخ می‌گفتند. این سخن از عمر بن خطّاب نقل شده که در زمان خلافت خویش گفته است: «با حضور علی در مسجد، کسی حق فتوادادن ندارد» (ابن ابی‌الحدید، ۱۹۶۷م، ج ۱: ص ۱۸).

افزودن بر آن که این سخن، گویای فضیلت و برتری علمی امیرالمؤمنین ۷ است؛ نشان می‌دهد که حتّی در دوران خلافت خلفاء نیز یکی از کارهای آن حضرت، حضور در

مسجد و فتوادادن در مسائل دینی بوده است. امیرالمؤمنین ۷ گاه در جلسات مناظره و گفتگوی‌های علمی که در مسجد تشکیل می‌شد، شرکت می‌کرد و ضمن دفاع از موقعیت و جایگاه اهل بیت ۷، آیات قرآن کریم را برای مردم تفسیر می‌کرد. پس از آن که امیرالمؤمنین ۷، خلافت ظاهری را به دست گرفت، در آغاز خلافت خویش، در مدینه و سپس در کوفه در سطح وسیع‌تری از مسجد به عنوان مرکز تبلیغ معارف اسلامی و روشنگری مردم بهره بردند. آن حضرت بارها در مسجد مدینه، کوفه و گاه نیز در مسجد بصره به وعظ و سخنرانی می‌پرداختند. بسیاری از خطبه‌های آن حضرت که اینک در دسترس ما قرار دارد، در مسجد کوفه و یا مسجد النبی ایراد شده است.

امام مجتبی ۷ پس از شهادت پدر گرامی‌شان، اولین خطبه خویش را در مسجد کوفه ایراد نمود و از مردم درخواست فرمود تا با وی بیعت کنند (مجلسی، ۱۴۰۴ق، «ب»، ج ۴۳: ص ۳۵۹ و ج ۴۴: ص ۶۶). پس از انعقاد پیمان صلح با معاویه، آن حضرت همراه با برادر گرامی‌شان امام حسین ۷، در مجالس دینی و مناسبتی در مسجدالنبی شرکت می‌جستند (همان: ج ۴۴: ص ۱۲۳). استفاده امام حسین ۷ از مسجدالحرام به عنوان پایگاه تبلیغی و فرهنگی خویش، آن گاه که نهضت خود را شروع فرمود و به مکه آمد و چهار ماهی که در آن جا سکونت داشتند، برجسته است.

امام زین العابدین ۷ نیز به منظور انجام گفتگوهای علمی، در مسجد حضور می‌یافته‌اند. یزید بن حازم می‌گوید: علی بن حسین ۷ و سلیمان بن یسار را می‌دیدم که در مسجد پیامبر خدا ۹ نشسته‌اند. آن دو از صبح گاه تا بر آمدن آفتاب با یکدیگر به بحث و گفتگوهای علمی می‌پرداختند. هر گاه مباحث علمی آنان به پایان می‌رسید، عبدالله بن ابوسلمه سوره‌ای از قرآن را برای آنان تلاوت می‌نمود. چون این کار انجام می‌شد، امام و سلیمان دعا می‌کردند (ابن‌سعد، ۱۴۱۰ق، ج ۵: ص ۲۱۶-۲۱۷).

امام سجاد ۷ میدان اصلی فعالیت‌های فرهنگی خود را گسترش دعا و تقویت بنیه معنوی مسلمانان قرار داد. با این حال، در زمینه فقه و حدیث نیز به آموزش مسلمانان پرداختند؛ تا آن جا که از آن حضرت به عنوان دانشمندی کثیرالحدیث یاد شده است. نکته قابل توجه این که، پایگاه اصلی امام ۷ در انجام این فعالیت‌ها، مسجد بوده است.

امام باقر ۷ در مسجدالنبی پس از نماز، به پرسش‌های حاضران پاسخ می‌گفتند

(مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۴۶: ص ۳۵۷). در این نشست‌ها، اهالی مدینه و آنان که از مناطق دوردست همچون خراسان به مدینه می‌آمدند، در مسجد النبی به حضور امام باقر 7 می‌شتافتند و پرسش‌های خود را با امام در میان می‌گذاشتند. ایشان در موسم حج نیز جلسات درسی را در مسجدالحرام برپا می‌نمود و به آموزش مسلمانان و رفع مشکلات علمی آنان می‌پرداخت (همان: ص ۳۵۱-۳۵۸). امام باقر 7 هم‌چنین به شاگردان برجسته و ممتاز خویش، همچون ابان بن تغلب، فرمان می‌دادند تا در مسجد مدینه بنشینند و احکام اسلامی را برای مردم بیان کند (حیدر، ۱۳۷۸، ج ۱: ص ۴۴۶).

پس از آن‌که در دوران امام باقر و امام صادق 8، قدرت و نفوذ حاکمان اموی کاهش و رو به ضعف گذاشت، فرصتی فراهم شد تا انقلابی در عرصه علم و فرهنگ ایجاد شود. لذا بهترین جایگاه برای انقلاب فرهنگی و بیان معارف دینی و انسانی، مسجد بود. امام صادق 7، از این موقعیت به خوبی بهره برده و توانست بسیاری از معارف دینی را توسط شاگردان خویش به گوش پیروانشان برسانند. نکته مهم آن است که همه این فعالیت‌های علمی - فرهنگی، چه از جانب امام 7 و چه از جانب شاگردان ایشان، در مسجد صورت می‌گرفت (مجلسی، ۱۴۰۴ق: ج ۲: ص ۱۲۲).

بنابراین می‌توان گفت؛ در عصر امام باقر و امام صادق 7 مسجدالنبی یکبار دیگر توانست پرتو افکنی کند و به مرکز نشر معارف و مبانی اسلام پیامبر اسلام 9 مبدل شود. رونق بازار دانش آل محمد 7 در مسجدالنبی چنان بود که رفته‌رفته به دیگر مساجد، همچون مسجد کوفه نیز سرایت کرد. حسن بن علی بن وشاء از شاگردان امام رضا 7 می‌گوید: «در مسجد کوفه نهصد استاد را دیدم که همگی مستقیماً از امام صادق 7 حدیث نقل می‌کردند» (همان، ج ۱: ص ۸۷).

پس از امام صادق 7 برای هیچ‌یک از امامان 9، فرصت مناسبی برای تلاش‌های علمی و فرهنگی فراهم نشد. ولی آنان نیز به فراخور شرایط و اوضاع و احوال زمان خود، تا آن‌جا که ممکن بود با حضور در مسجد، علاوه بر انجام عبادت و دعا، به پرسش‌های دینی و مشکلات علمی مسلمانان پاسخ می‌گفتند.

امام کاظم 7 به یکی از شاگردان خویش به نام محمد بن حکیم، دستور داده بودند تا در مسجد پیامبر 9 بنشیند و به بحث و گفتگو پیرامون مسائل دینی پردازد. او پس از

گفتگوهای علمی در مسجد، گزارش کار خود را به امام ۷ می‌داد و امام ۷ از کار او ابراز خشنودی می‌فرمود (طوسی، ۱۳۴۸: ص ۴۴۹).

امام محمدتقی ۷ بر رفت و آمد به مسجد مواظبت داشتند؛ آن حضرت پس از شهادت پدر گرامی‌اش با حضور بر منبر جدّ خویش، در مسجدالنبیّ به معرفی خود پرداخت و مراتب علمی خویش را برای حاضران بازگو کرد تا آنان مشکلات و مسائل علمی خویش را از وی پرسند (همان: ص ۱۰۸).

امام هادی و عسکری ۷ با اجبار خلفای زمان خود، مجبور به ترک مدینه و اقامت در سامراء شدند. به‌طور طبیعی این امر سبب شد تا آنان از محیط مدینه که یک محیط علمی بود، دور بمانند و با این‌که فعالیت‌های سیاسی آنان کاملاً زیر نظر قرار می‌گرفت؛ زمینه تلاش‌های علمی و فرهنگی آنان نیز از بین می‌رفت. مطالعه تاریخ زندگی امام عسکری ۷ در سامراء نشان می‌دهد که آن حضرت، گاه امکان برقراری روابط عادی با شیعیان خویش را هم نداشته است.

در حقیقت، سیاست تبعید امامان معصوم : به خارج از مدینه، پس از امام صادق ۷ شروع شد. حاکمان بنی‌عباس با توجه به تلاش‌های گسترده علمی و فکری امام صادق ۷ دریافتند که باقی‌ماندن امامان معصوم : در مدینه می‌تواند با گذشت زمان زمینه یک انقلاب بزرگ اجتماعی را فراهم آورد. لذا برای مقابله با همین خطر بود که امام کاظم ۷ در بغداد، زندانی شد. با دسیسه‌های مأمون، امام رضا ۷ از مدینه به طوس، احضار شد و امام هادی و عسکری ۷ نیز به اقامت در سامراء مجبور شدند.

به هر صورت، با مطالعه سیره و روش پیشوایان معصوم : روشن می‌شود آن بزرگواران، حتی در سخت‌ترین فشارهای سیاسی نیز در مسجد حاضر می‌شدند. گرچه رفت و آمد آنان به مسجد، در مرتبه اول، به قصد عبادت و به‌جای آوردن نماز بود؛ ولی این حضور، آثار سازنده فرهنگی، آموزشی و تربیتی را نیز در پی داشت.

نتیجه‌گیری

مکان‌های مذهبی در تمامی ادیان، حتی ادیان غیرتوحیدی جایگاه ویژه و کارکردهای مهمی دارند که تنها عبادت به‌معنای خاص محدود نمی‌شوند. به‌طور نمونه کلیسای

مسیحیان، کنیسه یهودیان و معبد بوداییان تنها یک مکان مذهبی نیست و در بسیاری از موارد هدف‌گذاری‌های عمیق سیاسی - اجتماعی و برنامه‌های استراتژیک عملیاتی مختلف، از این مکان‌ها دنبال می‌شود. در اسلام، مسجد، مهم‌ترین نهاد مذهبی و محور جامعه اسلامی است. با توجه به ویژگی‌ها و ظرفیت دین اسلام، مسجد، ظرفیت بالایی برای جذب و ارتقای تفکر و عمل مسلمانان دارد.

یکی از پایه‌های مهم دین اسلام، اصل اجتماعی است تا انسان را از زندگی فردی و گوشه‌نشینی برهاند و او را به سوی زندگی اجتماعی سوق دهد. به همین دلیل، اسلام همواره مؤمنین را به شرکت در اجتماع برای عبادت خداوند ترغیب می‌کند؛ زیرا تنها از طریق اجتماع است که مسلمانان می‌توانند به صورت یدِ واحدی در مقابل مصائب و مشکلات ایستادگی کنند. بنابراین، همان‌گونه که اسلام یک دین اجتماعی است، مسجد نیز یک نهاد اجتماعی محسوب می‌شود. پیامبر اسلام ﷺ برای تغییر رفتارهای اجتماعی مردم زمان خویش بر اساس اصول اجتماعی اسلام، نیاز به یک ظرفیت و بستر عینی داشت تا در سایه آن اجتماعات مردمی شکل بگیرد و مفاهیم دینی بیان شود؛ اگرچه با اندکی دقت به بیانات و مفاهیم ارائه‌شده توسط پیامبر ﷺ مشخص خواهد شد که ایشان تنها به مباحث اجتماعی و دینی بسنده نمی‌کردند و بخش اعظمی از بیانات را به موضوع و مسائل فردی اختصاص می‌دادند؛ چراکه آن حضرت، ایجاد جامعه اسلامی را در گرو ساختن و خودسازی تک‌تک افراد آن جامعه می‌دانستند و به همین سبب، دین اسلام به صورت هم‌زمان به دو جنبه فردی و اجتماعی توجه کرده است. این دو بعد، برای رشد و کمال انسان لازم است و با فقدان هر یک از آن‌ها، امکان دست‌یابی به کمال از انسان سلب می‌شود.

مساجد علاوه بر این که نقش خود را به عنوان یک نهاد موفق اجتماعی در طول حیات ارزشمند خویش به خوبی ایفاء کرده‌اند، زمینه تمسک و بهره‌مندی انسان از فضای روحانی و ارتباط با خدا را برای افراد جامعه اسلامی به تنهایی و در خلوت الهی فراهم آورده است. هر دو بخش از این نقش‌آفرینی متکی به آموزه‌های الهی است که از طریق معصومین و اولیاء الله و در ادامه توسط مبلغان، روحانیون و عالمان وارسته دینی در قالب سخنرانی، وعظ و خطابه در منابر مساجد که یکی از عناصر و اجزاء مهم مساجد در انتقال پیام‌ها محسوب می‌شوند، ابلاغ شده است. علاوه بر آن، عمده محتوای متون و منابعی که توسط

آنان مورد بهره‌برداری قرار می‌گرفت، آیات، احادیث و روایات برگرفته از سخنان پیشوایان، بزرگان و عالمان دینی است و بسیاری از این مباحث مربوط به سبک و شیوه زندگی یک فرد مسلمان و چگونگی برگزیدن رفتاری مناسب و شایسته برای زندگی در یک جامعه اسلامی است.

توسعه اسلام، در گرو توسعه مساجد است و برای گسترش گفتمان تئوریک اسلام و انقلاب اسلامی باید توجه ویژه به مساجد را در دستور کار قرار دهیم. مسجد شاید بهترین مکان برای برپایی کرسی‌های آزاد اندیشی در سطح جامعه باشند. این مکان می‌تواند جایگاهی برای شکل‌گیری گفتمان تئوریک، استراتژیک و عملیاتی جمهوری اسلامی ایران باشد. مساجد، کانون وحدت است؛ کانونی که می‌تواند تمام اقشار جامعه را در کنار هم بیاورد و به صورت فراجناحی و در زیر لوای ولایت اهداف اسلام و انقلاب را تأمین کند.

کتابنامه

* قرآن کریم

۱. ابن ابی الحدید، عبدالحمید بن هبه‌الله (۱۹۶۷م)، شرح نهج البلاغه، ج ۲۰، محقق: محمدابوالفضل ابراهیم، بیروت: چاپ افست.
۲. ابن سعد، ابوعبدالله محمد (۱۴۱۰ق)، الطبقات الكبرى، ج ۵، بیروت: دارالکتب العلمیه.
۳. بیرو، آلن (۱۳۷۰)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه: باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
۴. ترمذی، محمد بن عیسی (۱۳۹۵ق)، سنن ترمذی، ج ۳، مصر: شرکت مکتبه و مطبعه مصطفی البابی الحلبی.
۵. جلی، مسعود (۱۳۷۵)، جامعه‌شناسی نظم، تهران: نشر نی.
۶. خُر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۳ق)، وسایل الشیعه، قم: مؤسسه آل‌البیت.
۷. حیدر، اسد (۱۳۷۸)، الصادق و المذاهب الاربعه، ج ۱، تهران: مکتبه الصدر.
۸. خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۷۸)، صحیفه نور، تهران: مرکز فرهنگی انقلاب اسلامی.
۹. دهخدا، علی‌اکبر و دیگران (۱۳۷۳)، لغت‌نامه، تهران: دانشگاه تهران.
۱۰. زرقانی، محمد عبدالعظیم (۱۳۸۵)، مناهل العرفان فی علوم القرآن، ترجمه: محسن آرمین، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۱. صدوق، محمد بن علی؛ ابن بابویه (۱۴۱۳ق)، من لایحضر الفقیه، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۱۲. طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۴)، تفسیر المیزان، ترجمه: سیدمحمدباقر موسوی همدانی، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۱۳. طبرسی، علامه فضل بن حسن (۱۴۰۷ق)، مجمع‌البیان فی تفسیر القرآن، ج ۱، تهران: انتشارات ناصر خسرو.
۱۴. طوسی، محمد بن حسن (۱۳۴۸)، اختیار معرفه الرجال، تصحیح: حسن مصطفوی، مشهد: دانشگاه مشهد.

۱۵. عمید، حسن (۱۳۷۵)، فرهنگ عمید، تهران: مؤسسه امیرکبیر.
۱۶. غنیمه، عبدالرحیم (۱۳۶۴)، تاریخ دانشگاه‌های بزرگ اسلامی، ترجمه: نورالله کسایی، تهران: نشر یزدان.
۱۷. فراهتی، عباسعلی (۱۳۸۲)، مسجد و تأثیرات علمی و اجتماعی آن در جامعه اسلامی، تهران: ستاد عالی کانون‌های مساجد.
۱۸. فرجاد، محمدحسین (۱۳۷۴)، آسیب‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی انحرافات، بی‌جا، نشر بدر.
۱۹. قابل، احمد (۱۳۸۱)، «مسجد جامع»، در کتاب: پرستش‌گاه در عهد سنت و تجدد، عمادالدین باقی، تهران: نشر سرایی.
۲۰. قرائتی، محسن (۱۳۸۸)، تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
۲۱. کوئن، بروس (۱۳۷۱)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه: عباسعلی توسلی و رضا فاضل، تهران: سمت.
۲۲. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷)، جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۲۳. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴ق.)، بحارالانوار، ج ۱، بیروت: مؤسسه الوفاء.
۲۴. مجلسی، محمدتقی (۱۴۰۶ق.)، روضة المتقین فی شرح من لایحضره الفقیه، قم: موسسه فرهنگی اسلامی کوشان‌پور.
۲۵. محرمی، غلامحسین (۱۳۷۹)، نقش مسجد در جامعه اسلامی، چ اول، قم: مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی یمین.
۲۶. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۶)، فرهنگ مسجد، قم: نشر دارالحدیث.
۲۷. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۲)، جامعه و تاریخ از دیدگاه قرآن، تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۲۸. مطهری، مرتضی (۱۳۶۸)، مجموعه آثار، تهران: نشر صدرا.
۲۹. _____ (۱۳۷۲)، جامعه و نظم، قم: نشر صدرا.
۳۰. مقرر، سیدعبدالرزاق (۱۳۸۷)، مقتل الحسین، ترجمه: مرتضی فهیم کرمانی، قم: انتشارات دلیل‌ما.

۳۱. مکارم شیرازی، ناصر و جمعی از نویسندگان (۱۳۸۷)، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۲. مک‌درموت، مارتین (۱۳۷۲)، مصاحبه با کیهان فرهنگی، ش ۹۷.
۳۳. موظف رستمی، محمدعلی (۱۳۸۱)، آیین مسجد، ج ۲، تهران: نشر گویه.
۳۴. نوبهار، رحیم (۱۳۸۶)، مسجد نمونه، تهران: ستاد اقامه نماز.
۳۵. نوری، حسین بن محمدتقی (۱۴۰۸ق.)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، قم: مؤسسه آل‌البیت.
۳۶. نیک‌گهر، عبدالحسین (۱۳۶۹)، مبانی جامعه‌شناسی، تهران: نشر رایزان.

الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

* میثم فرخی

** نرگس دیده‌خانی

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون است. برای گردآوری و شناسایی مضامین مرتبط با الگوی تبلیغی امام صدر، ابتدا مبانی نظری اندیشمندان اسلامی بررسی شد، سپس با مطالعه کامل کتاب «گام به گام با امام» (۱۲ جلدی)، مضمون‌های مرتبط استخراج و کدگذاری گردیده است.

بررسی مجموعه‌ی آثار و فعالیت‌های امام موسی صدر نشان می‌دهد، ایشان الگوی متفاوتی از تبلیغ دین ارائه می‌کند. امام، مبلغ را یک مُصلِح اجتماعی می‌داند و با تأکید بر توجه به عدالت‌طلبی از سوی مبلغان، آنان را بر استقامت در راه تبلیغ فرا می‌خواند. هدف مبلغ از دیدگاه وی، پرورش انسان در راه کمال است و نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی و تربیت انسان می‌داند. امام در تبلیغ خود، از دو ابزار سخنرانی و گفتگو بیش از ابزارهای دیگر بهره‌گرفته‌اند. ایشان در بُعد شیوه‌های تبلیغی، پنج شیوه‌ی: تسامح و سهل‌گیری، استفاده از دین در امور زندگی، تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت، تبلیغ مبتنی بر فطرت و الگوسازی را شیوه‌های مُرجح تبلیغی معرفی می‌کند. ایشان، خدمت به مردم را کارکرد اصلی ادیان می‌دانند و بر این باورند، تبلیغ دین از طریق خدمت‌رسانی به مردم و توجه به وضع معیشتی آنان می‌تواند در افزایش گرایش به دین موثر باشد؛ لذا در حوزه‌ی مخاطب‌شناسی، مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی را ضروری می‌داند.

کلیدواژه‌ها

تبلیغ، الگوی تبلیغی، امام موسی صدر، شیعیان لبنان.

مقدمه

تبلیغ دین، از موضوعاتی است که همواره مورد توجه رهبران و اندیشمندان دینی جوامع اسلامی بوده است. از منظر آموزه‌های اسلامی، حفاظت و تبلیغ دین اسلام و معارف و ارزش‌های آن و جلوگیری از تحریف آن یکی از وظایف اصلی رهبر جامعه اسلامی است (جوادی آملی، ۱۳۸۱: ص ۲۴۳). بنابراین شیوه عملکرد رهبران اسلامی در زمینه تبلیغ دین، می‌تواند الگویی مطلوب از تبلیغ را فراروی پیروان و مبلغان نمایان سازد.

یکی از رهبران دینی موفق در زمینه تبلیغ، امام موسی صدر است. امام صدر در سال ۱۳۳۸ به توصیه حضرات آیات بروجردی، حکیم و شیخ مرتضی آل یاسین و هم‌چنین بنا بر وصیت مرحوم آیت‌الله سیدعبدالحسین شرف‌الدین، به عنوان جانشین ایشان برای هدایت شیعیان لبنان به آنجا رفت (احمدی، ۱۳۸۵: ص ۵). امام صدر، محرومیت‌زدایی از شیعیان و مقابله با تبعیض‌های مذهبی علیه آنان را محور برنامه‌های خود قرار داد. ایشان طی دو دهه فعالیت در لبنان، علاوه بر موفقیت در گرایش شیعیان لبنان به معارف اسلامی، توانست به عنوان یک رهبر دینی تأثیر به‌سزایی در جلوگیری از جنگ‌ها و منازعات داخلی و بهبود شرایط سیاسی و اجتماعی لبنان بگذارد؛ تا جایی که اقدامات سازنده او منشاء پیشرفت و تحولات گسترده‌ای در سال‌های بعد و تا کنون شده است.

اندیشه امام موسی صدر و شناخت الگوی تبلیغی ایشان می‌تواند برای جامعه کنونی راه‌گشا باشد؛ چراکه امروزه اندیشه‌های دینی مورد هجمه قرار گرفته و دشمنان اسلام تلاش می‌کنند با اسلام‌هراسی، مانع رشد اسلام و گرایش مردم به آن شوند. بر این اساس، بازنگری در چگونگی تبلیغ دین اسلام، یک ضرورت اساسی است و اندیشه‌ها و سیره تبلیغی امام صدر، شایسته مطالعه، بازخوانی و الگوبرداری است. پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان چگونه بوده است. سؤالات فرعی زیر، می‌تواند در دست‌یابی به پاسخ نهایی مورد توجه قرار گیرند:

۱. امام صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی چه ویژگی‌هایی داشت؟

۲. هدف امام صدر از تبلیغ دینی چه بوده است؟

۳. ابزار تبلیغی امام صدر چه بوده است؟

۴. شیوه‌های تبلیغی امام صدر چه بوده است؟

۵. جایگاه مخاطب‌شناسی در الگوی تبلیغی امام صدر چگونه است؟

۱. پیشینه پژوهش

روش تبلیغی رهبران دینی، از موضوعاتی است که کم‌تر مورد پژوهش و ارزیابی قرار گرفته است. بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون شخصیت امام صدر، روشن می‌کند که عموم تحقیقات انجام‌شده به جنبه‌های سیاسی و اجتماعی شخصیت ایشان پرداخته اند و شیوه تبلیغی ایشان به عنوان یک مبلغ اسلامی مغفول مانده است. با این وجود، پیرامون شیوه تبلیغی رهبران دینی معاصر - از منظر ارتباطی - سه پژوهش زیر یافت شد:

۱. مروی (۱۳۷۹)، در پایان‌نامه خود با عنوان «شیوه‌های تبلیغی امام خمینی؛ در دوره‌های قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی»، به مطالعه شیوه‌های تبلیغی امام خمینی پرداخته است. در این پژوهش ابتدا با توجه به منابع اسلامی شیوه‌های تبلیغی در زمینه ساخت پیام به پنج‌گونه تقسیم شده است: ۱. شیوه‌های آگاهی‌دهنده عقلی و استدلالی ۲. شیوه‌های تأیید و موافقت و همفکری ۳. شیوه‌های دعوت و نصیحت ۴. شیوه‌های نهی و تحقیر و تهدید ۵. شیوه‌های احساسی و عاطفی و قلبی. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد؛ امام خمینی رسانه‌های نوشتاری را برای پیام‌های طولانی و رسانه‌های صوتی - تصویری را برای پیام‌های کوتاه مناسب و به کار گرفته‌اند.

۲. مادرشاهی (۱۳۹۳)، در پایان‌نامه خود با عنوان «گسترش تشیع در نیجریه: سبک رهبری و شیوه‌های تبلیغی شیخ ابراهیم زکزاکی»، به دنبال بررسی شیوه‌های تبلیغی «شیخ زکزاکی»؛ رهبر «جنبش اسلامی نیجریه» بوده است. ایشان از مصاحبه‌های نیمه‌استاندارد و نیز مصاحبه با متخصصان استفاده کرده است. نتیجه پژوهش از طریق تئوری‌سازی داده‌بنیاد به دست آمده است. شیوه‌های تبلیغی شیخ زکزاکی و تشکیلات جنبش اسلامی تحت رهبری ایشان، در قالب نمودار تبلیغ ارائه شده و به‌طور تفصیلی به بیان ابعاد مختلف فرایند تبلیغ؛ اعم از مقدمات، رویکرد، ماهیت،

محتوا، قالب‌ها، ویژگی‌های مبلغ و مراحل دعوت در جامعه نیجریه پرداخته شده است. عدم جداسازی و دیگر انگاشته‌نشدن مسلمانان غیر شیعه، از مهم‌ترین راهبردهای جنبش اسلامی نیجریه معرفی شده است.

۳. رباب صدر (۲۰۱۶)، مدیر مؤسسات امام صدر در لبنان در رساله دکتری خود با عنوان «الفلسفة فی الممارسة العملية مدخل الی قراءة الامام السید موسی الصدر» در دانشگاه لبنان به بررسی اندیشه‌های امام صدر پرداخته است. رساله دربردارنده یک مقدمه و شش فصل با عناوین: «خدا و ادیان»، «هستی و انسان»، «اخلاقیات در نگاه امام موسی صدر»، «ارتباط علم و دین»، «جامعه»، «وطن و جهان» است. محقق، در این رساله بر منحصربه‌فرد بودن سبک و روش امام صدر در جایگاه زعامت شیعیان تأکید کرده است.

۲. ادبیات نظری پژوهش

تعریف تبلیغ

«ابلاغ» در لغت، به معنی «رساندن» و «تبلیغ» به معنای «رسانندگی» است. اندیشمندان اسلامی تعاریف و رویکردهای مختلفی از تبلیغ دارند. در برخی از منابع، تبلیغ را یک فعالیت آموزشی دانسته‌اند. برخی با تأکید بر این که هدف تبلیغ، اقناع مخاطب است، تعاریف دیگری ارائه کردند. نکته مهم در تعاریف ذکر شده آن است که با «هدف پیام‌رسان، تنها ادای یک پیام نیست، بلکه مُبَلِّغ می‌کوشد؛ مخاطب خویش را قانع ساخته و به هدف مورد نظر مایل گرداند و احساس و گرایش او را برانگیزاند» (رهبر، ۱۳۷۱: ص ۸۰). مهم‌ترین ویژگی تبلیغ اسلامی برخلاف تبلیغ غیراسلامی، انگیزه الهی و تمایل به هدایت انسان‌ها در راه رشد و تکامل آن‌هاست. هم‌چنین در تبلیغ اسلامی، مُبَلِّغ از ابزار و وسایل نامشروع استفاده نمی‌کند. بر این اساس، تحقیق حاضر فرایند تبلیغ را چنین تعریف می‌کند: تبلیغ، فرایندی ارتباطی با استفاده از ابزار و شیوه‌های مشروع است که با رساندن پیام الهی سبب کمال و رشد انسانی می‌شود؛ بنابراین، محتوای تبلیغ نیز محتوایی معطوف به ارزش‌ها و هنجارهای الهی است.

عناصر تبلیغ

تبلیغ، از عناصری تشکیل می‌شود که مفهوم آن را عینیت می‌بخشند. این عناصر عبارت‌اند از: «پیام‌دهنده، گیرنده پیام، پیام تبلیغی و ابزار تبلیغ» که در ادامه به اختصار هر یک از آنها بیان می‌شود:

۱. پیام‌دهنده یا مُبَلِّغ

مُبلِّغ در اصطلاح و فهم عرفی، کسی است که عهده‌دار ارائه پیامی دینی در فرصت‌های مناسب برای تأثیرگذاری بر مخاطبان است (واسعی، ۱۳۸۶: ص ۳۹). می‌توان گفت؛ مُبلِّغ عامل بسیار مؤثر و جهت‌دهنده در امر دعوت و تبلیغ است. به همین دلیل، تربیت مبلغان، از اهمیت بالایی برخوردار است. شهید مطهری - از بزرگ‌ترین مبلغین دین اسلام - ویژگی‌های مُبلِّغ را «نصح و خلوص، پرهیز از تکلف، تواضع و فروتنی، رفق و نرمش، بشارت و انداز، صبر و استقامت» بر می‌شمارند (مطهری، ۱۳۸۷، ج ۱: ص ۲۱۲-۳۰۳).

۲. گیرنده پیام

عنصر دیگر تبلیغ، مخاطب و گیرنده پیام است. از آن نظر مبلغ به کار تبلیغاتی دست می‌زند که می‌خواهد دیگران را شریک افکار و معتقدات خود کند و گرنه، هیچ انگیزه و عاملی برای اظهار عقیده یا دعوت به مطلب مورد نظر وجود نخواهد داشت (رهبر، ۱۳۷۱: ص ۱۶۸). مخاطب از دیدگاه اسلام، موجودی مختار و دارای اندیشه آزاد است و تبلیغ، برای چنین انسانی صرفاً با هدف هدایت و روشنگری اوست. شناخت جریان‌های تبلیغی سالم و انتخاب خط‌مشی اسلامی را می‌توان تنها عامل تأمین‌کننده آزادی انتخاب و استقلال مخاطب دانست.

۳. پیام

سومین عنصر تبلیغ، پیام است. پیام، عبارت است از اعتقاد، اندیشه یا گرایشی که پیام‌دهنده، قصد انتقال آن را به پیام‌گیرنده دارد. پیام در تعابیر اسلامی همان «رسالت» است که پیام‌آوران الهی آن را ابلاغ نموده و مردم را به پذیرش آن فرا می‌خوانند (خندان، ۱۳۷۴: ص ۲۰۵).

در تبلیغ دینی، «پیام دینی» مد نظر است؛ به همین سبب، پیام مبلّغ باید برآمده از آموزه‌های دین و متعلق به معانی دینی باشد. علاوه بر این، پیام باید با موازین عقل و منطق زمان و نیازهای مخاطبان سازگار باشد و در عین پرباربودن، باید با احساسات عالی بشر و حوائج عینی، فردی، اجتماعی، مادی و معنوی نیز همراهی نماید (شریعتی سبزواری، ۱۳۷۹: ص ۲۲).

۴. ابزار تبلیغ

استفاده از ابزار در امر تبلیغ از دیدگاه اسلام، همانند خود تبلیغ در قالب اصل «مشروعیت» محدود و حدود آن نیز است. بنابراین، برای ترویج و تبلیغ اسلام صرفاً از ابزارهایی می‌توان کمک گرفت که مورد تأیید شرع باشد. در آموزه‌های اسلام ابزاری که قدرت تشخیص مخاطب را از بین ببرد و او را دستخوش احساس بی‌منطق کند، در تبلیغ اسلام جایگاهی ندارد. با توجه به آیات قرآن، احادیث و سیره معصومین : می‌توان به ابزارهای «عقل و وجدان، اسوه حسنه، سیره صالحان، داستان، تاریخ، شعر، پیک و نامه، سوگند» برای تبلیغ اسلام اشاره کرد.

جایگاه مخاطب‌شناسی در تبلیغات اسلامی

از منظر توحیدی، دو نوع دیدگاه نسبت به مخاطب وجود دارد: نگرش الهی (دینی) و نگرش غیرالهی (مادی). هر یک از این دو نگرش، اهداف خاصی را دنبال می‌کنند و به تبع آن اهداف، از ابزار خاصی نیز بهره می‌گیرند. نگرش مادی بر محور تأمین سود و سرمایه با بهره‌گیری از مخاطب استوار است. در نگرش دینی و اسلامی، برخلاف نگرش مادی، پایه و اساس تبلیغ، بهره‌گرفتن از مخاطب نیست، بلکه سودرساندن به اوست، با این تفاوت که سود و منفعت در این دیدگاه، معنای مادی خود را از دست می‌دهد و مفهومی الهی پیدا می‌کند که از آن با نام «هدایت» یاد می‌شود. بنابراین، اسلام مخاطب را عامل تأمین سرمایه نمی‌داند، بلکه او را مخلوقی نیازمند هدایت فرض می‌کند. هر مبلّغی برای این که در ارائه پیام، کارآمدتر عمل کند، ابتدا به شناسایی خصوصیات و خواسته‌های مخاطب می‌پردازد تا بر مبنای آن، از درست‌ترین شیوه تقسیم‌بندی استفاده کند (شرفی، ۱۳۸۷: ص ۲۰). اهمیت

مخاطب‌شناسی از آن‌جایی است که «ما در تبلیغ دست به‌گزینش می‌زنیم و ابتدا می‌اندیشیم که باید برای مردم متناسب با فهم آن‌ها، چه بگوییم. مسلم است که در تبلیغ، نمی‌توان تمامی دین را به یک‌باره به مخاطبان منتقل کرد. لذا این‌گزینش بسته به اینکه مخاطبان ما چه کسانی هستند، تفاوت می‌کند» (حاجی‌ابراهیم، ۱۳۸۵: ص ۳۶). نکته دیگر، توجه به نیاز مخاطب است؛ چنان‌که برخی آن را اساس مخاطب‌شناسی دانسته‌اند.

۳. روش پژوهش

برای پاسخ به سؤالات پژوهش، از روش تحلیل مضمون و شبکه مضامین استفاده می‌شود. تحلیل مضمون، جستجوی مضامینی است که برای توصیف پدیده مورد مطالعه مهم هستند و بنابراین نوعی بازشناسی الگوی درون داده‌ها است. شبکه مضامین نیز نقشه‌ای برای ترسیم و ساختاردهی این مضمونهاست. شبکه مضامین، بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (گدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به‌مثابه کل) را نظام‌مند می‌کنند؛ سپس این مضامین، به صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح، همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده می‌شود. (Attride-Stirling, 2010: p.385-405). روش گردآوری داده‌ها، روش کتابخانه‌ای است. مجموعه گفتارها، مصاحبه‌ها و مقالات امام صدر در مجموعه دوازده‌جلدی «گام‌به‌گام با امام» جمع‌آوری شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

ابتدا مجموعه ۱۲ جلدی «گام‌به‌گام با امام» با دقت مطالعه شده و داده‌های مورد نیاز پژوهش فیش‌برداری شد. سپس داده‌ها در جدولی کدگذاری شده که در مجموع ۱۶۴ کد استخراج شد. در مرحله بعد، گدها تجزیه و تحلیل شده و مضمون‌های پایه از آن‌ها به دست آمد. نمونه‌ای از نحوه کدگذاری اولیه و استخراج مضامین پایه در جدول شماره ۱ آورده شده است. از آن‌جا که برخی از گدها شامل چند مضمون پایه‌ای بودند، تعداد

مضامین پایه‌ای در نهایت به ۲۰۳ مضمون رسید. سپس مضامین پایه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفته و بر اساس مشابهت معنایی، مضامین دسته‌بندی شدند و در نتیجه، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده تدوین شد. خلاصه‌ای از مضامین پایه‌ای استخراج شده که این مضامین سازمان‌دهنده را تشکیل دادند، در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. مضامین سازمان‌دهنده نیز با توجه به اهداف و سؤالات تحقیق به ۵ مضمون فراگیر منتهی شدند (جدول ۳) که در ادامه به تشریح آن پرداخته شده است.

جدول ۱: نمونه‌ای از جدول مضامین پایه

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۶۱/۱۲/۲۲ ج ۱، ص ۲۴	ارتقای زندگی اجتماعی برای بهبود وضع دینی	فعالیت‌های دینی من، قبل از هر چیز، ارتقای زندگی اجتماعی مردم به‌طور عام و فرهنگ دینی مسلمین به‌طور خاص است. بر این باورم که تا وقتی زندگی اجتماعی مردم در این سطح است، وضع دینی آنان را نمی‌توان بهبود بخشید. از این‌رو، درصدد تأسیس مؤسسه‌ای اجتماعی در شهر صور هستم تا برای بیکاران اشتغال ایجاد کند، به نیازمندان یاری رساند، یتیمان را پناه دهد و با استفاده از شیوه‌های جدید به آنان حرفه و صنعت بیاموزد.	۱
گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۶۱/۱۲/۲۲ ج ۱، ص ۲۶	استفاده از شیوه تسامح در کنار نصیحت در ارتباط با جوانان	باید اعتراف کرد که جوانان آمال و آرزوهایی خاص خود را دارند. در عین حال، این بدان معنا نیست که در آرزوهای خود غرق شوند یا چندان افراط کنند که جسم و عقل‌شان در برابر حوادث بی‌اعتنا شوند. از این‌رو، در برخورد با جوانان، هم از شیوه تسامح استفاده می‌کنم و هم از نصیحت. من در مواجهه با جوانان، چشمی را باز می‌کنم و چشم دیگر را می‌بندم.	۲

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۷۰/۶/۸ ج ۲، ص ۳۹۷	معرفی اسلام به عنوان برنامه‌ای برای ساختن جامعه توسعه یافته	باید به ابعاد فرهنگی و تمدنی اسلام در کنار آموزه‌های فقهی و اخلاقی آن توجه کرد. لازم است به مسائل پسران و دختران جوان و این آینده‌سازان کشور توجه داشت و همچنین، باید اسلام را به	۱-۳
	عدم ملاحظه کاری بی‌مورد درباره	صورت برنامه و روشی برای ساختن جامعه‌ای خودکفا و عادل و توسعه یافته به آنان معرفی کرد. از نقش زن در جامعه نباید غفلت شود. باید به او توجه داشت و او را در جایگاه واقعی‌اش قرار داد و	۲-۳
	از بین بردن تکلف میان مبلغ و مردم برای پاسخ‌گویی به سؤالات	ملاحظه کاری و احتیاط بی‌مورد را درباره آنان در امور تبلیغی اسلام کنار گذاشت. باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤالی را مطرح کنند.	۳-۳
مقاله تاریخ ۱۹۷۳/۷/۲۰ ج ۳، ص ۲۶۸	ارائه درست و مخلصانه اسلام توسط علما	درباره وظیفه علما، فکر می‌کنم همین که حقیقت ناب اسلام را برای مردم بیان کنند، کافی باشد. وقتی حقیقت اسلام با زبانی مناسب و نرم مطرح شود، خود جوامع و مسلمانان پیش از همگان درخواست یافت که درمان همه گرفتاری‌ها، مشکلات و عقب ماندگی‌های‌شان در اسلام است. بنابراین، وظیفه علما در زمان حاضر، ارائه درست و مخلصانه اسلام با قلب و زبان است.	۴
سخنرانی تاریخ ۱۹۷۵/۱/۲۰ ج ۵، ص ۱۴۷	محدود نکردن دین در مساجد	به خدا سوگند، آنانی که از روحانیان می‌خواهند عمامه و مسجدهای‌شان را حفظ کنند و از حد آن فراتر نروند، بازمانده همان کسانی هستند که در اروپا توطئه چیدند و مردم را بیرون راندند. همان‌ها که پروردگار خود را در کلیساها و در مساجد	۵

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
		محبوس کردند و خواستند تا میدان برای آنان خالی بماند تا به طغیان و ستمگری و بازی با مصالح مردم بپردازند. نه، خدا هم در مسجد است، هم در بازار و هم در میدان جنگ. مردان خدا، بندگان خدا و مؤمنان به خدا نیز باید به همه این امور اهتمام ورزند، هر کسی بنابر تخصص و شایستگی خود.	
سخنرانی تاریخ ۱۹۷۵/۷/۲۶ ج ۶، ص ۱۶۳	پشتیبانی و حمایت علمای دین از محرومان برای تحقق عدالت اجتماعی	توصیه به همه علمای دین در جهان اسلام و به همه مؤمنان و کسانی که آرزوی تحقق یافتن هدف‌های اسلامی را دارند، که به مقتضای اوضاع کشورشان، از محرومان و ستم‌دیدگان پشتیبانی کنند و دفاع از مسائل آنان را سرلوحه کارهای خود قرار دهند و برای تحقق عدالت مبارزه کنند؛ هر چند که نیاز به تاوان سنگین و فداکاری‌های بزرگ باشد.	۶
سخنرانی تاریخ ۱۹۷۷/۱۰/۲۳ ج ۸، ص ۴۰۲	تقویت بُعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان	رهبران مسئول در جهان اسلام نیازمند سه عنصر هستند: تقویت بُعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان؛ جهان امروز با وجود پیشرفت‌های مادی و بلکه به سبب همین پیشرفت، مشتاق صفای روحی و وارستگی از مادیات است و باید اعتراف کرد که ظاهر [زندگی] بسیاری از علمای دینی این گونه نیست. من نمی‌گویم عالم و مبلّغ دینی باید بهره‌گیری از زندگی دنیا را رها کند؛ چرا که اسلام رهبانیت و گوشه‌نشینی را رد می‌کند... سخن من این است که رشد وضع مادی زندگی انسان باید همراه با رشد جنبه معنوی باشد تا منحرف نشود و این چیزی است که مصرّانه خواستار آن هستیم.	۷

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
سخنرانی تاریخ ۱۹۶۹، ج ۱۰، ص ۱۱۹	توصیه جوانان به اصلاح محیط اجتماعی	جوانان گوش کنید! انسانی که تابع محیط و جامعه خود است و در برابر مُد - هر اندازه که ناپسند باشد - تسلیم است و جرئت حق‌گویی و راست‌گویی ندارد، شجاعت امر به معروف و نهی از منکر ندارد و از محیط خود می‌ترسد، چنین انسانی مغلوب محیط است و هیچ تأثیری در محیط نمی‌گذارد و تنها از آن تأثیر می‌پذیرد. چنین فردی، مرده حقیقی است. انسان زنده، آن است که در پیرامون خود تأثیر می‌گذارد و سازنده جامعه خویش است. وضع خانه و امت و محیط خود را اصلاح می‌کند یا به اصلاح آن کمک می‌کند و در آن تأثیر می‌گذارد. چنین انسانی بر دشمن خود چیره می‌شود و سرنوشت آنان را رقم می‌زند و اجازه نمی‌دهد دشمنانش سرنوشت او را تعیین کنند.	۸

جدول ۲: جدول مضامین سازمان‌دهنده

مضامین پایه	مضمون‌های سازمان‌دهنده	ردیف
داشتن اخلاص در عمل، اخلاص در دعوت، نیت خالصانه، تقویت بعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان، خدمت مخلصانه	اخلاص	۱
ایستادگی در برابر موانع و مشکلات و حمله‌ها استقامت در برابر تهمت‌ها و تهدیدها پذیرفتن دشواری‌های دعوت طبیعی و سودمند بودن دشواری‌های دعوت یاری حق و تسلیم‌نشدن در برابر زور مقاومت و ایستادگی در راه حق	استقامت	۲

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۳	عدالت‌طلبی	ارائه شعارهای اصیل درباره حق و عدالت عدالت‌طلبی در همه شکل‌های آن و در همه سطوحها برقراری عدالت برای نیازمندان و اهتمام به امور محرومان برطرف کردن محرومیت و گسترش عدالت توجه به عدالت اجتماعی و اقتصادی تلاش علمای دین برای تحقق عدالت اجتماعی پشتیبانی و حمایت علمای دین از جنبش‌های عدالت اجتماعی
۴	تبلیغ مبتنی بر فطرت	دعوت مبتنی بر فطرت سازگاری دعوت اسلامی با فطرت بشر بنا نهاده شدن فطرت انسان‌ها بر پایه دین باور به امکان اصلاح همه انسان‌ها توجه به فطرت پاک انسان هماهنگی کامل دین و انسانیت
۵	تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت	دعوت به سوی تلاش برای بهبودی امور و اوضاع زندگی استفاده از ظرفیت سازندگی دین برای توسعه اجتماعی پیکار با جهل و فقر و عقب‌ماندگی و بی‌عدالتی اجتماعی برپایی بیمارستان‌ها و مؤسسات اجتماعی و حمایت از آن‌ها برپایی و فعال‌سازی جنبش‌ها و مؤسسات مربوط به زنان تاسیس مدرسه پرستاری برای تربیت پرستار متدین محبت و توجه به امور مردم و تلاش برای خدمت به مردم به حرکت درآوردن نیروها برای خدمت به جامعه و انسان
۶	استفاده از دین در امور زندگی	جلب اعتماد جوانان به توانمندی دین در انطباق با زندگی جدید محدودنکردن عبادت در مساجد توجه به جنبه‌های معنوی دین و همسازی آن با امور دنیایی

مضامین پایه	مضمون‌های سازمان‌دهنده	ردیف
<p>جدانکردن دین از زندگی و موثر نشان‌دادن تعالیم دینی در حیات انسان</p> <p>توانایی پاسخ‌گویی فقه شیعه به نیازهای بشر در قرن بیستم</p> <p>وارد کردن دین در زندگی روزمره</p> <p>معرفی اسلام به عنوان برنامه‌ای برای ساختن جامعه توسعه‌یافته</p> <p>وارد کردن دین به زندگی اجتماعی</p> <p>محدودنکردن اسلام در چارچوب مسجد و ایمان انتزاعی و عبادت</p>		
<p>ایجاد مرکز تربیت طلاب برای دعوت دینی</p> <p>عمل هماهنگ و منظم در تبلیغ</p> <p>کار منظم و کار دسته‌جمعی در تبلیغات</p> <p>نظم و هماهنگی در دعوت</p> <p>تبلیغ با عمل منظم و هماهنگ</p> <p>سازمان‌دهی، شرط اساسی برای موفقیت</p> <p>ایجاد تشکیلات تبلیغی شیعه</p> <p>بهره‌مندی از آمارهای دقیق و نو دربارهٔ مسلمانان و امور تربیتی آنان</p>	نظم و هماهنگی در تبلیغ	۷
تواضع در دعوت، تواضع در نوع صحبت	تواضع و فروتنی	۸
<p>دعوت به پیروی و الگوگیری از امیرالمؤمنین ۷ و پیامبر ۹</p> <p>افزایش معرفت و آگاهی در راه خدمت و تقویت اهداف امیرالمؤمنین ۷</p> <p>پیروی از امام در رفتار و تقویت دین</p> <p>حضرت زینب ۳ نمونه زن مجاهد و قهرمان</p> <p>الگوگیری از امام حسین ۷ در زندگی و جامعه</p> <p>الگوسازی از ائمه اطهار : برای دختران</p> <p>اصلاح زندگی با الگوگیری از امام حسین ۷</p>	الگوسازی	۹

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۱۰	گفتگو و تعامل	گفتگو و تبادل نظر ایجاد وحدت با گفتگو و تفاهم تلاش برای گفتگو دعوت علمای دین به هم‌گرایی و گفتگو گفتگوی سازنده عامل پیشرفت و سازندگی کشور
۱۱	تسامح و سهل‌گیری	استفاده از شیوه تسامح در کنار نصیحت در ارتباط با جوانان اسلام، دین مسامحه پرهیز از فشار و اجبار عدم ملاحظه‌کاری بی‌مورد درباره زنان در امور تبلیغی پرهیز از خشونت
۱۲	شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان	دسته‌بندی نکردن مخاطبان به دانا و نادان فهم شک‌ها و سؤال‌ها و اعتراض‌های مخاطب
۱۳	معرفی صحیح دین	معرفی صحیح اسلام اجرا و تفسیر صحیح و زنده از مبانی دینی معرفی درست و فراتر از چارچوب فعلی از دین ارائه درست و مخلصانه اسلام توسط علما توجه به اسلام حقیقی
۱۴	آزادی مخاطبان در پرسش	پاسخ‌گویی به سؤالات جوانان ورود علما در همه زمینه‌های اجتماعی و پاسخ‌گویی به سؤالات توجه علما به مشکلات موجود و ارائه جواب‌های کلی به مسائل زمانه از بین بردن تکلف میان مُبلِّغ و مردم برای پاسخ‌گویی به پرسش‌ها

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۱۵	روش سخنرانی	برگزاری جلسات سخنرانی سخنرانی در باشگاه و مدارس و دانشگاه
۱۶	اصلاح محیط اجتماعی	نقش دین در ذخیره نیروهای جوانان و جلوگیری از فساد و زیان پاک‌سازی کشور از عوامل فساد مبارزه با بی‌بندوباری و فساد وظیفه علمای دین و مصلحان جامعه ایجاد فضایی سالم و مناسب برای جوانان توجه به نقش دین در ایجاد نهضت‌های آزادی‌بخش و حمایت از آنها توصیه جوانان به اصلاح محیط اجتماعی
۱۷	پرورش انسان در راه کمال	ارتقا خانواده برای تکامل دینی و اخلاقی ایمان سبب رسیدن به کمال انسان‌سازی و تربیت انسان، وظیفه اصلی روحانیت پرورش انسان بر نامحدود بودن در کار و کارآمدی دعوت برای رسیدن به کمال تلاش برای تربیت و از نو ساختن انسان
۱۸	اقناع و متقاعدسازی	اهمیت اقناع روح مومنین متقاعدسازی عقلی و عاطفی اقناع‌سازی در اصول دین متقاعدسازی با دلیل و برهان و تجربه نیاز ایمان به دلیل و اقناع

جدول ۳: جدول مضامین فراگیر

مضمون‌های سازمان دهنده	مضمون‌های فراگیر	ردیف
اخلاص	ویژگی‌های مبلغ	۱
استقامت		
تواضع و فروتنی		
حق‌باوری و اعتقاد به امداد الهی		
نظم و هماهنگی در تبلیغ		
تسامح و سهل‌گیری	شیوه‌های تبلیغ	۲
الگوسازی		
استفاده از دین در امور زندگی		
تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت		
تبلیغ مبتنی بر فطرت		
گفتگو و تعامل	ابزار تبلیغ	۳
سخنرانی		
پرورش انسان در راه کمال	هدف تبلیغ	۴
معرفی صحیح دین		
اصلاح محیط اجتماعی		
شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان	مخاطب‌شناسی در تبلیغ	۵
اقناع و متقاعدسازی		
آزادی مخاطبان در پرسش		

تبیین مضمون‌های فراگیر و مضمون‌های سازمان دهنده آن‌ها

۱. ویژگی‌های مبلغ

۱-۱. اخلاص

از ویژگی‌های مهم مبلغ اسلامی از دیدگاه امام صدر، اخلاص فرد است. ایشان،

اخلاص را شرط اساسی هر دعوتی می‌دانند و معتقدند فعالیت‌هایی که با هدف اصلاح جامعه صورت می‌گیرد، باید با اخلاص کامل صورت گیرد تا اثرگذار باشد و هر چه اخلاص بیشتر باشد، قدرت اثرگذاری هم بیشتر می‌شود. ایشان تأکید می‌کنند برای این که مبلغان بتوانند اخلاص در تبلیغ را حفظ کنند، باید به رشد معنوی خود پردازند و البته تأکید می‌کنند که این به معنی گوشه‌نشینی نیست بلکه معتقدند که مبلغان برای جلوگیری از انحراف و کج‌روی در تبلیغات باید به رشد جنبه معنوی خود در کنار رشد وضع مادی توجه کنند.

۲-۱. استقامت

امام صدر، استقامت را عامل موثری برای نتیجه‌بخش بودن تبلیغ و دعوت اسلامی می‌دانند؛ اگرچه دعوت اسلامی با دشواری‌هایی روبه‌رو است اما ایشان معتقدند این دشواری‌ها به سود دعوت و امری طبیعی است و فرد مُبَلِّغ باید در این راه استقامت و پایداری داشته باشد. ایشان، علاوه بر این که این دشواری‌ها را امری عادی و طبیعی می‌دانند، معتقدند اگر مبلغ به درستی حرکت خود باور داشته باشد، این دشواری‌ها سبب ارتقاء مقاومت و پایداری فرد می‌شود. امام صدر معتقدند؛ حق جویی و اصلاح باید با استقامت همراه باشد و مهم آن است که افراد نباید با امواج افکار عمومی که بر حق نیستند، همراه شوند بلکه باید در مقابل آن استقامت کنند و در این باره اشاره به کلامی از امیرالمومنین 7 بیان می‌کنند که نباید در این راه، از اقلیت بودن خود در برابر گروه مقابل بترسند.

۳-۱. تواضع و فروتنی

از برجسته‌ترین ویژگی‌های اخلاقی امام صدر به عنوان روحانی شیعه، تواضع و فروتنی ایشان است. برای نمونه، ایشان در پایان سخنرانی‌های خود درباره اسلام با این که به گونه‌ای جامع و شیوا به معرفی اسلام می‌پردازند، در نهایت تواضع بیان می‌کنند که نتوانستند حق مطلب را به جا بیاورند. آنچه از بررسی سخنرانی‌های ایشان به دست می‌آید، این است که لحن کلام امام صدر و رفتار ایشان با دیگران متواضعانه بوده است. تواضع و انصاف علمی امام موسی صدر نیز قابل توجه است. ایشان علی‌رغم فضل علمی هیچ‌گاه عقاید خود را به دیگران تحمیل نمی‌کردند.

۴-۱. عدالت‌طلبی

امام صدر، تحقق عدالت اجتماعی و بالابردن سطح اجتماعی محرومان را از وظایف و مسئولیت‌های عالمان دینی و مبلغان اسلامی می‌داند. ایشان معتقدند؛ تأثیر اندیشه‌های دینی و فردی ایشان بر جوانان در اثر فقدان عدالت اجتماعی و نبود فرصت‌های مناسب برای جوانان و نگرانی از آینده، بسیار محدود است. ایشان، فقدان عدالت اجتماعی را خطری بزرگ می‌دانند که اندیشه‌های دینی در اجتماع را تهدید می‌کند. بنابراین، امام صدر در راه تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی تلاش‌های بسیاری کردند و دغدغه‌های خود را در این زمینه در بیانیه‌ها، سخنرانی‌ها و مقالات مختلف تبیین کرده‌اند. از اقدامات عملی امام صدر برای تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی در لبنان می‌توان به تلاش برای مبارزه با فقر در شهر صور، تأسیس مدارس و کارگاه‌های فنی و اشتغال‌زایی برای جوانان، تأسیس جنبش محرومان و ده‌ها فعالیت دیگر از این دست اشاره کرد.

۴-۱. نظم و هماهنگی در تبلیغ

به اعتقاد امام صدر، اولین قدم در تبلیغ اسلامی، داشتن نظم و هماهنگی مبلغین است. به همین سبب یکی از انتقادات اساسی امام صدر به جریان تبلیغی زمان خود، فقدان نظم و هماهنگی در تبلیغ بود. ایشان، نبود یک سازماندهی منظم برای مبلغین را ضعف عمده تبلیغات اسلامی می‌دانستند و بر ایجاد یک تشکیلات منظم و هماهنگ برای تبلیغات تأکید داشتند. امام صدر با تشریح مشاهدات خود از فعالیت تبلیغی مسیحیان و اهل سنت در لبنان، عامل موفقیت این گروه‌ها را سازماندهی منظم می‌داند و تأکید دارند که شیعیان نیز باید هر چه سریع‌تر با ایجاد نظم و هماهنگی در تبلیغات عقب‌ماندگی خود را در این زمینه جبران کنند.

۲. شیوه‌های تبلیغ

۲-۱. تسامح و سهل‌گیری

امام صدر معتقدند که در تبلیغ اسلامی باید سخت‌گیری و محافظه‌کاری‌های بی‌مورد را

کنار گذاشت. ایشان معتقدند؛ روش آسان‌گیری تبلیغی، یک راه جایگزین برای اعمال نظر مُبلِّغ است. یعنی به جای آن که سخت‌گیری و شدت را مبنای ارتباط قرار دهد، نرمی و آسان‌گیری را مبنای قرار می‌دهد. در تبلیغات اسلامی که انسان مأمور به انجام تکلیف است و صرفاً به دنبال نتیجه نیست، این روش بیشتر لحاظ می‌شود. از نمونه‌های قابل توجه در فعالیت تبلیغی ایشان به روش تسامح، برخورد و تبلیغات ایشان با جوانان است. ایشان درباره مواجهه با جوانان با در نظر گرفتن شرایط و مقتضیات سنی آنان دست به تبلیغ می‌زنند و معتقدند در برخورد با جوانان، از شیوه تسامح و نصیحت استفاده می‌کنند.

۲-۲. الگوسازی

الگوسازی و اسوه‌پروری، از اصلی‌ترین روش‌های تبلیغ اسلامی توسط امام صدر بوده است. امام بر الگوبودن اهل‌بیت : تأکید داشتند و با تبیین ویژگی‌های ائمه اطهار، نمونه‌های انسان کامل را در منظر مخاطبان ترسیم کرده تا با اسوه قراردادن آن‌ها، در مسیر تکامل گام بردارند. ایشان از ظرفیت‌های مراسمات دینی؛ شامل اعیاد و سوگواری‌ها استفاده می‌کردند و معتقد بودند که باید تلاش کنیم تا هرچه بیشتر در رفتار و اخلاق به پیشوایان دینی نزدیک شویم و آن‌ها را در دین‌داری الگوی خود قرار دهیم.

۲-۳. استفاده از دین در امور زندگی

امام صدر معتقد بودند؛ نباید دین را به اعمال عبادی در مساجد محدود کرد. ایشان بر اساس آموزه‌های دین اسلام - انجام هر فعالیت با نیت الهی را عبادت می‌داند - مردم را به بهره‌برداری از دین در امور عادی و روزمره زندگی خود فرامی‌خواند. ایشان با استفاده از این روش و وارد کردن دین در تمام شئون زندگی، مردم را به دین‌داری تشویق می‌کردند. امام صدر معتقد بودند؛ باید دین در زندگی دنیایی افراد نقش پررنگی داشته باشد و محدود در امور معنوی نشود. امام صدر به این نتیجه رسیده بودند که دین و مذهب باید در زندگی روزمره جوامع اسلامی وارد و عمل شود تا با ساماندهی آن، قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود را عملاً و با اقتدار نشان دهد.

۲-۴. تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت

امام صدر، خدمت به انسان را کارکرد اصلی ادیان می‌داند. ایشان باور داشتند؛ هیچ دعوتی نمی‌تواند بدون توجه به وضع معیشتی انسان به موفقیت دست یابد. از ویژگی‌های بارز امام صدر - که ایشان را از سایر رهبران دینی در لبنان متمایز می‌کرد - این بود که ایشان به‌طور جدی سعی در بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی سعی داشتند. هدف ایشان این بود که با استفاده از این روش، کارآمدی دین را در حل مشکلات برای مردم به‌ویژه قشر جوان نشان دهند و از این راه آنان را به دین‌داری و استفاده از ظرفیت‌های دین در پیشرفت جامعه تشویق کنند. امام صدر معتقد بودند؛ نه تنها عمل شخصی مبلّغ دینی باید نمایانگر صحت دعوت وی باشد، بلکه واقعیت‌های اجتماعی نیز باید تأییدکننده کارآمدبودن عمل مبلّغ باشد.

۲-۵. تبلیغ مبتنی بر فطرت

از دیگر روش‌های تبلیغی امام صدر، توجه به فطرت پاک انسان‌ها بود. ایشان دعوت دینی اسلامی را منطبق با فطرت بشر عنوان می‌کنند. بر همین اساس ایشان، همه مردم را برای پذیرش دعوت دینی آماده می‌دانند و معتقدند؛ اگر فطرت انسان‌ها را در امر تبلیغ مخاطب قرار دهیم، حتما نتیجه خواهیم گرفت؛ چنان‌چه شیوه انبیاء الهی و رمز پیروزی آنان نیز همین بوده است. هم‌چنین معتقدند مبتنی بر آموزه‌های اسلام، انسان‌ها همه خوب و بر فطرت پاک خلق شده‌اند. چه‌بسا منافع شخصی و فساد محیط از بروز آثار این فطرت جلوگیری می‌کند و انسان، مرتکب ظلم یا فساد می‌شود ولی حتی در همان حالت، فطرت وی او را به صلاح دعوت می‌کند.

۳. ابزار تبلیغ

۳-۱. گفتگو و تعامل

گفتگو و تعامل، از محوری‌ترین مبانی فکری و رفتاری امام صدر است که می‌توان از

آن به عنوان ابزار تبلیغی ایشان یاد کرد. امام صدر، همگرایی و گفتگو را مسئله‌ای می‌دانند که همه ادیان به آن فرمان داده‌اند و معتقدند؛ انسان باید در همگرایی دائمی با دیگران باشد. امام صدر، همگرایی و ارتباط و گفتگو را ابزار یادگیری و پیشرفت می‌دانند. ایشان معتقدند؛ گفتگو شیوه مناسب رسیدن به راه‌حلی برای برطرف کردن مشکلات است و بر این اساس، گفتگو در اسلام برای رسیدن به صلح است، به همین سبب، ایشان از همه ابعاد و ظرفیت‌های گفتگو بهره می‌بردند.

۲-۳. سخنرانی

سخنرانی و خطابه، از ابزارهای سنتی و رایج تبلیغ اسلامی است. امام صدر، همچون دیگر روحانیون شیعه از این ابزار استفاده می‌کردند، اما آنچه ایشان را از دیگر مبلغان متمایز می‌کرد، شیوه استفاده از این ابزار بود. ایشان جلسات سخنرانی خود را در یک مکان خاص، مانند مسجد محدود نمی‌کردند، بلکه در بسیاری از مکان‌هایی که در آن زمان، حضور یک روحانی شیعه در آن مرسوم نبود، مانند دانشگاه‌ها و باشگاه‌ها به سخنرانی می‌پرداختند. ویژگی دیگر سخنرانی‌های امام صدر، توجه به نیازهای مخاطب و پاسخ پرسش‌هایی است که برای مخاطب ایجاد می‌شود.

۴. هدف تبلیغ

۱-۴. پرورش انسان در راه کمال

امام صدر، ایمان به ارزش‌ها را راهی برای همبستگی، تعامل و اتحاد میان مردم و گروه‌ها می‌دانستند و معتقدند؛ دعوت و تبلیغ برای رسیدن انسان به کمال و پرورش استعدادها اوست. امام صدر، نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی، رویاندن ارزش‌ها در نفس، تربیت انسان و ایجاد همبستگی و کارآمدی در مردم می‌دانند. از منظر ایشان روحانیون از نقش اصلی خود به خواست جامعه فاصله گرفته است. امام صدر، اسلام را کارخانه آدم‌سازی معرفی می‌کند که بشر را از عمق قلبش تا صورتی‌ترین حرکاتش تربیت می‌کند و او را به صورت جدیدی درمی‌آورد. ایشان به روشنی، تبلیغ دین را به عنوان

مقوله‌ای آموزشی رد می‌کنند و آن را موضوعی تربیتی می‌داند که در پی انسان‌سازی، رشد و تعالی انسان است.

۲-۴. معرفی صحیح دین

از دیگر دغدغه‌های امام صدر، معرفی صحیح و کامل دین است. ایشان باور داشتند اگر مبلغان و علمای دینی بتوانند حقیقت اسلام را به مردم معرفی کنند، خواهند دید که آمادگی پذیرش دین از سوی مردم بسیار بالا خواهد بود. امام صدر، علما را به پاسخ‌گویی نیازها و سؤالات مردم فرامی‌خواندند و معتقد بودند؛ علما و مبلغان دینی باید دین را درست معرفی کنند، به گونه‌ای که فراتر از چارچوب فعلی دین باشد. هم‌چنین توجه داشتند که با اجرای دین صحیح و تفسیر صحیح و زنده از مبانی دینی، اصلاح جامعه ممکن خواهد بود. باید دست مردم را در سختی‌ها بگیریم و هدایت کنیم. باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کنیم و به هر سؤالی پاسخ دهیم.

۳-۴. اصلاح محیط اجتماعی

اصلاح محیط اجتماعی و پاکسازی آن از عوامل فساد از اهداف تبلیغی امام صدر به عنوان رهبر شیعیان بوده است. ایشان این امر را بر دوش مصلحان و عالمان دینی می‌دانستند. توجه ایشان به این مسئله تا جایی است که بیان می‌کنند که پاکسازی جامعه از عوامل فساد امری ضروری است که هرگز چیزی به اهمیت آن نمی‌رسد. امام صدر بیان می‌کنند که بدون ایجاد فضایی که عموم مردم به خصوص جوانان بتوانند در آن زندگی سالم و امکاناتی در حد کفایت داشته باشند، نمی‌توان جامعه را درمان کرد و جلوی فساد را گرفت.

۵. مخاطب‌شناسی در تبلیغ

۵-۱. شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان

امام صدر در روش خود به خوبی نشان می‌دهد که منطق گفتگو باید همراه با

«مخاطب‌شناسی» باشد. ایشان با شناخت درست از مخاطب روش‌های مختلفی را در مواجهه با افراد مختلف در پیش می‌گیرد. از ویژگی‌های برجسته امام صدر در تبلیغات مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت واقعی از نیازهای مردم بود. نزدیکی ایشان با عموم مردم سبب شده بود که ایشان درک درستی از مسائل و نیازهای مخاطب داشته باشد و بتواند تبلیغات خود را در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای روز مخاطب به انجام برساند. ایشان معتقد بودند در صورتی که معرفی صحیح دین با توجه به احتیاجات روحی مردم انجام شود تبلیغات نتیجه می‌دهد و همه طبقات، دعوت را می‌پذیرند.

۵-۲. اقناع و متقاعدسازی

امام صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی متوجه بودند که تبلیغ باید به گونه‌ای باشد که در نظام باورهای مخاطب اثر بگذارد و این امر کار ساده‌ای نیست. ایشان باور داشتند که نظام باورهای یک انسان فقط بُعد معرفتی ندارد و سلسله‌ای از عوامل غیر معرفتی هم در تشکیل نظام باورهای انسان‌ها دخالت دارد. امام صدر امر و نهی کردن مخاطب برای تربیت را ساده‌ترین شیوه می‌دانند و معتقدند که این شیوه تأثیری محدود دارد و گاه با پیچیدگی‌ها و مسائل سلبی روبه‌رو می‌شود، به‌ویژه وقتی از خشونت استفاده می‌شود. ایشان شیوه برتر را این می‌دانند که مبلغ راه‌ها و ابزارهای متقاعدسازی را به کار بگیرد و بکوشد در عقل و دل فردی که در پی تربیت آن است، تأثیر بگذارد تا او را به هدف متقاعد کند و او را دوست بدارد تا بتواند به خود جذبش کند.

۵-۳. آزادی مخاطبان در پرسش

امام صدر از نگاه مخاطبان به مسائل نگاه می‌کردند؛ به گونه‌ای که مخاطب احساس کند نیازهای آن‌ها مورد توجه است. ایشان در مواجهه با مردم و به‌خصوص جوانان با محبت و همدلی به سخنان آنان گوش می‌دادند. امام صدر معتقد بودند باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤالی را مطرح کنند و مبلغان نیز باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کند و به هر پرسشی که از جانب مخاطب مطرح می‌شود، پاسخ دهد.



شبکه مضمون‌های مرتبط با الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

نتیجه‌گیری

بررسی مجموعه سخنرانی‌ها، مقالات، پیام‌ها و فعالیت‌های امام صدر نشان می‌دهد، ایشان الگوی متفاوتی از تبلیغ دین ارائه می‌کند. نگرش ایشان به تبلیغات فراتر از بیان آموزه‌های دینی و دعوت مردم به انجام دستورات دینی است. امام صدر به دنبال اثبات کارآمدی دین در حل مسائل روز و پیشرفت زندگی مادی است و بر این باور است که دین الهی برای زندگی و در خدمت انسان معنا می‌یابد. به همین سبب ایشان رسالت تبلیغی خود را بر بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی استوار می‌کند و آن را زمینه‌ای برای گرایش مردم به دین می‌داند چرا که در نظر ایشان در سطحی پایین از زندگی مادی، امکان رشد معنوی فراهم نیست.

از سخنرانی‌ها و درس‌گفتارهای تفسیری امام صدر چنین برداشت می‌شود که ایشان مبلغ را یک مصلح اجتماعی می‌دانند. در نگاه امام صدر تبلیغ اسلامی به دعوت مردم به انجام امور عبادی و موعظه بر منبر مساجد محدود نمی‌شود بلکه یک مبلغ اسلامی باید با حضور بی‌واسطه در بین مردم و شناخت نیازها و آگاهی از مشکلات معیشتی آنان در پی حل این مشکلات و ارتقا زندگی مادی آنان باشد. امام صدر به عنوان یک روحانی شیعه متصف به اخلاق اسلامی و دینی است که موارد بسیاری را شامل می‌شود اما مولفه‌های اخلاقی که ایشان را به عنوان یک مبلغ اسلامی در امر تبلیغ یاری می‌رساند اخلاص، استقامت، تواضع و عدالت طلبی است. ویژگی دیگر ایشان که به عنوان یک مبلغ اسلامی بسیار بر آن تأکید داشتند داشتن نظم و هماهنگی مبلغین در تبلیغات است.

هدف امام صدر و آنچه به دنبال دست‌یابی به آن از طریق تبلیغ دین بودند، بر سه محور: پرورش انسان در راه کمال، معرفی صحیح دین و اصلاح محیط اجتماعی استوار است. امام صدر نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی، رویاندن ارزش‌ها در نفس، تربیت انسان و ایجاد همبستگی اجتماعی می‌دانستند. بررسی عملکرد امام صدر نشان می‌دهد ایشان از دو ابزار بیش از ابزارهای دیگر برای رسیدن به اهداف تبلیغی خود بهره می‌بردند که شامل سخنرانی و گفتگو می‌شود. سخنرانی، متداول‌ترین ابزار در تبلیغ دین است اما امام صدر از این ابزار به شکل رایج آن استفاده نمی‌کرد. ایشان با بیان مسائل روز مردم و توجه به نیاز فکری مخاطبان در سخنرانی‌های خود، سبب توجه عموم مردم و به خصوص جوانان به سخنرانی‌های خود می‌شدند. نکته دیگر آنکه مکان و زمان سخنرانی نیز در مساجد و مراسمات دینی محدود نمی‌شد بلکه ایشان با حضور در میان مردم در مکان‌هایی مانند دانشگاه و حتی مکان‌های ورزشی به ایراد سخنرانی می‌پرداختند.

گفتگو و تعامل با مخاطبان نیز ابزاری است که امام صدر به آن توجه ویژه داشتند. ایشان بر ضرورت گفتگو، در جامعه متکثر لبنان تأکید می‌کنند و ارتباط و گفتگو را ابزار پیشرفت و یادگیری می‌دانند. امام صدر بیان می‌کنند که رسیدگی به خواسته‌های سیاسی و اجتماعی و پرداختن به سازندگی و پیشرفت کشور، تنها از طریق گفتگوی سازنده امکان‌پذیر خواهد بود. امام صدر به دلیل باورمندی به ارزش انسان و احترام به کرامت انسان‌ها، اساس ارتباط گفتگو محور را همراه با ادب می‌دانند. ایشان با اشاره به

آموزه‌های اسلامی در باب تکریم گفتار انسان‌ها، بیان می‌کنند که اسلام کلام سنجیده و پسندیده و قول سدید را کلید بهره‌مندی از خیر و خوبی و دفع زشتی و شر به شمار می‌آورد.

شیوه‌های تبلیغی امام صدر را می‌توان در پنج روش کلی دسته‌بندی کرد: تسامح و سهل‌گیری، استفاده از دین در امور زندگی، تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت، تبلیغ مبتنی بر فطرت و الگوسازی. شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی آنان از ویژگی‌های بارز الگوی تبلیغی امام صدر است. امام صدر با شناخت درست از مخاطب روش‌های مختلفی را در مواجهه با افراد مختلف در پیش می‌گرفتند. از ویژگی‌های برجسته امام صدر در تبلیغات، مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت واقعی از نیازهای مردم بود. نزدیکی امام صدر با عموم مردم سبب شده بود که ایشان درک درستی از مسائل و نیازهای مخاطب داشته باشد و بتواند تبلیغات خود را در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای روز مخاطب به انجام برساند. امام صدر احتیاجات روحی خاص مخاطبان خود را در نظر می‌گرفتند. بحث‌های امام صدر با توجه به احتیاجات روحی مخاطبان مطرح می‌شود. ایشان با واقع بینی به شرایط روحی و جسمی مخاطبان می‌نگرد و با دقت مشکلات آنان را مطالعه کرده و درصدد حل آن برمی‌آیند.

امام صدر بیان می‌کند که ملاک مبلغ برای تبلیغ دین نباید خوشامد مخاطب باشد و اگر چنین باشد، شرک است و مبلغ باید حقیقت دین را آن‌گونه که هست تبلیغ کند. در کنار این موضوع، ایشان معتقدند: در تبلیغ باید شرایط روحی مخاطبان و هم‌چنین شرایط زمانی را در نظر گرفت. ویژگی دیگر الگوی تبلیغی ایشان تلاش برای اقناع مخاطب و متقاعدساختن اوست. به همین جهت به آزادی مخاطب در بحث و پرسش نیز اهمیت ویژه‌ای می‌دادند. امام صدر معتقد بود باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤالی را مطرح کنند و مبلغان نیز باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کنند و به هر سؤالی که از جانب مخاطب مطرح می‌شود پاسخ دهند. ایشان تلاش می‌کردند سؤال‌ها و اعتراض‌های مخاطب را بفهمند و راه‌حل عملی برای مشکلات ارائه کنند.

کتابنامه

۱. احمدی، بهزاد (۱۳۸۵)، «شیعیان لبنان و توسعه نفوذ اجتماعی»، پگاه حوزه، ش ۱۹۰.
 ۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، ولایت فقیه، ولایت فقاها و عدالت، قم: نشر اسراء.
 ۳. حاجی ابراهیم، رضا (۱۳۸۵)، انسان مدرن و تبلیغ دین، قم: معاونت پژوهشی حوزه علمیه قم، دفتر طلاب جوان.
 ۴. رهبر، محمدتقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، قم: انتشارات بوستان کتاب.
 ۵. شرفی، علیرضا و دیگران (۱۳۸۷)، درسنامه اصول ارتباطات و مخاطب‌شناسی، تهران: انتشارات نهضت.
 ۶. شریعتی سبزواری، محمدباقر (۱۳۷۹)، رسالت تبلیغ، در مجموعه مقالات همایش نقش آموزش در تبلیغ دین، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
 ۷. صدر، رباب (۲۰۱۶)، الفلسفة فی الممارسة العملية مدخل الی قراءة الامام السید موسی الصدر، الدكتوراه، الجامعة اللبنانية.
 ۸. ضاهر، یعقوب (۱۳۹۶)، گام‌به‌گام با امام، ج ۱-۱۲، ترجمه: گروه مترجمان مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امام موسی صدر، تهران: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امام موسی صدر.
 ۹. مادرشاهی، حسین (۱۳۹۳)، گسترش تشیع در نیجریه: سبک رهبری و شیوه‌های تبلیغی آقای شیخ ابراهیم زکزاکی، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه امام صادق ۷.
 ۱۰. مروی، ابوالفضل (۱۳۷۹)، شیوه‌های تبلیغی امام خمینی در دوره‌های قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
 ۱۱. مطهری، مرتضی (۱۳۸۷)، حماسه حسینی، ج ۱، تهران: انتشارات صدرا.
 ۱۲. واسعی، علیرضا و محمد شمس‌الدین دینانی (۱۳۸۶)، درآمدی بر روش‌های تبلیغی ائمه، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، پژوهشکده تاریخ و سیره اهل بیت .:
13. Attride-Stirling, J. (2001), "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, p. 385-405.

مطالعه تطبیقی نگره اسلامی و غربی به پیش‌داوری

مرضیه محمص *

چکیده

پیش‌داوری، به معنای نگرش منفی درباره گروه‌های دیگر و یا اعضای آنها، یکی از موضوعات مهم روان‌شناسی اجتماعی است. با توجه به آن که از یک سو همبستگی و انسجام در جوامعی که از قومیت‌ها، گروه‌ها و خرده‌فرهنگ‌های متعدد تشکیل شده‌اند، متأثر از کیفیت ارتباطات کارآمد و موثر میان افراد است و از سوی دیگر، اخلاق اسلامی دربردارنده تمامی معیارهایی است که در سایه تفکر توحیدی، رشد و تعالی را در ابعاد گوناگون تعاملات اجتماعی انسان فراهم می‌کند، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که نگره اسلامی چه مواجهه‌ای با موضوع پیش‌داوری دارد؟ در پژوهش حاضر با استفاده از روش تطبیقی - مقایسه‌ای، پس از تبیین گستره مفهومی پیش‌داوری از منظر روان‌شناسان اجتماعی غربی و اسلامی، عوامل موثر بر تکوین پیش‌داوری دسته‌بندی می‌شود. در پایان مطالعه این نتیجه به دست آمد که هر چند آموزه‌های اسلامی و غربی در زمینه شناسایی عوامل موثر بر تکوین پیش‌داوری، نگره‌ای نزدیک به یکدیگر دارند، اما از رهگذر مذاقه در منابع اسلامی که دربردارنده تجویزهای سلبی و ایجابی درباره پیش‌داوری هستند، می‌توان مرزهای این مفهوم را بازشناسی کرد.

کلیدواژه‌ها

پیش‌داوری، دیدگاه اسلامی، دیدگاه غربی، اخلاق اجتماعی.

مقدمه

پیش‌داوری، به معنای نگرش منفی درباره گروه‌های دیگر و یا اعضای آن‌هاست. نگرش پیش‌داورانه نسبت به یک گروه سبب می‌شود که اعضای آن به گونه‌ای منفی ارزیابی شوند. در سطح شناختی، پیش‌داوری با انتظاراتی مبنی بر این که اعضای یک گروه، رفتاری منفی مرتکب خواهند شد، همراه است. مطالعات آلپورت گوردون در کتاب ماهیت پیش‌داوری، زمینه‌ساز شکل‌گیری مجموعه‌ای از پژوهش‌های روان‌شناسان اجتماعی پیرامون پیش‌داوری و ساختارمندی این بحث شده است.

درباره علل پیش‌داوری گاهی اظهار می‌شود که این پدیده به حدی شایع و جهان‌شمول است که می‌توان آن را در زندگی اجتماعی انسان، امری عادی دانست. برخی معتقدند؛ بیزاری از ناهمانند، در طبیعت انسان نهفته است و به همین جهت، پیش‌داوری را امری اجتناب‌ناپذیر می‌دانند که انسان در مقابله با آن ناتوان است. نبودن پیش‌داوری در کودکان خردسال مؤید آن است که یادگیری در پدیدایی پیش‌داوری موثر است و رفتاری اکتسابی به شمار می‌آید (آذربایجانی، ۱۳۸۷: ص ۲۰۱).

اخلاق اسلامی، به مثابه خط‌مشی انسان، نقش تأثیرگذاری در شکل‌گیری رفتار پیروان خویش دارد. بنابراین پاسخ‌گویی به این پرسش ضرورت می‌یابد که الگوی نظری و عملی اسلام در زمینه پیش‌داوری، مورد واکاوی قرار گیرد. در این پژوهش سعی شده، با استفاده از روش تطبیقی - مقایسه‌ای، پس از تبیین نگرش روان‌شناسان اجتماعی غربی به موضوع پیش‌داوری دینی، نگره اخلاق اسلامی نیز، بر اساس منابع معتبر تحلیل شود.

لازم به ذکر است، موضوعات ذیل روان‌شناسی اجتماعی در بسیاری ابعاد، هنوز مورد کاوش اخلاق پژوهان اسلامی قرار نگرفته است. پرسش‌هایی از این قبیل که آیا مسائل مختلف در حوزه روان‌شناسی اجتماعی به‌طور مستقل مورد اهتمام اخلاق اسلامی بوده است؟ آیا در این نوع موضوعات می‌توان بر مبنای نگرش اسلامی، الگویی کاربردی ارائه داد؟ تبیین الگوی اخلاق اسلامی در زمینه پیش‌داوری به عنوان یکی از مسائل مورد ابتلا در تعاملات میان‌فردی، از طریق تحقیق و استنباط آنها از منابع اصلی اسلامی ضرورت دارد.

هر چند موضوع نوشتار حاضر، مورد واکاوی قرار نگرفته، لکن در مقالات ذیل اندکی به حوزه مفهومی پیش‌داوری توجه شده است: مقاله «اعتماد اجتماعی رهاورد هنجارهای دینی و ارزش‌های اخلاقی» از افسانه ادیسی و همکاران در سال ۱۳۹۱، رعایت اخلاقیات را بعد از مولفه دینداری و مقبولیت اجتماعی در تحقق اعتماد اجتماعی تأثیرگذار معرفی کرده است. پژوهش‌های توصیفی - علی «تأثیر آموزه‌های اعتقادی و اخلاقی اسلام بر سرمایه اجتماعی مسلمانان جهان با تأکید بر شاخص اعتماد تعمیم‌یافته»، امیرخادم علی‌زاده و علی افسری سال ۱۳۹۵ و «تأثیر فضایل انسانی مثبت‌نگر بر اعتماد اجتماعی در بین شهروندان شهر اصفهان»؛ رومینا امیری و همکاران در سال ۱۳۹۵، نیز به‌طور کلی تأثیر فضایل اخلاقی و هم‌چنین مناسک اسلامی بر اعتماد اجتماعی را رصد کرده‌اند و نتایج مطالعات میدانی آنان در عینی‌سازی پژوهش حاضر موثر است. با عنایت به پیشینه پژوهشی فوق، برای بررسی دقیق‌تر عوامل تأثیرگذار بر پیدایش پیش‌داوری و ترسیم مرزهای اخلاقی آن بر مبنای مطالعه دقیق منابع اسلامی، انجام پژوهشی مستقل ضروری به نظر می‌رسد.

۱. گستره مفهومی پیش‌داوری در نگره غربی

واژه پیش‌داوری^۱ به معنای از پیش قضاوت کردن، قضاوت منفی و سوگیرانه به نفع برخی افراد یا گروه‌هاست. پیش‌داوری، حکمی مقدم بر تجربه و یا واکنشی است که شخص، نسبت به فردی یا چیزی قبل از هر گونه تجربه واقعی انجام می‌دهد (کلاین برگ، ۱۳۴۶: ص ۴۵). در تعریفی دیگر نگرش غیرمنصفانه منفی درباره یک گروه اجتماعی یا فردی که به عنوان عضو آن گروه تلقی شود، پیش‌داوری نامیده شده است (Dovidio, 2001: p.824) ارونسون، پیش‌داوری را نگرشی منفی و خصمانه نسبت به گروهی مشخص، بر اساس تصمیم‌های ناشی از اطلاعات ناقص یا نادرست می‌داند (ربانی، ۱۳۸۶: ص ۱۵۳). استروب و اینسکو در مقاله‌ای با عنوان: «تصورات قالبی، پیش‌داوری و تبعیض» یادآور می‌شوند که پیش‌داوری، به معنای داشتن نگرش منفی درباره گروه‌های دیگر و یا اعضای آنهاست که

1. Prejudice.

معمولاً بر پایه تصورات قالبی منفی ارزیابی می‌شوند (Stroebe, 1989: p.30). به عبارت دیگر، پیش‌داوری، دوست‌داشتن یا بیزاری از افراد به دلیل عضویت آنان در یک گروه اجتماعی است که معمولاً بیشتر به سوگیری منفی اشاره دارد (آذربایجانی، ۱۳۸۷: ص ۱۸۳).

پیش‌داوری، منعکس‌کننده قضاوت زود هنگام، پندار یا احساس ویژه نسبت به یک موضوع است که معمولاً قبل از جمع‌آوری و بررسی اطلاعات لازم پدید می‌آید و بر شواهد ناکافی یا حتی خیالی مبتنی است و در بسیاری موارد ممکن است بدون تجربه یا اطلاع دقیق و تحت تأثیر عوامل گوناگون، تعابیر و توصیفات خاصی در ارتباط با دیگران به کار رود. بنابراین توجه به تجاربی که موجب ایجاد درک و تصورات خاص نسبت به دیگران می‌شود، بسیار اساسی است (اشرف نظری، ۱۳۹۵: ص ۱۷).

به عقیده محققان، از طریق پیش‌داوری بدون کسب شناخت کافی، به برخی افراد و گروه‌ها اولویت داده می‌شود و برخی دیگر طرد می‌شوند. مبنای این پیش‌داوری‌ها، ممکن است عوامل مادی (جایگاه اقتصادی)، تفاوت‌های ظاهری (رنگ پوست، خصوصیات جسمانی و هوش)، جنسیت (زن و مرد)، سن (جوان و سالمند)، ملیت، مذهب و نژاد باشد. فرق پیش‌داوری و سوء تفاهم این است که پیش‌داوری در فرد از بین نمی‌رود و از جنبه منفی به مثبت تبدیل نمی‌شود، اما در سوء تفاهم پس از رویارویی با واقعیت، نتیجه‌گیری فرد تغییر می‌کند (ستوده، ۱۳۸۷: ص ۱۷۰). نگرش پیش‌داورانه نسبت به یک گروه، موجب می‌شود که اعضای آن به گونه‌ای منفی ارزیابی شوند. در سطح شناختی، پیش‌داوری با انتظاراتی مبنی بر این که اعضای یک گروه به رفتار خاصی (اغلب منفی) دست خواهند زد، مرتبط است. در سطح هیجانی، پیش‌داوری با احساسات منفی پیوند می‌خورد و در حوزه رفتاری، پیش‌داوری با اجتناب مرتبط است (راتوس، ۱۳۸۶: ص ۷۷۲).

بر اساس مؤلفه‌هایی که در تعاریف پیش‌گفته از پیش‌داوری، به دست آمد، غرض از این اصطلاح در پژوهش حاضر، فرآیندی است که از تصورات معین ذهنی پیرامون یک فرد صرفاً بر اساس عضویت وی در گروهی خاص و چه بسا توأم با تحریفات شناختی آغاز می‌شود و به رفتارهای نامطلوب، منفی، غیرمنصفانه و جزم‌اندیشانه می‌انجامد.

۲. عوامل موثر در تکوین پیش‌داوری در نگره غربی

هر یک از مفاهیم، بازنمایی یک مقوله از اموری است که به یکدیگر تعلق دارند. مفاهیم مربوط به موضوعات اجتماعی، این امکان را ایجاد می‌کنند که رفتارها و رخدادها طبقه‌بندی شوند. مطالعات روان‌شناسان اجتماعی درباره عوامل موثر بر پیدایش پیش‌داوری حاکی از آن است که عوامل ذیل در شکل‌گیری پیش‌داوری به نحو معناداری اثرگذار است:

۱-۲. نگرش‌های فرهنگی

برخی نظریه‌پردازان معتقدند که در عرصه اجتماعی، افراد بر اساس شئون، وضعیت اقتصادی، جایگاه، منزلت اجتماعی تقسیم شده‌اند. این طبقه‌بندی ناشی از تمایل به ساده‌سازی است؛ زیرا همگان تمایل دارند تا جایی که ممکن است، افراد را در چارچوب طبقه‌بندی‌های مختلف از یکدیگر متمایز کنند. این تمایل می‌تواند تصورات افراد را مخدوش کند و سوگیری‌هایی را با هدف ایجاد تمایز میان اعضای گروه خود و دیگری ایجاد نماید (Stangor, 2009: p.67).

در مطالعات مرتبط با موضوع پیش‌داوری دو خط اصلی فکری دیده می‌شود: یک دیدگاه بر عوامل فردی و فرایندهای روان‌شناختی تأکید می‌کند و نسبت به عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر در بروز پیش‌داوری بی‌توجه است و در دیدگاه دیگر پیش‌داوری تنها نتیجه هنجارهای فرهنگی تلقی می‌شود (دیوی، ۱۹۸۳، به نقل از طاهرپور، ۱۳۸۴: ص ۳۴). دیدگاه‌های کنونی درباره پیش‌داوری بر اساس سازه‌بنیادی روان‌شناختی - اجتماعی نگرش پدید آمده‌اند. با وجود توافق بسیار در مورد نگرشی بودن پیش‌داوری، درباره مفهوم نگرش اختلاف نظر وجود دارد. روان‌شناسان دو مدل کاملاً متفاوت از مفهوم نگرش را به کار گرفته‌اند. در مدل تک‌عنصری، به مفهوم نگرش به عنوان یک جهت‌گیری عاطفی نسبت به موضوع در بُعد مطلوب - نامطلوب نگرسته شده است. در مدل سه‌عنصری، نگرش‌ها در سه بُعد؛ شناختی، عاطفی و رفتاری که مرتبط با یکدیگرند، تعریف شده‌اند. به این صورت که نگرش‌ها، ارزیابی‌های کلی درباره موضوعاتی هستند که از سه منبع اطلاعاتی: شناختی، عاطفی و رفتاری حاصل می‌شوند و منبع و آماج پیش‌داوری را در سطح فردی و گروهی تعیین می‌نمایند (برونر، ۱۹۹۴، به نقل از طاهرپور، ۱۳۸۴: ص ۲۰).

به منظور توصیف و علت‌یابی پیش‌داوری، نظریه‌هایی در سطح روان‌شناختی و جامعه‌شناختی مطرح شده است. این نظریه‌ها را می‌توان در چهار سطح: فردی، شناختی، انگیزشی و اجتماعی مورد بررسی قرار داد. از مهم‌ترین نظریه‌ها در سطح فردی، نظریه شباهت باور است که آن مطرح می‌شود که نبود شباهت ادراک شده در نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهای گروه، مکانیزم روان‌شناختی زیربنایی پیش‌داوری است. بنابراین، گروه‌های غیر خودی هرچه بیشتر باورهایی متفاوت با خود فرد داشته باشند، با مطلوبیت کمتری مواجه می‌شوند. مطالعات نیز نشان می‌دهند که داشتن باورهای یکسان، تأثیر تفاوت‌های نژادی را در تعیین دوستی و پذیرش میان‌فردی در موقعیت‌های بدون فشار اجتماعی و رقابت میان گروهی می‌پوشاند. انتقاد عمده به این نظریه آن است که در این نظریه، کاملاً روشن نیست که آیا عدم تشابه باورها تنها عاملی است که به پیش‌داوری منجر می‌شود، یا آن که نبود انواع دیگر شباهت نیز می‌تواند همان اثر را داشته باشد. در این باره، یافته‌های متناقضی وجود دارد. با وجود انتقادهای وارد شده به این نظریه، شواهد تجربی زیادی آن را تایید می‌کنند و هم‌چنین برخی مطالعات قوم‌نگارانه و بین فرهنگی رابطه نزدیک بین نبود شباهت میان گروهی و طرد را نشان داده‌اند.

در واقع، پیش‌داوری بر اساس منطق و واقعیت نیست، بلکه بر پایه مجموعه‌ای از فرضیات، مفاهیم نیمه‌درست و گمانه‌زنی‌ها شکل می‌گیرد و مبتنی بر تعمیم غلط و انعطاف‌ناپذیر است. بخش عمده‌ای از پیش‌داوری به صورت ناآگاهانه انجام می‌شود و در فرضیات قالبی روزمره در مورد سایرین نمود پیدا می‌کند. این تعمیم‌ها، رفتار ما را تحت تأثیر قرار می‌دهند و سبب می‌شود که در مورد بخش‌های مختلف اجتماع تبعیض قائل شویم و یا حقایقی را به غلط تعمیم دهیم. این امر نتیجه تمایل طبیعی ما برای قالب‌بندی جهان به منظور معنادادن به آن است.

۲-۲. قدرت‌طلبی

انسان، علی‌رغم حداکثر تلاش خود برای داوری صحیح در مورد دیگران، دچار خطا می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که افراد در هنگام تهیج و برانگیختگی، درباره مسائل غیر دقیق می‌اندیشند (آرونسون، ۱۳۸۴: ص ۷۰). هم‌چنین تحقیقات مویس این موضوع

هستند که پیش‌داوری‌های ما تا چه حد بر ادراک‌ها، تفسیرها و نحوه یادآوری ما تأثیر می‌گذراند. پیش‌تصورات ما نحوه ادراک و تفسیر اطلاعات را هدایت می‌کنند (مایرز، ۱۳۹۳: ص ۱۲۸).

در سطح فردی، تفاوت‌های فردی موجود در گرایش‌های زیربنایی شخصیت قدرت‌طلب، نقش اساسی را ایفا می‌کند. در واقع، قدرت‌طلبی یک تفاوت فردی است که شامل تسلیم قدرت‌طلبانه، پرخاشگری قدرت‌طلبانه است. منظور از تسلیم قدرت‌طلبانه، تسلیم‌شدن در برابر قدرت‌مندان، پذیرش کلی سخنان و اعمال آنان و تمایل کلی برای اطاعت از دستورالعمل‌های آن‌ها بدون انگیزه دیگر است. منظور از پرخاشگری قدرت‌طلبانه، ایجاد هرگونه صدمه عمدی به دیگران همراه با این باور است که صاحبان قدرت آن را تایید می‌کنند و یا به ارائه آن یاری خواهند رساند. نتایج به‌طور عمده نشان داده‌اند که بین قدرت‌طلبی و پیش‌داوری به صورت‌های مختلف، همبستگی مثبتی وجود دارد (Adorno, 1975: p.45).

در سطح انگیزشی یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها، نظریه هویت اجتماعی است. براساس این نظریه، حتی در غیبت رقابت بین گروه‌ها، فرایندهای روان‌شناختی درونی، تعارض میان گروهی را ایجاد می‌کنند. در این نظریه، هر قدر، فرد به میزان بیشتری خواهان برقراری و استمرار برتری‌طلبی گروه خویش باشد، احتمالاً دارای باورهای پیش‌داورانه است (Operario, 199: p.78).

ناگفته‌هویداست، چنان‌چه پیش‌داوری‌های منفی در ساحت ذهنی افراد توسعه یابد، برآیند این انگاره آن است که انواع اضطراب‌ها و پریشانی‌ها، آرامش روانی افراد را به چالش می‌کشاند و شالوده حیات اجتماعی انسان را تهدید می‌نماید.

۳. گستره مفهومی پیش‌داوری در نگره دینی

مفهوم پیش‌داوری در آموزه‌های اخلاق اسلامی ضمن تعابیری که دربردارنده ریشه «ظن» می‌باشد، مورد دقت نظر قرار گرفته است. واژه‌شناسان ظن را از لغات اضداد بر شمرده و معتقدند؛ بالاترین مرتبه ظن، علم و پایین‌ترین مرتبه آن توهم است (راغب اصفهانی، ۱۳۷۹ق: ص ۲۷۵) و بر شک، تهمت (دامغانی، ۱۳۶۶: ص ۵۵۱)، بدانندیشی و پنداشتن (تفلیسی، ۱۳۷۱ق:

ص ۱۹۸) دلالت دارد. طبرسی، ظن را حدیث نفسانی می‌داند که درون آدمی جاری شده و بر قلب او غلبه پیدا می‌کند (طبرسی، ۱۳۷۴ق، ج ۱: ص ۱۲۸). ظن در اصطلاح، به معنای؛ حدیث نفسی و خطور خاطری است که از درجه توهم تا درجه علم پیش می‌رود؛ چه شواهد بر این ظن کافی باشد، چه نباشد (سهرابی‌فر، ۱۳۹۱: ص ۵۳).

ملا مهدی نراقی، سوء ظن را به گمان بدی تعریف کرده‌اند که نفس بدان مایل شود (نراقی، ۱۳۸۳ق، ج ۱: ص ۳۱۸). شهید ثانی می‌نویسد: «والمراد من سوء ظن الحرام عقد القلب و حکمه علیه بالسوء من غیر یقین» (عاملی، ۱۳۹۰ق: ص ۲۰). وی ضمن اشاره به حدیث نبوی، برای تفسیح سوء ظن، به نمونه استثنایی پرداخته‌اند: «قد قال النبی ﷺ ان الله تعالی، حرّم من المسلم دمه و ماله و ان یظن به ظن السوء، فلا یستباح ظن السوء الا بما یستباح به الدم و المال و هو متیقن مشاهده او بینه عادل او ما جرى مجرى هما من الامور المفیده الیقین او الثبوت الشرعی»؛ پیامبر ﷺ می‌فرماید: «خداوند متعال، خون و مال و بدگمانی به مسلمانان را حرام نموده است، پس بدگمانی جایز نیست مگر به چیزی که خون و مال جایز می‌شود و در صورتی که از راه مشاهده و یا شهادت عادل و مانند این‌ها یقینی گردد، از اموری که مفید علم و ثبوت شرعی باشد» (همان).

علامه طباطبایی در تعریف سوء ظن حلال می‌نویسد: سوء ظنی است که دارای آثار منفی و ناپسند نیست. بدگمانی فی نفسه چیزی جز خطورات ذهنی نیست و خطورات ذهنی، تا زمانی که آثار آن در خارج دیده نشده و یا مترتب نشده باشد، هیچ حکمی ندارد؛ برای این که بسیاری از خطورات بدون اختیار وارد ذهن می‌شود و انسان تکلیفی ندارد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۸: ص ۳۵۱). بر این مبنا، چنانچه پیش‌داوری سبب احتیاط افراد، محکم کاری در موردی که گمان برده شده، هوشیاری، فریب‌نخوردن و دفع ضرر فریب، حفظ خویش از ضررهای خوش‌باوری بی‌جا و یا اطمینان به افشاء‌کننده اسرار شود و هم‌چنین موجب تحقیق بیشتر با هدف رسیدن به حقیقت شود، شایسته است.

۴. عوامل موثر بر تکوین پیش‌داوری در نگره اسلامی

انسان، در بافت اجتماعی احاطه شده و این بافت به‌طور پیچیده‌ای، بر ساحت اندیشه وی اثرگذار است. جامعه، افراد را بر اساس سازوکارهای مقایسه اجتماعی به گروه‌های

گونگون تقسیم می‌کند و در شکل‌گیری برداشت‌های مختلف، نقش اساسی دارد.

در قرآن کریم نسبت به وقوع اختلال‌های قوای حسی انسان، هشدارهای فراوانی داده شده است. خداوند متعال می‌فرماید: «أَفَرَأَيْتَ مَنِ اتَّخَذَ إِلَهَهُ هَوَاهُ وَأَضَلَّهُ اللَّهُ عَلَىٰ عِلْمٍ وَ خَتَمَ عَلَىٰ سَمْعِهِ وَ قَلْبِهِ وَ جَعَلَ عَلَىٰ بَصَرِهِ غِشَاوَةً؛ آیا آن کسی که هوس خود را به‌مثابه خدای خود انتخاب کرد و خدا از روی علم، او را گمراه کرد و بر گوش و دلش مهر نهاد و بر دیدگانش پرده افکند را دیده‌ای؟» (جائیه: ۲۳). مطابق این آیه، طیف گوناگون هوی‌پرستی‌ها موجب اختلال در ابزارهای شناختی انسان می‌شود و امکان درک صحیح واقعیات از انسان سلب می‌شود (مدرسی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۳: ص ۹۶). از منظر مفسران، آیه شریفه «أُولَئِكَ الَّذِينَ طَبَعَ اللَّهُ عَلَىٰ قُلُوبِهِمْ وَ سَمِعِهِمْ وَ أَبْصَارِهِمْ وَ أُولَئِكَ هُمُ الْغَافِلُونَ؛ خدا بر دل و گوش‌ها و چشمان‌شان مهر برنهاده است و خود بی‌خبر هستند» (نحل: ۱۰۸)؛ دلالت بر این نکته دارد که گناهان، آثار سوئی روی حس تشخیص و درک انسان می‌گذارند و سلامت فکر را به نحو تدریجی زائل می‌نمایند و هر قدر در این راه گامی فراتر نهاده شود، پرده‌های غفلت و بی‌خبری بر دل و چشم و گوش محکم‌تر خواهد شد و سرانجام کار به جایی می‌رسد که چشم وجود دارد لکن نیک‌نگریستن محقق نمی‌شود؛ گوش وجود دارد، لکن نیک‌شنیدن صورت نمی‌پذیرد؛ لذا دریچه روح به روی همه حقایق بسته می‌شود و حیس تشخیص و قدرت تمیز که برترین نعمت الهی است، سلب می‌گردد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، ج ۱۱: ص ۴۲۰).

بر اساس آیه «الَّذِينَ كَانَتْ أَعْيُنُهُمْ فِي غِطَاءٍ عَنِ ذِكْرِي وَ كَانُوا لَا يَشْتَعِبُونَ سَمْعًا؛ آن کسانی که دیدگان‌شان از یاد من در حجاب بوده و توان شنیدن نداشته‌اند» (کهف: ۱۰۱)، مهم‌ترین وسیله حق‌جویی، سعادت‌یابی و درک واقعیات راستین، بر اثر اندیشه‌های غلط، تعصب‌ورزی و کینه‌توزی، در پوششی سخت و سنگین فرو می‌روند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، ج ۱۲: ص ۵۵۵).

بدون تردید، خطاهای شناختی پدید آمده، امکان وقوع پیش‌داوری را افزون خواهد کرد. پیش‌داوری تأثیر بسیار مهمی در رفتارهای فردی و اجتماعی و فراگرد تکاملی انسان دارد؛ لذا چنان‌چه شناخت‌ها بر پیش‌داوری‌ها ترجیح داده شوند، رفتارها به نحو محسوسی

تغییر می‌یابند. مهم‌ترین عوامل پیش‌داوری از منظر اسلامی، عبارت است از:

۱-۴. برتری طلبی

برتری طلبی، از تمایلات نفسانی است که سبب دگرگونی معیارهای ارزش‌گذاری صحیح می‌شود و تأثیر قابل‌توجهی در بروز پیش‌داوری‌ها دارد. این خصیصه باعث فراموشی بسیاری از ارزش‌های اخلاقی، از میان‌رفتن وحدت جامعه و اختلال در تعادل اجتماعی می‌شود و کیان جامعه را به خطر می‌اندازد. دگرگونی معیارهای ارزشی و اصالت‌بخشی به معیارهایی غیرواقعی، در اندیشه و گرایش‌های افراد اثر جدی می‌گذارد (سوره فتح: ۲۶؛ سوره ابراهیم: ۱۳). قرآن کریم می‌فرماید:

«أَفَرَأَيْتَ مَنِ اتَّخَذَ إِلَٰهَهُ هَوَاهُ وَأَضَلَّهُ اللَّهُ عَلَىٰ عِلْمٍ وَخَتَمَ عَلَىٰ سَمْعِهِ وَقَلْبِهِ وَجَعَلَ عَلَىٰ بَصَرِهِ غِشَاوَةً فَمَنْ يَهْدِيهِ مِنْ بَعْدِ اللَّهِ أَفَلَا تَذَكَّرُونَ؟» ای رسول ما! آیا می‌نگری آن را که هوای نفسش را خدای خود قرار داده و خدا او را آگاهانه (و پس از اتمام حجت) گمراه ساخته و مهر (قهر) بر گوش و دل او نهاده و بر چشم وی پرده ظلمت کشیده؟ پس او را بعد از خدا، دیگر که هدایت خواهد کرد؟ آیا متذکر این معنی نمی‌شوید؟» (جاثیه: ۲۳).

با توجه به آیه مذکور، انسان، در اثر پیروی از تمایلات نفسانی، بر ابزارهای شناختی خویش پرده افکنده و از درک صحیح واقعیات باز می‌ماند.

برتری طلبی، مانعی جدی در مسیر دریافت اطلاعات واقعی به شمار می‌آید. شخص متکبر، اندیشه خود را برترین اندیشه و آن را مبرا از هرگونه عیب و نقص می‌داند. این نگرش او را در داوری به اشتباه می‌اندازد (تمیمی آمدی، ۱۳۳۵، ج ۴: ص ۱۷۸). برتری‌طلبی در قالب تعصبات قومی نیز بروز می‌یابد. انسان‌های جاهل، همواره متعصب‌اند و متعصب‌اهل جنجال و هیاهوست نه اهل منطق و زمانی که جهل در دل‌ها ریشه می‌دواند، تمام زمینه‌های دیگر تعصب هم بر قلب‌ها حاکم می‌شود، قدرت داوری کاهش می‌یابد و انسان، قدرت تشخیص حق و باطل را از دست می‌دهد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، ج ۱: ص ۸۵).

۲-۴. شتاب‌زدگی

از منظر مفسران، در طول تاریخ، بسیاری از فتنه‌ها و نزاع‌ها، از قضاوت‌های عجولانه یا

سوگیری‌های ذهنی بی‌مدرک و نظریه‌های بدون تحقیق و علم، بروز کرده است. خدای تعالی در آیه «إفک» که درباره ارتکاب فردی به عمل منافی عفت، پیش‌داوری انجام شده بود و این شایعه در جامعه پخش شده بود و گروهی از منافقان و به‌ظاهر مسلمان‌ها می‌خواستند از این حادثه بهره‌برداری غرض‌آلودی به نفع خویش و به زیان جامعه اسلامی کنند، خداوند متعال، مؤمنانی را که در این حادثه فریب خوردند و شتاب‌زده تحت تاثیر واقع شدند، در چند آیه سرزنش قرار کرده و می‌فرماید: «لَوْ لَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَ الْمُؤْمِنَاتُ بِأَنْفُسِهِمْ خَيْرًا وَ قَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ؛ چرا هنگامی که این تهمت را شنیدید، مردان و زنان با ایمان نسبت به خود گمان خیر نبردند؟!» (نور: ۱۲). جالب این‌که در آیه فوق، به جای این‌که تعبیر کند شما درباره متهم به این تهمت، باید حُسن ظن داشته باشید، می‌گوید: شما نسبت به خودتان باید حُسن ظن می‌داشتید. این تعبیر اشاره به این است که جان مؤمنان از هم جدا نیست و همه به منزله نفس واحدند که اگر اتهامی به یکی از آنها متوجه شود، گویی به همه متوجه شده و همان‌گونه که هر کس خود را موظف به دفاع از خویشتن در برابر اتهامات می‌داند، باید به همان اندازه از دیگر برادران و خواهران دینی خود دفاع کند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، ج ۱۴: ص ۳۹۸). شتاب‌زدگی، روحیه تحقیق و کنجکاوی را از انسان گرفته و او را فردی زودباور و ساده‌اندیش بار می‌آورد. روابط گرم و دوستانه را در خانه و بازار و مرکز کار و همه‌جا به هم زده و مردم را نسبت به یکدیگر بدبین می‌سازد. سرچشمه قضاوت‌های عجولانه و انتخاب‌های فوری، در مورد همه کس و همه چیز است که این خود مایه انواع ناکامی‌ها و پشیمانی‌ها است (همان، ج ۱۲: ص ۱۲۱).

در قرآن کریم، کسب تجارب علمی قائم بر اندیشه‌های منطقی سلیم، منوط به آزادنمایی عقل از قید تقلید، عادات و اوهام گذشته است؛ لذا از مشرکان خواسته شده که استقلال فکری داشته باشند و گرفتار اندیشه‌های اجداد خود نباشند (سوره زخرف: ۲۳-۲۴؛ سوره بقره: ۱۷۰-۱۷۱).

قرآن مجید، ما را دعوت به این می‌نماید که حواس ظاهری و عقل را همراه هم در تجارب مادی و معنوی به کار بندیم و هر یک را متمم دیگری قرار دهیم (سجادی، ۱۳۶۳: ص ۱۳) و بدون تردید، این امر به سبب فاصله گرفتن از طیف شتاب‌زدگی‌ها محقق می‌شود. چنان‌چه انسان بتواند از پیش‌داوری پرهیز کند و منتظر بماند تا با گذر زمان به حقایق

برسد، می‌تواند زمینه ایجاد حُسن‌ظن را در خود به وجود آورد و به مرور زمان به آن دست یابد. در بیشتر زمان‌ها، پیش‌داوری مقرون به علم نیست، بلکه تنها گمانه‌زنی است که این هم به نوبه خود رهن حقیقت است و در نتیجه، انسان را از گام‌نهادن در راه کمال باز می‌دارد (علیزاده، ۱۳۸۷: ص ۲۶۸).

۳-۴. فرهنگ عمومی

فرهنگ، از مفاهیم انتزاعی است که وجودش وابسته به عناصری است که از آن انتزاع می‌شود و بر مجموعه دستاوردهای تمدن بشری و نظام اندیشه‌ای و ارزشی موثر بر رفتارهای فردی و اجتماعی دلالت دارد. گستردگی مفهومی فرهنگ، سبب ارائه تعاریف متنوعی از این واژه شده است (ر.ک: محسنی، ۱۳۶۶: ص ۱۶۴؛ پورعزت، ۱۳۸۵: ص ۲۰-۱۶) فرهنگ، شامل الگوهای آشکار و پنهان رفتاری است که با نمادها، اعمال و توفیقات نهادینه‌شده گروه‌های متعدد انسانی و آنچه شامل دست‌ساخته‌های انسان می‌شود، به دست آمده و انتقال می‌یابد (سلیمی، ۱۳۷۹: ص ۲۷). فرهنگ، عصاره زندگی اجتماعی است و در آن تمامی افکار، اهداف، معیارها، ارزش‌ها و ضوابط فردی و اجتماعی منعکس می‌شود و به کمک آن، انسان از جهات گوناگون با مردم پیرامونش هم‌رنگی و هماهنگی می‌یابد (منصوری، ۱۳۷۰، ج ۳: ص ۱).

صاحب‌نظران غربی معتقدند؛ در هر فرهنگ، هر اندیشه و باوری از کارکردی حیاتی برخوردار است و نوعی الگوی جمعی است که اعضاء یک جامعه را از دیگر جوامع متمایز می‌سازد (پهلوان، ۱۳۸۲: ص ۸۰) و به انسان امکان حیات عقلانی، قضاوت نقادانه و احساس تعهد اخلاقی می‌بخشد تا توان بروز خود را پیدا کند (بابایی، ۱۳۸۴: ص ۲۱)؛ هر چند توافق جامعه‌شناسان بر یک معنای واحد از فرهنگ، رخ نداده است، لکن تعریف ذیل، مؤلفه‌های بنیادین در تعریف‌های متعدد را شامل می‌شود: ارزش‌ها، هنجارها و نظام اعتقادات یک جامعه، مشتمل بر سنت‌ها، آداب و رسوم، مذاهب، ایدئولوژی‌ها، تشریفات مذهبی، میراث، زبان و کلیه عادت‌ها یا دیدگاه‌های مشترک دیگر. اساسی‌ترین نقش فرهنگ، نظام‌بخشی به رفتارها و کردارهای افراد جامعه و تربیت آنها بر اساس الگوهای هنجاری خاص و نیز شکل دادن به شخصیت آن‌هاست.

هنجارهای فرهنگی که در ابعاد گسترده‌ای مطرح می‌شوند، هم در جهت مثبت و هم در جهت منفی گسترش یافته‌اند. یک هنجار فرهنگی، در واقع، یکی از معیارهای تثبیت شده اموری است که گروه از نظر فکری و رفتاری از اعضایش انتظار دارد و این چشم‌داشت‌ها و رفتارهای ناشی از آنها از فرهنگی به فرهنگ دیگر تفاوت دارد. این هنجارها، ملکه ذهن فرد می‌شوند و او دیگر درباره درستی یا نادرستی و شایستگی و ناشایستگی آنها تردیدی روا نمی‌دارد و بر اثر ذهنی شدن آن‌ها، رفتار خود را با سرسختی ادامه می‌دهد (کوئن، ۱۳۷۴: ص ۳۸). این امری طبیعی است که انسان به کار غلطی که ادامه دهد به تدریج، با آن انس می‌گیرد. نخست یک حالت است، بعداً یک عادت می‌شود، آنگاه مبدل به یک ملکه می‌گردد. گاه کارش به جایی می‌رسد که بازگشت بر او ممکن نیست، اما چون خود آگاهانه این راه را انتخاب کرده است، مسئول تمام عواقب آن می‌باشد، بی‌آنکه جبر لازم آید، درست همانند کسی که آگاهانه با وسیله‌ای چشم و گوش خود را کور و کر می‌کند تا چیزی را نبیند و نشنود (ایازی، ۱۳۹۳: ص ۳۴).

بدون تردید، فرهنگ عمومی که پیش‌داوری درباره افراد و گروه‌ها را تشویق می‌کند، به نوعی ترویج‌دهنده این رفتار به شمار می‌آید. آموزه‌های قرآنی با روش‌های متنوعی رعایت اعتدال در مناسبات اجتماعی را ترویج نموده و پیروی از فرهنگ غلط پیشینیان را خطا می‌شمارد. خداوند متعال می‌فرماید: «وَ إِذَا فَعَلُوا فَاحِشَةً قَالُوا وَ جَدْنَا عَلَيْهَا آبَاءَنَا؛ چون کار زشتی کنند، گویند: پدران خود را نیز چنین یافته‌ایم و خدا ما را بدان فرمان داده است» (اعراف: ۲۸). لذا تصریح می‌شود که پای‌بندی به روش‌های نادرست پیشینیان، نشانگر کاستی ایمان است. گاهی انحرافات انسان، برای نسل‌های بعدی، الگو می‌شود و منحرفان، بار گناه نسل‌های آینده را نیز به دوش می‌کشند. بر این مبنا، روش گذشتگان، همیشه ارزشمند نیست و تقلید مطلق و نابجا از پیشینیان مطلوب نخواهد بود (مدرسی، ۱۴۱۹ق، ج ۳: ص ۲۹۷).

آموزه‌های قرآنی به صراحت شیوه مواجهه روشمند با موضع‌گیری‌های فاقد بنیان‌های موثق را ترسیم نموده و می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْحَبُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر فاسقی برایتان خبری آورد، تحقیق کنید، مباد از روی نادانی به مردمی آسیب برسانید، آن‌گاه از کاری که کرده‌اید، پشیمان شوید» (حجرات: ۶). مطابق این آیه، هر گونه پیش‌داوری و

اقدام شتاب زده و بدون واکاوی مستندات، نوعی جهل ورزی به شمار می آید و زمینه ساز بروز نابسامانی های اجتماعی است.

می توان اذعان داشت، فرهنگ عمومی در بروز پیش داوری نقش اساسی ایفا می نماید و پیش داوری، به مثابه یک رفتار اکتسابی که همچون دیگر رفتارها آموخته می شود، می تواند زمینه انحراف از مرزهای انصاف و عدالت را فراهم آورد.

۵. مرزهای پیش داوری در اخلاق اسلامی

محققان، مهم ترین مسئله در بحث شناخت را دستیابی به معیارها، راهها و روش هایی می دانند که ما را در کسب آگاهی واقع نما کمک کنند (بهشتی، ۱۳۹۰: ص ۴۳-۴۴). تأکید قرآن بر جنبه های شناختی انسان (سوره اعراف: ۱۷۹)، موجب شده تا مجموعه مشکلات ناشی از شناخت، انسان را در جایگاهی فروتر از حیوان قرار دهد (سوره انفال: ۲۲) به اعتقاد قرآن پژوهان تا مقدار شناخت بشر از خود و خارج خود تبیین نشود، هرگز طرح مسائل فلسفی و کلامی و مانند آن سودی ندارد (جوادی آملی، ۱۳۷۲: ص ۲۱). با دقت در تعالیم اخلاقی دینی، روشن می گردد که دین در تعیین دورنمایی جامع از شناخت های صحیح و مبتنی بر باورهای توحیدی، مخاطبان را به منش توحیدی سوق می دهد (فاطر: ۲۰).

بنابراین عنایت به معیارها و سنجه های ارزشی در تبیین مرزهای پیش داوری، از آن رو دارای اهمیت است که پیامدهای اخلاقی وابسته به آن است. غفلت از مرزها، تخریب تعاملات گروهی را در پی خواهد داشت.

با توجه به آن که یکی از زمینه های پیش داوری درباره دیگران، بروز خطا در ساحت شناختی انسان است، در نوشتار حاضر، رخدادهای پیش داوری در منابع اسلامی با توجه به کاربرست (ظن) مورد بررسی قرار می گیرد. از رهگذر توصیف های موجود از مفهوم و مصادیق ظن در آموزه های دینی، می توان توجه اسلام به این موضوع را در دو مجموعه گنجانند:

۱-۵. تجویزهای سلبی پیش داوری در آموزه های دینی

منظور از تجویزهای سلبی، دستورالعمل های روشنی است که بر ترک بعضی امور و

منفی بودن آن‌ها صادر شده است. در ادامه نمونه‌هایی ذکر می‌شود:

«انّ المؤمن، اخ المؤمن؛ لایثتمه و لایحرمه و لایسیء به الظن؛ مومن، برادر مومن است؛ او را دشنام نمی‌دهد، محروم نمی‌کند و به او بدگمان نمی‌شود» (ابن‌شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق: ص ۵۲۶). «سوء ظن یفسد الامور و یبعث علی الشرور؛ بدگمانی، کارها را نابود می‌کند و سبب بدی‌ها می‌شود» (آمدی، ۱۳۳۵ق: ص ۲۶). «لا یغلبن علیک سوء الظن؛ بدگمانی، هرگز بر تو چیره نشود» (نوری طبرسی، ۱۴۰۸ق، ج ۹: ص ۱۴۳). «من لم یحسن ظنه استوحش من کل احد؛ کسی که گمانش را نیکو نگرداند، از هر فردی وحشت می‌کند» (آمدی، ۱۳۳۵ق: ص ۲۵۹). «ایاک و الظن فان الظن اکذب الکذب؛ از گمان بد، دوری نما که گمان، دروغ‌ترین دروغ است» (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۸: ص ۳۸). «ایاک ان تسیء الظن فان سوء الظن یفسد العباده؛ از بدگمانی، پرهیز که بدگمانی عبادت را فاسد می‌گرداند» (آمدی، ۱۳۳۵ق: ص ۲۶۳). «من شک او ظن فاقام علی احدهما احبط عمله؛ کسی که در امری شک یا گمان کند، سپس بر طبق شک یا ظن اقدام نماید، عملش را نابود کرده است» (ابن‌بابویه، ۱۴۰۶ق: ص ۳۸۸). «لیس من العدل القضاء علی الثقه بالظن؛ داوری از روی گمان، عدالت نیست» (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۲۰). «سوء الظن یردی مصاحبه؛ بدگمانی، صاحبش را هلاک می‌کند» (آمدی، ۱۳۳۵ق: ص ۳۶۳). «و لایغلبن علیک سوء الظن، فانه لایدع بینک و بین اخیک صلحا؛ بدگمانی بر تو چیره نگردد که بدگمانی، بین تو و دوست تو، صلح باقی نمی‌گذارد» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۷: ص ۲۲۹). «من ساءت ظنونه اعتقد الخیانه بمن لا یخونه؛ کسی که گمان‌هایش بد گردد، خیانت را به انسان غیرخائن باور می‌کند» (آمدی، ۱۳۳۵ق: ص ۲۶۴). «سوء الظن بالمحسن شر الائم و اقبح الظلم؛ بدگمان‌شدن به شخص نیکوکار، بدترین گناه و زشت‌ترین ظلم است» (همان).

۲-۵. تجویز ایجابی پیش‌داوری در آموزه‌های دینی

در نگره دینی، «حسن الظن من احسن الشیم و افضل القسم؛ حسن ظن، از بهترین خوی‌ها و برترین بهره‌مندی‌ها است» (همان)، «حسن الظن من افضل السجایا و اجزل العطايا؛ حسن ظن، از بهترین صفات انسانی و پربارترین مواهب الهی است» (همان). «حسن الظن یخفف الهم و ینجی من تقلد الائم؛ اندوه را سبک می‌کند و از آلوده‌شدن به گناه‌رهایی

می‌بخشد» (همان). «افضل الورع، حُسن الظن؛ خوش‌بینی، بالاترین مرتبه تقوی و پرهیزکاری به شمار می‌آید» (همان: ص ۲۶۵) و «مَنْ حَسَنَ ظَنَّهُ بِالنَّاسِ، حَازَ مِنْهُمْ الْمَحَبَّةَ؛ کسی که به مردم خوش‌گمان باشد، محبت آنان را به دست می‌آورد» (همان). معصومان: توصیه می‌نمایند: «خُذْ مِنْ حَسَنِ الظَّنِّ بِطَرَفِ تَرْوَحَ بِهٖ قَلْبُكَ وَ يَرْوَحُ بِهٖ أَمْرُكَ؛ از خوش‌بین بودن بهره‌ای برگیر، تا با آن دلت را آرام کنی و امورت پیش رود» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۷۷: ص ۲۳۱).

دقت در روایات، گویای آن است که آموزه‌های دینی، تعیین‌کننده چگونگی برقراری تعاملات انسانی می‌باشند. این آموزه‌ها با هدف رفع خطاهای شناختی در تعاملات میان‌فردی، به ذکر شرایط مشخصی برای گمان‌های صحیح پرداخته‌اند. در روایات متعددی، برخورداری افراد از مراتب ایمانی و اندیشه‌ای، شرط تحقق گمان صحیح محسوب می‌شود: «ظَنُّ الْإِنْسَانِ مِيزَانَ عَقْلِهِ؛ گمان انسان، ترازوی عقل او است» (همان). «ظَنُّ الرَّجُلِ عَلٰی قَدْرِ عَقْلِهِ؛ گمان مرد، به اندازه خرد اوست» (همان). «ظَنُّ ذَوِي النَّهْيِ وَالْأَلْبَابِ أَقْرَبُ شَيْءٍ مِنَ الصَّوَابِ؛ گمان پرهیزکاران و صاحبان اندیشه به راستی نزدیک است» (همان). «ظَنُّ الْعَاقِلِ أَصْحَحُ مِنَ يَقِينِ الْجَاهِلِ؛ گمان عاقل از یقین جاهل، صحیح‌تر است» (همان). «اتَّقُوا ظُنُونَ الْمُؤْمِنِينَ فَإِنَّ اللَّهَ تَعَالَى جَعَلَ الْحَقَّ عَلِي السَّنْتَهَمِ؛ گمان افراد با ایمان را غنیمت دانید؛ زیرا خداوند حق را بر زبان آنان جاری می‌سازد» (نهج‌البلاغه، حکمت: ۳۰۹).

از آنجایی که خطاهای شناختی، تأثیر زیادی بر سبک رفتار و زندگی افراد دارند، در آموزه‌های دینی روش مواجهه با گمان‌ها تعیین شده است: «ضَعِ أَمْرَ أَخِيكَ عَلٰی أَحْسَنِهِ حَتَّى يَأْتِيكَ مِنْهُ مَا يَغْلِبُكَ وَ لَا تَظُنُّ بِكَلِمَةٍ خَرَجْتَ مِنْ أَخِيكَ سُوءًا وَ أَنْتَ تَجِدُ لَهَا فِي الْخَيْرِ مَحْمَلًا؛ کار برادرت را نیک تصور کن تا زمانی که چیزی از او به تو رسد که نظرت را عوض کند و نسبت به سخنی که برادرت می‌گوید، بدگمان مباش و محملی از خیر برایش قرار ده» (کلینی، ۱۳۴۴ق، ج ۱: ص ۳۴). «لَا تَظُنُّ بِكَلِمَةٍ خَرَجْتَ مِنْ أَحَدٍ سُوءًا وَ أَنْتَ تَجِدُ لَهَا فِي الْخَيْرِ مَحْمَلًا؛ سخنی که از (دهان) کسی بیرون آید، باید گمان بد مبری در حالی که احتمال نیکی بر آن می‌بری» (نهج‌البلاغه، حکمت: ۳۵۲). امام علی ۷ می‌فرمایند: «مَنْ عَرَفَ مِنْ أَخِيهِ وَثِيقَةَ دِينٍ وَ سَدَادَ طَرِيقٍ فَلَا يَسْمَعُنْ فِيهِ أَقَاوِيلَ الرِّجَالِ أَمَا أَنْهَ قَدْ يَرُمِي الرَّمَايَ وَ تَخْطِي السَّهَامَ؛ ای مردم! آن کس که از برادرش اطمینان و استقامت در دین و

درستی راه و رسم را مشاهده کند، باید به سخنانی که این و آن درباره او می‌گویند، گوش فرا ندهد. آگاه باشید! گاهی تیرانداز، تیرش به خطا می‌رود و حدس و گمان مردم، گاهی نادرست است» (نهج‌البلاغه، خطبه: ۱۴۱).

ذکر این نکته ضرورت دارد که در ترسیم مرزهای پیش‌داوری بر اساس آموزه‌های دینی، به عناصر فرهنگی توجه وافر شده است. روشن است که بخشی از عناصر فرهنگی موجود در جوامع، هیچ اصل اثبات‌شده‌ای را مورد تبعیت قرار نمی‌دهند، بلکه صحت و مقبولیت خود را از تمایل و خواسته‌های مردم می‌گیرند. این دسته از عناصر که به تعبیر علامه جعفری، تشکیل‌دهنده «فرهنگ پیرو» (جعفری، ۱۳۸۶: ص ۱۸۶) هستند، طبیعت اصلی فرهنگ که خلاقیت و گسترش آرمان‌های زندگی در ابعاد هویت انسانی است را راکد می‌نمایند. از این‌رو، حضرت امیر ۷ می‌فرمایند: «اذا استولی الصلاح علی الزمان و اهله ثم اساء رجل الظن برجل لم تظهر منه حوبه فقد ظلم و اذا استولی الفساد علی الزمان و اهله فاحسن رجل الظن برجل فقد غرر؛ هنگامی که صلاح و نیکی زمانه و مردم آن را در بر گیرد؛ در چنین شرایطی اگر کسی گمان بد به دیگری ببرد که از او گناهی آشکار نشده، بی‌تردید به او ستم کرده است، اما هنگامی که فساد بر زمان و اهل آن فراگیر شد، هر کس به دیگری گمان خوب ببرد، قطعاً خود را فریب داده است» (نهج‌البلاغه، حکمت: ۱۱۴). «اذا كان الجور اغلب من الحق، لم يحل لأحد ان يظن باحد خيرا حتى يعرف ذلك منه؛ آن هنگام که ستم بر حق چیره آمد و بیشتر شد، برای هیچ کس جایز نباشد که به کسی گمان نیک کند تا آن زمان که به نیکی او آگاهی یابد» (کلینی، ۱۳۴۴ق، ج ۵: ص ۲۹۸). «اذا كان زمان، العدل فيه اغلب من الجور فحرام ان تظن باحد سوءا حتى يعلم ذلك منه و اذا كان زمان، الجور اغلب فيه من العدل فليس لاحد ان يظن باحد خيرا ما لم يعلم ذلك منه؛ هنگامی که عدالت بر ستم غالب باشد، حرام است به کسی سوءظن ببری؛ مگر آن که بدانی که فلان کار زشت را انجام داده است و زمانی که ستم بیش از عدل باشد، کسی حق ندارد به دیگری گمان خوب ببرد؛ مگر در صورتی که خوبی وی کاملاً آشکار باشد» (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۸، ج ۲: ص ۱۷۸۷). بر این اساس، آموزه‌های دینی در عین حال که اعتلای حیات و شکل‌گیری و زایش ابعاد اصیل انسانی را هدف قرار داده است، مخاطبان را به هوشیاری و موقعیت‌سنجی در جریان‌های پالایش‌نیافته فرهنگی فرا می‌خواند.

با توجه به آنچه بیان شد، می‌توان اذعان داشت، پرهیز از پیش‌داوری منفی، تعمیق پیوندهای همدلانه و گسترش فرهنگ اعتماد در جامعه را به دنبال دارد و به منزله مؤلفه‌ای پویا و درون‌زا در شکل‌گیری انسجام اجتماعی تأثیرگذار است و نیازهایی همچون آرامش روانی و گسترش روحیه مهرورزی را تأمین می‌نماید. امیرالمومنین ۷ می‌فرماید: «نفس خود را بین خود و دیگران، میزان قرار ده و برای دیگران دوست داشته باش، آنچه برای خویش دوست می‌داری و برای دیگران، چیزی را خوش نداشته باش که برای خود، خوش نمی‌داری و بر آنها ستم روا مدار؛ همان‌طور که دوست نداری کسی بر تو ستم کند و نیکی کن؛ همان‌گونه که علاقه‌مندی به تو نیکی کنند. برای خود زشت شمار، آنچه برای دیگران زشت می‌شماری و از مردم آنچه را پسند که از خود می‌پسندی. آنچه نمی‌دانی، مگو؛ چه دانسته‌ات کم باشد و آنچه دوست نداری برایت بگویند، تو نیز مگو» (نهج‌البلاغه، نامه: ۳۱). نکته شایان توجه آن‌که با مرور تفصیلی آموزه‌های دینی می‌توان گفت؛ چگونگی پیش‌داوری‌ها در موقعیت‌های مختلف، ریشه در نظام ارزشی عاملان اجتماعی دارد؛ لذا هر چه میزان توافق ارزشی در یک اجتماع افزایش یابد، احتمال پیش‌داوری‌های مثبت بیشتر می‌شود.

چنان‌چه مشاهده شد، پرهیز از پیش‌داوری منفی به‌مثابه نوعی رفتار منصفانه، مستلزم درک درست پدیده‌های پیرامونی، تقسیم یکسان مزیت‌های زندگی میان خود و دیگران و قراردادن خویش در موقعیت مشابه دیگران و هم‌چنین طرد پندارهای خودخواهانه و ظالمانه است. رواج رویه‌های غیرمنصفانه، افراد را از شناخت خود، دیگران و رویدادهای اجتماعی باز می‌دارد و امکان موضع‌گیری‌های صحیح اجتماعی را از فرد سلب می‌کند.

نتیجه‌گیری

رفتارهای اجتماعی انسان، مولود فرآیندهای پیونددهنده اندیشه‌ها و واقعیت‌ها است. در جوامعی که از قومیت‌ها، گروه‌ها و خُرده‌فرهنگ‌های متعدد تشکیل شده‌اند، کیفیت ارتباطات کارآمد و موثر بین افراد، اهمیتی دوچندان می‌یابد؛ زیرا چه‌بسا تأثیر فرهنگ‌ها بر شناختارهای اجتماعی، به اندازه‌ای است که پردازش سوگیرانه و ارزیابی‌های اشتباه‌آمیز به آسانی گریبان‌گیر می‌شود. بنابراین، شناسایی مرز پیش‌داوری‌های منفی در نگره اسلامی

که رستگاری باورمندان موحد را هدف قرار داده، ضرورت دارد. پیش‌داوری، به‌مثابه نگرش غیرمنصفانه منفی درباره یک گروه اجتماعی یا فردی که به عنوان عضو آن گروه تلقی شود، بازتاب‌دهنده قضاوت زود هنگام، پندار یا احساس ویژه نسبت به یک موضوع است و معمولاً قبل از بررسی اطلاعات لازم پدید می‌آید و بر شواهد ناکافی یا حتی خیالی مبتنی است و در بسیاری موارد ممکن است بدون اطلاع‌یابی دقیق رخ دهد.

در مطالعات غربی مرتبط با موضوع پیش‌داوری دو خط اصلی فکری دیده می‌شود: یک دیدگاه بر عوامل فردی و فرایندهای روان‌شناختی تأکید می‌کند و نسبت به عوامل فرهنگی و اجتماعی موثر در بروز پیش‌داوری بی‌توجه است و در دیدگاه دیگر، پیش‌داوری تنها نتیجه هنجارهای فرهنگی تلقی می‌شود. نتایج پژوهش‌های روان‌شناسان اجتماعی عمدتاً نشان داده که بین قدرت‌طلبی و پیش‌داوری به صورت‌های مختلف، همبستگی مثبتی وجود دارد.

در نگاه اسلامی، برتری‌طلبی، شتاب‌زدگی و فرهنگ عمومی، مانعی جدی در مسیر دریافت اطلاعات واقعی به شمار می‌آید و بالتبع زمینه‌ساز بروز پیش‌داوری محسوب می‌شوند. نکته شایان توجه آنکه هر چند آموزه‌های اسلامی و غربی در زمینه شناسایی عوامل مؤثر بر تکوین پیش‌داوری، نگره‌ای نزدیک به یکدیگر دارند، اما تجویزهای سلبی و ایجابی درباره پیش‌داوری که در متون معتبر اسلامی وجود دارد، ترسیم‌کننده طرح‌واره اسلامی در این باره است. به‌طور کلی آموزه‌های اسلامی بازدارنده از پیش‌داوری به تعمیق پیوندهای همدلانه و گسترش فرهنگ اعتماد در جامعه می‌انجامد و به‌منزله مؤلفه‌ای پویا و درون‌زا در شکل‌گیری انسجام اجتماعی تأثیرگذار است؛ البته آموزه‌های دینی در عین حال که اعتلای حیات و شکل‌گیری و زایش ابعاد اصیل انسانی را هدف قرار داده است، مخاطبان را به هوشیاری و موقعیت‌سنجی در جریان‌های پالایش‌نیافته فرهنگی فرا می‌خواند.

کتابنامه

- * قرآن کریم، ترجمه: عبدالمحمد آیتی (۱۳۷۴)، تهران: انتشارات سروش.
۱. آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۷)، روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، تهران: نشر سمت.
 ۲. آرونسون، الیوت؛ تیموتی. دی. ویلسون (۱۳۸۴)، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه: افسانه شیخ‌الاسلام‌زاده، تهران: انتشارات ما و شما.
 ۳. آمدی، عبدالواحد (۱۳۳۵)، غررالحکم و دررالکلم، ترجمه: محمدعلی الانصاری، قم: موسسه الطباعة و تجلید دارالکتب.
 ۴. ابن‌بابویه، علی (۱۴۰۶ق)، فقه الرضا، قم: موسسه آل‌البیت.
 ۵. ابن‌شعبه حرانی، حسن بن علی (۱۴۰۴ق)، تحف‌العقول، قم: نشر جامعه مدرسین.
 ۶. اشرف نظری، علی (۱۳۹۵)، تصورات قالبی و روابط بین گروه‌های هویتی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
 ۷. ایازی، سیدعلی‌نقی و نیکوسادات هدایی (۱۳۹۳)، درآمدی بر مفهوم تغییرات اجتماعی در قرآن کریم، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
 ۸. بابایی، محمدباقر (۱۳۸۴)، مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه امام علی ۷، تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد دوره عالی.
 ۹. بهشتی، محمد (۱۳۹۰)، شناخت از دیدگاه فطرت، چ ۴، تهران: بنیاد نشر آثار و اندیشه‌های آیت‌الله شهید بهشتی.
 ۱۰. پورعزت، علی‌اصغر (۱۳۸۵)، شناسایی مبانی و شاخص‌های پایدار تدوین چشم‌انداز فرهنگ کشور، تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
 ۱۱. پهلوان، چنگیز (۱۳۸۲)، فرهنگ‌شناسی، چ ۲، تهران: نشر قطره.
 ۱۲. تفلیسی، حبیب بن ابراهیم (۱۳۷۱)، وجوه القرآن، ترجمه: مهدی محقق، تهران: دانشگاه تهران.

۱۳. جوادى آملى، عبدالله (۱۳۷۲)، شناخت‌شناسی در قرآن، قم: نشر اسراء.
۱۴. حرعاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق.)، وسائل الشیعه، قم: مؤسسه آل‌البیت.
۱۵. دامغانی، حسین بن محمد (۱۳۶۶)، الوجوه و النظائر فی القرآن، تصحیح: اکبر بهروز، تبریز: انتشارات دانشگاه.
۱۶. راتوس، اسپنسر (۱۳۸۶)، روان‌شناسی عمومی، ترجمه: حسین ابراهیمی و دیگران، تهران: نشر ساوالان.
۱۷. راغب اصفهانی، محمدحسین (۱۳۷۹)، المفردات فی الفاظ القرآن، بیروت: دارالقلم.
۱۸. ربانی، رسول و محمدباقر کجیاف (۱۳۸۶)، روان‌شناسی اجتماعی (دیدگاه‌ها و نظریه‌ها)، اصفهان: انتشارات دانشگاه اصفهان.
۱۹. ستوده، هدایت‌الله (۱۳۸۷)، روان‌شناسی اجتماعی، چ ۱۱، تهران: نشر آوای نور.
۲۰. سجادی، سیدمحمدصادق (۱۳۶۳)، فلسفه شناخت در قرآن کریم، تهران: بنیاد قرآن.
۲۱. سلیمی، حسین (۱۳۷۹)، فرهنگ‌گرایی، تهران: انتشارات وزارت امور خارجه.
۲۲. سهرابی‌فر، محمدتقی (۱۳۹۱)، علم، ظن و عقیده، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۲۳. طاهرپور، فیروزه؛ زمانی، رضا و نیک‌چهره محسنی (۱۳۸۴)، «مطالعه مقایسه‌ای پایه‌های فردی، شناختی و انگیزشی پیش‌داوری نسبت به مهاجران افغان»، مجله پژوهش‌های روان‌شناختی، دوره ۸، ش ۳ و ۴، ص ۲۹-۹.
۲۴. طباطبایی، محمدحسین (۱۴۱۷ق.)، المیزان فی تفسیر القرآن، قم: دفتر جامعه مدرسین حوزه علمیه.
۲۵. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۴)، مجمع‌البیان فی تفسیر القرآن، چ ۳، تهران: نشر ناصر خسرو.
۲۶. عاملی، زین‌الدین (۱۳۹۰)، کشف‌الریبه، چ ۳، تهران: انتشارات مرتضوی.
۲۷. علیزاده، میرزا و دیگران (۱۳۸۷)، فرهنگ روابط اجتماعی در آموزه‌های اسلامی، مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.
۲۸. کلاین برگ، اتو (۱۳۴۶)، روان‌شناسی اجتماعی، مترجم: علی محمد کاردان، تهران: فرانکلین.
۲۹. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۴۴)، اصول کافی، قم: انتشارات دارالحدیث.
۳۰. کوئن، بروس (۱۳۷۴)، درآمدی بر جامعه‌شناسی، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر فرهنگ معاصر.

۳۱. مایرز، دیوید (۱۳۹۳)، روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه: حمید شمس‌پور و شقایق زهرایی، تهران: کتاب ارجمند.
۳۲. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۴ق.)، بحار الانوار، بیروت: موسسه الوفاء.
۳۳. محسنی، منوچهر (۱۳۶۶)، مقدمات جامعه‌شناسی، تهران: چاپخانه باستان.
۳۴. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۸۸)، میزان الحکمه، قم: نشر دارالحديث.
۳۵. مدرسی، محمدتقی (۱۴۱۹ق.)، من هدی القرآن، تهران: دارمحبی الحسین.
۳۶. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران (۱۳۷۷)، تفسیر نمونه، تحقیق: علی بابایی، احمد، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۷. منصوری، جواد (۱۳۷۰)، فرهنگ استقلال، چ ۳، تهران: دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی وزارت امور خارجه.
۳۸. نراقی، محمد مهدی (۱۳۸۳)، جامع السعادات، چ ۳، نجف: مطبعة النجف.
۳۹. نوری طبرسی، حسین (۱۴۰۸ق.)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، بیروت: آل‌البيت لاحیاء التراث.
40. Adorno, T. W., Frenkel-Bruswik, E., Levinson, D.J., & Sanford, R.N. (1950), *The authoritarian personality*, New York: Harper.
41. Dovidio, John F. (2001), "On the nature of contemporary prejudice: The Third wave", *Journal of social issues*, vol.57, No.4: p.629-849.
42. Operario, D., & Fiske, S. T. (1999), Integrating social identity and social cognition: A framework for bridging diverse perspectives, In . D Abramsm, & M.A. Hogg, *Social identity and social cognition*, 26-54. UK: Blackwell.
43. Stangor, Charles (2009), The study of Stereotyping, Prejudice and Discrimination with in Social Psychology: A Quick History of Theory and research , in: Nelson, Todd (2009), *Handbook of Prejudice, Stereotyping and Discrimination*, New York: Psychology press.
44. Stroebe, W. and Insko, C.A. (1989), Stereotype, Prejudice and Discrimination, in; Bar-Tal, D. et.al (Eds) , *Stereotyping and Prejudice: Changing Conceptions*, NewYork: Springer Verlag: 3-34.

مؤلفه‌های کنش از منظر قرآن کریم

* فاضل حسامی

** محمد رفیق

چکیده

هر کُنشی دارای مؤلفه‌های متفاوت است که شناخت آنها مهم‌تر از انجام کُنش است. در واقع ارزش کُنش، ارتباط مستقیمی با شناخت مؤلفه‌های آن دارد. مؤلفه‌ها؛ یعنی عناصری که کُنش از آنها شکل می‌گیرد. بعضی از مؤلفه‌ها «پیشاکُنش»، بعضی «حین کُنش»، و برخی «پساکُنش» می‌باشند. این نوشتار در صدد آن است که مؤلفه‌های «حین کُنش» را با روش استقرائی - تفسیری و توصیفی - تحلیلی در قرآن کریم از منظر مطالعات اجتماعی مورد بررسی قرار داده و به این پرسش، پاسخ دهد که «از منظر قرآن کریم کُنش از چه مؤلفه‌هایی تشکیل می‌شود؟».

با مرور آیات شریفه می‌توان اذعان داشت که دامنه مفهومی کُنش در قرآن کریم عبارتند از: «کسب»، «صنع»، «فعل»، «عمل»، «حسن» و «سوء». بررسی آیات نشان می‌دهد که قرآن کریم تقریباً بیست مرحله «حین کُنش» را بیان کرده است؛ از قبیل: احساس نیاز، تصور، سنجش، مقایسه، مشورت، شوق، گزینش، خواستن، تصدیق، نیت، دلیل و علت، اراده، تصمیم نهائی، عزم، توکل، تدبیر، اقدام، سعی، انجام، صبر و استقامت. برای تعیین مؤلفه‌ها، مکانیسم، ترتیب، شدت و ضعف مؤلفه‌های یک کُنش، اول باید نوع کُنش مشخص شود؛ چون لازم نیست هر کُنش همه این مؤلفه‌ها را دارا باشد. تقسیم مؤلفه به سه قسم و استخراج حداکثر مراحل برای کُنش از نوآوری‌های تحقیق می‌باشد.

کلیدواژه‌ها

مؤلفه، کُنش، کُنش‌گر، عمل، قرآن.

مقدمه

شکی نیست هر کُنش‌گری با آگاهی، کُنش خود را تنظیم می‌کند. در نتیجه، آغاز و اتمام آن در یک فرآیند صورت می‌گیرد. در این نوشتار مراحل این فرآیند، به عنوان مؤلفه‌ها و عناصری قلمداد می‌گردند که کُنش از مجموع آن‌ها شکل می‌گیرد. در میان جامعه‌شناسان و روان‌شناسان شناخت و چگونگی این مراحل همواره مورد بحث است. چه بسا شناخت این مراحل و مؤلفه‌ها برای یک کُنشگر، مهم‌تر از انجام آن باشد؛ زیرا هر یک از کُنشگران برای انجام کُنش‌های خود اهدافی را در نظر می‌گیرند و از طریق شناخت این مراحل و مؤلفه‌هاست که کُنشگر به اهداف و خواسته‌های خویش می‌رسد و حتی قادر به اتمام آن می‌شود. از سوی دیگر، شناخت مؤلفه‌های کُنش برای تحلیل آن نیز ضروری است. در آموزه‌های اسلام و قرآن نیز کُنش‌ها مورد ارزیابی قرار می‌گیرند و بار ارزشی بر آنها گذاشته می‌شود. در واقع، راز موفقیت کامل یک انسان در هر دو عالم، وابسته به کُنش‌های اوست. ارزش کُنش، ارتباط مستقیم با شناخت مؤلفه‌های آن دارد؛ چنان‌که نیت - که یکی از مؤلفه‌های کُنش است - در تعیین ارزش آن سهم به‌سزایی دارد. پیامبر اسلام ﷺ فرموده است: «نیت مؤمن، بهتر از کُنش اوست و ارزش کُنش هر کس، وابسته به نیت اوست» (طوسی، ۱۴۰۷ق: ص ۱۸۶). پس ضرورت اقتضاء می‌کند معلوم گردد که قرآن کریم چه مؤلفه‌هایی را برای کُنش مورد توجه قرار داده است؟

اگرچه در برخی کتاب‌ها و مقالات به منشأ، ماهیت، عامل، انواع، عوامل تغییر و مؤلفه‌های کُنش پرداخته شده است، اما به نظر می‌رسد مؤلفه‌های کُنش از منظر قرآن کریم تا کنون بررسی نشده است و لذا این نوشتار بر آن است تا به این مهم بپردازد.

۱. مفهوم‌شناسی کُنش

در ظاهر، «کُنش» و «رفتار» شبیه یکدیگر می‌باشند، ولی دقت در معانی آنها نشان می‌دهد که تفاوت‌هایی نیز با یکدیگر دارند. رفتار، بروز خارجی منویات کُنشگر است (ریموند، ۱۳۸۷: ص ۱۱)؛ که یک بعد کاملاً فردی، طبیعی، غریزی و فطری است. تعریف‌های مختلفی برای رفتار از طرف روان‌شناسان بر اساس رویکردهای متفاوت آن‌ها ارائه شده است. در

یکی از آنها به عنوان فعالیت و عملی که موجود زنده انجام می‌دهد و متضمن کارهای بدنی آشکار و پنهان اعمال فیزیولوژیک، عاطفی و فعالیت عقلی باشد، تلقی شده است (شعاری‌نژاد، ۱۳۶۴: ص ۵۴).

کنش، یعنی عملی که قصد و آگاهی در آن وجود دارد و در عین حال، دارای معنی است (وبر، ۱۳۹۲: ص ۳۳). کنش اجتماعی؛ یعنی تنظیم کنش متناسب با حضور دیگران و موقعیت خاص و هر کاری که هنگام انجام آن، دیگران در نظر گرفته شوند و به حساب آورند (شارون، ۱۳۷۹: ص ۶۴). به عبارتی دیگر در انجام [عمل]، این یک پیام و معنی به دیگران انتقال داده شود و یک عنصر اجتماعی و یک موج و جنبه اجتماعی تحقق یابد که شهید صدر از این به فعل اجتماعی و تاریخی تعبیر می‌کنند (صدر، ۱۳۸۸: ص ۱۷۷).

مثلاً سه نفر به نام‌های: «الف»، «ب» و «ج» را در نظر بگیرید و فرض کنید «الف»، تیک عصبی چشمی دارد و «ب»، وقتی متوجه این حرکت چشمی می‌شود، به «ج»، چشمک می‌زند که فلانی، تیک دارد. تیک عصبی «الف»، غیر ارادی و ناآگاهانه و کنترل نشده است که ممکن است حاکی از بیماری باشد و این یک «رفتار» است. ولی چشمک «ب»، آگاهانه، ارادی، کنترل شده و معنادار است و حامل یک پیامی است. این «کنش» است؛ بنابراین، اگر رفتاری با یک معنی همراه باشد، کنش است و این در هر فرهنگی، معانی خاص خودش را دارد (ریتزر، ۱۳۸۹: ص ۶۷-۶۸). پس اجتماعی و حامل یک پیام و معنادار بودن، فصل و مقوم کنش و کنش متقابل می‌باشد (Etzrodt, 2005: p.95).

بر این اساس، آنچه از انسان بروز می‌کند، گاهی ارادی، تابع قصد و اختیار انجام‌دهنده است؛ اعم از اینکه فردی و یا جمعی باشد مثل سخن گفتن، دعاخواندن، و مانند آن؛ که در زمره کنش قرار می‌گیرد و گاهی غیرارادی و طبیعی است و تابع قصد و اراده انجام‌دهنده نیست، بلکه تابع اقتضائات خاص سیستم بدنی می‌باشد؛ مثل بعضی از افعال بیولوژیک اعم از جسمانی و ذهنی از قبیل بستن چشم هنگام دیدن نور شدید، بالا رفتن ضربان قلب هنگام ترس، و مانند آن که در چارچوب مفهومی این مقاله در زمره رفتار قرار می‌گیرد.

کنش، همیشه اجتماعی است؛ زیرا قواعد و چگونگی انجام آن اکتسابی است و در فرآیند جامعه‌پذیری از دیگران آموخته می‌شود (گیدنز، ۱۳۹۳: ص ۸۶). کنش، حامل پیام و

معنی می‌باشد و کُنشگر هنگام انجام آن، قصد انتقال آن معنا و قرار گرفتن در الگوها و چارچوب‌های اجتماعی را دارد (Weber, 1985: p.429) رفتار، مشترک بین همه موجودات زنده است؛ در نتیجه، اعم از فعالیت‌های انسانی می‌باشد. اما کُنش به دلیل آن که از سویی با خصلت‌های فرهنگی مواجه است و از سوی دیگر ارادی است، از فعالیت‌های خاص انسانی می‌باشد. کُنش‌ها ممکن است خاستگاه غریزی نیز داشته باشند؛ در این گونه موارد گرچه اصل گرایش به انجام آن، غریزی است ولی شیوه انجام آن، امری اجتماعی است. تنها انسان دارای فرهنگ است و در یک جهان پر از الگوها و معانی زندگی می‌کند (گیدنز، ۱۳۹۳: ص ۶۱). قرآن کریم وقتی از اعمال و افعال انسان سخن می‌گوید، مراد همین نوع کُنش است؛ اعم از کُنش اجتماعی و یا کُنش متقابل اجتماعی باشد؛ نه رفتار که غیر ارادی است. بر این اساس، کُنش‌هایی که به دلیل اضطرار و یا اکراه و الزامات خارجی صورت گیرد، در دایره مفهومی این تحقیق خواهد بود. از سوی دیگر، توجه به این نکته لازم است که کُنش می‌تواند فردی و یا جمعی باشد.

۲. دامنه مفهومی کُنش در قرآن کریم

قبل از ورود به اصل موضوعات، بایست معلوم گردد که در قرآن کریم از کدام مفاهیم برای بیان معنای مورد نظر از کُنش استفاده شده است. در ذیل به آنها اشاره می‌شود:

۱. ماده «ک.س.ب»: این ماده ۶۷ مرتبه، در ۲۷ سوره و ۶۰ آیه آورده شده است. بیشترین مقدار در مشتقات این ماده، به صورت جمع مثل «یکسبون»، «کسبوا» و «کسبتم» می‌باشد. اکثر کاربردهای این مشتق نشان می‌دهد که به جنبه اجتماعی اشاره دارد؛ البته این ماده بیشتر برای کُنش‌های انحرافی که پیامدهای منفی آن برای کُنشگر حتمی است، به کار برده شده است. در آیات متفاوت، این ماده کُنش‌های کافران، ظالمان، مجرمان، بزه‌کاران و هر کسی که به نوعی مرتکب امر نابهنجاری شده [را] توصیف می‌کند (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱: ص ۲۱۶). این آیات نشان می‌دهد، دلیل همه پیامدهای منفی و مشکلات در زندگی اجتماعی اعضاء جامعه؛ اعم از فردی و جمعی، کُنش‌های انحرافی کُنش‌گران بوده است. بنابراین، به صورت یک گزاره رابطه‌ای، بازگو می‌کند که بین کُنش یک فرد و پیامد آن رابطه‌ای علی وجود دارد؛ بدین معنا که پیامد کُنش آن، حتمی است. این دسته آیات نشان

می‌دهد که نه تنها نسل موجود بلکه نسل آینده هم ممکن است با پیامدهای کنش‌های نسل گذشته روبرو شوند. بنابراین، یک حتمی‌بودن در قانون اجتماعی و قانون‌مندی جامعه وجود دارد.

۲. ماده «ع.م.ل»: این ماده ۳۶۰ مرتبه، در ۶۸ سوره و ۳۱۳ آیات ذکر شده است و مشتقات آن بیشتر به صورت جمع: «یعملون»، «عملوا»، «عملتم» و «تعملون» می‌باشند که همانند ماده «کسب» به جنبه اجتماعی و جمعی اشاره دارند (طنطاوی، ۱۹۹۷، ج ۸: ص ۱۴۳).

۳. ماده «ف.ع.ل»: این ماده ۱۰۸ بار، در ۴۴ سوره و در ۱۰۲ آیه بیان شده است. این واژه، برای کنشی که کنشگر در صدد انجام آن است به کار برده شده است (مدرسی، ۱۴۱۹ق، ج ۱: ص ۱۹۴). غالباً این ماده در مورد کنشی استفاده شده که قرار است در آینده صورت گیرد و فعلاً تنها چگونگی آن در ظرف ذهن قالب گرفته است؛ در حالی که ماده «عمل» به کنش در حال انجام و ماده «کسب» به کنشی اشاره دارد که قبلاً انجام شده باشد. بنابراین، سه معنا در دل این سه ماده نهفته است؛ یکی ناظر به گذشته، یکی ناظر به حال و دیگری ناظر به آینده.

۴. ماده «ص.ن.ع»: این ماده ۲۰ مرتبه، در ۱۴ سوره و در ۱۹ آیه آمده است و اشاره دارد که کنشگر، ایجادکننده و سازنده آن می‌باشد (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۳: ص ۳۳۶) و نیز اشاره به کنشی دارد که با دقت و مهارت انجام شده باشد (طنطاوی، ۱۹۹۷، ج ۴: ص ۲۱۳).

۵. ماده «ح.س.ن»: این ماده ۱۹۴ بار، در ۵۰ سوره و در ۱۷۷ آیه به عنوان صفتی برای تمایز کنش‌های پسندیده و مطلوب از دیگر موارد، به کار رفته است (همان: ج ۱: ص ۴۱۶).

۶. ماده «س.و.ع»: این ماده ۱۶۷ بار، در ۴۵ سوره و ۱۵۱ آیه، به عنوان صفتی برای تمایز کنش‌های ناپسندیده و نامطلوب از دیگر موارد، به کار رفته است (طبری، ۱۴۱۲ق، ج ۵: ص ۱۷۵).

بنابر آنچه گذشت، می‌توان نتیجه گرفت که قرآن کریم برای بیان کنش غالباً از واژگانی که ذکر شد، استفاده کرده است. این مطلب با مراجعه به آیات قرآن کریم و نیز برخی تفاسیر اجتماعی و در ذیل آیاتی که به نوعی ثواب و یا عقاب را متذکر شده و لازمه آنها آگاهانه و اختیاری‌بودن عمل است به دست می‌آید.

۳. مؤلفه‌های گُنش

مراد از مؤلفه، اجزاء و عناصری است که گُنش از آنها تشکیل می‌شود؛ یعنی همه مراحل که در انجام گُنش از طرف گُنشگر از اول تا آخر انجام می‌شوند. توجه به این نکته دارای اهمیت است که مؤلفه‌های گُنش - که در ادامه ذکر می‌شوند - به صورت استقرایی به دست آمده و ممکن است در این موارد محدود نباشند. هم‌چنین لازم نیست همه مؤلفه‌ها، در تمامی گُنش‌ها وجود داشته باشند، بلکه ممکن است در یک گُنش خاص، بعضی از آن‌ها وجود نداشته باشند. لذا برای تعیین مؤلفه‌ها و حتی مکانیسم یک گُنش، اول باید نوع آن معلوم گردد تا به مؤلفه‌های آن دست یافت. گُنش‌ها را می‌توان از زوایای متفاوت سنخ‌شناسی کرد. از جمله آن که می‌توان گُنش‌ها را به اختیاری، اکراهی و اضطراری تقسیم نمود (حیدری، ج ۲: ص ۱۲۷). عقلانی ابزاری، عقلانی ارزشی، عاطفی و سنتی از تقسیمات دیگر گُنش می‌باشند (ریمون، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۲۶۵ و ریتزر، ۱۳۸۹: ص ۷۰).

به‌طور کلی، می‌توان مؤلفه‌های گُنش را در سه مرحله مطالعه و بررسی کرد:

۳-۱. مرحله اول: مؤلفه‌ها و مراحل پیشاگُنش

منظور مرحله‌ای است که خارج از ماهیت و حقیقت خود گُنش می‌باشند و در مرحله قبل از شروع گُنش وجود دارند. در این نوشتار، اگرچه مؤلفه‌های «حین گُنش» بررسی می‌شوند ولی برای تکمیل بحث به برخی از مؤلفه‌های «پیشاگُنش» اشاره می‌شود که عبارت‌اند از:

۱. منشأ و سرچشمه؛ ۲. الزامات فرهنگی - اجتماعی؛ ۳. نیاز؛ ۴. هدف؛ ۵. نیروهای مؤثر فردی و اجتماعی.

۳-۲. مرحله دوم: مؤلفه‌ها و مراحل «حین گُنش»

مراد، مرحله‌ای هستند که داخل در ماهیت و حقیقت خود گُنش می‌باشند و خود گُنش، از اول تا آخر مشتمل بر این‌ها می‌باشد. اولین مرحله گُنش، احساس نیاز و آخرین مرحله صبر و استقامت است. فلاسفه و متفکرین مؤلفه‌های متفاوتی را برای گُنش ذکر کرده‌اند؛

از قبیل تصور، تصدیق، شوق، سنجش، گزینش، مقایسه، قصد، اراده، تصمیم، عزم، انجام و بر اساس این مؤلفه‌ها، فاعل و کنشگر را به اقسام گوناگون تقسیم می‌کنند؛ از قبیل: فاعل بالقصد، بالرضا، و... (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۳، ج ۱: ص ۳۶۹-۳۷۰). علامه طباطبایی بین تصور و شوق، یک مرحله مهم دیگر بنام «اعتبار» را اضافه کرده‌اند (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۲: ص ۱۷۲). مؤلفه‌های حین کنش به دو قسم تقسیم می‌شوند:

۱-۲-۳. قسم اول: ذهنی

اکثر مراحل «حین کنش»، ذهنی‌اند و کنشگر آن‌ها را در ذهن خود انجام می‌دهد؛ البته نه بدان معنا که فقط ذهنیت‌های کنشگرند و محصول جامعه نمی‌باشند، بلکه از آن جهت که ذهنیت کنشگر در ظرف فرهنگی جامعه شکل می‌گیرد، ذهنی و در عین حال، اجتماعی‌اند، اما به مرحله بروز خارجی و عینی نرسیده‌اند؛ مانند: احساس نیاز. در ادامه به مراحل ذهنی کنش - که به‌طور عموم در همه کنش‌ها وجود دارند - ذکر می‌شود:

یک. احساس نیاز و هدف در بستر الزامات اجتماعی

نیازها در کنشگران متفاوت به شکل‌های گوناگون ظاهر می‌شوند و حتی در یک کنشگر در زمان‌های متفاوت. چه‌بسا نیازها از اهداف و آرمان‌ها شکل بگیرند و کنشگر تحت تأثیر ارزش‌ها و آرمان‌هایش کنش را انجام دهد (نالز، ۱۳۵۰: ص ۴۴-۴۹). وجود یک نیاز و غرض کافی نیست بلکه برای انجام و دست‌یافتن به آن، کنشگر می‌بایست ابتدا، آن‌را حس کند و در مرحله بعد، خود را با الزامات ساختاری هماهنگ نماید تا بتواند با کمترین هزینه ممکن، نیاز را تأمین و به هدف دست یابد. احساس، می‌تواند شدید و یا ضعیف باشد. این شدت و ضعف هم می‌تواند متأثر از الزامات ساختاری و یا خصوصیت‌های شخصی کنشگر باشد. به‌طور طبیعی این شدت و ضعف احساس، در کیفیت کنش نیز تأثیرگذار است. قرآن کریم این مؤلفه را نشان داده و بر آن تأکید می‌ورزد. این نوع مواجهه در بیان قصه حضرت موسی ۷ در بازگشت از مدائن به سوی مصر فهمیده می‌شود: «إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِأَهْلِهِ إِنِّي آنَسْتُ نَارًا سَآتِيكُمْ مِنْهَا بِخَبَرٍ أَوْ آتِيكُمْ بِشِهَابٍ قَبَسٍ لَعَلَّكُمْ تَصْطَلُونَ؛ زمانی را که موسی به خانواده خود گفت: آتشی از دور مشاهده می‌کنم تا من بروم بینم چه خبر است

شاید هم بتوانم از آتش افروخته، شاخه‌ای شعله‌ور برای شما بیاورم تا خود را با آن گرم کنید» (نمل: ۷).

وقتی حضرت موسی و اعضای خانواده احساس سرما کردند، این احساس می‌بایست به وسیله یک منبع حرارتی که در آن شرایط فقط می‌توانست آتش باشد، تأمین گردد. از سوی دیگر این مسئولیت بر دوش حضرت موسی ۷ به عنوان همسر و پدر می‌باشد که هم مدیر خانواده و هم ولی بر آن است.

دو. علم و تصور

مراد از علم و تصور این است که کُنشگر در مراحل انجام یک کُنش، حتماً اول آن را تصور می‌کند. قرآن کریم نیز به مرحله علم و تصور در انجام کُنش‌ها اشاره دارد: «أَفَتَطْمَعُونَ أَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ وَقَدْ كَانَ فَرِيقٌ مِنْهُمْ يَسْمَعُونَ كَلَامَ اللَّهِ ثُمَّ يُحَرِّفُونَهُ مِنْ بَعْدِ مَا عَقَلُوهُ وَهُمْ يَعْلَمُونَ؛ آیا انتظار دارید به شما ایمان بیاورند؟ در حالی که عده‌ای از آنان، سخنان خدا را می‌شنیدند و پس از فهمیدنش، آن را تحریف می‌کردند با آنکه می‌دانستند» (بقره: ۷۵).

آیه اشاره به این دارد که برخی از اقشار اجتماعی علی‌رغم آن که با آموزه‌های دینی آشنا و آگاهی داشته‌اند اما آن آموزه‌ها را تحریف کرده و کُنش‌های دینی خود را بر آموزه‌های تحریف شده استوار کرده‌اند.

سه. سنجش

در این مرحله، کُنشگر، کُنش خویش، کار کردها، توانایی انجام آن و جوانب مختلف دیگر را سنجش و محاسبه می‌کند. این مرحله، از مراحل بسیار مهم است. صاحب‌نظران مکتب کُنش‌گرایی و کُنش متقابل نمادین این مرحله را به تفصیل و با اهمیت بیان کرده‌اند و آن را سبب امتیاز میان انسان و دیگر حیوانات تلقی کرده‌اند. انسان در میان فاصله‌های انجام کُنش، فعل خویش را می‌سنجد و کارکرد آن را محاسبه می‌کند. «مید» آن را «ذهن» می‌نامید (ریترز، ۱۳۷۴: ۲۷۵). هم‌چنین هربرت مید در نظریه «دیگری تعمیم‌یافته» اش، اعتقاد دارد که کُنش و تصویر فرد از خودش، معمولاً تحت تأثیر چشم‌داشت‌های دیگران شکل می‌گیرد و افراد با قرارداد خود به جای دیگران، متوجه این چشم‌داشت‌ها می‌شوند و در

واقع، خود را می‌سنجند (کوئن، ۱۳۸۷: ص ۱۰۷). چارلز هورتون کولی نیز در نظریه «خود آیین‌سان»، به این مسئله می‌پردازد که کنش ما تا اندازه زیادی تحت تأثیر کنش‌های دیگران است. در این نظریه، آیین، همان جامعه است و برای ما این امکان را فراهم می‌کند که واکنش‌های دیگران را نسبت به کنش خودمان مشاهده کنیم (همان: ص ۱۰۵). صاحب‌نظران کنش متقابل معتقدند که تعیین‌کننده رفتارهای انسان، نه واقعیت‌های عینی؛ بلکه تفسیرهای ذهنی و معناهایی هستند که انسان به شرایط خود می‌دهد (عضدانلو، ۱۳۸۴: ص ۵۱۰). ملاک‌های مختلفی برای سنجش کنش وجود دارند و هر کُشگر طبق فرهنگ، شخصیت و شاکله خویش، کنش خویش را می‌سنجد. سنجش می‌تواند دقیق و یا غیردقیق باشد، دقت و عدم‌دقت در محاسبات و سنجش تأثیرات عمیقی در خود کنش دارد. قرآن کریم نیز این مرحله انجام کنش را بیان کرده است. واژه‌های مختلفی برای بیان این مرحله در قرآن کریم ذکر شده‌اند: «حساب»، «نظر»، «بینه»، «رشد»، «فرقان»، «صلاح» و مانند آن. آیاتی که در پی می‌آید، بیانگر این نکته است: «الَّذِينَ ضَلَّ سَعِيَّهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَهُمْ يَحْسَبُونَ أَنَّهُمْ يُحْسِنُونَ صُنْعًا؛ آنان که در زندگی دنیا تلاش‌شان نابود می‌شود، در حالی که می‌پندارند کار شایسته و نیک انجام می‌دهند» (کهف: ۱۰۴) و آیه: «فَلَمَّا بَلَغَ مَعَهُ السَّعْيَ قَالَ يَا بُنَيَّ إِنِّي أَرَى فِي الْمَنَامِ أَنِّي أَذْبَحُكَ فَانظُرْ مَاذَا تَرَى؛ پس چون نوجوان در کار و کوشش به پای او رسید، پدر گفت: ای فرزندم! همانا در خواب می‌بینم که تو را ذبح می‌کنم؛ پس بنگر که چه می‌بینی و نظرت چیست؟» (صافات: ۱۰۲) و آیه: «اذْهَبْ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْقِهْ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَانظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ؛ این نامه مرا ببر و به سوی آنها بیفکن آنگاه از آنان روی برتاب، پس بنگر چه جوابی می‌دهند» (نمل: ۲۸) و آیه: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَتَّقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! اگر تقوی الهی پیشه کنید، خداوند برای شما فرقانی قرار می‌دهد» (انفال: ۲۹).

در این آیات، سنجش با مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارها صورت می‌گیرد. گاه این ارزش‌ها و هنجارها در بستر اجتماعی شیوع داشته و به حالت فرهنگ عمومی تبدیل شده و گاه ممکن است در خُرده‌فرهنگ‌ها وجود داشته باشد و در مواردی ممکن است شاخص و معیار سنجش نسبت به جامعه مطلوب باشد که در خارج، عینیت نداشته باشد و فقط در ظرف ذهن تصور بشود.

چهار. مشورت

در برخی از کُنش‌ها، ممکن است کُنشگر بعد از محاسبه شخصی و حتی قبل از آن، با دیگر کُنشگران باتجربه، ماهر و مورد اعتماد که به نوعی از منزلت اجتماعی برخوردار باشند، مشورتی انجام دهد. لحاظ ترتیبی ممکن است، مشورت قبل از شوق و یا بعد از شوق باشد. هم‌چنین در تقویت و تضعیف آن تأثیر دارد که این بستگی به نوع کُنش و شخصیت خود کُنشگر و تا حدودی شخصیت مشاور دارد. در قرآن و روایات به مشورت اهمیت زیادی داده شده است و حتی خداوند متعال برای استحکام کُنش‌ها و روابط متقابل و ایجاد همبستگی به پیامبر اکرم ﷺ امر به مشورت کرده است: «و شاورْهُمْ فِي الْأَمْرِ؛ و در کار با آنان مشورت کن» (آل عمران: ۱۵۹). هم‌چنین: «فَإِنْ أَرَادَا فِصَالًا عَنْ تَرَاضٍ مِنْهُمَا وَ تَشَاوُرٍ فَلَا جُنَاحَ عَلَيْهِمَا؛ پس اگر از تراضی و صلاحدید یکدیگر قصد از شیر باز گرفتن کنند، گناهی بر آنان نیست» (بقره: ۲۳۳). در برخی از آیات ممکن است محتوا و معنای مشورت در قالب مفاهیم دیگری بیان شده باشد. از جمله این مفاهیم، واژه «افتونی» است: «قَالَتْ يَا أَيُّهَا الْمَلَأُ أَفْتُونِي فِي أَمْرِي مَا كُنْتُ قَاطِعَةً أَمْرًا حَتَّى تَشْهَدُون»؛ گفت: ای بزرگان، در کارم به من نظر دهید. من هیچ کاری را به سرانجام نمی‌رسانم مگر تا هنگامی که شما در نزد من حاضر شوید» (نمل: ۳۲). در فرآیند مشورت، کُنشگر می‌کوشد از دانش و مهارت‌های دیگران که در یک بازه زمانی نسبتاً طولانی به‌دست آورده باشند، بهره برده و خود را به حصول نتیجه نزدیک کند. در فرآیند مشورت علاوه بر آن که کُنشگر از تجربه دیگران استفاده کرده و خود را به آن‌ها نزدیک نماید، چه‌بسا سبب گردد فاصله‌های اجتماعی میان آن‌ها نیز برداشته شده و یا به حداقل ممکن برسد. مشورت‌ها در سطح کلان جامعه می‌تواند زمینه‌های همبستگی اجتماعی را فراهم نماید.

یادآوری این نکته اهمیت دارد که این مؤلفه از اقسام مؤلفه‌های عینی و قسم دوم مراحل «حین کُنش» است؛ اما از آن جا که غالباً به لحاظ ترتیبی، در مراحل قسم اول بوده، این نوشتار ترتیب را بر قسم مقدم دانسته است.

پنج. مقایسه

در این مرحله، کُنشگر، کُنش خویش را با کُنش دیگران و یا با کُنش‌های گذشته خود

مقایسه می‌کند. این مرحله متفاوت از مرحله سنجش است؛ هر چند ممکن است کنشگر، این مرحله را با مرحله سنجش درهم آمیخته، انجام دهد. و یا حتی ممکن است مقایسه معکوس انجام دهد. قرآن کریم این مرحله را نیز بیان کرده است: «وَ إِذَا قِيلَ لَهُمْ آمِنُوا كَمَا آمَنَ النَّاسُ قَالُوا أَنُؤْمِنُ كَمَا آمَنَ السُّفَهَاءُ؟ وَ چون به آنان گفته شود، شما نیز همانگونه که مردم ایمان آورده‌اند ایمان آورید، گویند: آیا ما نیز همانند ساده‌اندیشان و سبک مغزان، ایمان بیاوریم؟!» (بقره: ۱۳) و آیه: «وَ إِذَا بَلَغَ الْأَطْفَالُ مِنْكُمُ الْحُلُمَ فَلْيَسْتَأْذِنُوا كَمَا اسْتَأْذَنَ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ؛ وَ هر گاه کودک‌کان شما به حد بلوغ رسیدند، پس باید همانند بزرگسالانی که قبلاً بالغ شده‌اند، اجازه بگیرند» (نور: ۵۹) و آیه: «فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُوا الْعُرْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَ لَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ؛ پس چنان که پیامبران اولوالعزم شکیبایی ورزیدند، شکیبا باش. و برای آنان به شتاب مخواه» (احقاف: ۳۵) و آیه: «قَالَ هَلْ آمَنُكُمْ عَلَيْهِ إِلَّا كَمَا آمَنُتُمْ عَلَىٰ أَخِيهِ مِنْ قَبْلُ؛ گفت: آیا همان گونه که شما را پیش از این نسبت به برادرش امین پنداشتم، درباره او هم امین پندارم؟» (یوسف: ۶۴).

در هر مقایسه‌ای از جمله مقایسه کنش‌ها، الگوها سهم تعیین‌کننده‌ای دارند. الگوها، معیار مقایسه و سنجش هستند. در مقایسه میزان دوری و نزدیکی کنش‌ها با الگوها شناخته و اندازه‌گیری می‌شود تا کنشگر بتواند برنامه خود را بر اساس آن مشخص کند.

شش. شوق

در این مرحله، شوق و انگیزه نسبت به انجام عمل در کنشگر پیدا می‌شود. شوق می‌تواند مثل احساس نیاز، شدید و یا ضعیف باشد و شدت و ضعف در شوق، تأثیرات بسیاری در خود کنش دارد. قرآن کریم این مرحله را نیز بیان کرده است: «وَ أَعْيُنُهُمْ تَفِيضُ مِنَ الدَّمْعِ حَزَنًا أَلَّا يَجِدُوا مَا يُنْفِقُونَ؛ در حالی که چشمان‌شان از اندوه، اشک‌بار بود که چرا چیزی ندارند که خرج کنند» (توبه: ۹۲). آیه، نشانگر شوق و انگیزه بعضی از اصحاب پیامبر ﷺ نسبت به جهاد می‌باشد (مکارم، ۱۳۷۴، ج: ۸، ص: ۸۳).

هفت. گزینش و انتخاب

در این جا کنشگر به مرحله‌ای می‌رسد که می‌بایست بر اساس الگوها و قالب‌های

مشروع و پذیرفته شده - خواه در ظرف جامعه و یا باورهای دینی - نوع، کیفیت، راه و جوانب مختلف کنش خود را انتخاب و یا از انواع و کیفیت‌های مختلف کنش، یکی را ترجیح دهد. قرآن کریم این مرحله را با تعبیرات متفاوت بیان کرده است: «وَ إِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ أِنَّكُمْ ظَلَمْتُمْ أَنْفُسَكُمْ بِاتِّخَاذِكُمُ الْعِجْلِ؛ و زمانی که موسی به قومش گفت: ای قوم من! شما با گرفتن گوساله بر خودتان ستم کرده‌اید» (بقره: ۵۴). در سوره یوسف نیز وقتی آن حضرت به زندانی شدن تهدید شد، زندان را بر دعوت به انجام گناه و آلودگی ترجیح داد: «قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ؛ یوسف گفت: پروردگارا! زندان نزد من محبوب‌ترست از آنچه این‌ها مرا به سوی آن می‌خوانند و اگر نیرنگ آنها را از من باز نگردانی، قلب من به آنها متمایل می‌گردد و از جاهلان خواهم بود» (یوسف: ۳۳).

نکته قابل توجه در هر انتخابی، محاسبه و مقایسه سود و زیانی است که کنشگر بر اساس انواعی از عقلانیت انجام می‌دهد. حضرت یوسف پیامبر خداست. اقتضای موقعیت پیامبری و نقش‌های او آن است که عقلانیت ارزشی بر عقلانیت‌های دیگر ترجیح داشته باشد (ریمون، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۲۶۵-۲۶۶).

هشت. خواستن

بعد از مرحله گزینش، در کنشگر خواهشی نسبت به انجام عمل پدید می‌آید. این خواستن غیر از شوق به کنش است که بحث آن گذشت. این مرحله، قبل از نیت و بعد از انتخاب است. با مرور آیات معلوم می‌گردد که قرآن کریم به این مرحله نیز توجه کرده است: «وَقُلِ الْحَقُّ مِن رَّبِّكُمْ فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ؛ و بگو: حق از پروردگارتان است، پس هر کس که بخواهد، ایمان بیاورد و هر کس که بخواهد، کافر شود» (کهف: ۲۹) و آیه: «قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِلَّا مَنْ شَاءَ أَنْ يَتَّخِذَ إِلَىٰ رَبِّهِ سَبِيلًا؛ بگو: بر آن، هیچ مزدی از شما نمی‌طلبم، ولی هر کس که بخواهد، به سوی پروردگارش راهی گیرد» (فرقان: ۵۷) و آیه: «لِمَنْ شَاءَ مِنْكُمْ أَنْ يَسْتَقِيمَ؛ برای کسی از شما که بخواهد راست‌کردار شود» (تکویر: ۲۸).

با دقت در آیات فوق، روشن می‌شود که خواستن یکی از مراحل کنش است و این

خواستن در فرآیند مقدماتی قرار می‌گیرد؛ هر چند کُنشگر خود به صورت تفصیلی به آن توجه نداشته و آن را اراده نکرده باشد. طبعاً وقتی عزم و خواست محقق شد، کُنشگر به مرحله انجام آن یک مرحله نزدیک‌تر می‌شود.

نه. تصدیق، یقین و اطمینان

بعد از مرحله خواست و مشیئت، مرحله تصدیق، ایمان و اطمینان است. در این مرحله کُنشگر درباره کُنش خویش و شرایط پیرامونی آن، یک اطمینان می‌خواهد تا به مرحله صدق برسد. قرآن کریم با تعبیرات: اطمینان، تصدیق، صدق، قطع، و مانند آن این مرحله را بیان کرده است: «قَالُوا تُرِيدُ أَنْ نَأْكُلَ مِنْهَا وَ نَطْمِئِنَّ قُلُوبُنَا وَ نَعْلَمَ أَنْ قَدْ صَدَقْتُنَا وَ نَكُونُ عَلَيْهَا مِنَ الشَّاهِدِينَ؛ گفتند: می‌خواهیم از آن بخوریم و دل‌هایمان آرام گیرد و بدانیم که به ما راست گفته‌ای و بر آن از گواهان باشیم» (مانده: ۱۱۳) و آیه: «قَالَ سَتَنظُرُونَ أَ صَدَقْتُمْ كُنْتُمْ مِنَ الْكَاذِبِينَ؛ گفت: خواهیم دید که آیا راست گفته‌ای یا از دروغ‌گویانی» (نمل: ۲۷) و آیه: «فَإِذَا أَطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ؛ و چون آسوده خاطر شدید، نماز بگزارید» (نساء: ۱۰۳).

در واقع، وقتی موانع احتمالی برداشته شد و زمینه برای انجام عمل فراهم گردید، حال می‌بایست با اطمینان نسبت به امکان انجام عمل، اقدام شود.

۵۵. نیت و قصد

بعد از اطمینان، نیت به مرحله نیت و قصد می‌رسد؛ گرچه ممکن است گفته شود؛ نیت با دلیل - که در مرحله بعد ذکر می‌شود - جمع شده و یا آن را به همان معنای دلیل دانست. اما به نظر می‌رسد نیت و قصد، اعم از دلیل می‌باشد. قرآن کریم این مرحله را چنین بیان کرده است: «الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَفْوَالَهُمْ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ وَ تَثْبِيتاً مِنْ أَنْفُسِهِمْ؛ کسانی که اموال خود را در طلب رضای خداوند و استواری روح خود انفاق می‌کنند» (بقره: ۲۶۵).

همچنین: «وَ مِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْرِي نَفْسَهُ ابْتِغَاءَ مَرْضَاتِ اللَّهِ؛ و از مردم کسی است که برای کسب خشنودی خدا، جان خود را می‌فروشد» (بقره: ۲۰۷). همچنین: «فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَ ابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ؛ اما آنان که در دل کژی دارند برای فتنه جویی و طلب تأویلش از آنچه از آن که متشابه است، پیروی می‌کنند» (آل عمران: ۷). و

همچنین: «إِنَّمَا نُطْعِمُكُمْ لِوَجْهِ اللَّهِ لَا نُرِيدُ مِنْكُمْ جَزَاءً وَلَا شُكْرًا؛ جز این نیست که شما را برای رضای خدا می‌خورانیم، از شما پاداش و شکرگزاری نمی‌خواهیم» (انسان: ۹).
 ارزش هر کُنشی (اعم از اجتماعی و فرا اجتماعی) به قصد و نیت وابسته است (مکارم، ۱۳۷۴، ج ۲۵: ص ۳۵۴). چنانچه در حدیث آمده است: «إِنَّمَا الْأَعْمَالُ بِالنِّيَّاتِ؛ ارزش کُنش‌ها، وابسته به نیت است» (طوسی، ۱۴۰۷ق: ص ۱۸۶).

یازده. دلیل یا علت

این مرحله، از اصطلاحات موجود در فلسفه علوم اجتماعی گرفته شده و بیانگر دو مبنای مختلف در جامعه‌شناسی است. در یک رویکرد بر بُعد انسانی تأکید داشته و در نتیجه علوم انسانی را متفاوت از علوم طبیعی دانسته‌اند. در رویکردی دیگر، بر این بُعد انسانی تأکید نداشته و مطالعات انسانی را همانند سایر علوم طبیعی دانسته‌اند (راین، ۱۳۸۲: ص ۱۶۰-۱۶۶).
 رویکرد اول که در زمره مکتب «تفهیمی» قرار می‌گیرد، بر «تفسیر» به جای «تبیین» تأکید دارند؛ لذا به دنبال کشف دلیل و دلایل کُنش می‌باشند (وبر، ۱۳۹۲: ص ۲۰-۲۳). در مقابل، مکتب ساختارگرایی بدون تأکید بر ابعاد انسانی، تفاوت بین علوم انسانی و علوم طبیعی را کمتر مورد توجه قرار داده است. لذا به جای دلیل، به علت کُنش - که بیرون از ذهن کُنشگر و در عالم واقع و خارجی وجود دارد - پرداخته است (دورکیم، ۱۳۹۳: ص ۱۲۲-۱۲۳).
 به نظر می‌رسد قرآن و آموزه‌های دینی اسلام ناظر به هر دو جنبه درونی و بیرونی است، لذا ممکن است که برای یک کُنش خاص هم دلیل و هم یک علت وجود داشته باشد و حتی ممکن است کُنشگر از آن بی‌خبر باشد. قرآن کریم واژه‌های: ابتغاء، لام تعلیل، بیان هدف (مفعول له)، بینه و مانند آن را به کار برده است: «وَإِذْ قَالَتْ أُمَّةٌ مِنْهُمْ لِمَ تَعِظُونَ قَوْمًا اللَّهُ مُهْلِكُهُمْ أَوْ مُعَذِّبُهُمْ عَذَابًا شَدِيدًا قَالُوا مَعذِرَةٌ إلی رَبِّكُمْ وَ لَعَلَّهُمْ يَنْتَفُونَ؛ و چون گروهی از آنان گفت: چرا گروهی را که خداوند آنان را نابود یا آنان را به عذابی سخت عذاب خواهد کرد، اندرز می‌کنید؟ گفتند: تا در نزد پروردگارتان عذری باشد و باشد که آنان پرهیزگاری کنند» (اعراف، ۱۳۴) و آیه: «وَإِنَّمَا تُعْرَضُونَ عَنْهُمْ ابْتِغَاءَ رَحْمَةٍ مِنْ رَبِّكَ تَرْجُوهَا فَقُلْ لَهُمْ قَوْلًا مَيْسُورًا؛ و اگر برای کسب رحمتی از پروردگارت که به آن امیدواری از آنان رویگردان شوی، با آنان سخنی نرم بگو» (اسراء: ۲۸) و آیه: «وَ قَالُوا رَبَّنَا إِنَّا أَطَعْنَا سَادَتَنَا وَ

كُتِبَآءَنَا فَأَصْلُونَا السَّبِيلَا؛ و گویند: پروردگارا، ما از مهتران و بزرگترهای مان فرمان بردیم، پس ما را گمراه کردند» (احزاب: ۶۷) و آیه: «فَاسْتَحَفَّ قَوْمَهُ فَأَطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ؛ پس قومش را سست کرد، آن گاه از او اطاعت کردند. بی گمان آنان گروهی نابکار بودند» (زخرف: ۵۴).

آیات سوره اعراف و اسراء ناظر به بیان دلایل هستند و آیات احزاب و زخرف که به نوعی درصدد بیان ساختارهای اجتماعی خانواده و خویشاوندی و نیز سیاسی می‌باشند، ناظر به بیان علل مؤثر بر کنش‌ها هستند.

دوازده. اراده و تصمیم

این مرحله از مراحل مهم و توجیه‌کننده کنش است. قرآن کریم واژه اراده و قصد را برای این مرحله ذکر کرده است. قصد در این مرحله غیر از قصد به معنی نیت است. بنابراین به مرحله قبل از انجام کنش اشاره دارد. همان‌طور که می‌فرماید: «وَالْوَالِدَاتُ يُرْضِعْنَ أَوْلَادَهُنَّ حَوْلَيْنِ كَامِلَيْنِ لِمَنْ أَرَادَ أَنْ يُتِمَّ الرَّضَاعَةَ؛ و مادرها شیر دهند اولاد خود را دو سال کامل؛ این برای مادری است که به طفل خود قصد شیردادن تمام دارد» (بقره: ۲۳۳) و آیه: «قَالَتْ مَا جَزَاءُ مَنْ أَرَادَ بِأَهْلِكَ سُوءًا؛ گفت: جزای کسی که اراده کند به زن تو عمل بدی را چه چیز است» (یوسف: ۲۵) و آیه: «فَلَمَّا أَنْ أَرَادَ أَنْ يَبْطِشَ بِالذِّبْيِ هُوَ عَدُوٌّ لَهُمَا قَالَ يَا مُوسَى أَتُرِيدُ أَنْ تَمْتَلِنِي كَمَا قَتَلْتَ نَفْسًا بِالْأَمْسِ إِنْ تُرِيدُ إِلَّا أَنْ تَكُونَ جَبَّارًا فِي الْأَرْضِ وَمَا تُرِيدُ أَنْ تَكُونَ مِنَ الْمُصْلِحِينَ؛ چون موسی اراده کرد که بگیرد آن کسی را که دشمن او بود، گفت: ای موسی! آیا اراده داری، بکشی مرا چنان‌که یک نفر را دیروز کشتی تو غیر از جبّاری و آدم‌کشی را در زمین اراده نمی‌کنی و نمی‌خواهی که از اصلاح‌کنان باشی» (قصص: ۱۹) و آیه: «وَامْرَأَةٌ مُؤْمِنَةٌ إِنْ وَهَبَتْ نَفْسَهَا لِلنَّبِيِّ إِنْ أَرَادَ النَّبِيُّ أَنْ يَسْتَنْكِحَهَا؛ حلال کردیم هر زن مؤمن را که ببخشد نفس خود را به پیغمبر، اگر پیغمبر نکاح او را بخواهد» (احزاب: ۵۰) و آیه: «قَالَ إِنِّي أُرِيدُ أَنْ أُنكِحَكَ إِحْدَى ابْنَتَيَّ هَاتَيْنِ عَلَى أَنْ تَأْجُرَنِي ثَمَانِي حِجَجٍ؛ گفت: من قصد دارم تا یکی از این دو دخترم را به همسری تو درآورم بر این که هشت سال برای من کار کنی» (قصص: ۲۷).

می‌توان گفت این مرحله، همانند نقشه‌ای است که کنشگر درصدد اجرای آن می‌باشد.

در هر نقشه‌ای، می‌بایست محاسبات را بر اساس الگوها انجام داد. چون در این مرحله، کُنشگر در ظرف ذهن خود می‌تواند کُنش ذهنی را تجلی خارجی دهد، می‌تواند به صورت عینی تری درباره چگونگی آن به گفتگو و تحلیل و توافق و یا مخالفت با آن اقدام کند. در این مرحله، طراحی ذهنی به واقعیت نزدیک تر می‌شود.

سبزه. تجدیدنظر و تصمیم نهایی

بعد از اراده، گاهی کُنشگر یک نگاه دوباره به کُنشی که می‌خواهد انجام دهد، می‌افکند و دقت بیشتری می‌نماید تا بتواند به تصمیم نهایی برسد. به نظر می‌رسد این مرحله قبل از عزم می‌باشد چون عزم بالاتر از تصمیم نهایی است. قرآن کریم این مؤلفه را نیز بیان کرده است: «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا ثُمَّ كَفَرُوا ثُمَّ آمَنُوا ثُمَّ كَفَرُوا ثُمَّ أَرَادُوا كُفْرًا لَمْ يَكُنِ اللَّهُ لِيُغْفِرْ لَهُمْ وَلَا لِيُهْدِيَهُمْ سَبِيلًا؛ کسانی که ایمان آوردند، سپس کافر شدند، باز هم ایمان آوردند و دوباره کافر شدند، سپس بر کفر خود افزودند، خدا هرگز آنها را نخواهد بخشید و آنها را به راه [درست] هدایت نخواهد کرد» (نساء: ۱۳۷).

چنین افرادی به مقتضای ایمانی و عمل‌شان، نه شایسته آموزشند و نه هدایت، مگر اینکه در کار خود تجدید نظر کنند (مکارم، ۱۳۷۴، ج ۴: ص ۱۶۹). چه بسا تجدیدنظرها در اثر الزامات ساختاری و تعینات اجتماعی بوده و همین تعینات دگرگونی‌هایی را در اندیشه و فهم کُنشگر ایجاد کرده باشد (مدرسی، ۱۴۱۹ق، ج ۲: ص ۲۲۳). از سوی دیگر، ممکن است دگرگونی‌ها و تحولات ساختاری سبب بروز موضوعات جدید در سامانه‌جامعه گردد. پیدایش موضوعات جدید خود به تغییر رویکردها و نگرش‌ها منجر شود.

چهارده. عزم

این مرحله از مهم‌ترین مراحل کُنش است و بعضی از کُنش‌گران از این مرحله برخوردارند. قرآن کریم با اتمام زیادی این مرحله را بیان کرده است: «وَإِنْ عَزَمُوا الطَّلَاقَ فَإِنَّ اللَّهَ سَمِيعٌ عَلِيمٌ؛ و اگر تصمیم به طلاق گرفتند، همانا خداوند شنوا و داناست» (بقره: ۲۲۷) و آیه: «وَلَقَدْ عَاهَدْنَا إِلَىٰ آدَمَ مِنْ قَبْلِ فَنَسَىٰ وَ لَمْ نَجِدْ لَهُ عَزْمًا؛ پیش از این، از آدم پیمان گرفته بودیم اما او فراموش کرد و قصد استواری برای او نیافتیم» (طه: ۱۱۵) و آیه:

«فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُوا الْعُرْمِ مِنَ الرُّسُلِ؛ پس چنان که پیامبران اولوالعزم شکیبایی ورزیدند، شکیبایا باش» (احقاف: ۳۵).

پانزده. توکل

بعد از عزم، مرحله توکل است که سبب می‌شود تا همه نگرانی و دلهره‌ها از دل کنشگر از بین برود؛ چون ممکن است با وجود این همه محاسبات، مشورت‌ها، یک‌سری نگرانی‌ها در دل کنشگر وجود داشته باشد و توکل، یک نوع اعتماد کنشگر بر یک عامل، قدرتی فوق قدرتهای معمول و تعامل با قدرت و حقیقت کبیره است (سیدقطب، ۱۴۱۲ق، ج ۱: ص ۵۰۳)؛ که کنشگر بر اساس تکیه بر آن یک نوع پشتیبانی را احساس می‌کند و با آرامش و اطمینان خاطر کنش خویش را انجام می‌دهد. این قدرت توانا می‌تواند یک شخصیت حقیقی مثل پدر، استاد، شوهر و یا یک رفیق باشد و می‌تواند یک شخصیت حقوقی مثل اداره، بیمه، قانون و یا دولت باشد. قرآن کریم این مرحله را با اهمیت بیان کرده است و از انسان‌ها خواسته است که فقط بر خداوند توکل داشته باشند: «فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ؛ پس هنگامی که تصمیم گرفتی بر خداوند توکل کن. به‌راستی که خداوند توکل‌کنندگان را دوست می‌دارد» (ال عمران: ۱۵۹) و آیه: «وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلًا؛ و بر خدا توکل کن. و خداوند کارساز بس است» (نساء: ۸۱) و آیه: «وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ؛ و کسی که بر خداوند توکل کند هم او را بس است» (طلاق: ۳).

۲-۲-۳. قسم دوم: عینی

از میان مراحل «حین کنش»، برخی از مراحل، عینی و خارجی می‌باشند و یک بروز خارجی و ظاهری دارند. این‌ها هم محصول فردیت کنشگر و نیز فرهنگ او می‌باشند.

یک. تدبیر و برنامه‌ریزی

همه آن مؤلفه‌های که بالا گذشت غیر از مشورت، مراحل و عناصری بودند که در ذهن کنشگر انجام می‌شوند اما در نهایت در قالب یک عمل بروز خارجی پیدا خواهند کرد و

چه بسا از همان قالب بتوان چگونگی ذهنیت کُنشگر را تحلیل کرد. اما مراحل بعد از این، در کُنش‌های کُنشگر بروز و ظهور خارجی خواهند داشت. تدبیر و برنامه‌ریزی از مواردی است که نشان‌دهنده همین ذهنیت‌های کُنشگر است و بروز عینی آن را به تصویر می‌کشد. قرآن کریم این مؤلفه را بیان کرده است: «فَإِذَا بَرَأُوا مِنَ عِنْدِكَ نَبَاتٌ طَائِفَةٌ مِنْهُمْ غَيْرَ الَّذِي تَقُولُ وَاللَّهُ يَكْتُبُ مَا يُبِشِّرُونَ؛ پس چون از نزدت بیرون روند گروهی از آنان شبانه جز آنچه را که تو می‌گویی، تدبیر می‌کنند و خداوند تدبیر شبانه آنان را می‌نویسد» (نساء: ۸۱) و آیه: «وَمَكْرُؤًا وَّمَكْرَ اللَّهِ وَاللَّهُ خَيْرٌ أَلْمَاكِرِينَ؛ و تدبیر خود را به کار بستند؛ خداوند نیز تدبیر خود را به کار برد و خداوند بهترین تدبیرکننده است» (آل عمران: ۵۴) و آیه: «وَمَا كُنْتُمْ لَدَيْهِمْ إِذْ أَجْمَعُوا أَمْرَهُمْ وَهُمْ يَمْكُرُونَ؛ و چون با بداندیشی تدبیرشان را قطعی ساختند، در نزدشان نبود» (یوسف: ۱۰۲). همچنین: «فَكَيْدُونِي جَمِيعًا ثُمَّ لَا تُنظِرُونَ؛ پس همگی بر علیه من توطئه کنید و مرا مهلت ندهید» (هود: ۵۵) و آیه: «فَأَجْمَعُوا كَيْدَكُمْ ثُمَّ اتَّخَفُوا صَفًّا؛ پس حيله خود را جمع کنید و منظم بیاید» (طه: ۶۴).

هر چه این تدبیرها به الگوها و آموزه‌های اجتماعی مبتنی بر آموزه‌های دینی سازگارتر باشد، پذیرش و مشروعیت آن بیشتر خواهد بود.

دو. سعی و تلاش و رقابت

بعد از مرحله تدبیر، کُنشگر سعی، تلاش، کوشش و رقابت خود را نسبت به انجام کُنش به خرج می‌دهد، تلاش کم یا زیاد می‌تواند نتیجه را تغییر دهد (مدرسی، ۱۴۱۹ق، ج ۱۴: ص ۱۸۸) چنان که فرموده است: «خَتَامُهُ مِسْكٌ وَ فِي ذَلِكَ فَلْيَتَنَافَسِ الْمُتَنَافِسُونَ؛ مهتری که بر آن نهاده شده، از مشک است و در این نعمت‌های بهشتی، راغبان باید بر یکدیگر پیشی گیرند» (مطففین: ۲۶). قرآن کریم این مرحله را با شدت و اهمیت بیان کرده است: «وَأَنْ لَّيْسَ لِلْإِنْسَانِ إِلَّا مَا سَعَى؛ و این که برای انسان بهره‌ای جز سعی و کوشش او نیست» (نجم: ۳۹) و آیه: «وَمَنْ أَرَادَ الْآخِرَةَ وَسَعَى لَهَا سَعْيَهَا وَهُوَ مُؤْمِنٌ فَأُولَئِكَ كَانَ سَعْيُهُمْ مَشْكُورًا؛ و آن کس که سرای آخرت را بطلبد و برای آن سعی و کوشش کند در حالی که ایمان داشته باشد، سعی و تلاش او، پاداش داده خواهد شد» (اسراء: ۱۹).

هر چند این آیه ناظر به تلاش‌ها در راستای نیل به آخرتی نیکوست اما این اصل ثابت

است که تلاش در هر موردی می‌تواند بر نتایج آن مؤثر باشد. چنان‌که آیه ۲۰ سوره قصص: «وَ جَاءَ رَجُلٌ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ يَسْعَى قَالَ يَا مُوسَى إِنَّ الْمَلَأَ يَأْتَمِرُونَ بِكَ لِيَقْتُلُوكَ فَاخْرُجْ إِنِّي لَكَ مِنَ النَّاصِحِينَ؛ بیانگر آن است که تلاش و کوشش مردی به نام سمعون توانست زمینه نجات حضرت موسی را از دست فرعونیان فراهم نماید (طبرسی، ۱۳۷۲، ج: ۷، ص: ۳۸۴).

سه. اهتمام و اقدام

بعد از این مراحل، کُنشگر نزدیک به انجام کُنش شده است و در این مرحله اهتمام می‌ورزد و دست به اقدام می‌زند. قرآن کریم این مرحله را نیز بیان کرده است: «وَلَقَدْ هَمَّتْ بِهِ وَ هَمَّ بِهَا لَوْلَا أَنْ رَأَى بُرْهَانَ رَبِّهِ»؛ آن زن در وصل او اهتمام کرد و یوسف هم اگر برهان روشن حق را ندیده بود، در وصل آن زن اهتمام می‌کرد (یوسف: ۲۴) و آیه: «أَلَا تُفَاتِلُونَ قَوْمًا نَكَثُوا أَيْمَانَهُمْ وَ هُمْؤَا بِإِخْرَاجِ الرَّسُولِ؛ آیا با گروهی که سوگندهای خود را شکستند و به بیرون کردن پیامبر همت گماشتند، بیکار نمی‌کنید؟» (توبه: ۱۳).

چهار. انجام

این مرحله، اصلی‌ترین مرحله است و کُنشگر در طی آن کُنش را انجام می‌دهد. قرآن کریم واژگانی همچون: فعل، عمل، و مانند آن را برای بیان این مرحله استفاده کرده است: «قَالُوا أَأَنْتَ فَعَلْتَ هَذَا بِالْهَيْتِنَا يَا إِبْرَاهِيمَ؛ گفتند: ای ابراهیم! آیا تو با معبودان ما چنین کرده‌ای؟» (انبیاء: ۶۲) و آیه: «وَ فَعَلْتَ فَعَلْتِ الْتَى فَعَلْتَ وَ أَنْتَ مِنَ الْكَافِرِينَ. قَالَ فَعَلْتُهَا إِذَا وَ أَنَا مِنَ الصَّالِّينَ؛ و کردی آن کاری که کردی و تو از ناسپاسان بودی. گفت: آن کار را هنگامی کردم که از گمشدگان بودم» (شعراء: ۱۹-۲۰).

پنج. صبر و استقامت

مراد از صبر و تحمل این است که کُنشگر هنگام انجام کُنش و در طول همه مراحل، شکیبایی داشته باشد و تا رسیدن به مرحله نهایی، در برابر همه سختی‌ها، استقامت نماید. این مؤلفه کُنش، تضمین‌کننده موفقیت کُنشگر و رسیدن به اهداف اوست. صبر، همانند روحی است که در تمام فرآیند انجام کُنش حلول کرده و حاصل آن بروز و ظهور خواهد

داشت. چه بسا کُنش‌هایی با سختی‌های طاقت‌فرسای روبرو باشند و صبر بر آن سختی‌ها، علاوه بر آن که باعث می‌شود کُنشگر مقاوم شود، او را به هدف هم می‌رساند. قرآن کریم با اهمیت زیادی این مؤلفه را ذکر کرده است: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ حَرِّضِ الْمُؤْمِنِينَ عَلَى الْقِتَالِ إِنْ يَكُنْ مِنْكُمْ عَشْرُونَ صَابِرُونَ يُغْلِبُوا مِائَتِينَ؛ ای پیامبر، مؤمنان را به جهاد ترغیب کن، که اگر از شما بیست نفر شکیبا باشند بر دویست نفر غلبه می‌کنند» (انفال: ۶۵) و آیه: «فَإِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْهِ مَا حُمِّلَ وَعَلَيْكُمْ مَا حُمِّلْتُمْ؛ پس اگر روی گردانید جز این نیست که بر عهده اوست آنچه بر آن تکلیف شده و بر عهده شماست آنچه بدان مکلفید» (نور: ۵۴) و آیه: «وَأْمُرْ أَهْلَكَ بِالصَّلَاةِ وَاصْطَبِرْ عَلَيْهَا؛ و خانواده خود را به نماز امر کن و خود با همه‌نیرو بر آن شکیبایی کن» (طه: ۱۳۲) و آیه: «وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَ كَانُوا بآيَاتِنَا يُوقِنُونَ؛ و از آنان امامان قرار دادیم که به فرمان ما هدایت می‌کردند چون شکیبایی نمودند و به آیات ما یقین داشتند» (سجده: ۲۴) و آیه: «إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَامُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنتُمْ تُوعَدُونَ؛ همانا کسانی که گفتند: پروردگار ما خداست، پس مقاومت نمودند. فرشتگان بر آنان نازل می‌شوند که: «نرسید و غمگین مباشید و بشارت باد بر شما به آن بهشتی که به شما وعده داده شده است» (فصلت: ۳۰). بر اساس این آیات صبر و استقامت کُنشگر را به اهداف خویش می‌رساند.

۳-۳. قسم سوم: مؤلفه‌ها و مراحل پسا کُنش

مقصود از این قسم، آن مراحل است که از ماهیت و حقیقت کُنش خارج و بعد از کُنش به عنوان کارکردهای آن محسوب می‌شوند و دامنه گسترده‌ای دارند. این کارکردها می‌تواند در سطح خُرد و یا کلان باشند و در مواردی به عنوان بازخور به خود کُنشگر برگردد. از آن جهت که موضوع بررسی این نوشتار فقط مراحل «حین کُنش» است، لذا در ذیل مراحل «پسا کُنش» تنها نام برده می‌شود:

- (۱) نتیجه و پیامد؛ (۲) مواجهه و بازخورد؛^۱ (۳) پاداش یا مجازات؛ (۴) حسرت یا سرور؛ (۵) جواب کُنش و واکنش.

1. Feed back.

۴. مکانیسم یا سازوکار کنش

مکانیسم یک کنش یعنی مراحل با ترتیب خاصی که برای انجام آن از اول تا آخر؛ کنشگر طی می‌کند. برای تبیین مکانیسم یک کنش، اول باید نوع آن را شناخت. برخی از کنش‌ها ممکن است همه مراحل یادشده را نداشته باشند. چه‌بسا بعضی از آن‌ها را با شدت، وضوح و کمال بیشتری داشته باشند. شاکله و شخصیت خود کنشگر و هم‌چنین بستر فرهنگی - اجتماعی که در آن زندگی می‌کند نیز می‌تواند در تعیین مؤلفه‌های کنش تأثیر داشته باشد. بنابراین بر اساس نوع کنش و شخصیت کنشگر است که مؤلفه‌های کنش تعیین می‌شوند. هم‌چنین برخی از مؤلفه‌ها در درجه اختیار نیز مؤثرند. مثلاً بین احساس نیاز و اختیار، رابطه معکوس وجود دارد و احساس نیاز شدید می‌تواند، اختیار را به حداقل برساند و هم‌چنین مراحل اهتمام و اقدام، در اختیار، تأثیر به‌سزایی دارند و انجام‌دهنده کنش هر چه در مراحل بعدی وارد شود، همان‌قدر گرایش به سمت بازگشت از کنش کمتر می‌شود.

نتیجه‌گیری

از مباحثی که گذشت، می‌توان نتیجه گرفت که قرآن کریم واژگان متفاوتی از قبیل: کسب، صنع، فعل، عمل، حسن و سوء را برای کنش ذکر کرده است. کنشی که در این تحقیق مورد بحث قرار گرفت، آن عمل و رفتاری است که از یک عضو جامعه صادر می‌شود. شکی نیست که وقتی از یک کنشگر، کنشی با قصد و معنی سر می‌زند، برای انجام و اتمام آن مراحل را از ابتدا طی می‌کند؛ مراحلی که در فرآیند یک کنش دنبال می‌شود، شامل مؤلفه‌ها و عناصر کنش خواهد بود. با استقراء در آیات، معلوم می‌گردد که قرآن کریم سه نوع مؤلفه را برای کنش ذکر کرده است. مؤلفه‌های «پیشاکنش» از قبیل: شاکله، الزامات فرهنگی - اجتماعی، نیاز و غرض، هدف و نیروهای مؤثر خواهد بود. و مؤلفه‌های «حین‌کنش» مانند: احساس نیاز، علم و تصور، سنجش، مقایسه، مشورت، شوق، انتخاب و گزینش، خواستن، تصدیق و یقین، نیت، دلیل و علت، اراده، تصمیم‌نهایی، عزم، توکل، تدبیر، اقدام، سعی و تلاش، انجام، صبر و استقامت که اکثر این‌ها ذهنی و درونی می‌باشند و مشورت و تدبیر به بُعد بیرونی اطلاق می‌شود و قسم

دیگر مؤلفه‌های «پساگُنش» است که شامل: پیامد، مواجهه و بازخورد، پاداش و مجازات، حسرت و مسرت و سرور، جواب گُنش و واگُنش، خواهد بود. برای تعیین مؤلفه‌ها، مکانیسم، سازوکار، ترتیب و شدت و ضعف مؤلفه‌های یک گُنش، اول باید نوع گُنش و یا وجود و فقدان آن مشخص شود، سپس به آن پرداخت.

به لحاظ ترتیبی نیز ممکن است این مؤلفه در گُنش‌های گوناگون، متفاوت باشند و هم‌چنین ممکن است درجه شدت، وضوح و یا کمال این مؤلفه‌ها در برخی از گُنش‌ها تفاوت داشته باشند. گُنشگر وقتی یک گُنش را انجام می‌دهد، مراحل و مؤلفه‌ها را به سرعت پشت سر می‌گذارد و به همین سبب، لازم نیست از همه آن‌ها آگاهی تفصیلی داشته باشد.

کتابنامه

* قرآن کریم با ترجمه: آیت‌الله مکارم شیرازی

۱. ابن ابراهیم شاذلی، سید بن قطب (۱۴۱۲ق)، فی ظلال القرآن، ج ۱، بیروت: دارالشروق.
۲. حیدری، کمال (بی‌تا)، شرح نهیة الحکمة الإلهیات بالمعنی الأخص، ج ۲، قم: دارفراقد للطباعة والنشر.
۳. دورکیم، امیل (۱۳۹۳)، قواعد روش جامعه‌شناسی، ترجمه: علی محمد کاردان، تهران: نشر دانشگاه.
۴. راین، آلن (۱۳۸۲)، فلسفه علوم اجتماعی، ترجمه: عبدالکریم سروش، تهران: موسسه فرهنگی صراط.
۵. ریتزر، جورج (۱۳۷۴)، نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
۶. _____ (۱۳۸۹)، مبانی نظریه جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن، ترجمه: شهناز مسمی‌پرست، تهران: نشر ثالث.
۷. ریمون، بودن (۱۳۸۹)، مطالعاتی در آثار جامعه‌شناسان کلاسیک، ترجمه: باقر پرهام، ج ۲، تهران: نشر مرکز.
۸. ریموند، میلتن برگر (۱۳۸۷)، شیوه‌های تغییر رفتار، ترجمه: علی فتحی آشتیانی، تهران: نشر سمت.
۹. شارون، جوئل (۱۳۷۹)، ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۱۰. شعاری‌نژاد، علی‌اکبر (۱۳۶۴)، فرهنگ علوم گنشی، تهران: نشر سپهر.
۱۱. صدر، محمدباقر (۱۳۸۸)، سنت‌های تاریخ در قرآن، ترجمه: جمال موسوی، قم: دفتر انتشارات اسلامی.

۱۲. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۰ق.)، المیزان فی تفسیرالقرآن، ج ۱ و ۲، بیروت: نشر اعلمی.
۱۳. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان فی تفسیرالقرآن، ج ۳ و ۷، تهران: ناصر خسرو.
۱۴. طبری، محمد بن جریر (۱۴۱۲ق.)، جامع البیان فی تفسیرالقرآن، ج ۵، بیروت: دارالمعرفه.
۱۵. طنطاوی، سیدمحمد (۱۹۹۷)، التفسیرالوسیط للقرآن الکریم، ج ۱، ۲، ۴ و ۸، قاهره: نهضة مصر.
۱۶. طوسی، محمد بن حسن (۱۴۰۷ق.)، تهذیب الاحکام، ج ۴، تهران: دار کتب اسلامیة.
۱۷. عضدانلو، حمید (۱۳۸۴)، مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی، تهران: نشر نی.
۱۸. کوئن، بروس (۱۳۸۷)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه: غلام‌عباس توسلی و رضا فاضل، تهران: نشر سمت.
۱۹. گیدنز، آنتونی (۱۳۹۳)، جامعه‌شناسی، ترجمه: منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۲۰. مدرسی، محمدتقی (۱۴۱۹ق.)، من هدی القرآن، ج ۱، ۲ و ۱۴، تهران: دارمحبی‌الحسین.
۲۱. مصباح‌یزدی، محمدتقی (۱۳۹۳)، معارف قرآن، ج ۱، قم: مؤسسه امام خمینی.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، ج ۴، ۸ و ۲۵، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۲۳. نالز، ملکم و نالز هولدا (۱۳۵۰)، مقدمه‌ای بر تکاپوشناسی گروه‌ها، ترجمه: محسن قندی، تهران: نشر عطایی.
۲۴. ویر، ماکس (۱۳۹۲)، مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی، ترجمه: احمد صدارتی، تهران: نشر مرکز.
25. Etzrodt Christian, (2005), Advanced Modern Versions of Max Weber's Action Concepts, *Ritsumeikan Social Sciences Review* (Vol 40. No.4) Ritsumeikan University.
26. Weber, Max (1985), *Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre*, 6th ed., Tübingen.

تفاوت هویتی نسل اول و دوم مهاجران افغانی به ایران

(مورد مطالعه: مهاجران هزاره‌ای مقیم قم در سال ۹۶)

* حسن خیری

** محمد عیسی رحیمی

چکیده

پس از بحران‌های اخیر در افغانستان، تعداد زیادی از شهروندان افغانستان (حدود دو میلیون نفر) که بیشتر آنان شیعه و از قوم هزاره بودند، به ایران مهاجرت کردند. اقامت این مهاجران، نه در قالب تعیین اردوگاه و مکان ویژه برای سکونت بلکه به صورت پراکنده و در اقصی نقاط کشور ایران صورت پذیرفته است. بسیاری از آنان سال‌های متمادی در ایران بوده و در نتیجه، نسل دومی از مهاجران افغانستانی شکل گرفته که تمام یا بیشتر زندگی خود را در ایران گذرانده و با فرهنگ ایرانی رشد یافته‌اند. این تحقیق بر آن است تا تفاوت هویتی، ملی و مذهبی این دو نسل از مهاجران را؛ یعنی نسلی که در افغانستان به دنیا آمده و بعد به ایران مهاجرت کرده‌اند و در سال ۱۳۹۶ مقیم قم بوده‌اند و نسلی که در ایران به دنیا آمده و در همین سال مقیم قم هستند؛ بررسی نماید. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و مسئله‌محور، از نظر نوع داده، کمی است که با روش پیمایشی و از ابزار پرسش‌نامه بر اساس مقیاس لیکرت به منظور دستیابی تغییرات در فرهنگ شیعه‌ای از قوم هزاره برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. یافته‌های به دست آمده از تحلیل استنباطی (آزمون T تک‌نمونه‌ای و آزمون T با دو نمونه مستقل) بیانگر آن است که فرهنگ قوم هزاره و شیعیان در بخش‌های مختلف هویت ملی، دینی - مذهبی، هنجاری - رفتاری در میان هر دو نسل دچار تغییر گردیده است.

کلیدواژه‌ها

مهاجرت، قوم هزاره، مهاجران، هویت ملی، هویت دینی.

۱. بیان مسئله

در طول تاریخ، شیعیان و قوم هزاره، نسبت به سایر اقوام ساکن در افغانستان ظلم بیشتری را تحمل کرده‌اند. شرایط بحرانی اخیر افغانستان و اوضاع نابسامان آن نیز سبب مهاجرت تعداد زیادی از شیعیان به ایران شده است.

مهاجرت و پناه‌گزینی؛ گرچه یکی از ابزارهای رهایی از دشمنان و دوری از مشکلات است، اما این پدیده، پیامدهای مثبت و منفی را در سطوح مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در پی دارد که در عرصه‌های مختلف ملی، دینی، رفتاری و گفتاری بروز می‌نماید. این وضعیت بدان سبب است که مهاجرین و پناهندگان با شرایط و محیطی مواجه می‌شوند که از نظر دینی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی با محیط قبلی آنان تفاوت دارد؛ به طوری که مجبور به پذیرش تغییرات زیادی در ابعاد مختلفی مانند: هویت ملی، دینی - اعتقادی، هنجار و رفتارهای خود می‌شوند.

این تحقیق به مطالعه تفاوت احتمالی و مقایسه‌ای وضعیت هویت ملی، دینی، هنجاری - رفتاری و تعلقات قومی، دو نسل از مهاجران قوم هزاره مقیم قم می‌پردازد. بدیهی است این تفاوت؛ گرچه می‌تواند ناظر به تأثیرات مهاجرت باشد ولی با توجه به تجربه متفاوت زیستی این دو نسل، نمی‌توان تفاوت‌های احتمالی را تنها به مهاجرت نسبت داد. این مطالعه تنها درصدد واکاوی تغییرات احتمالی در ابعاد سه‌گانه است. چنین مطالعاتی می‌تواند در آشکارسازی نقاط قوت و ضعف فرهنگی مفید واقع شده و متولیان امر را برای سیاست‌گذاری و گرفتن تصمیمات درست کمک نماید.

۲. فرضیات

۱. به نظر می‌رسد، نباید تفاوت معناداری از نظر هویت ملی بین دو نسل مشاهده گردد.
۲. به نظر می‌رسد، دوری از وطن و کاهش جامعه‌پذیری بومی، تأثیر منفی بر نسل دوم مهاجران از نظر هویت دینی و اعتقادی گذاشته است.
۳. به نظر می‌رسد، دوری از وطن و تأثیرات جامعه ایران، هویت هنجاری - رفتاری در نسل دوم مهاجران ضعیف‌تر از نسل اول باید باشد.

۴. به نظر می‌رسد، مشکلات ناشی از قرار گرفتن در اقلیت و نداشتن تجربه زیستی سختی در محیط بومی نسل دوم را به افزایش تعلقات قومی سوق داده باشد.

۳. پیشینه تحقیق

مهاجرت و پیامدهای آن از موضوعاتی است که همواره ذهن بشر را به خود معطوف کرده است. دانشمندان علوم دینی و غیردینی به‌ویژه متفکران سیاسی و اجتماعی؛ پدیده مهاجرت را از جهت علل، تأثیرات و پیامدهای آن مورد کنکاش قرار داده و مقالات و پایان‌نامه‌های متعدد در این باره تدوین یافته است، اما در مورد پیامدهای فرهنگی مهاجرت و تأثیر آن بر فرهنگ قوم هزاره، پژوهش پیمایشی انجام نگرفته است؛ هرچند در دهه اخیر، به‌وسیله برخی از محققین، پایان‌نامه‌ها و مقالاتی از نوع تحقیقات توصیفی - کتابخانه‌ای نگاشته شده است که می‌توان به نمونه‌های زیر اشاره کرد:

۱. پایان‌نامه «پیامدهای فرهنگی مهاجرت شیعیان افغانستان به ایران»؛ تدوین یافته توسط بسم‌الله مهدوی، که در بردارنده مطالبی همچون: پیامدهای دینی مهاجرت شیعیان در دو بُعد منفی و مثبت، پیامدهای فرهنگی و پیامدهای ادبی - رسانه‌ای است. می‌توان گفت از آنجا که جمع‌آوری داده‌ها و مطالعه انجام شده صرفاً کتابخانه‌ای بوده و نه میدانی، بخشی از تحلیل‌ها نزدیک به واقعیت نیست.
۲. پایان‌نامه «پیامدهای مهاجرت افغان‌ها به ایران از سال ۱۳۵۷»؛ اثر امیرخان محمدی که به مباحثی مانند: پیشینه مهاجرت، علل و عوامل مهاجرت افغان‌ها به ایران و پیامدهای اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و حقوقی پرداخته است.
۳. پایان‌نامه «پیامدهای فرهنگی بازگشت مهاجرین افغانستان»؛ که تبدیل به کتاب شده و پیامدهای پس از بازگشت مهاجران را بررسی کرده است. بر این اساس، می‌توان گفت؛ تحقیق حاضر بدون پیشینه واقعی است و لذا تاکنون مطالعه مقایسه‌ای بین دو نسل اول و دوم مهاجران هزاره‌ای مقیم قم انجام نشده است.

۴. مفهوم‌شناسی

۴-۱. هویت: هویت، کلمه‌ای عربی و ریشه آن از «هُو»؛ یعنی او گرفته شده است. از همین

«هُوَ» لفظ مرکب «هُوَ هو» یا «الهُو هو» ساخته شده که اسم مرکب و معرفه به «ال» است. معنای این اسم، «اتحاد به ذات» یا «انطباق با ذات» است. «اتحاد به ذات»؛ یعنی یکی بودن موصوف با صفات اصلی و جوهری مورد نظر و هویت، اصل و حقیقت چیزی یا شخص و منسوب به سوی هو، چستی شیء کیفیت بودن شیء، را بیان می‌کند (معلوف، ۱۳۶۶، ج ۲: ص ۲۳۰۸؛ میرزایی، ۱۳۸۸: ص ۶۰۶). بنابراین، از منظر اهل لغت، هویت، فرآیندی است که فرد بدان شناخته می‌شود. از این که کیست؟ کجاست؟ چه بوده؟ خانواده، قبیله، نژاد، ملتش کدام است؟ پس هویت در بردارنده مجموعه صفاتی است که بدان موصوف را می‌شناسیم. در جامعه‌شناسی، هویت جنبه اجتماعی دارد و بر مفهوم گنش و نقش که انسان در زندگی اجتماعی بازی می‌کند، دلالت دارد؛ چنان که اروینگ گافمن و پیتز برگر، به این مطلب اظهار داشته و معتقدند که هویت به وضوح به مثابه امری نگریسته می‌شود که «به‌طور اجتماعی اعطا می‌شود، به طوری اجتماعی پایدار می‌ماند و به‌طور اجتماعی تغییر شکل می‌یابد» (آوتویت، باتامور، ۱۳۹۲: ص ۹۵۴-۹۵۵؛ میرزایی، ۱۳۹۳: ص ۱۱۵۱)؛ بنابراین، هویت در اصطلاح جامعه‌شناسی بر ارتباط هویتی فرد با محیط و نقش و عضویت گروهی او تأکید می‌کند.

۲-۴. مهاجرت: در لغت به معنای: «ترک کردن دوستان و خویشان و خارج شدن از نزد ایشان یا فرار از ولایتی به ولایت دیگر از ظلم و تعدی، ترک دیار گفتن و در مکان دیگر اقامت کردن» (دهخدا؛ ۱۳۸۸، ج ۱۲: ص ۲۱۶۲) و در اصطلاح جامعه‌شناختی، «مهاجرت به تحرک جمعیت از یک محل جغرافیایی به محل دیگر اطلاق می‌شود» (کوئن، ۱۳۸۴: ص ۲۸۴).

۳-۴. قوم: به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که به یک فرهنگ، زبان، آداب و رسوم تعلق داشته و از این طریق شناخته شوند (پانوف، ۱۳۸۲: ص ۱۱۲)، یا «گروه اجتماعی است که اعضای آن، احساس اشتراک در اصل و ریشه، ادعای تاریخ و سرنوشت مشترک و یک یا چند ویژگی متمایزکننده دارند و احساس یگانگی جمعی و همبستگی اجتماعی می‌کنند» (اوومن، ۱۳۸۷: ص ۴۴).

بنابراین، می‌توان گفت آنچه که در شکل‌گیری و تداوم قوم می‌تواند نقش اساسی ایفا نماید، فرهنگ، آداب و رسوم مشترک است؛ چنان که آقای سیلز نیز قوم را بر محور

فرهنگ تعریف می‌کند: «گروه قومی عبارت است از دسته متمایزی از جمعیت یک جامعه بزرگ‌تر که فرهنگ آن جامعه معمولاً با فرهنگ این دسته متفاوت است» (پانوف، ۱۳۸۲: ص ۴۴).

۴-۴. هزاره: نام طایفه‌ای از مردم افغانستان که بیشتر در نواحی کوه‌های هزاره‌جات بسر می‌برند و شیعه مذهب هستند و به زبان فارسی تکلم می‌کنند. هم‌چنین نام طایفه‌ای از طوائف خراسان که در نواحی نزدیک به مرز افغانستان سکنی دارند» (عمید، ۱۳۸۴، ج ۳: ص ۲۴۸۸).

۵. چارچوب نظری

فرهنگ و مهاجرت از موضوعاتی است که در مکاتب متعدد از جنبه‌های مختلف انسان‌شناختی، روان‌شناختی، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی مورد بحث و مطالعه قرار گرفته است. مکتب شیکاگو حاوی نظریات جامعه‌شناسی با رویکرد فرهنگی است، از جمله موضوعات بررسی شده در این رویکرد، مهاجرت است. از ابتدای دهه نخست قرن بیستم به وسیله ویلیام تامس و چند تن دیگر از دانشمندان اجتماعی مانند: رابرت پارک، ارنست برگس، لویس ویرث و رادریک مک کنزی پارادایم بوم‌شناسی (محیط زیست و اکولوژی) شهری در دانشگاه شیکاگو به راه افتاد. انگیزه‌های اصلی اجتماعی که این مکتب را توجیه می‌کرد، رشد سرسام‌آور جمعیت شهری و ورود مهاجران و مشکلات آن‌ها و به‌طور کلی، معضلات روزافزون اجتماعی در شهرها بود؛ زیرا ورود بی‌رویه مهاجرین در شهرها باعث می‌گردید تمام پیوندهای حیاتی خود را با چارچوب‌های اجتماعی (روستا) و ملی (لهستان) از دست بدهند و دچار سردرگمی و نومیدی شوند؛ به سمت انحرافات اجتماعی در حرکت باشند و به فقر و تنگدستی دچار شوند، بلکه افزون بر این، ناچار به تحمل زبان، آداب و رسوم و الزامات یک فرهنگ جدید ملی نیز بشوند (فکوهی، ۱۳۸۷: ص ۱۸۱-۱۸۲).

به نظر تامس و زنائیسکی در مرحله اول مهاجرت، افراد، ابتدا با از دست دادن ریشه‌های اخلاقی و تکیه‌گاه اجتماعی خود به شدت ضربه خورده و دچار بی‌ثباتی شخصیتی شده و روی به الکلیسم و انحراف می‌روند و سرانجام در فقر فرو می‌روند. در حالی که در مرحله

بعدی، افراد نسل دوم با از میان رفتن اثرات بی‌ثباتی اخلاقی، وارد عمل شده و گروه‌های جوان خُرده‌فرهنگ‌های فعال را تشکیل می‌دهند (همان).

لوئیس نیز از کسانی است که می‌گوید: مهاجرت و شهرگرایی در نوع پوشش، سخن گفتن، نحوه اندیشیدن، نوع فعالیت، مکان زندگی و نوع روابط اجتماعی تأثیر دارد (شارع‌پور، ۱۳۸۹: ص ۱۵۴-۱۵۵).

از آنجایی که قوم و مردم هزاره از کشور افغانستان به ایران مهاجرت کرده و بیشتر آنها از یک شیوه زندگی روستایی، وارد شهرهای مختلف جمهوری اسلامی ایران شده‌اند، می‌توان رویکرد فرهنگی مکتب شیکاگو را مبنای نظری تحقیق قرار داد؛ به این معنی که در این مطالعه این نظریه مورد تأیید است که فرد مهاجر با گسست فرهنگی بومی خویش مواجه شده و در فضای جدید نیز با پیش‌داوری و طرز تلقی متفاوت در مقایسه با بومیان روبرو است. جامعه‌پذیری و کنترل اجتماعی متفاوت، فرد مهاجر را به سوی رفتار متمایز سوق می‌دهد. بدیهی است مواجهه دو نسل مهاجر از نظر پیشینه هویتی و فرهنگی و سطح توقعات و انتظارات متفاوت بوده و این موجب شکل‌گیری هویت‌های متفاوت در عرصه‌های مختلف هویت فردی و اجتماعی آنان می‌گردد.

۶. روش‌شناسی تحقیق

در پژوهش حاضر، روش مطالعه پیمایشی بوده که از تکنیک پرسش‌نامه براساس مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت برای دستیابی تغییرات در فرهنگ قوم هزاره استفاده شده است. نمونه‌گیری در این تحقیق به روش احتمالی ساده و تصادفی می‌باشد. برای تحلیل پرسش‌نامه از نرم‌افزار SPSS استفاده شده است.

برای سنجش هویت ملی، هفت پرسش مطرح شده و پرسش‌هایی چون افتخار به هزاره‌ای بودن، استفاده از لهجه هزاره‌ای، آمادگی جان‌فشانی برای دفاع از سرزمین، مهم‌نبودن قومیت‌های تاجیک و پشتون و هزاره‌ای و ازبک‌بودن بلکه مهم‌بودن زندگی در کشور، تمایل به بازگشت به میهن در صورت فراهم‌بودن زمینه بازگشت، ترجیح‌دادن مدل‌های ایرانی بر مدل‌های افغانی پرسیده شده است. برای سنجش هویت دینی، از

پرسش‌هایی مانند: نحوه احترام به قرآن کریم، ادای فریضه نماز و روزه، تبرک‌جویی و شرکت در مراسم‌های مذهبی استفاده شد. برای سنجش ابعاد هنجاری و رفتاری پرسش‌هایی از قبیل: طرح رویدادهای مهم زندگی به دوستان، آمادگی برای دادن قرض به یک هزاره‌ای، استفاده از لباس هزاره‌ای در بیرون از منزل و برای سنجش تعلقات فرهنگی قومی، پانزده پرسش از قبیل: ترجیح سنت پایوازی حتما بعد از انجام مراسم عروسی به وسیله خانواده عروس انجام شود (پدر، مادر و ..)، رعایت آداب خواستگاری و نامزدی، تقید به آداب تغذیه و سفره غذا مطابق آداب قوم هزاره، گوش دادن به موسیقی سنتی، میزان آشنایی با برخی اصطلاحات و ضرب‌المثل‌ها و صنایع دستی هزاره‌ای، تقید به انجام نذری بی‌بی در چهارشنبه آخر ماه صفر به عنوان یکی از سنت‌های قومی، میزان استفاده از صنعت خمک‌بافی برای تزئین منزل، لباس‌های خود و فرزندان، میزان آشنایی با رسم خانه بخشک و سایر آداب و رسوم در عید قربان، فطر و نوروز باستان مطرح شد.

۷. جامعه آماری

جامعه آماری عبارت است از: مهاجرین شیعه و قوم هزاره که در سال ۱۳۹۶ مقیم قم بوده‌اند؛ مهاجرانی که پس از حمله اتحاد جماهیر شوروی و اتفاقات پس از آن از افغانستان وارد شهر مقدس قم شده‌اند و مهاجرین افغانی که از نسل اول در قم متولد شده‌اند و بالاتر از پانزده سال هستند.

۸. پایایی و روایی

برای بررسی روایی پرسش‌نامه، از روش روایی صوری^۱ و محتوایی بهره گرفته شده و از نظر کارشناسان و استادان گروه جامعه‌شناسی و علوم تربیتی مؤسسه آموزش عالی علوم انسانی جامعه المصطفی استفاده شده است. برای دستیابی به پایایی پرسش‌نامه، از شیوه آلفای کرونباخ سود برده شده و نتایج ذیل به دست آمده است.

۱. صوری (قضاوت افراد مطلع و آگاه).

نگاره ۱. ضریب پایایی پرسش‌نامه به صورت کلی

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.861	.865	39

همان‌گونه که مشاهده می‌شود ضریب (۰.۸۶۱). بیانگر اعتبار خوب پرسش‌نامه پژوهش حاضر می‌باشد. نتایج آلفای کرونباخ برای هر یک از ابعاد مورد نظر در تحقیق به شرح زیر است:

نگاره ۲. ضریب پایایی پرسش‌نامه مؤلفه‌های مناسکی

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.807	.806	20

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب (۰.۸۰۷) بیانگر اعتبار خوب پرسش‌های این بُعد می‌باشد.

نگاره ۳. ضریب پایایی پرسش‌نامه مؤلفه‌های، دینی، اعتقادی، مذهبی و نگرشی

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.666	.684	12

همان‌گونه که مشاهده می‌شود، ضریب (۰.۶۶۶) بر اساس نظریه برخی از صاحب‌نظران تحلیل ضریب کرونباخ بیانگر اعتبار متوسط است.

نگاره ۴. ضریب پایایی پرسش‌نامه مؤلفه‌های ملی

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.816	.823	5

همان‌گونه که مشاهده می‌شود ضریب (۰.۸۱۶). بیانگر اعتبار خوب پرسش‌های این بُعد می‌باشد.

۹. تحلیل‌های آماری توصیفی

متغیر و ویژگی‌های مهاجرین قوم هزاره که برای پاسخ‌دادن به پرسش‌نامه در نظر گرفته شد، عبارت‌اند از: سن، جنسیت، تحصیلات، شغل، ولایت، تأهل و مدت مهاجرت. در این قسمت فقط جداول سن و مدت مهاجرت اشاره می‌گردد.

۹-۱. سن پاسخ‌گویان

جدول ۱. فراوانی و درصد از نظر سن

درصد (p)	فراوانی (f)	فراوانی و درصد سن	درصد (p)	فراوانی (f)	فراوانی و درصد سن
۶/۲	۱۴	۴۶ تا ۵۵	۵۵/۱	۱۲۴	از ۱۵ تا ۲۵
۰/۹	۲	۵۶ تا ۶۵	۱۴/۱	۳۲	از ۲۶ تا ۳۵
			۲۳/۶	۵۳	از ۳۶ تا ۴۵

بر اساس داده‌های جدول مشاهده می‌شود که پرسش‌نامه میان مهاجرین دارای سن ۱۵ الی ۶۵ سال توزیع شده است که برای سهولت در کار به پنج گروه با فاصله ده سال تقسیم شده‌اند.

۹-۲. جنسیت پاسخ‌گویان

جدول ۲. فراوانی و درصد از نظر جنسیت

نامشخص	زن	مرد	جنسیت فراوانی و درصد
۱۸	۳۹	۱۶۸	فراوانی (F)
۱۸/۵	۲۵/۵	۷۴/۷	درصد (P)

براساس آمار به دست آمده ۷۴.۷٪ مردان و ۲۵.۵٪ زنان می‌باشد.

۹-۳. مدت مهاجرت پاسخ‌گویان

جدول ۳. فراوانی و درصد مدت مهاجرت

درصد	فراوانی	فراوانی و درصد مدت مهاجرت	درصد (P)	فراوانی (F)	فراوانی و درصد مدت مهاجرت
۴۴/۹	۱۰۱	۱۶-۲۰	۱۸	۴	بی‌جواب
۱۷/۳	۳۹	۲۱-۲۵	۳/۶	۸	۱-۵
۱۱/۶	۲۶	۲۶-۳۰	۴	۹	۶-۱۰
۴	۹	۳۱-۳۵	۱۲/۹	۲۹	۱۱-۱۵

مدت مهاجرت پاسخ‌گویان با توجه به زمان مهاجرت‌شان، در هشت گروه پنج‌ساله، از ۱ تا ۳۵ سال تقسیم‌بندی شده است که با توجه به آمار به‌دست آمده، بیشترین زمان مهاجرت را از ۱۶ تا ۲۰ سال معادل ۴۴/۹٪ و کمترین زمان را ۱ تا ۵ سال مساوی با ۳/۶٪ تشکیل می‌دهد.

۹-۴. سنجش بین نسلی

مجموع شرکت‌کنندگان پرسش‌نامه به دو نسل ۱ و ۲ تقسیم‌بندی شده و مراد از نسل ۱ از ۱۵ تا ۲۵ سال و مراد از نسل ۲ از ۲۶ سال به بالا می‌باشند.

جدول ۴. توزیع فراوانی مربوط به سنجش بین نسلی

درصد (P)	فراوانی (f)	درصد فراوانی نسل
۱/۸	۴	بی‌جواب
۵۴/۴	۱۲۴	از ۱۵ تا ۲۵
۴۳/۹	۱۰۰	از ۲۶ به بالا

بر اساس آمار به دست آمده، بیشترین درصد فراوانی مربوط به نسل اول مساوی با

(۵۴/۴٪) و نسل دوم مساوی با (۴۳/۸٪) می‌باشد. در مرحله بعد کسانی که اصلاً نسبت به سن شان نظری ارائه نکرده‌اند با (۱/۸) قرار دارند.

۱۰. تحلیل آماری استنباطی

برای تحلیل آزمون فرضیه‌ها، از آزمون T با دو نمونه مستقل استفاده شد؛ زیرا آزمون T نمونه‌های مستقل برای مقایسه و سنجش گروه‌های سنی با یکدیگر و ارتباط آن‌ها با مؤلفه‌ها و متغیرها برای دست‌یابی به نتیجه فرضیه‌ها است (اخوان محمدی، ۱۲۹۲: ص ۲۴).

۱۰-۱. آزمون فرضیه فرعی اول با آزمون T با دو نمونه مستقل

به نظر می‌رسد نباید تفاوت معناداری از نظر هویت ملی بین دو نسل مشاهده گردد. نتیجه آزمون شامل دو خروجی می‌باشد. خروجی اول جدول (Group Statistics) می‌باشد که آمار توصیفی مربوط به دو گروه سنی از ۱۵ تا ۲۵ سال و گروه دوم از ۲۶ تا ۶۵ سال می‌باشد.

آمار توصیفی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل هویت ملی دو نسل اول و دوم مهاجران قوم هزاره

Group Statistics

	گروه ۱ و ۲	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
gammelli1	1.00	124	22.3387	5.95769	.53502
	2.00	100	21.3900	5.02096	.50210

براساس اطلاعات جدول میانگین دو جامعه و گروه سنی معادل ۲۲.۳۳۸۷ (گروه سنی ۱۵ تا ۲۵ سال) و ۲۱.۳۹ (گروه سنی ۲۶ تا ۶۵ سال) می‌باشد.

خروجی دوم جدول (Independent Samples Test) می‌باشد که مربوط به آمار استنباطی است و حاوی نتایج آزمون بوده و شامل دو قسمت می‌باشد: قسمت اول، به آزمون تساوی واریانس دو جامعه می‌پردازد و قسمت دوم، نتایج آزمون تساوی میانگین دو جامعه را برای هر دو حالت تساوی و عدم تساوی واریانس نشان می‌دهد.

فرضیه آماری مربوط به آزمون تساوی واریانس دو جامعه (آزمون Levene) به صورت زیر می‌باشد:

نتایج آزمون T با نمونه‌های جفت تفاوت هویت ملی قوم هزاره بر اساس تفاوت وضعیت مهاجرت

$$\begin{cases} H_0: \sigma^2_f = \sigma^2_m \\ H_1: \sigma^2_f \neq \sigma^2_m \end{cases}$$

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances							95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig	T	Df	Sig (tailed-2)	Mean difference	Stderror Difference	Lower	Upper
گروه سنی+ جمع مؤلفه‌های ملی	.223	.638	1.270	222	.206	.94871	.74722	.52384	2.42126
			1.293	221.552	.197	.94871	.73372	.49725	2.39467

طبق نتایج به دست آمده خروجی، Sig مرتبط به آزمون لیون^۱ مساوی با (۰/۶۳۸) و بزرگتر از سطح معناداری ۵ درصد می‌باشد. در نتیجه فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود.

ستون اختلاف میانگین (Mean Difference) در نگاره دوم که برابر با عدد (۰/۹۴۸۷۱) می‌باشد، از اختلاف میانگین دو گروه ۱ و ۲ در نگاره اول محاسبه شده است.

1. Leven.

بر اساس اطلاعات سطر اول جدول ۲-۳-۴ Sig آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس برابر با (۰.۲۰۶) مربوط به گروه اول و (۰.۱۹۷) مربوط به گروه دوم کمتر از (۰.۰۵) است. بنابراین فرض (H) رد می‌شود. نتیجه می‌گیریم که تفاوت بین میانگین‌ها با احتمال ۹۵ درصد معنی‌دار است و ادعای تفاوت هویت ملی دو نسل مهاجران قوم هزاره در سطح خطای ۵ درصد پذیرفته می‌شود.

به عبارت دیگر، مقدار میانگین دو گروه و یا دو جامعه بر حسب متغیر Grouping متفاوت است. بنابراین، می‌توان گفت متغیر مستقل؛ مهاجرت (Grouping) بر متغیر وابسته؛ هویت ملی (Test variable) تأثیر گذار است.

با توجه به مقادیر حد بالا (upper) و حد پایین (Lower) می‌توان گفت: حد بالا در این نتیجه به دست آمده، مثبت و حد پایین، منفی است. بنابراین، تفاوت میانگین دو جامعه معنی دار نبوده و تساوی میانگین دو جامعه پذیرفته می‌شود. به عبارت دیگر:

$$1\mu_2=0 \rightarrow \mu_1=\mu_2$$

۲-۱۰. آزمون فرضیه دوم با آزمون T با دو نمونه مستقل

به نظر می‌رسد، دوری از وطن و کاهش جامعه‌پذیری بومی تأثیر منفی بر نسل دوم مهاجران از نظر هویت دینی و اعتقادی گذاشته است.

جدول ۲-۵. آمار توصیفی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل هویت دینی

و اعتقادی قوم هزاره با توجه به عنصر تفاوت از نظر مهاجرت

Group Statistics

سن ۱ و ۲	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
گروه سنی ۱ و ۲ = مهاجرت + جمع مؤلفه هویت دینی و اعتقاد	124	15.5887	3.49451	.31382
	100	15.6300	3.68358	.36836

بر اساس جدول (Group Statistics)، میانگین گروه سنی نسل اول مساوی با (۱۵.۵۸۸۷) و گروه دوم معادل (۱۵.۶۳۰۰) دهم درصد می‌باشد.

آمار استنباطی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل تأثیر مهاجرت هویت دینی و اعتقادی قوم هزاره

	Levene's Test for Equality of Variances							95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig	T	Df	Sig (tailed-2)	Mean difference	Stderror Difference	Lower	Upper
مهاجرت + جمع مؤلفه‌های هویت	1.522	.219	-	222	.932	.04129_	.48118	.98955	.90697
دینی - اعتقادی			-	207.0	.932	.04129_	.48391	-	.91273
				64				.99531	

طبق نتایج به دست آمده، Sig مرتبط به آزمون لیون^۱ مساوی با (۰/۲۱۹) و کوچک‌تر از سطح معناداری ۵ درصد می‌باشد. در نتیجه، فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته نمی‌شود. ستون اختلاف میانگین (Mean Difference) در نگاره دوم برابر با عدد (-۰/۰۴۱۲۹) می‌باشد که از اختلاف میانگین دو گروه ۱ و ۲ در نگاره اول محاسبه شده است. بر اساس اطلاعات سطر اول جدول ۴-۳-۶. Sig آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس معادل با (۰/۹۳۲) مربوط به گروه اول و (۰/۹۳۲) مربوط به گروه دوم بیشتر از ۵٪ درصد است. بنابراین فرض (H0) رد نمی‌شود بلکه تأیید می‌گردد. در نتیجه، تفاوت بین میانگین‌ها با احتمال ۹۵ درصد معنی‌دار نیست و ادعای تفاوت هویت دینی و اعتقادی شیعیان و قوم هزاره تقسیم نمونه از حیث مهاجرت در سطح خطای ۵ تا ۶ درصد پذیرفته نمی‌شود. بر این اساس، می‌توان اذعان کرد که مقدار میانگین دو گروه و یا دو جامعه بر حسب متغیر Grouping متفاوت نبوده است، بنابراین، می‌توان گفت رابطه‌ای بین مهاجرت (Grouping) و هویت دینی و اعتقادی (Test variable) وجود ندارد.

1. Leven.

با توجه به مقادیر حد بالا (upper) و حد پایین (Lower) می‌توان گفت: حد بالا در این نتیجه به دست آمده، مثبت و حد پایین، منفی است. بنابراین تفاوت میانگین دو جامعه معنی‌دار نبوده و تساوی میانگین دو جامعه پذیرفته می‌شود.

$$2=0$$

$$1\mu \rightarrow \mu_1 = \mu_2$$

۳-۱۰. آزمون فرضیه سوم با آزمون T با دو نمونه مستقل

به نظر می‌رسد با توجه به دوری از وطن و تحت تأثیر جامعه مهاجر ایرانی‌پذیر، هویت هنجاری - رفتاری در نسل دوم افغانی ضعیف‌تر از نسل اول باید باشد.

جدول آمار توصیفی نتایج آزمون T با نمونه‌های جفت تفاوت مهاجران

از نظر هویت هنجاری رفتاری قوم هزاره

Group Statistics

	سن=مهاجرت	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
گروه سنی+ جمع مؤلفه‌های هنجاری		124	11.2742	2.66668	.23948
- رفتاری		100	11.5900	2.97157	.29716

بر اساس جدول فوق میانگین گروه سنی نسل اول مساوی با (۱۱.۲۷۴۲) و گروه دوم معادل (۱۱.۵۹۰۰) دهم درصد می‌باشد.

آمار استنباطی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل مهاجرت بر ابعاد هنجاری و رفتاری قوم هزاره

	Levene's Test for Equality of Variances							95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig	T	Df	Sig (2-tailed)	Mean difference	Stderror Difference	Lower	Upper
مهاجرت + جمع مؤلفه‌های هنجاری	.000	.986	-.837	222	.403	-.31581	.37724	-1.05923	42762.
- رفتاری			-.837	201.084	.409	-.31581	.38164	-1.06834	.43673

طبق نتایج به دست آمده، Sig مرتبط به آزمون لیون^۱ مساوی با ۰/۹۸۶ و بزرگتر از سطح معناداری ۵ درصد می باشد. در نتیجه، فرض برابری واریانس ها پذیرفته می شود.

ستون اختلاف میانگین (Mean Difference) در نگاره دوم برابر با عدد (۰/۳۱۵۸۱-) می باشد که از اختلاف میانگین دو گروه ۱ و ۲ در نگاره اول محاسبه شده است.

براساس اطلاعات سطر اول جدول، Sig آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس معادل با (۰/۴۰۳) مربوط به گروه اول و (۰/۴۰۹) مربوط به گروه دوم کمتر از ۵ درصد است. بنابراین فرض H_0 رد می شود. نتیجه می گیریم که تفاوت بین میانگین ها با احتمال ۹۵ درصد معنی دار است و ادعای تفاوت دو نسل مهاجران از نظر هنجاری و رفتاری قوم هزاره در سطح خطای ۵ تا ۶ درصد پذیرفته می شود.

به عبارت دیگر می توان اذعان کرد که مقدار میانگین دو گروه و یا دو جامعه بر حسب متغیر Grouping متفاوت است. بنابراین متغیر تفاوت دو نسل از نظر مهاجرت (Grouping) بر متغیر وابسته؛ نگرش و رفتار (Test variable) تأثیر گذار است. با توجه به مقادیر حد بالا (upper) و حد پایین (Lower) می توان گفت: حد بالا در این نتیجه به دست آمده، مثبت و حد پایین، منفی است. بنابراین، تفاوت میانگین دو جامعه معنی دار نبوده و تساوی میانگین دو جامعه پذیرفته می شود به عبارت دیگر:

$$1\mu_2=0 \rightarrow \mu_1=\mu_2 \mu$$

۴-۱۰. آزمون فرضیه چهارم با آزمون T با دو نمونه مستقل

به نظر می رسد مشکلات ناشی از قرار گرفتن در اقلیت و نداشتن تجربه، زیستی سختی را در محیط بومی نسل دوم ایجاد کرده و موجب افزایش تعلقات قومی شده باشد.

1. Leven.

آمار توصیفی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل تأثیر مهاجرت بر تعلقات فرهنگی قومی

Group Statistics

گروه ۱ و ۲=مهاجرت	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
نسل ۱	124	60.2823	12.68413	1.13907
نسل ۲	100	52.0700	12.59810	1.25981

طبق جدول (Group Statistics) میانگین گروه سنی نسل اول با ۱۲۴ نفر مساوی با (۶۰.۲۸۲۳) و گروه دوم با ۱۰۰ نفر معادل (۵۲.۰۷۰۰) دهم درصد می‌باشد.

آمار استنباطی نتایج آزمون T با دو نمونه مستقل تأثیر مهاجرت بر تعلقات فرهنگی قوم هزاره

	Levene's Test for Equality of Variances							95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig	T	Df	Sig (tailed-2)	Mean difference	Stderror Difference	Lower	Upper
مهاجرت + جمع مؤلفه‌های تعلقات فرهنگی بومی	.056	.812	4.832	222	.000	8.21226	1.69966	4.86273	11.56178
			4.835	212.645	.000	8.21226	1.69841	4.86438	11.56014

طبق نتایج به دست آمده، Sig مرتبط به آزمون لیون^۱ مساوی با ۰/۸۱۲ و بزرگ‌تر از سطح معناداری ۵ درصد می‌باشد. در نتیجه، فرض برابری واریانس‌ها پذیرفته می‌شود. ستون اختلاف میانگین (Mean Difference) در نگاره دوم که برابر با عدد (۸.۲۱۲۲۶) می‌باشد که از اختلاف میانگین دو گروه ۱ و ۲ در نگاره اول محاسبه شده است.

1. I. Leven.

بر اساس اطلاعات سطر اول جدول Sig آزمون تساوی میانگین با فرض تساوی واریانس معادل با (۰/۰۰۰) مربوط به گروه اول و (۰/۰۰۰) مربوط به گروه دوم کمتر از ۵ درصد است. بنابراین، فرض H_0 رد می‌شود. نتیجه می‌گیریم که تفاوت بین میانگین‌ها با احتمال ۹۵ درصد معنی‌دار است و ادعای تفاوت دو نسل مهاجران از نظر پای‌بندی به تعلقات فرهنگی بومی در سطح خطای ۵ تا ۶ درصد پذیرفته می‌شود.

نتیجه‌گیری

مهاجرت، پدیده‌ای اجتماعی است که در بسیاری از موارد به مسئله اجتماعی قابل بررسی است. مهاجرت پناه‌جویان افغانی به ایران از بسیاری جهات متفاوت با مهاجرت اتباع بیگانه به کشورهای همسایه در اثر وضعیت جنگ، خشونت و بحران‌های اجتماعی است. مهاجران پناه‌جو بر خلاف رویه رایج در کشور مهاجرپذیر و میزبان در محل ویژه‌ای تحت عنوان اردوگاه و امثال آن اسکان نیافتند بلکه علائق عمیق دینی و مذهبی و تعلقات فرهنگی و اشتراکاتی مانند تاریخ مشترک، زبان مشترک و مذهب و دین مشترک موجب گردید تا مهاجران در اقصی نقاط کشور پراکنده شوند. مهاجرت هم‌چنین خالی از دردسر برای مهاجران و بومیان میزبان هم نیست. پدیده بیگانگی ملی، در اقلیت قرار داشتن، مشکلات اقتصادی، فرهنگی کشور میزبان، فرهنگ عمومی را به نگاه منفی نسبت به مهاجران سوق می‌دهد. هم‌چنین خود را در اقلیت دیدن، زمینه احساس ناخرسندی از وضعیت و استنتاجات مبتنی بر پیش‌داوری‌ها و طرح‌واره‌های غلط و غیرواقعی را فراهم می‌کند که می‌تواند سبب تقابل در تعاملات اجتماعی و شدت بخشیدن به نارضایتی‌های طرفین گردد. از سوی دیگر، تجربه زیست متفاوت نسل اول و دوم مهاجرین، تعلقات و هویت‌های متفاوت ملی - مذهبی را موجب می‌شود. بی‌تردید نسل اول که سختی در کشور خود را تجربه کرده، با ناسازگاری‌های کشور مهاجرپذیر راحت‌تر کنار می‌آید ولی نسل دوم آرزو می‌کند در محیطی بدون تبعیض ناشی از بیگانگی زندگی را بگذرانند. از سوی دیگر، آن‌س مهاجران نسل اول با آداب و رسوم و هنجارهای فرهنگی نوستالوژی فرهنگی و هویتی او را تقویت می‌کند و خود را در وضعیت جدید با تجربه زیستی گذشته‌اش تسلی می‌دهد؛ در حالی که

نسل دوم از چنین تجربه‌ای بی‌بهره است و خود را در وضعیت هنجاری و رفتاری کشور مهاجرپذیر همراه می‌بیند و جامعه‌پذیری او بر مبنای کشور مهاجرپذیر شکل می‌گیرد. این گونه امور، هویت متفاوتی برای نسل اول و دوم مهاجران پدید می‌آورد. بر این اساس در این تحقیق به رغم آن‌که از نظر هویت مذهبی تفاوت قابل ملاحظه‌ای مشاهده نشد، ولی تفاوت معنادار از نظر تعلقات قومی - فرهنگی مشاهده گردید.

کتابنامه

۱. آشوری، داریوش (۱۳۸۰)، تعریف‌ها و مفهوم فرهنگ، تهران: نشر آگاه.
۲. آوتویت، ویلیام و تام باتامور (۱۳۹۲)، فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۳. اخوان محمدی، محسن (۱۳۹۲)، آزمون فرضیه با نرم‌افزار SPSS، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
۴. اونز، انبل‌نس و رونی، براین جی (۱۳۸۹)، روش‌های تحقیق در روان‌شناسی، ترجمه: اسماعیل سعدی‌پور و فاطمه رسولی، تهران: نشر سروش.
۵. اوومن، تی.کی (۱۳۷۸)، شهروندی، ملیت، قومیت، ترجمه: مصطفی امیری، تهران: مؤسسه مطالعات ملی.
۶. بختیاری، محمدعزیز (۱۳۸۵)، شیعیان افغانستان، قم: نشر شیعه‌شناسی.
۷. بلخی، برمک (۱۳۹۲)، مقدمه‌ای بر شناخت هزاره‌ها، کابل: انتشارات گوهر.
۸. پانوف، میشل وبرن (۱۳۸۲)، فرهنگ مردم‌شناسی، ترجمه: اصغر عسکری خانقاه، تهران: نشر سمت.
۹. پورکتابی، حبیب و رضا صفری شالی (۱۳۸۸)، راهنمای جامع کاربرد SPSS در تحقیقات پیمایشی، چ ۲، تهران: نشر لویه.
۱۰. پولادی، حسن (۱۳۸۷)، هزاره‌ها، ترجمه: علی عالمی کرمانی، چ ۲، تهران: محمدابراهیم شریعتی.
۱۱. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۴)، مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: نشر سمت.
۱۲. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۸۸)، لغت‌نامه دهخدا، ج ۱۲، بی‌نا، تهران: دانشگاه تهران.
۱۳. سکارن، اوماس (۱۳۹۲)، روش‌های تحقیق در مدیریت، ترجمه: محمد صائبی و محمود شیرازی، چ ۱۲، تهران: مرکز آموزش مدیریت دولتی ریاست جمهوری.
۱۴. شارع‌پور، محمود (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی شهری، چ ۲، تهران: نشر سمت.

۱۵. عمید، حسن (۱۳۸۴)، فرهنگ عمید، ج ۳، چ ۱۰، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۶. فرهنگ، سیدمحمدحسین (۱۳۸۰)، جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی شیعیان افغانستان، قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی .:
۱۷. فکوهی، ناصر (۱۳۸۷)، انسان‌شناسی شهری، تهران: نشر نی.
۱۸. کوئن، بروس (۱۳۸۴)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه: غلام‌عباس توسلی و رضا فاضل، تهران: نشر سمت.
۱۹. معلوف، لوئیس (۱۳۶۴)، المنجد، ج ۲، چ ۲، تهران: انتشارات اسماعیلیان.
۲۰. میرزایی، خلیل (۱۳۹۳)، فرهنگ توصیفی علوم اجتماعی، تهران: نشر فوزان.

بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی

* سیدعلی محمد رضوی

** نصرت‌الله نعمتی‌فر

*** سیدحسین موسوی

چکیده

پژوهش حاضر، به دنبال بررسی رابطه میان بهره‌مندی کاربران از سواد رسانه‌ای و در معرض تهاجم فرهنگی قرار گرفتن آنها در استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام است. جامعه آماری تحقیق، شامل کاربران فعال در شبکه اجتماعی اینستاگرام هستند و جمعیت نمونه، به شیوه در دسترس بودن به تعداد ۴۳۵ نفر انتخاب شدند. در این میان ابزار اندازه‌گیری پرسش‌نامه محقق ساخته و روایی آن از نوع صوری و برای پایایی، آزمون مقدماتی با استفاده از آلفای کرونباخ بوده که در متغیر تهاجم فرهنگی ۰/۸۱۷ و در متغیر سواد رسانه‌ای ۰/۸۷۸ به دست آمد.

یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد؛ رابطه معکوسی بین سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در میان کاربران وجود دارد. همچنین بین سن کاربران و تهاجم فرهنگی رابطه معکوسی وجود داشت. نتایج به دست آمده، بر تفاوت معناداری میان دو متغیر جنسیت و تحصیلات کاربران با تهاجم فرهنگی دلالت دارد. همچنین آزمون تحلیل مسیر، تأییدکننده تاثیر متغیرهای سن، تحصیلات، سواد رسانه‌ای و میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تهاجم فرهنگی است.

کلیدواژه‌ها

شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام، تهاجم فرهنگی، سواد رسانه‌ای.

۱. بیان مسئله

گسترش رسانه‌های جدید و امکان ارتباط با کاربران دارای فرهنگ‌های مختلف، هویت‌های ملی را تحت تأثیر قرار داده است. در این میان، هجوم اطلاعات رسانه‌ای ناهمسان و غیرمتناسب با فرهنگ‌های ملی، امکان دگرگونی و در معرض زوال قرار گرفتن فرهنگ‌های بومی را فراهم کرده است. این مسئله یکی از مهم‌ترین موارد چالش‌برانگیز رسانه‌های جدید با توجه به ویژگی‌های خاص آنها است. در واقع، رسانه‌ها در جهان امروز همه جا را احاطه کرده‌اند به طوری که مک لوهان، معتقد است جهان به صورت یک دهکده جهانی، یعنی به صورت یک جهان بدون مرز در خواهد آمد (ابوالحسنی، ۱۳۸۸: ص ۷۶). در عصری که جهان، پیوسته در حال کوچک شدن به سوی دهکده جهانی پیش می‌رود، شناخت و عملکرد رسانه‌ها برای احراز هویت فرهنگی و ارزش‌های ملی نقش مؤثر و مفیدی دارد (هاشمی‌زاده ابرسی، ۱۳۹۵: ص ۱۰۲). تهاجم فرهنگی با پیشرفت تکنولوژی و روند گسترش ارتباطات، جلوه گسترده و جهانی به خود گرفته که نشانه بارز وجه دیگری از سلطه و امپریالیسم فرهنگی است؛ به طوری که تهاجم فرهنگی از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرد. رسانه‌ها در فرهنگ جامعه نقش غالب را بازی می‌کنند و این بازی را نه فقط با بازتاب دادن فرهنگ، بلکه با شرکت در فرهنگ‌سازی نیز به اجرا می‌گذارند (امیر انتخابی، ۱۳۹۴: ص ۱۱۵). هم‌چنین رابطه متقابل فرهنگ و رسانه، ریشه در تاریخ حیات بشر دارد و می‌توان گفت؛ پیدایش رسانه، همزاد جامعه بوده است. در طول تاریخ، انسان برای انتقال پیام خود، رسانه‌ها را به کار گرفته و فرهنگ خود را نیز با آن گسترش داده است (همان: ص ۱۱۴). اینترنت و سایر ابزارهای رسانه‌ای، مانند: رادیو، تلویزیون، مطبوعات و عرصه‌های هنری شامل: سینما، تئاتر، نقاشی، موسیقی و شبکه‌های مجازی در حکم جنگ‌افزار رسانه‌ای در حوزه فرهنگ هستند (حبیبی و صبوری، ۱۳۹۱: ص ۴۶). از میان این همه رسانه، امروزه رسانه‌های اجتماعی به منزله رسانه همیشه و همه‌جا حاضر با توجه به توانمندی‌های بالقوه و بالفعل گسترده‌شان به سرعت در جامعه ما و به‌ویژه میان نسل جوان در حال گسترش‌اند. گسترش فراگیر و همه‌جانبه رسانه‌های اجتماعی پرش‌هایی را درباره پیامدهای احتمالی آن برای کاربران و جامعه پدید آورده است. در واقع، ظهور رسانه‌های

اجتماعی با خود تغییرات اقتصادی و اجتماعی گسترده و حتی سبک زندگی کاملاً جدیدی به وجود آورده‌اند. بنابراین، می‌توان گفت که افراد نه تنها از این فناوری برای پیشبرد مقاصدشان استفاده می‌کنند بلکه فناوری نیز افراد را منطبق با قواعد خاص نحوه عملکرد خود تغییر می‌دهد (رسولزاده اقدم و همکاران، ۱۳۹۴: ص ۶۲). نکته دیگر آن که، حضور کاربران در شبکه‌های اجتماعی، چه با انگیزه‌های حرفه‌ای باشد و چه با انگیزه‌های فراغتی، چه مداوم و پیوسته باشد و چه حاشیه‌ای و مقطعی، با توجه به ویژگی‌ها و خصوصیات، امکانات و کارکردهای خاص این فضا، تأثیرات عمیقی از جنبه‌های فرهنگی و به تبع آن بر سبک زندگی کاربران می‌گذارد (مسعودی و پایدار، ۱۳۹۱: ص ۷). هم‌چنین شبکه‌های اجتماعی به یکی از منابع تولید، بازتولید فرهنگ تبدیل شده‌اند، به طوری که شناخت تصویر و درک نسل‌های کنونی را از محیط و پدیده‌های پیرامونی شکل می‌دهند. رشد سریع فناوری‌ها و ارتباطات و اطلاعات و اهمیت نقش شبکه‌های اجتماعی در زندگی شخصی و گروهی افراد جامعه، نتایج مختلفی را در پی داشته؛ که یکی از آنها زوال فرهنگی و ترویج ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و اخلاقی فرهنگ‌های دیگر بر فرهنگ‌های بومی بوده است. در میان شبکه‌های اجتماعی مختلف، یکی از جدیدترین‌ها، شبکه اجتماعی اینستاگرام است که محبوبیت بسیار بالایی میان کاربران ایرانی دارد. گفته می‌شود اینستاگرام مضرترین اپلیکیشن شبکه اجتماعی برای سلامت ذهن افراد جوان است. هم‌چنین در میان شبکه‌های اجتماعی، اینستاگرام، نقش اصلی را در ذائقه‌سازی، معرفی زندگی غیراسلامی و ترویج مدها و محصولات غربی و تهاجم فرهنگی ایفا می‌کند (سیاحی و همکاران، ۱۳۹۴: ص ۶۴). بهره‌گیری این شبکه از تصاویر و ویدئوهای کوتاه و جذاب در مسایل مختلف و نیز استقبال کاربران ایرانی از این شبکه، باعث شده این فضا تأثیرات ملموسی را بر رویکردهای فرهنگی، اخلاقی و اجتماعی کاربران بر جای بگذارد. در بسیاری از مواقع، یک تصویر، توییت و یا یک اظهارنظر، میلیون‌ها بار مشاهده و درباره‌اش سخن گفته می‌شود و حتی تأثیرات آن به فضای عمومی جامعه کشانده می‌شود.

در واقع، از دلایل روی‌آوری و همراهی کاربران به پذیرش الگوها و همسویی با جهت‌گیری‌های موجود در این شبکه، عدم شناخت منابع این رویکردهای فرهنگی است

که به صورت عامدانه درصدد تزریق فرهنگ مسلط و موجود در این شبکه‌ها به کاربران می‌باشد. فهم و تحلیل منطقی و شناخت چارچوب‌های کلیدی فرهنگ خودی، مهم‌ترین عامل در استفاده درست همراه با حفظ هویت فرهنگی خود در برابر این گونه از تهاجم‌هایی است که به صورت پنهانی و غیرمستقیم و در قالب‌های جذاب به کاربران ارایه می‌شود. بر همین اساس برخورداری کاربران از سواد رسانه‌ای لازم در استفاده از محتوای موجود، می‌تواند عاملی برای حفظ و پاسداشت امنیت فرهنگی آنها تلقی گردد و کاربران را در برابر تبلیغات منفی و تهاجم فرهنگی هدفمند و در جریان این شبکه‌ها مقاوم سازد. برخورداری کاربران از سواد رسانه‌ای در بهره‌گیری از داده‌های موجود در این نوع از شبکه‌های اجتماعی کمک می‌کند تا کاربران توانایی لازم را برای استفاده از محتوای ارایه‌شده داشته باشند؛ به گونه‌ای که بتوانند با درک و ارزیابی درست پیام‌های رسانه‌های مفید و سازنده را از پیام‌های منفی تشخیص دهند. بنابراین، ارتباط میان سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی دارای اهمیت تحقیقی است. بر این اساس، پژوهش حاضر به دنبال بررسی رابطه میان سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی با مطالعه موردی اینستاگرام می‌باشد.

۲. فرضیات پژوهش

- به نظر می‌رسد، میان میزان بهره‌مندی کاربران از سواد رسانه‌ای و در معرض تهاجم فرهنگی قرارگرفتن آنها در استفاده از شبکه اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، میان جنس کاربران و در معرض تهاجم فرهنگی قرارگرفتن آنها در استفاده از شبکه اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، میان سن کاربران با در معرض تهاجم فرهنگی قرارگرفتن آنها در استفاده از شبکه اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد.
- به نظر می‌رسد، میان تحصیلات کاربران و در معرض تهاجم فرهنگی قرارگرفتن آنها در استفاده از شبکه اینستاگرام تفاوت معناداری وجود داشته باشد.

۳. پیشینه تحقیق

بهرامیان و یاقوتی (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان و پای‌بندی به هویت فرهنگی در زنان شهر تهران» نشان دادند؛ میانگین میزان استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای برابر با (۵۰/۶۴) و میانگین پای‌بندی به هویت فرهنگی نیز (۵۵/۶۲) (در مقیاس ۰ تا ۱۰۰) است و میانگین بُعد ذهنی هویت فرهنگی به میزان ۱۰ درصد بیشتر از بُعد عینی است. هم‌چنین کسانی که از ماهواره استفاده می‌کنند، نسبت به دیگران پای‌بندی بسیار کمتری به هویت فرهنگی ایرانی دارند. در تحلیل رگرسیون چندمتغیره نیز به ترتیب میزان رضایت از ماهواره، استفاده از آن و اعتماد به برنامه‌های ماهواره باعث تضعیف هویت فرهنگی زنان می‌شوند و محتوای آگاهی‌بخش، علمی و خبری آن باعث تقویت هویت فرهنگی شده است.

نتایج تحقیق خاتمی سبزواری (۱۳۹۵) با موضوع «بررسی تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر فرهنگ پوشش دانشجویان (مطالعه موردی دانشجویان زن دانشگاه حکیم سبزواری)» حاکی از آن است که میان میزان استفاده رسانه‌های جمعی و ابعاد میزان التزام به فرهنگ حجاب (اعتقاد به احکام حجاب، اعتقاد به احکام حجاب و عمل به احکام حجاب)، رابطه معناداری وجود دارد. این رابطه در متغیر تلویزیون، مثبت و در دیگر متغیرها معکوس است. به عبارت دیگر؛ به هر میزان استفاده از رسانه‌هایی مانند: ماهواره، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت افزایش یافته، فرهنگ پوشش و عفاف دانشجویان نیز ضعیف‌تر شده است.

دهکردی و محمدی (۱۳۹۵) در پژوهشی «تأثیر سواد رسانه‌ای در بُعد پردازش پیام‌های رسانه‌ها بر مصرف کالاهای فرهنگی» انجام داد. یافته‌ها نشان می‌دهند؛ رابطه آماری معناداری بین دو متغیر پایگاه اقتصادی - اجتماعی زنان و مقدار مصرف کالاهای فرهنگی وجود نداشت. هم‌چنین بررسی سطح مصرف و انگیزه، عادت و رفتار نشان می‌دهد انگیزه مصرف در زنان منجر به رفتار مصرف و گرایش و تنوع در مصرف کالاهای فرهنگی و تکرار در اعمال مصرف، منجر به ایجاد عادت در مصرف کالاهای فرهنگی آنها می‌شود.

یافته‌های تحقیق رسول‌زاده اقدام و همکارانش (۱۳۹۴) با عنوان «تحلیل نقش رسانه‌های

اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی» حاکی است که میان مدت زمان عضویت، میزان استفاده، نوع استفاده (هدف‌مند یا غیرهدف‌مند)، واقعی تلقی کردن محتوای مطالب رسانه‌های اجتماعی و گرایش به سبک زندگی نوین در ابعادی همچون مُدگرایی، توجه و نگرش به بدن و اوقات فراغت همبستگی معنادار و مستقیمی وجود دارد؛ اما متغیرهای مستقل یادشده با بعد نحوه پوشش (گرایش به حجاب) رابطه معنادار معکوسی دارد.

با مروری بر تحقیقات پیشین می‌توان گفت؛ تحقیقات انجام‌شده به‌طور عمده در پی بررسی تأثیر رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون بر مخاطبان بوده‌اند. بنابراین توجه به سواد رسانه‌ای کاربران و تأثیرات تهاجم فرهنگی کمتر مورد نظر بوده است. پرداختن به این موضوع می‌تواند وجه نوآورانه تحقیق حاضر به شمار آید.

۴. مفهوم‌شناسی

۴-۱. فرهنگ

فرهنگ، امری سطحی و ظاهری نیست، بلکه در بینش‌ها و باورهای اساسی و درونی انسان‌ها ریشه دارد. از این‌رو، بسیاری از صاحب‌نظران، فرهنگ را به درختی تشبیه کرده‌اند که مفروضات و باورهای مشترک و اساسی، به‌مثابه ریشه آن و ارزش‌ها همچون تنه و رفتارها و آداب رسوم مانند شاخ و برگ‌های آن هستند (فرهنگی، ۱۳۷۷: ص ۱۲). نخستین کسی که فرهنگ را از تعریف کلاسیک آن خارج کرد و مترادف با تمدن به کار برد، ادوارد بانت تیلور مردم‌شناس انگلیسی بود؛ که فرهنگ را «کلیت درهم‌تافته‌ای شامل دانش، دین، هنر، اخلاقیات، آداب و رسوم و هر گونه توانایی و عاداتی که آدمی همچون عضوی از جامعه آنها را اخذ می‌کند، تلقی نموده است» (آشوری، ۱۳۹۳: ص ۱۱۲). مالینفسکی در تعریف فرهنگ می‌گوید؛ فرهنگ قبل از همه، دستگاهی فعال است که به انسان اجازه می‌دهد تا مشکلات عینی و نوعی که برآورده‌شدن نیازهایش در محیط، با آن‌ها روبرو می‌شود را حل کند. برخی از اندیشمندان معتقدند که فرهنگ از اعتقادات دینی افراد ریشه می‌گیرد؛ به‌طوری که روزه‌روز این اندیشه قوت بیشتری می‌گیرد. آنچه که پیش از همه،

فرهنگ یک جامعه را جهت می‌بخشد، انتخاب یک مکتب و مرام اعتقادی است و تمام فرهنگ‌ها در زیر ساخت‌های فکری و ارزشی جوامع ریشه دارند (مصباح یزدی، ۱۳۹۲: ص ۱۹). در تعریفی دیگر، فرهنگ را الگوهای معنی و فهم مشترک انسان‌ها برای عمل دانسته‌اند (اشنایدر، ۱۳۷۹: ص ۱۲۵). پانوف، فرهنگ را مجموعه‌ای از آگاهی‌ها و رفتارهای فنی، اقتصادی، آیینی، مذهبی اجتماعی می‌داند و جامعه انسانی معینی را مشخص می‌کند (پانوف، ۱۳۶۸: ص ۱۰۳). اما در این تحقیق، تعریف مبنایی، تعریف استاد مطهری است که معتقد است: فرهنگ به‌مثابه، والاترین عنصری است که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد یا همچون روح یک ملت [است] که ضامن بقای آن می‌باشد (مطهری، ۱۳۶۳: ص ۱۱۲۹).

۲-۴. تهاجم فرهنگی

تهاجم فرهنگی از یک تفکر سلطه‌جویانه و انحصارطلبانه نشأت گرفته که غرب را محور تمدن بشری و دیگران را جیره‌خواران آن تلقی می‌کند. نمونه بارز آن، روند رو به گسترش تسلط فرهنگ غرب بر سایر فرهنگ‌ها به‌ویژه فرهنگ اسلامی در یک‌صد سال اخیر است (موسوی، ۱۳۹۱: ص ۵۹). تهاجم فرهنگی را می‌توان ایجاد یک حالت بحرانی، عدم تعادل، اغتشاش و اختلال در یک سیستم که عناصر آن را آداب و رسوم، اخلاقیات، عرف، سبک زندگی، زبان، ارزش‌ها و هنجارها تشکیل می‌دهد، تعریف کرد (علی محمدی، ۱۳۷۳: ص ۵۱). هم‌چنین پانوف در تعریفی، واژه تهاجم فرهنگی را یک قوم‌گشی تعبیر کرد: «هنگامی که فرهنگ غالب در انهدام ارزش‌های اجتماعی و روحیات سنتی جامعه مغلوب و برای گسستگی و سپس نابودی آن می‌کوشد، واژه قوم‌گشی را که به تازگی رایج شده به کار می‌برند تا القای اجباری فرایند فرهنگ‌پذیری را از طریق فرهنگ غالب در یک فرهنگ دیگر (مغلوب) توصیف کنند. در گذشته، جوامع صنعتی قوم‌گشی را با تظاهر به این که هدف‌شان از همانندسازی، ایجاد آرامش یا تغییر شکل در جوامع ابتدایی یا عقب‌مانده است، اجرا نموده و باز هم اجرا می‌کنند. این عمل معمولاً تحت عنوان اخلاق، رسیدن به کمال مطلوب در پیشرفت و ... صورت می‌گیرد (پانوف، ۱۳۶۸: ص ۱۳۷).

علاوه بر این دیدگاه رهبر معظم انقلاب در مورد تهاجم فرهنگی قابل توجه است. از نظر ایشان در تهاجم فرهنگی یک مجموعه سیاسی یا اقتصادی، برای رسیدن به مقاصد خاص خود و اسارت یک ملت، به بنیان‌های فرهنگی آن ملت هجوم می‌برد. در این هجوم، باورهای تازه‌ای را به زور و به قصد جایگزینی بر فرهنگ و باورهای ملی آن ملت، وارد کشور می‌کنند (سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۷۳: ص ۳).

۳-۴. سواد رسانه‌ای

تاریخچه پیدایش سواد رسانه‌ای به سال ۱۹۶۵ باز می‌گردد. مک لوهان اولین بار در کتاب خود با عنوان «درک رسانه‌ای گسترش ابعاد وجود انسان»، این واژه را به کار برد و معتقد بود؛ زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان‌ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه‌ای دست یابند (داریی، ۱۳۹۰: ص ۳۹۹).

تعاریف گوناگونی برای سواد رسانه‌ای مطرح شده است. از نظر پاتر، سواد رسانه‌ای، مجموعه چشم‌اندازهایی است که ما به‌طور فعالانه برای قرار گرفتن در مقابل رسانه‌ها از آن استفاده می‌کنیم تا معنای پیام‌هایی که با آنها مواجه می‌شویم را تفسیر کنیم (Potter, 2008).

تامن، سواد رسانه‌ای را فیلتری داوری‌کننده و حافظ هویت می‌داند و معتقد است با برخورداری از سواد رسانه‌ای (از انتخاب ساده رسانه‌ای تا نقد متن) و رسیدن به سطح عمیق آن (فهم و تفسیر زمینه‌های متن) این امکان برای مخاطب فراهم می‌شود که در برابر هجوم سرسام‌آور القای پیام‌های رسانه‌ای، هویت خود را حفظ کند. از این‌رو، این دسته از مخاطبان که دارای سواد رسانه‌ای‌اند، اجازه نمی‌دهند نظام سلطه‌جویانه پیام‌های رسانه‌ای، آنان را کنترل کند. آنان هم‌چنین جهان واقعی را همسان با تفسیرهای رسانه‌ای در نظر نمی‌گیرند (Boles, 2003: p.3).

از سوی دیگر، صاحب‌نظران علم ارتباطات، سواد رسانه‌ای را مفهومی می‌دانند که در پنج پرسش زیر مطرح می‌شود:

۱. چه کسی پیام‌های رسانه‌ای را می‌آفریند؟

۲. کدام یک از فنون رسانه‌ها برای جلب توجه مخاطبان استفاده شده است؟

۳. چگونه افراد مختلف، قضاوت‌ها و تفسیرهای گوناگونی از پیام‌های یکسان دارند؟

۴. ارزش‌ها و سبک‌ها زندگی که در رسانه‌ها ارائه می‌شوند، کدامند؟

۵. هدف سازندگان و آفرینندگان پیام چیست؟ (تاجریان، ۱۳۹۳: ص ۱۲۷).

اما به زبان ساده، سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی است که هوشمندانه مراقب است چه موادی مناسب هستند و چه مواردی مضر؛ چه چیزی را باید مصرف کرد و چه چیزی را نه و یا اینکه میزان مصرف هر ماده بر چه مبنایی باید استوار باشد. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شوند و به معادله متقابل و فعالانه‌ای وارد شوند که در نهایت به نفع خود آنان باشد. به دیگر سخن، سواد رسانه‌ای کمک می‌کند از سفره رسانه‌ها به گونه‌ای هوشمندانه و مفید بهره‌مند شویم.

۴-۴. شبکه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی، ابزارهایی هستند که به واسطه شبکه‌های ارتباطی مانند اینترنت و تلفن همراه پدید آمده‌اند. اصطلاح «شبکه‌های اجتماعی» زیرمجموعه رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرند. شبکه اجتماعی یا منابع تولیدکننده سرمایه اجتماعی، ترکیبی از گُشنگران (گُشنگران لزوماً افراد نیستند، بلکه سازمان‌ها و گروه‌ها را نیز در برمی‌گیرند) و روابط بین آنهاست؛ شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت، بر علایق افراد و گروه‌ها بنیان نهاده شده‌اند. شبکه‌های اجتماعی بر پایه مشارکت همگانی بنا شده‌اند. بارزترین ویژگی این شبکه‌ها را می‌توان اطلاعات و اخبار که در آنها منتشر می‌شود دانست؛ در شبکه‌های اجتماعی برخلاف عصر ایمیل‌ها، با اطلاعاتی مواجه هستیم که قابل ردوبدل شدن میان افراد گوناگون است (علیزاده، ۱۳۹۴: ص ۱۲۵). شبکه‌های اجتماعی، از جمله رسانه‌های نوین به شمار می‌روند که در آن کاربران از نظر مکانی و زمانی از یکدیگر جدا هستند؛ به راحتی می‌توانند علایق‌شان را با یکدیگر سهیم شوند و با سایر افراد به تبادل اطلاعات بپردازند (Koh, 2007: p.70). هم‌چنین شبکه‌های اجتماعی از تکرار اطلاعات زیادی برخوردار هستند؛ به طوری که کاربران آن‌ها توانایی به اشتراک گذاری اطلاعات خود را با دیگر

دوستان به دست می‌آورند. ویژگی‌هایی شبکه اجتماعی مجازی را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. امکان مشارکت کردن: رسانه‌های اجتماعی، ارسال بازخورد از سوی مخاطبان را به رسانه‌ها تسهیل کرده‌اند و آن را تشویق می‌کنند. این رسانه‌ها، مرز و خط‌کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده‌اند.

۲. بازبودن: اغلب رسانه‌های اجتماعی با هدف مشارکت اعضا و دریافت بازخورد مورد استفاده قرار می‌گیرند. آن‌ها فعالیت‌هایی همچون رأی‌دادن، نظر گذاشتن و به اشتراک گذاشتن اطلاعات را تشویق می‌کنند و به ندرت، مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این رسانه‌ها وجود دارد.

۳. ارتباط دوسویه: برخلاف رسانه‌های سنتی که عمل انتشار را انجام می‌دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می‌کردند، رسانه‌های اجتماعی مجازی جریان ارتباطی را از حالت یک‌سویه به دوسویه تغییر داده‌اند.

۴. شکل‌گیری جماعت‌های آنلاین: رسانه‌های اجتماعی این امکان را فراهم می‌کنند که جماعت‌ها و گروه‌ها به سرعت شکل بگیرند و ارتباط مؤثری برقرار کنند. این جماعت‌های آنلاین می‌توانند پیرامون علایق مشترکی مانند: عکاسی، یک گروه ورزشی، یک قومیت و... شکل بگیرند.

۵. توانایی برقرار ارتباط: اغلب شبکه‌های اجتماعی همیشه در حال گسترش اتصالات و ارتباطات‌شان هستند و با سایت‌ها، منابع و افراد دیگر پیوند برقرار می‌کنند (مییلد،^۱ ۲۰۰۸: ص ۶).

۴-۵. شبکه اجتماعی اینستاگرام

اینستاگرام، شبکه اجتماعی است که به کاربران این امکان را می‌دهد تا تصاویر و ویدیوهای خود را در دیگر شبکه اجتماعی نظیر «فیس بوک»، «توییتر»، «تامبلر» و «فلیکر»

1. Mayfield.

به اشتراک بگذارند. کاربران هم‌چنین می‌توانند از فیلترهای دیجیتال برای تصاویر خود استفاده کنند (سیاحی، ۱۳۹۴: ص ۶۴). اینستاگرام به وسیله «کوین سیستم» و «مایک کرایگر» ایجاد و در اکتبر ۲۰۱۰، راه‌اندازی و به سرعت محبوبیت یافت؛ به طوری که تعداد کاربران آن در سال ۲۰۱۸ میلادی، به ۸۰۰ میلیون کاربر رسیده است.

۵. مبانی نظری

۱-۵. نظریه‌های تأثیر رسانه (نظریه‌های رسانه‌محور)

موضوع تأثیر، از برجسته‌ترین بخش‌های فراگرد ارتباطی است. این بخش از فراگرد، اشاره به کارکرد تاریخی رسانه‌ها دارد؛ کارکردی که به شکلی خاص، رسانه‌های سنتی را نیز در برمی‌گیرد و در فضای جدید ارتباطی اشکال وسیع و متفاوتی به خود گرفته است (دادگران به نقل از اسماعیلی، ۱۳۹۴: ص ۱۴۲). اثرات رسانه‌ها ممکن است ناشی از محتوای ارتباطات باشد یا جنبه روانی، سیاسی، اقتصادی یا اجتماعی داشته باشند. هم‌چنین احتمال آن می‌رود که بر عقاید، ارزش‌ها، اطلاعات، مهارت‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای ظاهری تأثیر بگذارند (دادگران، ۱۳۷۴: ص ۵۵).

در جهان امروز، وسایل ارتباط جمعی مانند: روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما و نیز اینترنت، با انتقال اطلاعات و شکل‌دهی و مبادله افکار عمومی، در توسعه و تغییر فرهنگ و تمدن بشری نقش بزرگی را ایفا می‌کنند؛ به طوری که کمتر حادثه و جریان مهم اجتماعی را می‌توان یافت که رسانه‌ها در پیدایش و شکل‌گیری آن هیچ نقشی ایفا نکرده یا حداقل در گسترش، نشر یا کنترل آن سهمی نداشته باشند (رضایی، ۱۳۸۶: ص ۳۱). پرسش اساسی که در تاریخ نظریه رسانه‌ها بوده، به رابطه رسانه‌ها بر جامعه و افراد دلالت دارد؛ به طوری که امروزه رسانه‌ها، فکر، فرهنگ و هویت فرهنگی انسان‌ها را می‌سازند یا بازسازی می‌نمایند و بیش از همه بر افکار، فرهنگ و تغییر نگرش‌ها اثر می‌گذارند.

۲-۵. نظریه کاشت

نظریه کاشت بر آثار تدریجی و درازمدت رسانه‌ها بر شکل‌گیری تصویر ذهنی

مخاطبان از دنیای اطراف و مفهوم‌سازی آنان از واقعیت اجتماعی تأکید می‌کند. جرج گرنبر، واضع نظریه کاشت در دهه ۱۹۶۰، تحقیقاتی را با عنوان «شاخص‌های فرهنگی» شروع کرد تا تأثیر رسانه‌ها بر باورها و دیدگاه‌های بینندگان درباره جهان واقعی را بررسی کند. از نظر گرنبر و همکارانش کاشت، یک فراگرد بی‌سمت و سو نیست، بلکه شبیه فراگرد جاذبه‌ای است. گرنبر، استدلال می‌کند که اهمیت رسانه‌ها نه در تشکیل «توده» بلکه به این مقوله وابسته است که رسانه‌ها به خلق راه‌های مشترک برای انتخاب یا فهم جهان می‌انجامد. در واقع، رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون روایت‌هایی یکسان و نسبتاً مورد وفاق از واقعیات اجتماعی ارائه و مخاطبان خود را نیز با آن سازگار و «فرهنگ‌پذیر» می‌کنند (مک‌کوایل، ۱۳۸۵: ص ۹۹).

این نظریه یکی از اشکال اثر رسانه‌ها در سطح شناختی بوده و مربوط به این موضوع است که قرار گرفتن در معرض رسانه‌ها تا چه حد می‌تواند به باورها و تلقی عموم از واقعیت خارجی، شکل دهد؟ نظریه کاشت یا اشاعه برای ارائه الگویی از تحلیل، بیان شده است تا نشان‌دهنده تأثیر بلندمدت رسانه‌هایی باشد که اساساً در سطح برداشت اجتماعی، عمل می‌کنند (گوتتر، ۱۳۸۴: ص ۳۱۰).

گرنبر، عقیده دارد که رسانه به لحاظ عمق و نفوذ قابل ملاحظه‌اش، نیروی فرهنگی قدرت‌مندی است. وی، رسانه را ابزاری در دست نظم تثبیت‌شده صنعتی اجتماعی می‌داند که به جای تغییر، تهدید یا تضعیف نظام سنتی باورها، ارزش‌ها و رفتارها، در خدمت حفظ، تثبیت یا تقویت آن‌هاست. او که اثر اصلی رسانه را جامعه‌پذیری؛ یعنی اشاعه ثبات و پذیرش وضعیت موجود می‌داند، معتقد است که رسانه تغییرات را به‌تنهایی به حداقل نمی‌رساند؛ بلکه این امر با هماهنگی دیگر نهادهای عمده فرهنگی محقق می‌شود (همان: ص ۳۱۰).

«گرنبر» مدعی است که میان تماشای تلویزیون و اظهار نظر در مورد واقعیت‌های دنیا، رابطه وجود دارد و تماشاگران پرمصرف تلویزیون نسبت به واقعیات زندگی با بینندگان کم‌مصرف اختلاف نظر دارند. این نظریه معتقد است، تلویزیون در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی بینندگان پرمصرف خود می‌شود و به آن‌ها

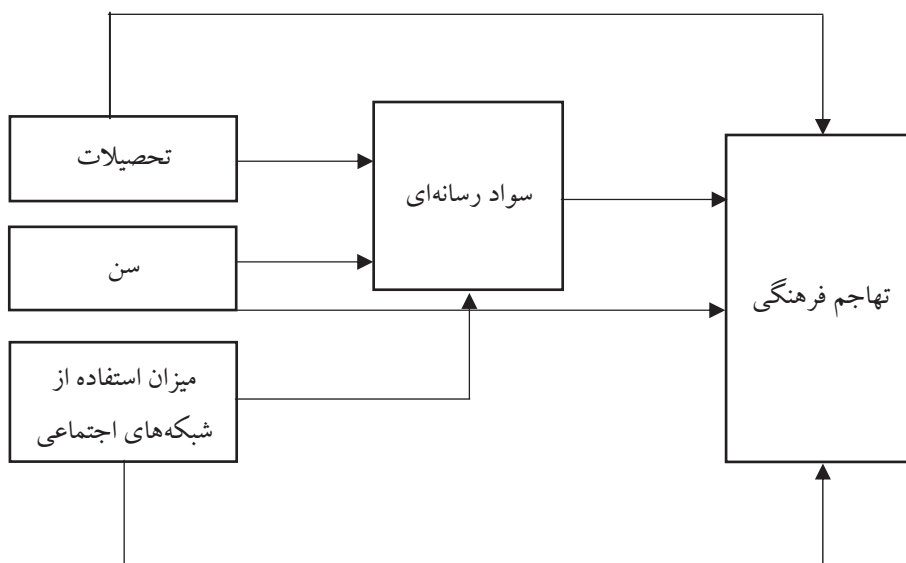
نگرش تلویزیونی واحد در مورد واقعیات می‌بخشد. در واقع نظریه گرنبر، با تفاوت قائل شدن بین مخاطب عادی و پرمصرف، تأثیر زیاد تلویزیون بر مخاطب پرمصرف را اثبات می‌کند.

«گرنبر» می‌گوید: از نظر تماشاگران پرمصرف، تلویزیون عملاً، دیگر منابع اطلاعات، افکار و آگاهی‌ها را به انحصار درآورده و یک کاسه می‌کند. اثر این مواجهه با پیام‌های مشابه، چیزی را تولید می‌کند که وی آن را کاشت یا آموزش جهان‌بینی رایج، نقش‌های رایج و ارزش‌های رایج، می‌نامد (سورین و تانکارد، ۱۳۹۰: ص ۳۹۰-۳۹۱).

نظریه پردازان کاشت معتقدند که رسانه از جمله تلویزیون اثرات درازمدت، تدریجی، غیرمستقیم اما مترکم و انباشتنی دارد. تماشای زیاد تلویزیون، به‌عنوان «کاشت» نگرش‌هایی دیده می‌شود که بیشتر با جهانی که برنامه‌های تلویزیونی به تصویر می‌کشند، هماهنگ است تا با جهان واقعی. گرنبر معتقد است؛ کاشت در وهله نخست، درباره فرایند فرهنگی داستان‌گویی است؛ بنابراین مهم است که چه کسی فرصت داستان‌گویی به دست می‌آورد و داستان‌های چه کسانی گفته می‌شود. بیشتر آنچه که ما می‌دانیم و فکر می‌کنیم که می‌دانیم، حاصل تجربه شخصی ما نیست؛ بلکه حاصل داستان‌ها و روایت‌هایی است که می‌شنویم، می‌خوانیم و می‌بینیم. در زمان‌های قبل، داستان‌های مربوط به هر فرهنگ معمولاً به صورت چهره‌به‌چهره از سوی اعضای اجتماع، والدین، معلمان یا کلیسا گفته می‌شد. داستان‌های بزرگ اسطوره‌ای، مذهبی، آموزشی، هنری و... به نحو فزاینده‌ای به وسیله تلویزیون بسته‌بندی و پخش می‌شود. تأثیرات این داستان‌ها درازمدت، تدریجی و فرهنگی است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۳: ص ۷۰-۷۱).

بنابراین، کاشت آن چیزی است که یک فرهنگ انجام می‌دهد؛ زیرا فرهنگ، رسانه اصلی است که انسان‌ها در آن زندگی می‌کنند و می‌آموزند. فرهنگ، یک نظام قصه یا روایت و سایر مصنوعات است که به نحو فزاینده تولید انبوه می‌شود و میان هستی و آگاهی از هستی، نقش میانجی ایفا و در نتیجه به هر دوی آن‌ها کمک می‌کند. تلویزیون به‌عنوان فراگیرترین و متداول‌ترین قصه‌گو، در زمینه کاشت ایدئولوژی، ارزش‌ها و باورهای مشترک نقش مهمی دارد (همان: ص ۷۰).

۶. مدل تحلیلی تحقیق



شکل ۱: مدل تحلیلی متغیرها مؤثر بر تهاجم فرهنگی

۷. روش تحقیق

روش پژوهش در این تحقیق از نوع پیمایشی - توصیفی است که به بررسی رابطه بین سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی در میان کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌پردازد.

۸. جامعه آماری و شیوه نمونه‌گیری

جامعه آماری پژوهش، شامل کاربران ایرانی شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌باشند. تعداد کاربران ایرانی اینستاگرام در ژانویه ۲۰۱۸ حدود ۲۴ میلیون نفر اعلام شد که طبق مدل کوکران نمونه آماری ۳۸۴ نفر اعلام شد. شیوه نمونه‌گیری به صورت تصادفی و ابزار گردآوری اطلاعات، با استفاده از پرسش‌نامه محقق‌ساخته، بوده است. این پرسش‌نامه به

صورت آنلاین بین کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام توزیع شد که تعداد ۴۳۵ نفر به پرسش نامه جواب دادند.

۹. روایی و پایایی

روایی پرسش نامه از نوع صوری بوده است و هم چنین از طریق تحلیل عاملی گویه ها مورد بررسی قرار گرفت. در این زمینه، با بهره گیری از تحلیل عاملی، تمامی گویه های مربوط به متغیرهای سواد رسانه ای و تهاجم فرهنگی قابل سنجش بوده اند. پایایی پرسش نامه از طریق آلفای کرونباخ مورد بررسی قرار گرفت که برای متغیر سواد رسانه ای (۰/۸۱۷) و تهاجم فرهنگی (۰/۸۷۸) به دست آمد. هم چنین تجزیه و تحلیل این پژوهش در دو سطح توصیفی و استنباطی انجام گرفت.

۱۰. تعریف عملیاتی و نظری

۱۰-۱. سواد رسانه ای

تعریف نظری: سواد رسانه ای عبارت است از یک نوع درک متکی بر مهارت که براساس آن می توان انواع رسانه ها و انواع تولیدات آنها را شناخت و از یکدیگر تفکیک و شناسایی کرد (شکرخواه، ۱۳۸۶؛ به نقل از عزیزی، ۱۳۹۳).

تعریف عملیاتی: پرسش های مرتبط با سواد رسانه ای ۱۲ سؤال بوده و هدف آن تحلیل و نقد پُست توسط کاربران شبکه اینستاگرام است.

۱۰-۲. تهاجم فرهنگی

تعریف نظری: کارکرد فرهنگ غالب در جهت تحمیل ارزش های خود با استفاده از قدرت برتر فرهنگی را تهاجم فرهنگی می گویند (احمدی، ۱۳۸۹: ص ۲۲۴).

تعریف عملیاتی: در این تحقیق پرسش نامه دارای ۱۱ سؤال بوده و هدف آن ارزیابی میزان تأثیر شبکه اجتماعی اینستاگرام بر تهاجم فرهنگی کاربران از ابعاد مختلف (سیاسی، اخلاقی و اجتماعی) است.

۱.۱ یافته‌های تحقیق

۱.۱-۱ یافته‌های توصیفی

جدول شماره ۱: مشخصات جمعیت‌شناسی نمونه مطالعه شده

درصد	فراوانی	متغیر		درصد	فراوانی	متغیرها	
۳/۹	۱۷	زیر دیپلم	میزان تحصیلات	۵۴/۴	۲۳۷	مرد	جنسیت
۱۴	۶۱	دیپلم		۴۵/۶	۱۹۸	زن	
۴/۸	۲۱	فوق دیپلم		۱۷/۲	۷۵	زیر ۲۰ سال	سن
۳۴/۷	۱۵۱	لیسانس		۲۸/۰	۱۲۲	۲۱ تا ۲۵	
۳۶/۶	۱۵۹	فوق لیسانس		۳۶/۳	۱۵۸	۲۶ تا ۳۰	
				۱۵/۶	۶۸	۳۱ تا ۳۵	
۶	۲۶	دکتری	۲/۸	۱۲	۳۶ تا ۴۰		

بر اساس اطلاعات جدول‌های توصیفی شماره ۱، ۵۴/۴ از پاسخ‌گویان مرد و ۴۵/۶ درصد زن بوده‌اند. هم‌چنین ۱۷/۲ درصد از کاربران زیر ۲۰ سال، ۲۸ درصد آن‌ها در محدود سنی ۲۱-۲۵ سال، ۳۶/۳ درصد در محدوده سنی ۲۶-۳۰، ۱۵/۶ درصد کاربران در محدوده سنی ۳۱-۳۵ سال و ۲/۸ درصد کاربران در محدوده سنی ۳۶-۴۰ سال، بوده‌اند. در این میان، ۳/۹ درصد کاربران دارای مدرک زیر دیپلم، ۱۴ درصد دیپلم و ۴/۸ درصد فوق دیپلم، ۳۴/۷ درصد کارشناسی، ۳۶/۶ درصد کارشناسی ارشد و ۶ درصد مدرک دکتری داشته‌اند.

جدول شماره ۲: شاخص‌گرایی به مرکز و شاخص پراکندگی متغیرهای سواد رسانه‌ای و تهاجم فرهنگی

متغیرها	میانگین	واریانس	انحراف معیار
سواد رسانه‌ای	۲۷/۷۰۱	۲۲/۴۲۲	۴/۶۳۵
تهاجم فرهنگی	۳۶/۳۴۷	۶۳/۸۵۴	۷/۹۹۰

بر اساس اطلاعات جدول شماره ۲، میانگین سواد رسانه‌ای کاربران شبکه اجتماعی (۲۷/۷۰۱) و میانگین تهاجم فرهنگی کاربران (۳۶/۳۴۷) است. با این وجود، می‌توان گفت؛ کاربران شبکه اجتماعی اینستاگرام از سطح سواد رسانه‌ای بالایی برخوردار نیستند؛ بنابراین، کاربران متحمل آسیب‌های بیشتری در زمینه فرهنگی، اجتماعی و رفتاری می‌شوند.

۲-۱۱. یافته‌های استنباطی

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \bar{X}_1 = \bar{X}_2 = \dots = \bar{X}_p \\ H_1: \bar{X}_1 \neq \bar{X}_2 \neq \dots \neq \bar{X}_p \end{array} \right.$$

تهاجم فرهنگی در بین جنسیت کاربران شبکه‌ای اینستاگرام یکسان است

تهاجم فرهنگی در بین جنسیت کاربران شبکه‌ای اینستاگرام یکسان نیست

جدول شماره ۳: شاخص‌های مرکزی تهاجم فرهنگی در بین جنسیت کاربران

جنسیت	تعداد	میانگین	انحراف استاندارد	میانگین انحراف استاندارد
مرد	۲۳۷	۳۵/۳۷۴	۸/۳۵۵	۰/۵۵۴
زن	۱۹۸	۳۷/۴۰۸	۷/۴۴۸	۰/۵۱۶

جدول شماره ۴: تفاوت میانگین تهاجم فرهنگی در بین جنسیت کاربران

آزمون t برابری میانگین‌ها					آزمون لیون برابری واریانس‌ها		نتیجه تهاجم فرهنگی
اختلاف انحراف استاندارد	اختلاف میانگین‌ها	سطح معناداری (دو دامنه)	درجه آزادی	T	سطح معناداری	F	
۰/۷۶۱	-۲/۰۳۴	۰/۰۰۸	۴۳۳	-۲/۶۷۱	۰/۲۷۱	۱/۲۱۶	واریانس‌ها برابر فرض شود
۰/۷۵۷	-۲/۰۳۴	۰/۰۰۸	۴۳۲	-۲/۶۸۴			واریانس‌ها برابر فرض نشود

با توجه به جدول ۳ و ۴ مشاهده می‌شود، تهاجم فرهنگی در میان مردان و زنان در شبکه‌های اجتماعی یکسان نیست. با توجه به سطح معناداری که برابر (۰/۰۰۸) است، با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان نتیجه گرفت که میانگین تهاجم فرهنگی بین کاربران مرد و زن تفاوت دارند. در این میان، زنان با اختلاف میانگین (۲/۰۳۴) بیشتر از مردان تحت تأثیر تهاجم فرهنگی قرار می‌گیرند.

$$\left\{ \begin{array}{l} H_1: \bar{X}_1 = \bar{X}_2 = \dots = \bar{X}_p \\ H_1: \bar{X}_1 \neq \bar{X}_2 \neq \dots \neq \bar{X}_p \end{array} \right.$$

تهاجم فرهنگی در بین رشته تحصیلی کاربران شبکه‌ای اینستاگرام یکسان است

تهاجم فرهنگی در بین رشته تحصیلی کاربران شبکه‌ای اینستاگرام نیست

جدول شماره ۵: تفاوت بین سطح تحصیلات کاربران و تهاجم فرهنگی

سطح معناداری	F	میانگین مجزورات	درجه آزادی	مجموع مربعات	
۰/۰۰۰	۳۹۷/۶۵۵	۴۲۹	۵	۱۹۸۸/۲۷۳	بین گروه‌ها
	۵۹/۹۶۳	۴۳۴		۲۵۷۲۴/۳۱۱	درون گروه‌ها
			۴۳۴	۲۷۷۱۲/۵۸۴	کل

با توجه به جدول شماره ۵، مشاهده می‌شود که تهاجم فرهنگی در میان سطح تحصیلات یکسان نیست. با توجه به سطح معناداری آزمون F که برابر با (۰/۰۰۰) است، نتیجه می‌گیریم که فرضیه صفر رد و فرضیه یک تأیید می‌شود؛ بدین معنی که تهاجم فرهنگی میان سطح تحصیلات متفاوت است. برای بررسی دقیق‌تر این تفاوت از آزمون‌های تعقیبی استفاده شده است؛ یافته‌ها نشان داده که هر چه سطح تحصیلات کاربران بالاتر باشد، به همان میزان تهاجم فرهنگی در بین آنها کمتر می‌شود.

$$\left\{ \begin{array}{l} H_0: \rho = 0 \\ H_1: \rho \neq 0 \end{array} \right.$$

بین سواد رسانه‌ای، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام با
تهاجم فرهنگی رابطه وجود ندارد.

بین سواد رسانه‌ای، سن و میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام با
تهاجم فرهنگی رابطه وجود دارد.

جدول شماره ۶: رابطه بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام،

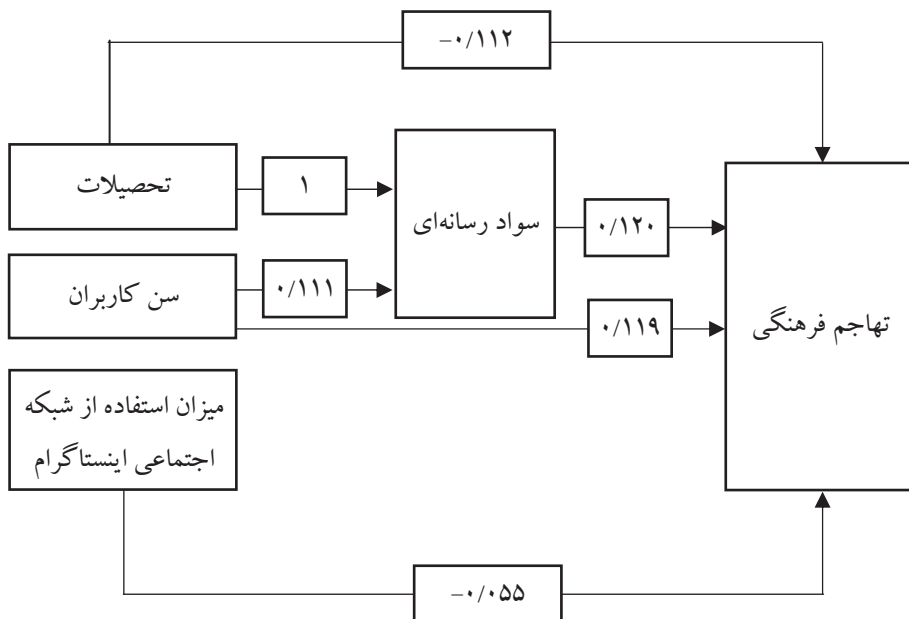
سواد رسانه و سن کاربران با تهاجم فرهنگی

ردیف	مولفه‌ها	تهاجم فرهنگی
۱	میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام	ضریب پیرسون ۰/۰۵۳
		سطح معناداری ۰/۲۷۴
۲	سواد رسانه‌ای	ضریب پیرسون -۰/۱۱۱
		سطح معناداری ۰/۰۲۱
۳	سن کاربران	ضریب پیرسون -۰/۲۱۳
		سطح معناداری ۰/۰۰۰

یافته‌های جدول ۶، رابطه میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای و سن کاربران را با تهاجم فرهنگی نشان می‌دهد. بر اساس ردیف شماره ۱، با توجه به سطح معناداری جدول (۰/۰۵۳) بین میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام و در معرض تهاجم فرهنگی قرار گرفتن آن‌ها در استفاده از این شبکه، رابطه معناداری وجود ندارد. بر اساس ردیف شماره ۲، می‌توان گفت که با اطمینان (۰/۹۵) و سطح خطای کوچک‌تر از (۵٪) بین بهره‌مندی کاربران از سواد رسانه‌ای و در معرض تهاجم فرهنگی قرار گرفتن آن‌ها در استفاده از شبکه اینستاگرام رابطه وجود دارد. از طرفی، مقدار این رابطه که برابر (۰/۱۱۱-) است، به صورت معکوس (منفی) می‌باشد. به این معنی که هر چه سواد رسانه‌ای

افزایش پیدا می‌کند، میزان تحت تأثیر قرار گرفتن کاربران در برابر تهاجم فرهنگی کاهش پیدا می‌کند.

بر اساس ردیف شماره ۳، با توجه به سطح معناداری بین دو متغیر سن و تهاجم فرهنگی که برابر (۰/۰۰۰) می‌باشد (که کمتر از ۰/۰۵ است)، نتیجه می‌گیریم که بین سن کاربران و در معرض تهاجم فرهنگی قرار گرفتن آن‌ها در استفاده از شبکه اینستاگرام رابطه معناداری وجود دارد؛ زیرا مقدار ضریب همبستگی بین دو متغیر مثبت می‌باشد، این رابطه به صورت معکوس بوده؛ یعنی هر چه سن کاربران بالاتر باشد، به میزان (۰/۲۱۳-) تهاجم فرهنگی در آنها کمتر می‌شود.



شکل ۲: مدل تحلیلی متغیرهای مؤثر بر تهاجم فرهنگی کاربران از طریق رگرسیون چندمتغیره

جدول شماره ۷: میزان تأثیر مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته تهاجم فرهنگی

متغیرها	تأثیر مستقیم	تأثیر غیرمستقیم	تأثیر کل
سواد رسانه‌ای	-۰/۱۲۰	—	-۰/۱۲۰
تحصیلات	-۰/۱۱۲	-۰/۱۵۹	=۰/۱۲۷
سن	-۰/۱۱۹	-۰/۰۱۳	=۰/۱۳۲
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام	۰/۰۵۵	—	۰/۰۵۵

جدول شماره ۷، نشان‌دهنده تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته است. با توجه به داده‌های جدول و بر اساس استناد به آثار مستقیم متغیرها، متغیر سواد رسانه‌ای (۰/۱۲۰-) قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده تهاجم فرهنگی است. بعد از متغیر سواد رسانه‌ای به ترتیب متغیرهای سن (۰/۱۱۹-)، تحصیلات (۰/۱۱۲-)، میزان استفاده از شبکه اجتماعی اینستاگرام (۰/۰۵۵) بیشترین تأثیر مستقیم را بر تهاجم فرهنگی کاربران دارند. با توجه به داده‌های جدول فوق و بر اساس استناد به آثار غیرمستقیم متغیرها چون تحصیلات (۰/۰۱۵-)، سن (۰/۰۱۳-) به ترتیب بیشترین تأثیر غیرمستقیم بر تهاجم فرهنگی را دارند.

هم‌چنین با توجه به داده‌های جدول و بر اساس استناد به آثار متغیرها در کل، متغیر سن، قوی‌ترین و مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده تهاجم فرهنگی کاربران است. بعد از متغیر سن، به ترتیب، متغیر تحصیلات، سواد رسانه‌ای و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی پیش‌بینی‌کننده تهاجم فرهنگی کاربران در شبکه‌های اجتماعی است.

نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی از پدیده‌های نوین جهان معاصر می‌توانند سبب تغییر و تحول در عرصه‌های گوناگون زندگی بشر و زوال فرهنگی کاربران گردند. تهاجم فرهنگی در کاربران شبکه‌های اجتماعی در این تحقیق به میزان ۷۲ درصد بود. جامعه ما که در میانه سنت و مدرنیته قرار گرفته، زمینه مناسبی برای تحت تأثیر قرار گرفتن از سوی این وسایل نوظهور را دارد. متأسفانه در جامعه ما با ورود ابزارها و وسایل جدید ارتباطی، فرهنگ‌های حاکم بر آنها و چگونگی استفاده از این وسایل به میزان توسعه و گسترش فیزیکی آنها در جامعه، تبیین نمی‌شود. چنین فضایی باعث شکل‌گیری اقتضانات جدید و دگرگونی‌های ارزشی متأثر از تهاجم فرهنگی می‌گردد. بنابراین لازم است سیاست‌گذاران و مسئولان عرصه‌های مختلف اجتماعی به آسیب‌های این شبکه‌ها توجه نمایند.

همان‌گونه که یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد، کاربران با مجهز شدن به سواد رسانه‌های اجتماعی، آسیب‌های کمتری را در برابر تهاجم فرهنگی متحمل شده و جامعه نیز نسبت به مشکلات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مصونیت بیشتری خواهد یافت. این در حالی است که کاربران در این تحقیق (۵۵/۰ درصد) دارای سواد رسانه‌ای قابل قبولی نبوده‌اند. بر این اساس، تازمانی که مباحث سواد رسانه‌ای به صورت یک ویژگی قابل درک برای افراد شکل نگرفته باشد، آنها قادر نخواهند بود به طور هدف‌مند در فعالیت‌های خود از این مهارت بهره گرفته و فقط به طور ناخودآگاه آن را به کار خواهند برد.

از دیگر یافته‌های پژوهش که مورد تأیید قرار گرفت، این است که رابطه معناداری بین سن کاربران و تهاجم فرهنگی وجود دارد. بی‌توجهی والدین و نهادهای جامعه‌پذیر کردن افراد و مهم‌تر از همه کانون خانواده در کشور ما دارای درک درستی نسبت به چگونگی استفاده و به کارگیری شبکه‌های اجتماعی برای کودکان و نوجوانان نیستند. در واقع کاربرانی که داری سن پایین‌تری هستند، از سواد رسانه‌ای کمتری برخوردار هستند و آنها بیشتر تحت تأثیر تهاجم فرهنگی قرار می‌گیرند. این در حالی است که تعداد کاربرانی که در شبکه‌های اجتماعی سن پایین‌تری دارند، کم نیستند. با این حال چنین کاربرانی، آسیب‌پذیری بیشتری در چنین فضایی را دارند. نهادهای متولی جامعه‌پذیری افراد، نه تنها مهارت‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی را به افراد نمی‌آموزند بلکه هیچ برنامه مشخصی

برای طرح سواد رسانه‌ای در کتب درسی مقاطع تحصیلی دانش آموزان و دانشجویان ندارند. هم‌چنین ثابت شده که هر چه تحصیلات کمتر باشد، به همان میزان تهاجم فرهنگی بیشتر می‌شود. این می‌تواند به میزان دانش و دانایی کاربران وابسته باشد؛ یعنی با افزایش تحصیلات کاربران، ممکن است سواد رسانه‌ای آنها هم بالاتر رود. در نتیجه، تهاجم فرهنگی در آنها کمتر تأثیرگذار است. نکته دیگر اینکه هنوز در مدارس و دانشگاه‌های ما آموزش سلطه‌پذیر حاکم است و هر چه تحصیلات کاربران بالاتر می‌روند، این نوع آموزش‌ها بیشتر به سمت آموزش‌های رهایی‌بخش سوق پیدا می‌کنند. با بالاتر رفتن سطح تحصیلات کاربران، آموزش‌های با سمت و سوی رهایی‌بخشی در جامعه افزایش می‌یابد و به تناسب بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای آنها بیشتر می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت به همان میزان تهاجم فرهنگی در آنها کمتر ملاحظه می‌شود.

مقایسه یافته‌های تحقیق با نظریه‌های تأثیر رسانه از جمله نظریه کاشت گربنر رویکرد نظری تهاجم فرهنگی، هم‌چنین تحقیقات حوزه داخلی و خارجی؛ خاتمی سبزواری (۱۳۹۵)، دهکردی و محمدی (۱۳۹۵)، بهرامیان و یاقوتی (۱۳۹۵) رسول‌زاده اقدم و همکارانش (۱۳۹۴)، جان پرور و حیدری (۱۳۹۰)، نشان داده که یافته‌های به دست آمده، همسو با پیشینه نظری و تجربی تحقیق بوده و تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ارزش‌ها، سبک زندگی و فرهنگ کاربران تأیید شده است. یافته‌های این پژوهش با نظریه‌های تأثیر رسانه نیز سازگاری دارند؛ برای مثال می‌توان به نظریه کاشت باورها از گربنر اشاره کرد. طبق نظریه کاشت، میزان استفاده کاربران از رسانه، در بلندمدت موجب تأثیر در جهان‌بینی و نظام ارزشی آنان می‌شود. در واقع، بین مخاطب عادی و پر مصرف تفاوت وجود دارد و تأثیرپذیری مخاطبان پُر مصرف بیشتر است و به کاشت با آموزش جهان‌بینی رایج، نقش‌های رایج و ارزش‌ها رایج می‌انجامد.

در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت: از عمده‌ترین راه‌های نفوذ فرهنگی، ایجاد تغییر و تحول در ارزش‌های سنتی، دینی و فرهنگ بومی جامعه هدف است که از طریق شبکه‌های اجتماعی همچون شبکه اجتماعی اینستاگرام، برای اشاعه افکار و ارزش‌های خاص، دست‌کاری اذهان مردم با تفاسیر کذب و مغرضانه، هدف قراردادن و جایگزین کردن آداب و رسوم، هنجارها و ارزش‌های مذهبی و فرهنگی جوامع با عقاید و آداب جعلی صورت می‌گیرد. از مهم‌ترین راه‌های مقابله با نفوذ فرهنگی، داشتن سواد رسانه‌ای در کاربران این شبکه‌ها است.

کتابنامه

۱. ابوالحسنی، سید رحیم (۱۳۸۸)، تعیین و سنجش مولفه‌های هویت ایرانی، تهران: پژوهشکده تحقیقات استراتژیک گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
۲. احمدی، مجتبی (۱۳۸۹)، از تهاجم فرهنگی تا جنگ نرم، تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های مؤسسه کیهان.
۳. اسماعیلی، علیرضا و مریم ساریخانی (۱۳۹۳)، «بررسی نقش رسانه‌ای ملی (تلویزیون) در توسعه فرهنگ کارآفرینی در بین جوانان (مطالعه موردی: شهر گرگان)»، فصلنامه مطالعات جامعه‌شناختی جوانان، ش ۵، ص ۹-۲۶.
۴. امیر انتخابی، شهرود، سیدرضا صالحی سیدامیری، محمد سلطانی فر و علی‌اکبر رضایی (۱۳۹۴)، «ارثه الگویی جهت سیاست‌گذاری فرهنگی رسانه‌ها در ایران»، فصلنامه راهبردهای اجتماعی فرهنگی، ش ۱۷، ص ۱۱۳-۱۲۹.
۵. بهرامیان، امید و هدا یاقوتی (۱۳۹۵)، «رابطه استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی‌زبان و پای‌بندی به هویت فرهنگی در زنان تهران»، فصلنامه مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان، ش ۱۴، ص ۱۸۷-۲۱۶.
۶. پارتو، جمیز (۱۳۸۵)، «تعریف سواد رسانه‌ای»، ترجمه: لیلا کاووسی، فصلنامه رسانه، ش ۶۸، ص ۷-۲۶.
۷. پانوف، میشل و میشل پرون (۱۳۶۸)، فرهنگ مردم‌شناسی، ترجمه: اصغر عسگرخانقاه، تهران: انتشارات ویس.
۸. تاجریان، علیرضا (۱۳۹۳)، مدیریت استراتژیک رسانه در مواجهه با سواد رسانه‌ای مخاطب، تهران: کنفرانس بین‌المللی مدیریت رسانه، ص ۱۲۳-۱۳۰.
۹. حبیبیان، محمدحسن و محمدحسن صبوری (۱۳۹۱)، «جنگ نرم و امنیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، فصلنامه علمی پژوهشی امنیت پژوهشی، ش ۴۰، ص ۳۱-۵۲.

۱۰. خاتمی سبزواری، سیدجواد (۱۳۹۵)، «بررسی تأثیر میزان استفاده از رسانه‌های جمعی بر فرهنگ پوشش دانشجویان (مطالعه موردی: دانشجویان زن دانشگاه حکیم سبزواری)»، فصلنامه فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ش ۴، ص ۵۸۵-۶۰۰.
۱۱. دادگران، سیدمحمد (۱۳۷۷)، مبانی ارتباطات جمعی، تهران: انتشارات فیروزه.
۱۲. دهکردی فاضلیان، مهری و اصغر محمدی (۱۳۹۵)، «تأثیر سواد رسانه‌ای در بعد پردازش و تحلیل پیام‌های رسانه‌ها بر مصرف کالاهای فرهنگی (مورد مطالعه: در زنان ۱۵-۳۹ شهرکرد)»، فصلنامه علمی پژوهشی زن و جامعه، ش ۴، ص ۸۹-۵۱.
۱۳. رسولزاده اقدم، صمد، صمد عدلی‌پور، سیداحمد میرمحمدتبار و سیمین افشار (۱۳۹۴) «تحلیل نقش رسانه‌های اجتماعی در گرایش به سبک زندگی نوین در بین جوانان ایرانی»، دوفصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناسی معاصر، ش ۶، ص ۳۳-۶۰.
۱۴. رضایی، مریم و فریده پیشوایی (۱۳۸۶)، حجاب و عفاف در سیما (آسیب‌ها و راهکارها)، تهران: مرکز پژوهش‌های صداوسیما.
۱۵. سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی (۱۳۷۳)، فرهنگ و تهاجم فرهنگی، برگرفته از سخنان مقام معظم رهبری، تهران.
۱۶. سورین، ورنر و جیمز تانکارد (۱۳۹۰)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۷. سیاح طاهری، محمدحسین (۱۳۹۴)، حقیقت مجازی، تهران: انتشارات شورای عالی فضای مجازی.
۱۸. شنایدر، سوزان سی و بارسو، ژانلویی (۱۳۷۹)، مدیریت در پهنه فرهنگ‌ها، ترجمه: محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۹. شهرام‌نیا، امیر مسعود، زهره مرنندی، راضیه محرابی کوشکی و محسن سیستانی (۱۳۹۴)، «رابطه مصرف رسانه‌ای و سرمایه فرهنگی»، فصلنامه رفاه اجتماعی، ش ۵۹، ص ۲۲۱-۱۸۹.
۲۰. عزیزی، سیدعمار (۱۳۹۳)، بررسی وضعیت سواد رسانه‌ای کارکنان ادارات روابط عمومی سطح شهر کرمانشاه، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده علوم اجتماعی.

۲۱. علی محمدی، محمدحسین (۱۳۷۳)، «تحلیلی بر تهاجم فرهنگی»، نشریه مسجد، تهران: ش ۱۴، ص ۲۵-۳۷.
۲۲. علیزاده، توحید و نریمان محمدی (۱۳۹۴)، «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی وایبر بر ساخت هویت نسلی جوانان»، فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ش ۲۲، ص ۱۱۹-۱۴۲.
۲۳. فرهنگی، علی اکبر (۱۳۷۷)، «نظری بر فرهنگ»، فصلنامه فرهنگ، ش ۳۰، ص ۱۸-۳۱.
۲۴. گونتر، بری (۱۳۸۴)، روش‌های تحقیق رسانه‌ای، تهران: انتشارات اداره کل پژوهش‌های سیما.
۲۵. مسعودی، امیدعلی و مرتضی پایدار (۱۳۹۱)، «بررسی عملکرد اینترنت در بازتولید و تغییر فرهنگ در بین دانشجویان و دانشگاه‌های تهران»، فصلنامه راهبرد یاس، ش ۳۱، ص ۲۱۹-۲۴۱.
۲۶. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۷۶)، تهاجم فرهنگی، تحقیق عبدالجواد ابراهیمی، قم: موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
۲۷. مطهری، مرتضی (۱۳۸۲)، مسئله حجاب، تهران: انتشارات صدرا.
۲۸. مک کوایل، دنیس (۱۳۸۵)، نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه: پرویز اجلالی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲۹. موسوی، محمدرضا و خدیجه حیدری (۱۳۹۱)، «تهاجم فرهنگی و راه‌های مقابله با آن»، فصلنامه دانش انتظامی زنجان، ش ۴، ص ۵۷-۸۷.
۳۰. مهدی‌زاده، سیدمهدی (۱۳۹۳)، نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.
۳۱. هاشم‌زاده ابرسی، فاطمه و نرجس عبادتی (۱۳۹۵)، «بررسی رابطه فرهنگ سازی رسانه ملی با فرایند توسعه در ایران»، فصلنامه علوم خبری، ش ۱۹، ص ۱۰۲-۱۲۶.
32. Andeson. C. A.& Bushman, B. J. (2001), *Effects of Violent Games*.
33. Boles, D. (2002), *The Language of Media Literacy: A Glossary of Terms*. Canada: The Center for Media Literacy (CML). <http://www.Medialit.org/reading>
34. Koh, J.; Kim, Y.; Butler, B. & Bock, G. (2007), *Encouraging Participation in Virtual Communities*, Communications of the ACM, Vol. 50, No. 2, pp.7-68.
35. Mayfield, A. (2008). *What is SOCIAL MEDIA?* www.icrossing.co.uk/.../What is

Social Media iCrossing ebook.pdffacebook.

36. Potter, J. (2008), *Media Literacy*, Sage Publications, Inc. London.
37. Wei, R. (2006), Lifestyles and New Media: Adaption and Use of Wireless Communication Technologies in China, *New Media Society*, Vol.6, 991-1008.

مخلصات

علاقة الإسلام والحضارة في فكر الإمام الخميني ;

محسن الويري *

السيد رضا مهدي نجاد **

الخلاصة

من القضايا الأساسية في دراسات الحضارة علاقة الحضارة ودور الدين في عملية صنع الحضارة وفي هذا المقال نسعى أن نحلل وندرس علاقة الإسلام بالحضارة في فكر الإمام الخميني ; وقد حاولنا بأسلوب وصفي تحليلي، أن نجيب عن سؤال أساسي بشأن نسبة علاقة الإسلام بالحضارة عند الإمام .؛
توصلنا بعد التمعن الى أن الإمام الخميني ; برؤيته الشمولية والتوسعية للدين الإسلامي في الجوانب الدنيوية والاجتماعية يعتقد بأن الإسلام يصنع الحضارة خطويمكن استنباط مستويات الحضارة المختلفة ويشهد على ذلك التاريخ فقد أثبت جدارة الإسلام.
السبب الرئيسي لتراجع المسلمين ابتعادهم عن الدين وحيلولة إستعادة المجد هي العودة إلى الإسلام. يتوقف صنع الحضارة على حيوية الفكر الديني. تأسيس الحكومة الإسلامية خطوة أساسية في تفعيل دور الإسلام في حياة المسلمين الاجتماعية وكذلك صنع الحضارة الإسلامية وانشاء الأمة الإسلامية ضرورة لا بدية لإستعادة الحضارة الإسلامية الشاملة سابق عزّها ولاحقها.

الكلمات المفتاحية

الإمام الخميني ;، الإسلام، الأمة الإسلامية، الحضارة الإسلامية، الفكر الديني، الحكومة الدينية.

التعامل الثقافي بين المسجد والمجتمع من منظار التعاليم الدينية

* عماد افروغ

** كريم خان محمدي

*** سيف اله قنبري نيك

الخلاصة

ما يذكر بمثابة التراث الثقافي الديني الإسلامي غضون ألف سنة وإعتمدت المجتمعات الإسلامية على هذه الثروة المعنوية لمواصلة حياتها الاجتماعية هي: مجموعة النظم الاجتماعية، الحصائل المعنوية والمادية ومعطياتها للمجتمع الإنساني المسلم، كان سبباً أساسياً لنشأة الحضارة الإسلامية. هذه الحضارة مدعومة بأسس وحيانية وقيادة سامية لخير عباد الله وكذلك مبتنية على التعامل المؤثر مع عامة الناس حيث تقدمت الحضارة الى ما عليه الان. لا ريب أن المركز الرئيسي لهذا التعامل وأهم عنصر في المجتمع الإسلامي وأكثر تأثيراً هو المسجد. المقر الذي تمحورت كافة النشاطات الاجتماعية والسياسية والثقافية في الإسلام ولعب دوراً مشرفاً في تجربة التأريخ الإسلامي. يعني هذا المقال بمنهج وصفي - تحليلي يلقي نظرة بتمعن الى أوجه التعامل الثقافي بين المسجد والمجتمع معتمداً على التعاليم الدينية والتجربة التاريخية للإسلام ونقدم اقتراحات متناسبا مع الواقع الحاضر حسب النموذج المثالي الديني.

التعاطي في نقل المعتقدات والقيم والقواعد الاجتماعية نحو: التمحور في التربية والتعليم، المثالية في أسلوب الحياة الفردية والاجتماعية، التأثير في العناصر الثقافية نحو: اللغة، العلم، الملبس وتحديد أسلوب العلاقات الفردية والاجتماعية، النموذج المعماري الإسلامي وما شابه ذلك من أبرز النماذج وما يوصى به حسب التعاليم الدينية وكذلك سيرة المسلمين اجتماعياً في مجال التعاطي الثقافي بين المسجد والمجتمع حيث من الممكن تطبيق تلك النماذج في المجالات المذكورة في الظروف الراهنة نعيد الشموخ والمركزية للمسجد في المجتمع الإسلامي ثانية.

الكلمات المفتاحية

المسجد، المجتمع، الثقافة، التعامل الثقافي.

emad_afrough@yahoo.com

khanmohammadi@bou.ac.ir

s.qanbari@bou.ac.ir

* دكتوراه في علم الاجتماع جامعة طهران

** مدرس مساعد ومدير قسم الثقافة والعلاقات في جامعة باقر العلوم 7

*** طالب دكتوراه في علم الثقافة والعلاقات في جامعة باقر العلوم 7

نموذج الإمام موسى الصدر للدعوة في التعامل مع شيعة لبنان

* ميثم فرخي

** نرجس ديده خاني

الخلاصة

الغاية من هذا البحث، دراسة نموذج أسلوب الإمام موسى الصدر للدعوة في تعامله مع شيعة لبنان بمنهج تحليل المضمون. لجمع ومعرفة المضامين ذات العلاقة بأسلوب الإمام الصدر للدعوة، تدرس الأسس النظرية لعلماء المسلمين ثم بقراءة كتاب "خطوة خطوة مع الإمام" ١٢ مجلدا بشكل كامل وقد استخرجت المضامين المرتبطة وأجريت عملية التقييم عليها.

دراسة مجموعة تأليفات ونشاطات الإمام موسى الصدر تشير الى أن الإمام موسى الصدر 2 قد أعطى أسلوباً مختلفاً من الدعوة الإسلامية. الإمام، كان يعتقد أن الداعي هو مصلح اجتماعي ويؤكد على الدعاة إبتغاء العدالة والثبات والاستقامة على السبيل.

من وجهة نظر الإمام هدف الداعي المنشود هو تربية الإنسان لنيله إلى الكمال ودور عالم الدين الأساسي هو تربية البشر وصنعه. الإمام كان يتخذ أداتين للدعوة أكثر من باقي الآليات هما الخطاب والحوار. يعرف الإمام خمسة أساليب مفضلة للدعوة الإسلامية هي: التساهل والتسامح، تفعيل دور الدين في الحياة اليومية، الدعوة العملية المعتمدة على خدمة الناس، الدعوة المعتمدة على الفطرة، النموذج الإسلامية. سماحته يعتبر خدمة الناس ووظيفة الأديان الأساسية كما كان يعتقد سماحته أن الدعوة الدينية بالخدمة الى الناس والإهتمام بظروفهم المعيشية تبلغ ذروتها في اجتذاب الناس والتأثير عليهم لذا في إطار معرفة جمهور المخاطبين الدراسة الميدانية في القضايا الاجتماعية ومعرفة المخاطب وينبغي التعرف إلى المتطلبات النفسية.

الكلمات المفتاحية

الدعوة، النموذج الدعوي والتبليغي، الإمام موسى الصدر 2، شيعة لبنان.

دراسة مقارنة بين الإسلام والغرب في التسرع في الحكم

مرضية محصن *

الخلاصة

التسرع في الحكم أي الرؤية السلبية تجاه الفئات الأخرى أو أفرادها من القضايا التي تناولها علم النفس الاجتماعي. من جهة الوثام والإنسجام في المجتمعات التي تتكون من القوميات المختلفة والمجموعات والثقافات الصغيرة العديدة تتأثر من العلاقات المؤثرة بين أفرادها ومن جهة أخرى الأخلاق الإسلامية تشمل كافة المعايير التي تحقق الرقي والكمال في الجوانب المختلفة من تعاملات الإنسان الاجتماعية تحت ضوء الفكر التوحدي. القضية الأساسية في هذه الدراسة هي أسلوب مواجهة الرؤية الإسلامية تجاه مسألة التسرع في الحكم. هذا المقال يبني بأسلوب القياس المقارن أن يبين نطاق التسرع مفهوماً من منظور علماء النفس الاجتماعيين الغربيين والإسلاميين ثم نصنف العوامل المؤثرة في تكوين قضية التسرع في الحكم.

قد توصلنا إلى أن ولو التعاليم الإسلامية والغربية تتقارب في كشف العوامل المؤثرة في نشأة التسرع في الحكم، إلا أنها عند تتبع المصادر الإسلامية التي تحتوي على حلول سلبية أو إيجابية عن التسرع في الحكم بإمكاننا أن نعيد النظر في نطاق المفهوم.

الكلمات المفتاحية

التسرع في الحكم، الرؤية الإسلامية، الرؤية الغربية، الأخلاق الاجتماعية.

عناصر الفعل الاجتماعي في القرآن الكريم

* فاضل حسامي

** محمد رفيق

الخلاصة

لكل فعل اجتماعي عناصر عديدة ومعرفتها أهم من القيام بالفعل الاجتماعي. في الحقيقة هناك علاقة بين قيمة الفعل الاجتماعي ومعرفة عناصره. العناصر هي الأجزاء التي يتكون الفعل الاجتماعي منها. بعض هذه العناصر هي "قبل الفعل"، بعضها "حين الفعل"، بعضها "بعد الفعل".
 يبغى هذا المقال أن يحلل عناصر "حين الفعل" بمنهج استقرائي - تفسيري ووصفي - تحليلي في القرآن الكريم، من منظار علم الاجتماع ويحجب عن هذا الإستفسار أن "ما هي عناصر الفعل الاجتماعي من رؤية القرآن؟"

لقد توصلنا الى نقاط بعد تتبع الآيات الكريمة حيث أن نطاق مفهوم الفعل الاجتماعي في القرآن الكريم هو: "الكسب"، "صنع"، "فعل"، "عمل"، "حسن" و"سوء". دراسة الآيات تشير الى أن القرآن المجيد يبين ٢٠ مرحلة لـ "حين الفعل الاجتماعي" منها: الشعور بالحاجة، التصور، الإختبار، المقارنة، المشوار، الإشتياق، الإختيار، الإبتغاء، التصديق، النية، العلة، الإرادة، القرار الأخير، العزم، التوكل، التدبير، الإقدام، السعي، الفعل، الصبر والإستقامة.

لتحديد عناصر الفعل الاجتماعي، آلية العمل، الترتيب، شدة الفعل أو ضعفه، لا بد من تبين نوع الفعل، لأن ليس من الضروري كل فعل اجتماعي يتمثل بكافة العناصر المذكورة. من إبداعات هذا البحث تقسيم عناصر الفعل الاجتماعي الى ثلاثة تصانيف وكذا استخراج أقصى المراحل المتصورة للفعل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية

العنصر، الفعل الاجتماعي، الفاعل الاجتماعي، العمل، القرآن الكريم.

اختلاف الهوية في الجيل الأول والثاني من المهاجرين الأفغانستانيين العينة: المهاجرون الهزاره المقيمون في قم عام ٢٠١٨

* حسن خيرى

** محمد عيسى رحيمي

الخلاصة

بعد الأزمات الأخيرة في افغانستان هاجر الى ايران عدد غفير ومعظمهم من الشيعة الهزاره (نحو مليونين شخص)، ليس هناك تنظيم محدد لإقامة هؤلاء في مخيمات أو مجمعات سكنية بل انتشروا في ارجاء البلاد دون تحديد، غالبيتهم عاشوا اعوام مديدة في ايران حيث نشأ الجيل الثاني من هؤلاء المهاجرين الذين قضا كل حياتهم او بعضها في ايران ونشؤوا على الثقافة الإيرانية. يبغي هذا البحث أن يبيّن اختلافات الهوية والوطنية والطائفية لهذين الجيلين، حيث الجيل الأول نشأ في افغانستان ثم هاجر الى ايران عام ١٣٩٦ وأقيم أفرادهم في قم والجيل الثاني ولدوا في هذه المدينة ايضا وأقيموا فيها. هذا المقال من حيث الهدف هو تطبيقي والقضية الأساسية المنشودة فيه تعتمد على الاحصائيات من خلال المنهج الكمي عبر الاستبيانات وحسب مقياس ليكرت لجمع البيانات عن التغييرات الناتجة في الثقافة الشيعية الهزاره. معطيات التحليل الإستباط حسب اختبار T (لعينة واحدة وعينيتين مستقلتين) تشير الى أن ثقافة قوم الهزاره والشيعة من مختلف الجوانب كالهوية الوطنية، في الشأن الديني - المذهبي، القواعد الإجتماعية - السلوكية في الجيلين تغيرت وتحوّلت.

الكلمات المفتاحية

الهجرة، قوم الهزاره، المهاجرون، الهوية الوطنية، الهوية الدينية.

دراسة علاقة التعلّم بالغزو الثقافي في مواقع التواصل الإجتماعية (العينة: إنستغرام)

* السيد علي محمد رضوي
** نصر الله نعمتي فر
*** السيد حسين الموسوي

الخلاصة

تهدف هذه الدراسة كشف نسبة العلاقة بين مستوى دراسة مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي والانتفاع من معلوماتهم الإعلامية من جهة وعرضتهم للغزو الثقافي في استخدام موقع إنستغرام للتواصل الاجتماعي. يضم المجتمع الإحصائي في البحث مستخدمي موقع إنستغرام للتواصل الاجتماعي النشطاء ومجموعة العينة بأسلوب المجتمع المتوافر ينتقي ٤٣٥ شخصاً وأداة المحاسبة الكمية هي استمارة استبيان أعدّها الباحث وللقياس نستخدم اختبار كرونيخ ألفا حيث توصلنا الى نسبة ٨١٧٪. في متغير الغزو الثقافي ولتغير الوعي والعلم الإعلامي كذلك ٨١٧٪.

تشير البيانات إلى أن هناك نسبة عكسية بين معلومات المستخدمين إعلامياً والغزو الثقافي وكذا هذه النسبة بين العمر والغزو الثقافي كما تبين النتائج اختلافاً واضحاً بين نسبة متغيري الجنس وكذا مستوى دراسة مستخدمي الإنستغرام وبين نسبة الغزو الثقافي. كذلك اختبار تحليل المسار يؤيد تأثير متغيرات الجنس، العمر، مستوى العلم والوعي الإعلامي لإستخدام موقع إنستغرام للتواصل الاجتماعي على الغزو الثقافي.

الكلمات المفتاحية

موقع التواصل الاجتماعي، إنستغرام، الغزو الثقافي، العلم والوعي الإعلامي.

azarbakhsh@yahoo.com

nnematifar@gmail.com

hosseinmarz@yahoo.com

* مدرّس في كلية الإذاعة والتلفاز في قم

** طالب ماجستير في علوم العلاقات في كلية الإذاعة والتلفاز في قم (كاتب المقال)

*** طالب ماجستير في علوم العلاقات الاجتماعية في كلية الإذاعة والتلفاز في قم

The Study of the Relationship between Media Literacy and Cultural Invasion in the Social Networks: A Case Study of Instagram Social Network

Seyed Ali Mohammad Razavi¹
Nosratollah Nematifar²
Seyed Hossain Musavi³

Abstract

The present study seeks to investigate the relationship between users' having media literacy and their potential for being exposed to the cultural invasion by using the Instagram social network. The statistical population of the study consists of active users in the Instagram social network, and a sample of 435 people was selected with a convenience sampling technique. Meanwhile, the measurement tool was a researcher-made questionnaire and the validity of the questionnaire was formal and for reliability, a preliminary test using Cronbach's alpha was conducted, and it resulted in 0.817 for the cultural invasion variable and 0.878 for the media literacy variable.

Findings of the research show that there is a negative relationship between media literacy and the cultural invasion among users. There was also a negative relationship between users' age and cultural invasion. The results indicate a significant difference between the two variables of gender and the education of users with the cultural invasion. The path analysis also confirms the impact of variables such as age, education, media literacy, and the use of the Instagram social network on cultural invasion.

Keywords

social networks; Instagram; cultural invasion; media literacy.

1. Faculty member, IRIB University, Qom Campus: azarbakhsh@yahoo.com

2. MS in Communication Sciences, IRIB University, Qom Campus (Corresponding Author): nnematifar@gmail.com

3. MS in Social Communication Sciences, IRIB University, Qom Campus: hosseinmarz@yahoo.com

The Identity Difference between the First and Second Generation of Afghan Immigrants to Iran: A Case Study of Hazara Immigrants Resident in Qom in the Year 2017

Hassan Kheyri¹

Mohammad Issa Rahimi²

Abstract

After the recent crisis in Afghanistan, a large number of Afghan citizens (about two million), most of them Shiites and from the Hazara people emigrated to Iran. The residence of these immigrants has taken place not in the form of a camp and a special place for residing, but in sprawling parts of the country. Many of them have been in Iran for many years, and as a result, the second generation of Afghan immigrants formed who have spent all or most of their lives in Iran and have grown up with Iranian culture. This research seeks to explore the identity, nationality and religion difference between these two generations of immigrants, the generation born in Afghanistan, and then immigrated to Iran, and in 2017 they've been a resident of Qom, and a generation born in Iran, and in the same year, they are settled in Qom. This research is applied and problem-oriented in terms of purpose. It is quantitative in terms of data, gathered using a survey method and a questionnaire tool based on the Likert scale in order to observe changes in the Shiite culture of the Hazara people. The findings of inferential analysis (one sample T-test and T-test with two independent samples) indicate that the culture of the Hazaras and Shiites has changed in different parts of the national, religious, and behavioral-normative identity, in both generations.

Keywords

migration; Hazaras; immigrants; national identity; religious identity.

1. Associate Professor, Islamic Azad University of Naragh (Corresponding Author): hassan.khairi@miu.ac.ir

2. Doctoral Student of Quran and Social Sciences, College of Islamic Humanities, Al-Mustafa International University: Aesa.rahmi22@gmail.com

The Elements of Action from the View of the Holy Quran

Fazel Hesami¹
Mohammad Rafiq²

Abstract

Each action has different components and their recognition is more important than doing it. Indeed, the value of the action is directly related to the recognition of its components. Components are the elements that action is composed of. Some of the components are "pre-action," some of them are "mid-action", and some of them are "post-adaptation". This article seeks to study the components of "mid-action" by an inductive-interpretive and descriptive-analytical method in the Qur'an from the perspective of social studies and to answer this question, "from the point of view of the Qur'an, which components the action is composed of?"

By reviewing the verses, it can be said that the conceptual scope of action in the Quranic scriptures consists of these words: 'acquisition', 'production', 'doing', 'act', 'good' and 'evil'. The study of the verses shows that the Qur'an has expressed about twenty stages of "mid-action", such as: feeling of need, visualization, measuring, comparing, consulting, enthusiasm, choosing, wanting, belief, intention, reason, and cause, will, Final decision, determination, trust, consideration, action, try, accomplishment, patience, and endurance. In order to determine the components, the mechanism, the order, the intensity and weakness of the components of action, one must first determine the type of action, since it is not necessary for each action to have all of these components. Dividing the component into three parts and extracting the maximum steps for the action is one of the research innovations.

Keywords

component; action; actor; Qur'an.

1. Department of Social Studies, College of Islamic Humanities, Al-Mustafa International University: F-hesami@miu.ac.ir

2. Doctoral Student of Quran and Social Sciences, Al-Mustafa International University (Corresponding Author): mrafiqtahery@gmail.com

Comparative Study of Islamic and Western Perspectives on Prejudice

Marzieh Mohases¹

Abstract

Prejudice, meaning negative attitudes toward other groups or their members, is one of the major topics of social psychology. Considering that, on the one hand, solidarity and cohesion in societies composed of different ethnicities, groups, and subcultures are influenced by the quality of efficient and effective communication between individuals. And considering, from the other hand, Islamic ethics includes all the criteria which, in the light of monotheistic thinking, provide the growth and excellence in various aspects of human social interactions, the main issue of the present research is what the Islamic perspective on prejudices is? Using a comparative method, the present study, after defining the conceptual scope of prejudice from the perspective of Western and Islamic social psychologists, categorizes factors affecting the development of prejudice. At the end of the study, it was concluded that although Islamic and Western teachings have a close perspective on identifying the factors influencing the development of prejudice, however, the boundaries of this concept can be recognized through the scrutiny of Islamic sources, which include negative and positive prescriptions.

Keywords

prejudice; Islamic perspective; Western perspective; social ethics.

1. Assistant Professor, Faculty of Theology and Religious Studies, Shahid Beheshti University: m_mohases@sbu.ac.ir

The Preaching Pattern of Imam Musa al-Sadr in Interacting with the Lebanese Shiites

Meysam Farokhi¹
Narges Didekhani²

Abstract

The purpose of this research is to study the preaching pattern of Imam Musa al-Sadr in interacting with the Shiites of Lebanon using the method of thematic analysis. To collect and identify the themes related to Imam Musa al-Sadr's preaching pattern, the theoretical foundations of Islamic scholars were first examined, then the related themes were extracted and coded through the complete study of the book "Step by Step with the Imam" (12 volumes).

A review of the collection of works and activities of Imam Musa al-Sadr shows that he presents a different pattern of religious preaching. Imam knows a preacher as a social reformer and emphasizing the attention paid to the justice by the preachers, he calls on them to strive for the preaching. In his view, the preacher's purpose is to cultivate humankind on the road to perfection, and the noble role of the religious scholar is man-making and upbringing of human beings. In his preaching, Imam has used two tools of speech and conversation more than other tools. In the dimension of preaching, he describes five ways: tolerance and permissiveness, the use of religion in the life affairs, service-oriented practical preaching, preaching based on the human nature, and modeling as preferred methods of preaching. He believes that serving the people as the main function of the religions and holds that preaching religion by serving people and paying attention to their economic well-being can be effective in increasing the tendency toward religion; therefore, in the field of audience, field study of social issues and audience recognition, and familiarity with spiritual needs is essential.

Keywords

preaching; preaching pattern; Imam Musa al-Sadr; Lebanese Shiites.

1. Assistant Professor, Cultural Studies Department, Refah University (Corresponding Author): farokhi@refah.ac.ir

2. MS in Advertisement and cultural communication, Soore University: ss@esw.ir

The Cultural Interaction of the Mosque and Society from the Perspective of Religious Teachings

Emad Afrough¹

Karim Khanmohammadi²

Seyfollah Qanbarinik³

Abstract

What is considered as the legacy of a thousand-year Islamic religious culture and relying on this spiritual reserve, Islamic societies continue their social life, consists of the set of institutions, constructs and spiritual and material resources of the Islamic human community that has shaped Islamic civilization; the civilization has gradually come to the present evolved state, backed by its revelatory foundations and the supreme leadership of the highest servants of God and constructive engagement with the public. Undoubtedly, the mosque has been the main base of this interaction and the most important and influential element of the Islamic society; the center upon which all social, political and cultural activities of Islam is based and has played a special role in the historical experience of Islam.

Employing a descriptive-analytic method, the present article seeks to review the aspects of the cultural interaction of the mosque and the community, based on the religious teachings and historical experience of Islam, and, in accordance with the religious ideal of this interaction, offers suggestions for the existing conditions.

Interaction in the transfer of beliefs, values, norms, and behaviors such as the centrality in education and cultivation, being a model in the individual and social way of life, having an impact on cultural components such as language, knowledge, clothing, and the delineating the way of personal and social communication, the pattern of Islamic architecture and the like are among the most prominent and the most emphasized examples of the religious teachings and social conduct of Muslims about the cultural interaction of the mosque and the community. By adapting and mapping the proper interaction of the mosque with these areas in contemporary conditions, it is also possible, once again, to see the centrality of the mosque in the Islamic society.

Keywords

mosque; society; culture; cultural interaction.

1. Faculty Member: emad_afrough@yahoo.com

2. Associate Professor and Head of Department of Culture and Communication, Baqir al-Olum University: khanmohammadi@bou.ac.ir

3. Doctoral Student of Culture and Communication, Baqir al-Olum University: s.qanbari@bou.ac.ir

Abstracts

The Relationship between Islam and Civilization in the Thought of Imam Khomeini

Mohsen Alviri¹

Seyyed Reza Mahdinejad²

Abstract

The topic of the relationship between religion and civilization and the role of religion in the process of civilization-building is one of the most important issues in the field of civilization studies. This article is about what and how is the relationship between the religion of Islam and civilization in the thought of Imam Khomeini (RA). For this purpose, through a descriptive-analytical method, it has been attempted to answer the question of what is the relationship between Islam and civilization, from the viewpoint of Imam Khomeini.

The results of this study indicate that Imam Khomeini, believing in the universality, maximum realm, and the social and worldly dimensions of Islam, regards it as a civilization-builder religion in which the real civilization, the highest level of civilization, can be found. In the past, Islam has demonstrated its ability to build civilization and the main reason for the decline of Islamic civilization is the alienation from religion and the way to revive it is also to return to Islam. The dynamics of religious thought is imperative for civilization-building. The formation of a religious state is an essential step in the materializing religion in the realm of the social life of Muslims and, consequently, in the realization of Islamic civilization, and the formation of the Islamic Ummah is an indispensable necessity for the achievement of universal Islamic civilization.

Keywords

Imam Khomeini; Islam; Islamic Ummah; Islamic civilization; Islamic thought; Islamic state.

1. Associate Professor, History Department, Baqir al-Olum University: malviri@bou.ac.ir

2. Faculty Member, History Department, Al-Mustafa International University (Corresponding Author):
sr_mahdinejad@miu.ac.ir

Content

The Quarterly Journal of
Islam
and Social Studies

Vol. 6, No. 2, Autumn, 2018

- **The Relationship between Islam and Civilization in the Thought of Imam Khomeini**
Mohsen Alviri & Seyyed Reza Mahdinejad
- **The Cultural Interaction of the Mosque and Society from the Perspective of Religious Teachings**
Emad Afrough & Karim Khanmohammadi & Seyfollah Qanbarinik
- **The Preaching Pattern of Imam Musa al-Sadr in Interacting with the Lebanese Shiites**
Meysam Farokhi & Narges Didekhani
- **Comparative Study of Islamic and Western Perspectives on Prejudice**
Marzieh Mohases
- **The Elements of Action from the View of the Holy Quran**
Fazel Hesami & Mohammad Rafiq
- **The Identity Difference between the First and Second Generation of Afghan Immigrants to Iran: A Case Study of Hazara Immigrants Resident in Qom in the Year 2017**
Hassan Kheyri & Mohammad Issa Rahimi
- **The Study of the Relationship between Media Literacy and Cultural Invasion in the Social Networks: A Case Study of Instagram Social Network**
Seyed Ali Mohammad Razavi & Nosratollah Nematifar & Seyed Hossain Musavi

Editorial Board
(Persian Alphabetical Order)

Nasrullah Aqajani

Assistant Professor, School of Social Science, Baqer_uUlum University

Nasrullah Hussein-zadeh

Chief of Baqer_uUlum Publications and Quarterlies

Mahmud Rajabi

Professor, Imam Khomeini Educational and Research Institute

Sayed Abbas Salehi

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

Hassan Ghaffari-far

Assistant Professor, School of Social Science, Baqer_uUlum University

Hussein Kachuyan

Associate Professor, School of Social Science, Tehran University

Nematullah Karamullahi

Associate Professor, School of Social Science, Baqer_uUlum University

Shamsullah Mariji

Associate Professor, School of Social Science, Baqer_uUlum University



Reviewers of this Volume

Abdolhossein Kalantari, Nematollah Karamolahi, Fazel Hesami, karim Khanmmohamadi, Mir Saleh Hosseini Jebelii, Davood Rahimi Sojjasi, Rohollah Abaszadeh, Mohammad Ellini, Robabeh Fathi, Mahdi Nasiri, Seifollah Qanbari nik, Mohammad Reza Bahmani, Farajollah Mirarab, Mohammad Amin Pakzamani.



The Quarterly Journal of
Islam
and Social Studies

Vol. 6, No. 2, Autumn, 2018

22

Academy of Islamic Sciences and Culture

www.isca.ac.ir

**Manager in Charge:
Najaf Lakza, ee**

**Editor in Chief:
Hmaid Parsania**

**Manager:
Seifollah Qanbari Nik**

**Translator of Abstracts:
Ali Dihqan (English); Mohammad Taghi Kanani (Arabic)**

**Tel.:+ 98 25 31152842 • P.O. Box.: 37185/3688
Jiss.isca.ac.ir**

راهنمای اشتراک مجلات تخصصی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم



ضمن تشکر از حسن انتخاب شما

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

فرم اشتراک

پژوهش‌های قرآنی	اخلاق	حوزه	فقه	آیین حکمت
یک سال اشتراک ۱۴۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۱۶۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۱۶۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۱۶۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۲۸۰,۰۰۰ ریال
نقد و نظر	تاریخ اسلام	علوم سیاسی	اسلام و مطالعات اجتماعی	آینه پژوهش
یک سال اشتراک ۲۸۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۲۸۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۲۸۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۲۸۰,۰۰۰ ریال	یک سال اشتراک ۴۸۰,۰۰۰ ریال

نام: نام و نام خانوادگی: نام نهاد یا شرکت:

نهاد:
شرکت:

نشانی: استان: شهرستان: کد پستی:

صندوق پستی: تلفن ثابت: تلفن همراه:

هزینه‌های بسته بندی و ارسال به عنوان تخفیف محاسبه شده است.

قم، خیابان معلم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اداره نشر
صندوق پستی: ۳۶۸۸-۳۷۱۸۵ تلفن: ۰۲۵-۳۷۱۱۶۶۶۷
رایانامه: magazine@isca.ac.ir

شماره حساب سیبایانک ملی ۰۱۰۹۱۴۶۰۶۱۰۰۵ نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی