



دین و سیاست فرهنگی

سال نهم، شماره نوزدهم، پاییز و زمستان ۱۴۰۱

صاحب امتیاز: شورای تخصصی حوزوی شورای عالی انقلاب فرهنگی
مدیر مسئول: حمید پارسانیا
سردبیر: سیدمحمدحسین هاشمیان
شورای سیاست‌گذاری: حمید پارسانیا، سیدمحمدحسین هاشمیان، سیدمحمدحسین کاظمینی،
محسن لبخندق
مدیر اجرایی: سیدمحمدعلی غمامی
کارشناس: سیدسعید طوطیان
ویراستار ادبی: زهره بسحاق
ناشر: شورای تخصصی حوزوی شورای عالی انقلاب فرهنگی

«مجله دین و سیاست فرهنگی به استناد ماده واحده مصوب ۱۳۸۷/۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی و
براساس نامه شماره ۵۴۶۹ مورخ ۱۳۹۵/۷/۱ شورای اعطای مجوزها و امتیازهای علمی، وابسته به شورای
عالی حوزه‌های علمیه، از شماره نخست، حائز رتبه «علمی - پژوهشی» شد.»

پایگاه اینترنتی: Jrcp.ir
تلفن: ۳۲۹۳۳۶۹۸ - ۰۲۵ تلفکس: ۳۲۹۳۹۰۲۷ - ۰۲۵
نشانی: قم، بلوار شهید صدوقی، بلوار فردوسی، کوچه ۲۲، پلاک ۴۸

این مجله در پایگاه‌های زیر نمایه شده است:
* پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC)
* پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)
* پایگاه مجلات تخصصی نور
* بانک اطلاعات نشریات کشور (مگیران)
* پایگاه نشریات ادواری ایران

رویکرد و اهداف نشریه

- × زمینه‌سازی حضور جدی‌تر آموزه‌های دینی در عرصه نظام سیاست‌گذاری فرهنگی؛
- × ایجاد و بسط فضای علمی در جامعه علمی کشور در زمینه دین و فرهنگ؛
- × تحلیل، نقد و بررسی اندیشه‌ها و تحولات اثرگذار مطرح در حوزه دین و فرهنگ؛
- × پاسخ به نیازهای پژوهشی در حوزه دین و فرهنگ.

پذیرش و انتشار مقالات:

- نشریه دین و سیاست فرهنگی از همه پژوهشگران علاقه‌مند به این حوزه دعوت می‌کند تا با رعایت نکات ذیل، مقالات خود را برای درج در این نشریه ارسال نمایند:
- در این نشریه، مقالاتی انتشار می‌یابد که در عرصه دین و فرهنگ با دغدغه‌های تئوریک و عملی ناظر به نظام سیاست‌گذاری فرهنگی نگاشته شده است.
- چاپ مقالات به شرطی مقدور است که حاوی موضوعات بدیع باشد.

■ متن مقالات ارسالی باید به زبان فارسی باشد.

■ مقالات ارسالی، تحقیقی و مستند باشد.

■ مقالات ترجمه شده به همراه متن اصلی ارسال شوند.

■ مقاله ارسالی قبلاً در کتاب، مجموعه مقالات یا نشریات دیگر به چاپ نرسیده باشد.

■ دو فصلنامه حق رد یا قبول مقالات را برای خود محفوظ

دانسته و از بازگرداندن مقالات دریافتی معذور است.

■ مقالات دریافتی توسط هیئت تحریریه بررسی و پس از تأیید سردبیر، برای چاپ آماده می‌شود.

■ نشریه در ویراستاری و تلخیص مقالات آزاد است.

■ نقل مطالب نشریه با ذکر مأخذ و نام نویسنده مجاز است.

■ مطالب مندرج در نشریه صرفاً بیانگر دیدگاه‌های نویسنده است.

هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

نصرالله آقاجانی

حسن آقائظری شاهرودی

علیرضا اعرافی

عبدالکریم بهجت‌پور

حسن خیری

حسن دانایی‌فرد

حسین سوزنچی

علی عباسی

محمد فتحعلی‌خانی

سیدمحمدحسین هاشمیان

شیوه‌نامه تنظیم مقالات

- پژوهشگران و نویسندگان محترم مناسب است به‌منظور سهولت ارزیابی، آماده‌سازی و چاپ مقالات در نشریه، نکات ذیل را رعایت نمایند:
- عنوان مقاله حداکثر ۱۲ کلمه و ناظر به سؤال اصلی تحقیق باشد.
- چکیده ۱۵۰-۲۵۰ کلمه باشد و شامل هدف اصلی یا سؤال کلی، چارچوب نظری، روش و یافته‌های تحقیق باشد.
- واژگان کلیدی حداکثر ۵ کلمه باشد.
- حجم مقاله (بجز پی‌نوشت و منابع): ۴۰۰۰ – ۷۰۰۰ کلمه باشد.
- مقاله مشتمل بر چکیده، واژگان کلیدی، مقدمه، بدنه اصلی، نتیجه‌گیری و فهرست منابع باشد.
- نام نویسندگان همراه با ایمیل آنها در صفحه اول ذکر شده باشد.
- داخل متن کلمات انگلیسی به‌کار نرفته باشد و نام نویسندگان انگلیسی، به فارسی برگردانده شده باشد.
- مقاله با قلم فارسی لوتوس ۱۴ و کلمات انگلیسی با قلم تایمز نیورومن ۱۲ و فاصله بین سطرها ۱/۵ سانتی‌متر باشد. عناوین بخش‌ها نیز با قلم لوتوس ۱۴ بولد نوشته شده باشد.
- هرگونه تشکر و قدردانی از افراد و سازمان‌هایی که در انجام مطالعه یا تهیه مقاله همکاری داشته‌اند، در پایان مقاله قبل از پی‌نوشت‌ها آورده شده باشد.
- جملات حتی‌الامکان معلوم (و نه مجهول) و به زبان گذشته نوشته شده باشند.
- روش استناددهی روش APA – 6th Edition – 2011 باشد که توضیحات کامل آن در سامانه دو فصلنامه www.jrcp.ir بخش راهنمای نویسندگان، قابل دسترسی است:
- استناد درون متنی
 - کتاب یا مقاله: (مطهری، ۱۳۸۹: ۷۸): به ترتیب، نام خانوادگی نویسنده، ویرگول، سال انتشار، ویرگول، حرف ص، نقطه و شماره صفحه
 - استناد در فهرست منابع
 - کتاب: کامکاری، کامبیز (۱۳۸۸). توصیف آماری. تهران: انتشارات بال.
 - مقاله: حری، عباس، و شاه‌داغی، اعظم (۱۳۸۳).
 - استناد در آثار علمی: چاله‌ها و چالش‌ها. مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی، ۳۴: شماره دوره مجله (۲: شماره غیرپیاپی مجله)، ۶۵-۹۶: صفحات مقاله.
 - دو فصلنامه دین و سیاست فرهنگی از هرگونه پیشنهاد و انتقاد نویسندگان و پژوهشگران محترم استقبال می‌کند.

نگاه ساختاری به دین از منظر قرآن و احادیث شیعه

کریم خان محمدی / ۷

«فرامخاطب»: دگرگونی مخاطب در عصر پساتلوویزیون و چالش‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای

شهاب اسفندیاری، سیدعماد حسینی و سناء شایان / ۳۵

عصری‌سازی سیره و سبک زندگی معصومان علیهم‌السلام

ناصر رفیعی / ۶۹

ابزارها و روش‌های سیاستی فرهنگ در اسناد قانونی و سیاست‌های رسمی

جمهوری اسلامی ایران

سینا کلهر / ۹۵

ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و آسیب‌های نقش تبلیغی روحانیت در ایران معاصر

حسین بستان (نجفی) / ۱۲۱

امداد فرهنگی؛ الگویی برای مواجهه با آسیب‌های اجتماعی

مهدی مولایی آرانی و سیدمحمد کاظمی قهفرخی / ۱۴۳

بررسی رویکرد ممیتیک در تبیین تکامل فرهنگ، با تکیه بر آرای دنیل دنت

صمد دهناد و یوسف دانشور / ۱۶۹

نظریه‌پردازی قرآنی ارتباطات با التزام به قواعد تفسیر اجتهادی (پاسخ به نقد

کتاب هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی)

علی‌اصغر اسلامی‌تنها / ۱۹۷

نگاه ساختاری به دین از منظر قرآن و احادیث شیعه

کریم خان محمدی^۱

چکیده

بخشی‌نگری و مطالعات ذره نگران در همه حوزه‌ها، به‌ویژه در مطالعات دینی، موجب تقلیل‌گرایی و فروکاست پدیده جامع، به بخش‌های غیرقابل فهم است. نگاه ساختاری به دلیل تلقی پدیده به عنوان نظام، جامع‌نگری، ملاحظه تمام عناصر، توجه به کارکردها، رتبه‌بندی عناصر، کشف ساختارهای پنهان، فراهم کردن زمینه‌های نقد و آسیب‌شناسی، در مطالعات دینی از اهمیت برخوردار است. از این رو نویسنده با بهره‌گیری از روش تفسیر موضوعی به کشف ساختار دین از منظر آیات و روایات پرداخته است. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد: در ادبیات شیعی، مجموعه عناصر دین با استعاره «درخت» توضیح داده می‌شود که همانند «ریشه»، «تنه» و «میوه» به سه بخش «اصول»، «فروع» و «ثمر / میوه» تقسیم می‌شود. با وجود ضرورت کارکردی همه عناصر، باورها به عنوان «کلمه توحید» بخش ثابت دین هستند. مناسک و آداب دینی که وضعیت آلی و واسطی دارند، فروع دین‌اند. در نهایت پرهیز از کجروی‌ها و محرمات، ثمره دین محسوب می‌شوند. بنابراین دین صحیح را که با «شجره طیبه» معرفی می‌شود باید از ثمرات آن شناخت. هرگاه در جامعه‌ای آمار کجروی‌ها و آسیب‌ها بالا باشد نشان‌دهنده این است که در ریشه یا وسایط مشکل وجود دارد. برای اصلاح امور باید ریشه‌ها یا باورها اصلاح شود. تمرکز بر لایه‌های قابل رؤیت و مناسک‌گرایی از آفت‌های سیاست‌گذاری فرهنگی است.

■ واژگان کلیدی

قرآن، احادیث، ساختارگرایی، سیستم، دین، تفسیر موضوعی.

۱. دانشیار گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم (ع)، khammohammadi49@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۰۵

۱. مقدمه

دین نقش بسزایی در فرهنگ جوامع ایفا می‌کند. هرچند در قرن نوزدهم و در اوج مدرنیته اغلب پیش‌بینی‌ها از زوال دین حکایت داشت و تحولات شکل‌گرفته در نیمه دوم قرن بیستم عبث بودن آن پیش‌بینی‌ها را نشان داد (خان‌محمدی، ۱۳۸۴: ۱۹۳). بنابراین دین به‌ویژه در کشورهای شرقی از جمله ایران، در حیات سیاسی و اجتماعی مردم نقش اول را ایفا می‌کند؛ زیرا حاکمیت مبتنی بر دین همه عرصه‌های حیات را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این‌رو نوع نگاه به دین تعیین‌بخش نوع حکومت و درنهایت کل حیات اجتماعی است. دو نوع نگاه خرد و کلان به دین قابل‌تصور است؛ نگاه خرد و ذره‌نگرانه ممکن است در استخراج احکام جزئی راهگشا باشد اما توان نظام‌سازی و ایجاد شاکله متناسب با دین را ندارد، دربرابر نگاه کلان با در نظر گرفتن دین به‌عنوان «نظام‌واره» می‌تواند با کشف استعاره متناسب، کارکردهای هرکدام از اعضای نظام را در مقابل سایر اعضا و کلیت نظام ملاحظه و درنهایت ساختار مکنون در نظام دینی را کشف کند.

۸

نگارنده ادعای احصای همه اجزا و عناصر دین و همچنین ترسیم ساختار نهایی را ندارد؛ زیرا این امر بسیار مشکل و مناقشه‌برانگیز است اما با مفروض پنداشتن اصل نظام‌واره بودن دین، نشان دادن استعاره کلیت دین بر اساس آیات و روایات و با اشاره بر کارکردهای اجزا به‌نحو موجبه جزئی، در پی کشف ساختارمندی دین و نتایج سیاستی‌اش است. ساختار موجود بین عناصر سه‌گانه «ایمان دینی و باورها»، «آداب و رسوم دینی» و «تقوا و پرهیز از محرمات»، فارغ از اخلاق دینی که به همه سطوح روح می‌بخشد، نشان‌دهنده عمده‌ترین مسئله سیاست‌گذاری یعنی اولویت‌بخشی به باورها برای اصلاح امور جامعه است. با تأکید بر مناسک دینی نمی‌توان جامعه پایدار دینی را سامان داد بلکه با تقویت ایمان دینی به‌عنوان ریشه می‌توان جامعه را از آسیب‌های اجتماعی که در محرمات تبلور می‌یابد مصون نگاه داشت: «إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ» (رعد: ۱۱)

این مقاله برای پاسخ به این پرسش اصلی که نگاه ساختاری به دین چه نوع سیاستی را دنبال می‌کند، متضمن پرسش‌های فرعی دیگری از این قبیل است؛ نظام‌واره دین یعنی اسلام چه اجزا و عناصر اصلی‌ای دارد؟ قرآن کریم و روایات برای توضیح نظام‌واره دین از چه استعاره‌ای استفاده کرده است؟ هرکدام از اجزا و عناصر چه کارکردهایی دارند؟ درنهایت اینکه ساختار دین اسلام بر اساس روایات چیست؟ این نوع مطالعه، با وجود اهمیت و

ضرورت، کمتر سابقه مطالعاتی دارد. بنابراین مصون از خطا نخواهد بود و درعین حال برای تداوم نظام اسلامی گریزی از اتخاذ چنین رویکردهای مطالعاتی در راستای تولید علوم انسانی مبتنی بر متون دینی وجود ندارد.

آنچه به موضوع این پژوهش بداعت می‌بخشد نقش توأمان دین به عنوان موضوع و منظر مطالعه است. محقق درصدد است دین را از منظر احادیث شیعی مطالعه کند؛ بنابراین رویکرد ساختاری به عنوان یکی از روش‌های معروف جامعه‌شناسی به استقلال به مطالعه دین نمی‌پردازد بلکه این رویکرد از متون روایی استخراج می‌شود. افزون بر این، موضوع مطالعه صرفاً پدیده‌های اجتماعی نیست بلکه موضوع مطالعه نیز دین است. به نظر می‌رسد مطالعه دین اسلام از منظر دینی یعنی احادیث شیعه با رویکرد خاص ساختارگرایی به لحاظ ترکیبی از بداعت برخوردار است. تنها پژوهشی که می‌توان پیشینه‌ای برای این مقاله محسوب کرد مقاله «رأیة نظام‌واره‌ای احادیث اجتماعی» نوشته محمود تقی‌زاده داوری است که از حیث استنتاج احادیث درباره اجتماع و همچنین پرداختن به استعاره‌های روایی با مقاله حاضر قرابت دارد اما اولاً تمرکز بر ساختارگرایی ندارد، ثانیاً موضوع مطالعه نه دین، بلکه جامعه مسلمانان است.

۹

چارچوب مفهومی

وقتی سخن از «ساختار»^۱ می‌شود مفاهیم «نظام»^۲، «کارکرد»^۳ و «استعاره»^۴ نیز به ذهن متبادر می‌گردد. این مفاهیم چهارگانه در ادبیات علوم اجتماعی تا حدودی همبسته‌اند؛ زیرا ساختار به روابط نسبتاً پایدار بین اجزا و عناصر یک سیستم اطلاق می‌شود. درواقع ساختار، نوع چینش و موقعیت هرکدام از اجزا و عناصر درونی یک سیستم است که به دلیل همان موقعیت، کارکرد ویژه‌ای را برای بقای سیستم و همچنین دربرابر هرکدام از سایر عناصر به عهده می‌گیرد (لیتل جان، ۱۳۸۴: ۱۱۶-۱۱۹).

جامعه‌شناسان برای بیان واضح از ساختار مکنون در پدیده و جهت تقریب به ذهن از

1. structure.
2. System.
3. Function.
4. Metaphor.

«استعاره» بهره می گیرند. به عنوان نمونه، فارابی در *آراء اهل مدینه فاضله*، نگاه سیستمی به جامعه دارد و آن را به بدن انسان تشبیه می کند. در اندیشه فارابی اقشار جامعه به مثابه اعضای بدن تلقی می شوند که هر کدام کارکرد ویژه خود را دارند (فارابی، ۱۹۹۱: ۱۱۸؛ به نقل از: تقی زاده، ۱۳۸۸: ۱۳).

اسپنسر نیز جامعه را به ارگانیسم تشبیه کرده و ایده های خود را با استعاره بدن توضیح می دهد (فرشاد، ۱۳۶۲: ۹۴). اصولاً استعاره نقش مدل سازی را ایفا می کند. همان طور که می دانیم نقش مدل تسهیل و تقلیل امور انتزاعی به امور عینی قابل فهم است. پس برای کشف یک ساختار که معمولاً خود را پنهان می کند بهترین شیوه این است که در مرحله اول پدیده به عنوان یک سیستم در نظر گرفته شود؛ دوم اینکه اجزا و عناصر اصلی آن تا حد ممکن متمایز گردد؛ سوم اینکه کارکرد هر کدام از عناصر در برابر بقای نظام و احیاناً سایر اعضا کشف شود و در نهایت، با توجه به اهمیت کارکردها، جایگاه هر کدام از اجزا و عناصر مشخص گردد. البته بهترین شیوه برای نمایش جایگاه اجزا در یک سیستم، بهره گیری از یک استعاره نمادین است.

از آنجاکه در ادبیات علوم اجتماعی مفاهیم تعریفی بوده و اجماعی درباره معانی آنها وجود ندارد، هر محقق نیاز به تعریف دارد. اصطلاح ساختارگرایی نیز اگرچه به مجموعه موضوعات نسبتاً محدودی اشاره می کند، اما مجموعه قوانین واحدی که همه متفکران ساختارگرا آنها را دقیقاً رعایت کرده باشند وجود ندارد (وارد، ۱۳۸۴: ۱۲۲). از این رو برای تمهید یک چارچوب مفهومی متقن، ابتدا مفاهیم مورد اشاره را تعریف کرده و به یک سازه قابل استفاده می رسیم:

الف) نظام: به مجموعه ای از اجزا و روابط میان آنها اطلاق می شود که به وسیله ویژگی های معین به هم مرتبط می شوند و برای تحقق هدفی، همدیگر را کامل می کنند؛ نظام های اجتماعی پیامدهای کنش ها را هماهنگ می کنند (آوتویت و باتامور، ۱۳۹۲: ۹۰۴؛ زورق، ۱۳۸۶، ج ۱: ۴۱).

نگرش منظومه ای به پدیده های اجتماعی، در برابر نگرش ذره نگرانه مبتنی بر تجربه گرایی کلاسیک، بر ترکیب یافته های گوناگون علمی تأکید دارد (رضاییان، ۱۳۷۵: ۲۷). پیچیدگی روزافزون مسائل جهان و پدیده های اجتماعی، نگاه سیستمی و کلان نگر را توجیه می کند. نگرش سیستمی که ریشه در بیولوژی دارد پدیده های اجتماعی را همانند ارگانیسم یا موجود

زنده، کلیت یکپارچه تلقی می‌کند که با داشتن مختصات همچون «تصور ارگانیک»، «کل‌نگری»، «فراگردی» و «هدفمندی» به دنبال مدل‌سازی است (گلابی، ۱۳۶۹: ۱۸۹). بنابراین هسته اصلی نگرش سیستمی این است که برای مطالعه پدیده باید آن را مانند یک سیستم در نظر گرفت. به تعبیر برتالانفی، مبدع نظریه سیستمی در قرن بیستم، نگرش سیستمی برخلاف شیوه‌های فکری تجزیه‌گرایانه و اتمی، محقق را از غرق شدن در جنبه‌های خاصی از پدیده نجات می‌دهد (برتالانفی، ۱۳۶۶: ۳۹). در اندیشه وی، یک ارگانیسم صرفاً مجموعه عناصر جداگانه نیست بلکه سیستمی است دارای نظام و کلیت، و بیشتر موجودیتی شبیه شعله یا بلور دارد که به‌طور مرتب در حال تغییر و تبدیل است. بنابراین ارگانیسم را نمی‌توان با شیوه تفکر و روش‌های معمول در مکاتب مکانیستی شناخت و باید طرز تفکر نوینی را برای شناخت آنها ابداع کرد (فرشاد، ۱۳۶۲: ۳۲).

ب) کارکرد: در ابیات علوم اجتماعی واژه کارکرد به معنای وظیفه، اثر و خدمت، به نقشی اطلاق می‌شود که یک جزء از کل تقبل کرده و به انجام می‌رساند و به مجموعه فعالیت‌هایی گفته می‌شود که برای برآوردن نیازهای نظام انجام می‌گیرد (ریتزر، ۱۳۸۲: ۱۳۱). بر پایه این اندیشه، رویدادهای اجتماعی را می‌توان به بهترین وجه برحسب کارکردهایی که انجام می‌دهند، یعنی کمکی که به دوام و بقای جامعه دارند، تبیین کرد. در سده بیستم دیرپاترین و نیرومندترین دیدگاهی که نظریه سیستم‌ها را به کار بست کارکردگرایی بود. کارکردگرایی می‌کوشید تا هر پدیده اجتماعی را در قالب پیامدهایی که برای جامعه به‌مثابه کل دارد، تبیین کند. شاخص‌ترین شخصیت کارکردگرایی تالکوت پارسونز، هر نظام را به چهار خرده‌نظام تقسیم کرده و به تناظر، چهار کارکرد برای آنها در نظر می‌گیرد (ادگار و سجویک، ۱۳۸۷: ۲۷۶).

تحلیل کارکردی در دو سطح توصیف و تبیین انجام می‌گیرد؛ در مرحله توصیف صرفاً نقش و آثار یک عنصر بیان می‌شود و در مرحله تبیین، فلسفه وجودی یک پدیده یا عنصر در درون آن با کارکردهایش تبیین می‌شود. این‌گونه تبیین علی‌غایت‌شناسانه در تبیین پدیده‌های اجتماعی که کنش‌گران نسبت به آنها آگاهی کامل ندارند با مشکل مواجه است اما تبیین پدیده‌های اجتماعی خاصی مانند دین که مبدع و سازنده دارد با مشکل مواجه نیست. به عبارت دیگر، می‌توان علت تشریع یک عنصر دینی را از منظر شارع کشف کرد (ر.ک: لیتل، ۱۳۷۳: ۱۶۶-۱۶۹).

وجه مشترک و نقطه تلاقی کارکردگرایی با نظریه سیستم، بهره‌گیری از استعاره «ارگانیسم» است به‌طوری‌که کار اندام را بنای کارکردگرایی می‌دانند. افلاطون با تشبیه جامعه به ارگانیسم معتقد بود چهار کاست اصلی جامعه از دهان، بازوها، ران‌ها و پاهای «برهما» آفریده شده است. ارسطو نیز روح را به طبقه بالا، تن را به طبقه پایین جامعه، نظارت عقل بر احساسات را به تسلط سروران بر بردگان و هماهنگی سیاسی جامعه را به تن آدمی تشبیه می‌کرد (توسلی، ۱۳۸۶: ۲۰۱).

در سال ۱۸۵۸ هربرت اسپنسر اصطلاح کارکرد را با اصطلاح ساختار توأم کرد. وی با این کار تصویری استعاری از جامعه ترسیم کرد که آن را شبیه ارگانیسم انسانی معرفی می‌کند (آوتویت، ۱۳۹۲: ۷۴۸).

ج) استعاره: استعاره نوعی مجاز است که در آن علاقه بین معنای حقیقی و مجازی از نوع مشابهت است. باید در نظر داشت به‌کارگیری استعاره‌ها دانش کاملی نیست؛ زیرا هیچ استعاره‌ای به‌تنهایی نمی‌تواند شناخت کافی درباره پدیده ارائه کند (رضاییان، ۱۳۷۹: ۸۹). بنابراین بهره‌گیری از استعاره، از آنجاکه نمی‌تواند همه زوایای پدیده را نشان دهد، از یک‌سو محدودکننده بوده اما از سوی دیگر روشنگر است؛ زیرا استعاره، یک ترسیم‌کننده و مدل عینی است. استعاره‌ها نگاره‌ها و نقشه‌هایی‌اند که از طریق آنها می‌توان به ماهیت پدیده پی برد (رحمان سرشت، ۱۳۷۷: ۳۵۸). درواقع استعاره‌ای که دانشمند به‌کار می‌گیرد شکل‌دهنده تصورات و پندارهای وی است (فیض‌بخش، ۱۳۸۵: ۳۴). هر استعاره راهنما راهی بنیادین و متمایز برای دیدن، اندیشیدن و گفت‌وگو درباره موضوع ارائه می‌دهد. ازجمله استعاره‌های معمول تلقی نهادها، سازمان‌ها و پدیده‌ها به‌مثابه موجود زنده همانند «حیوانات»، «انسان‌ها» و «درختان» است. بهره‌گیری از استعاره موجود زنده با رهیافت نوگرایان هماهنگی دارد و در آن مسائلی نظیر وابستگی به محیط، استفاده از فناوری در فرایند تبدیل و انطباق ساختاری با راهبردها، برای تداوم حیات تأکید می‌شود (رضاییان، ۱۳۷۹: ۸۸) به نظر می‌رسد برای فهم ساختار عمیق حاکم بر پدیده، بهره‌گیری از استعاره کمک بسزایی می‌کند. همچنان که در نظریه‌های سیستمی، کارکردگرا و ساختارگرا مرسوم است.

د) ساختار: دشوار می‌توان مفهوم ساختار اجتماعی را از مفاهیم مشابه مانند نظام اجتماعی تمیز داد. ساختار را می‌توان پیکره سازمان‌یافته اجزایی تعریف کرد که پیوند متقابل و دوطرفه دارند. البته در مفهوم ساختار اجتماعی این معنا مستتر است که میزانی از

دوام و پایداری در طول زمان باید وجود داشته باشد (آوتوت، ۱۳۹۲: ۵۴۷). اصطلاح ساختار که از آثار زبان‌شناختی فردینان دو سوسور برخاسته و به چگونگی ساخت زبان در پیوند با واقعیت پرداخته و بر اینکه رابطه ذاتی بین واژگان با اشیا وجود ندارد تأکید می‌کند بلکه ارتباط بین نشانه‌های زبانی همانند درخت (د.ر.خ.ت) و تصویری که از آن داریم قراردادی است (رودریگز، ۱۳۸۰: ۶۲).

سوسور بین زبان به‌منزله یک نظام (langue) و زبان به‌عنوان مجموعه‌ای از سخن در مرحله کاربرد (parole) تفاوت قایل است (احمدی، ۱۳۸۰: ۱۵). تحلیل وی بر لانگ یا نظام زبانی متمرکز است. آنچه در این پژوهش مورد استفاده قرار می‌گیرد توجه به نظام و روابط بین اجزا و عناصر است که معنا را می‌سازد. در مثال شطرنج آنچه برای سوسور اهمیت دارد روابط بین اجزا و عناصر است که در تقابل با همدیگر و در کنار همدیگر معنا می‌یابند. پس هر عنصر در درون مجموعه‌ای که خود جزئی از آن تلقی می‌شود مورد مطالعه قرار می‌گیرد تا نسبت آن با سایر عناصر و جایگاهش در درون سیستم مشخص شود (تابعی، ۱۳۸۴: ۱۵۴).

ساختارگرایی برای تحلیل یک پدیده، ساختارهای ممکن مرتبط با کارکرد آن پدیده و رابطه درونی را بررسی می‌کند (احمدی، ۱۳۸۰: ۱۵). رویکرد ساختارگرایی به تعبیر لوی اشتراوس برای تحلیل، در مرحله اول پدیده مورد مطالعه را رابطه بین چند موضوع واقعی یا مفروض تلقی می‌کند و در مرحله دوم جدولی از روابط ممکن بین این موضوعات تدوین کرده و درنهایت این جدول را به‌عنوان موضوع کلی تحلیل در نظر می‌گیرد (فوکو، ۱۳۷۹: ۴۹). بنابراین تمرکز ساختارگرایی بر کشف روابط بین اجزا و عناصر و جایگاهشان در درون یک سیستم است. در اهمیت و جایگاه نگاه ساختاری به دین، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد.

الف) ساختارنگری نگاه کلی دارد و دین را با یک چشم‌انداز کلی می‌بیند. بخشی‌نگری باعث می‌شود محقق نتواند کلیت یک دین را ادراک کند؛ بنابراین ممکن است دین را به یک بُعد تقلیل دهد. دین منظومه‌ای از باورها، ارزش‌ها، اصول اخلاقی، هنجارها (بایدها و نبایدها: واجبات، مستحبات، محرمات و مکروهات) و نمادهاست. مطالعه مجزای هر کدام به بخشی‌نگری و تقلیل‌گرایی می‌انجامد.

ب) ساختارنگری می‌کوشد از سطح به عمق برود. همواره مفهوم ساختار دو مفهوم روساخت و زیرساخت را متبادر می‌کند. پژوهشگر ساختارگرا درصدد است از مطالعه

ساختارهای قابل رؤیت به ساختارهای پنهان یا ناپیدا دست یابد. چنین رویکردی به فهم عمیق پدیده کمک می‌کند.

ج) نگاه ساختاری به دلیل کلی‌نگری، کشف ساختارهای پنهان و توجه به کارکردها، امکان نقد را فراهم می‌کند؛ بنابراین ساختارگرایی جنبه انتقادی دارد و کمک می‌کند محقق بتواند نکات قوت و ضعف یک پدیده را کشف کند.

د) نگاه ساختاری این امکان را فراهم می‌کند که از اجزا و عناصر پدیده رتبه‌بندی شده و جایگاه هر کدام در درون سیستم مشخص شود. بدین ترتیب محقق می‌تواند وزن هر کدام از عناصر را ارزیابی کرده و اهمیت آن را بداند. این آگاهی در سیاست‌گذاری فرهنگی نقش بسزایی دارد. سیاست‌گذار با آگاهی از عناصر اصلی و فرعی، هم به لحاظ آسیب‌شناسی و هم مدیریت، توان بیشتری می‌یابد.

ه) نگاه ساختاری به دلیل توجه به کارکردها می‌تواند در ارزیابی و آسیب‌شناسی یک پدیده کمک بسزایی انجام دهد. درواقع سلامت یک پدیده را نه در استدلال‌های علمی بلکه باید در ثمربخشی آن جست‌وجو کرد. نگاه ساختاری با ملاحظه کارکردهای سنج‌ای به‌دست می‌آید که می‌توان آن را محک سلامت سیستم تلقی کرد (ر.ک: اسمیت، ۱۳۹۴: ۱۷۵-۱۷۷).
و) هرچند فروع و ثمره سیستم به لحاظ رتبه‌ای روستاخت محسوب شده و در رتبه پایین‌تری قرار دارند اما به لحاظ نمایشگری نماد سلامت سیستم‌اند. تعبیر امام موسی صدر در این باره چنین است:

درخت را باید از میوه‌ها شناخت، وقتی یک میوه تلخ است درختش هم تلخ است. دین درست را باید از میوه‌اش شناخت، نه از استدلال‌های کلامی.
دین درست دینی است که به مردم خدمات بدهد راه را از چاه نشان بدهد (فیرحی، ۱۳۹۳: ۲).

روش تحقیق

در این پژوهش به تناسب رویکرد اتخاذشده و با الهام از روش تفسیر شهید صدر، موضوع ساختار «دین اسلام» به قرآن و احادیث شیعه عرضه می‌شود و درصدد است از ساختار دین بازسازی تئوریک به عمل آید. تفسیر موضوعی از مختصاتی به ترتیب زیر برخوردار است که با پژوهش حاضر تناسب دارند:

الف) تفسیر موضوعی کاربردی است و مرتبط با تجربیات زندگی بشر است، به پرسش‌ها و مشکلات نوین پاسخ می‌دهد. آزاد از قیود زمان، مکان و محدودیت‌های عبارتی است. به عبارت دیگر به مصادیق و موضوعات جدید پاسخ متناسب ارائه می‌کند (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۲: ۴۸۵).

ب) تفسیر موضوعی درصدد استنتاج^۱ است. استنتاج یک مفهوم روایی است و با این پیش‌فرض قرآن را به سخن درمی‌آورد که همه پاسخ‌ها در آن مکنون است (شریف الرضی، ۱۴۱۴ق، ج ۱: ۲۲۳).

بنابراین هرچند موضوع مطرح‌شده جدید بوده و در «متن» معادل نداشته باشد می‌توان با عرضه آن به متن، پاسخ متناسب دریافت کرد. اصولاً از این‌رو به چنین رویکردی تفسیر موضوعی اطلاق می‌شود که از یک موضوع شروع کرده و نظر قرآن را درباره آن موضوع به‌دست می‌آورند. با این رویکرد می‌توان معارف قرآن را به شیوه‌های سامان‌مند و سازگار با نیازها و موضوعات بی‌شمار هر اثری ارائه کرد. به تعبیر شهید صدر این روش، تنها راهی است که ما را قادر می‌سازد درباره موضوعات مختلف زندگی به نظریه‌های اساسی اسلام دست یابیم (صدر، ۱۴۷۱ق، ج ۱۹: ۳۹).

ج) تفسیر موضوعی کلان‌نگر است. تفسیر عموماً به دو شیوه ترتیبی و موضوعی انجام می‌گیرد. برخلاف روش تجزیه‌ای و ترتیبی که مفسر به تفسیر آیه به آیه قرآن می‌پردازد در نتیجه مفسر به شناخت معارف و مفاهیم به‌صورت پراکنده دست می‌یابد اما رشته ارتباطی بین این معلومات گسترده وجود ندارد (همان: ۲۳).

در شیوه موضوعی، کلیت متن مطمح‌نظر بوده و با ملاحظه کلیت واحدهای معنایی مرتبط با موضوع، دیدگاه جامع درباره موضوع استخراج می‌شود. از این‌رو مفسر نظریه قرآنی در زمینه‌های مختلف را به‌دست می‌آورد (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ج ۱: ۲۱).

د) تفسیر موضوعی، عام و جهان‌شمول است و پیش‌فرض اساسی‌اش اینکه قرآن در همه عصرها و مکان‌ها پاسخگوی نیازهای هدایتی بشر است (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۸: ۴۸). تفسیر موضوعی از «نص» شروع نمی‌کند بلکه از واقع زندگی شروع و به متن ختم می‌شود.

۱. علی‌ه: ذَلِكَ الْقُرْآنُ فَاسْتَنْطِقُوهُ وَلَكِنْ يَنْطِقُ وَلَكِنْ أَخْبَرَكُمْ عَنْهُ أَلَا إِنَّ فِيهِ عِلْمًا مَا يَأْتِي وَالْحَدِيثَ عَنِ الْمَاضِي وَدَوَاءَ دَائِكُمْ وَنَظْمَ مَا بَيْنَكُمْ.

به عبارت دیگر، این شیوه مسئله‌محور است. هر مسئله جدید که در علوم مختلف مطرح گردد می‌توان آن را به قرآن عرضه کرد. بنابراین تفسیر موضوعی عمل پاسخ‌طلبی و استخدام هدفمند است که در نتیجه آن، متن برای کشف یکی از حقایق بزرگ به کار گرفته می‌شود (صدر، ۱۴۷۱ق، ج ۱۹: ۲۹). در این مقاله برای رسیدن به پاسخ، فرایند زیر طی شده است:

الف) مرحله اول تعیین موضوع ساختارنگری به دین و طرح این پرسش که دین اسلام چه ساختاری دارد؟ با پیش‌فرض گرفتن ساختارمندی دین، چیستی و چگونگی آن از متن استنتاج شده است. همچنان که ملاحظه می‌شود مفهوم ساختار و موضوع ساختارمندی دین از واقع اجتماعی، به‌ویژه از مباحث مطرح در ادبیات علوم اجتماعی مدرن، اخذ شده است. مقاله با این پیش‌فرض در پی کشف ساختار موجود در دین اسلام است.

ب) در مرحله دوم، موضوع ساختارمندی به متن عرضه می‌شود. در این مقاله «متن» موردنظر واحدهای معنایی مرتبط به موضوع در قرآن کریم و احادیث مندرج در کتاب *علل الشریع* ابن بابویه قمی (شیخ صدوق) است و بهره‌گیری از سایر احادیث معتبر منابع شیعی جنبه کمکی و اطرادی خواهند داشت. طبیعی است مقاله گنجایش بررسی همه احادیث را ندارد، بنابراین معیار در انتخاب بسامد احادیث مورد بررسی و میزان تحلیل آنها، کفایت نظری و تمامیت دلالت است.

ج) هرچند هدف غایی، کشف ساختار موجود در دین اسلام از منظر قرآن و احادیث شیعی است؛ از حیث تمهید موضوع، ابتدا استعاره قرآنی دین کشف و مورد بررسی قرار می‌گیرد. بر اساس همان استعاره برخی عناصر اساسی و کارکردهای هرکدام از آنها تبیین می‌شود که نشان می‌دهد دین یک سیستم است. در تحلیل نهایی، با بررسی سیستم و با استناد به «متن» جایگاه هرکدام از عناصر را در منظومه استعاری نشان داده و روابط ساختاری بین عناصر را کشف خواهیم کرد.

د) طبیعی است در استخراج مدلول آیات و احادیث ناظر به موضوع، مبانی، قواعد تفسیر و حدیث‌شناسی درباره هریک از آنها به‌طور جداگانه مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. مقصود از مبانی تفسیر، اصولی همچون واژه‌شناسی، قواعد ادبی و بلاغی، بررسی دیدگاه مفسران است. در این مرحله برای اتقان مطالب از تفسیرهای ترتیبی قرآن و همچنین کتب لغت بهره خواهیم گرفت (ر.ک: نصیری، ۱۳۸۴: ص ۷۵-۷۸).

یافته‌ها: گزارش توصیفی آیات و احادیث

استعاره دین در ادبیات قرآنی و روایی «درخت» است. احادیث با الهام از آیه ۲۴ سوره ابراهیم که «کلمه طیب» را بر «درخت طیب» تشبیه کرده، برای توصیف اجزا و عناصر و همچنین بیان کارکردهای عناصر دین اسلام از استعاره درخت استفاده کرده‌اند: أَلَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ (ابراهیم: ۲۴) تَوْتَى أَكْلُهَا كُلِّ حِينٍ يَأْذُنُ رَبِّهَا وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ (ابراهیم: ۲۵).

آیه‌های بالا تصریح دارند که خداوند مثل زده است که این مثل زدن خداوند، حاکی از اهمیت بهره‌گیری از «استعاره» در این‌گونه موضوعات می‌باشد. در این مثل، «کلمه طیب» به «شجره طیب» تشبیه شده است. مراد از «کلمه» در ادبیات قرآنی هر آن چیزی است که معنا داشته باشد. پس به‌کارگیری کلمه طیب به‌صورت نکره شامل هر ایده، بیان یا ایدئولوژی پاک است. به همین سبب در تفاسیر، مصادیق زیادی برای آن بیان شده است اما برخی مفسران نظیر علامه طباطبایی با استفاده از سیاق، «کلمه توحید» را مصداق آن دانسته‌اند. «شاید نکره - یعنی بدون الف و لام - آمدن "كَلِمَةً طَيِّبَةً" برای این بوده که عمومیت را برساند، چیزی که هست، مقصود از آن در آیه شریفه به‌طوری‌که از سیاق استفاده می‌شود عموم نبوده، بلکه همان اصل توحید است که سایر عقاید حق بر اساس آن و روی آن تنه مستقر می‌شود» (طباطبایی، ۱۳۷۶، ج ۱۲: ۷۴).

به تعبیر دیگر، کلمه طیب به‌خاطر نکره بودن شامل گفتار، عقیده، علم، عمل صالح یا اشخاص از جمله معصومین علیهم‌السلام و پیروانشان می‌شود به‌نحوی که «کلمه» هر آن چیزی است که دلالت داشته باشد و زمانی که دال و دلالت قوت و ضعف دارند مصداق کامل آن «کلمه محمدیه» است که جامع همه کلمات طیب است^۱ (صادقی تهرانی، ۱۳۶۵، ج ۱۶: ۶۵).

کلمه طیب که مصداق مثالی آن «دین محمدی» است به «شجره طیب» تشبیه شده است؛ شجره طیب درختی است که اولاً زنده است، ریشه در زمین دارد و شاخه‌های آن در آسمان است و دوم اینکه این درخت به اذن خداوند همواره میوه می‌دهد.

۱. کَلِمَةً طَيِّبَةً بَتَنَكْرَهَا تَعَمُّ كُلَّ كَلِمَةٍ طَيِّبَةٍ فِي كَافَةِ حَقُولِهَا الدَّلَالِيَةِ وَالْوَاقِعِيَةِ، مِنْ لَفْظَةِ تَقَالِ، أَوْ عَقِيدَةٍ وَعِلْمٍ، أَوْ عَمَلٍ صَالِحٍ أَوْ حَالٍ، أَمْ أَشْخَاصٍ خُصُوصَ مَنْ سَائِرِ الْمُعْصُومِينَ وَمَنْ يَحْذُو مُحْذَاهُمْ، حَيْثُ الْكَلِمَةُ هِيَ كُلُّ مَا تَدُلُّ مَعَهَا اخْتَلَفَتْ الدَّلَالَاتُ وَالدَّلَالَاتُ قُوَّةٌ وَضَعْفًا، وَمَنْ أَقْوَاهَا الْكَلِمَةُ الْمُحَمَّدِيَّةُ الْعَالِيَا فَانْهَاجَ جَامِعَةُ الْكَلِمَاتِ الطَّيِّبَاتِ لِأَعْلَى قِيمِهَا وَقَمَمِهَا.

«شجره طیبه» استعاره از «دین طیب» است. بسیاری از مفسران کوشیده‌اند برای آن مصداق عینی پیدا کنند درحالی که استعاره معمولاً یک مثال‌واره^۱ است و لزومی ندارد مصداق بیرونی داشته باشد؛ هیچ درختی وجود ندارد که همواره میوه داشته باشد اما می‌توان آن را تصور کرد. بنابراین «به‌هیچ‌وجه لزومی ندارد که اصرار به وجود چنین درختی داشته باشیم بلکه تشبیهات زیادی در زبان‌های مختلف داریم که اصلاً وجود خارجی ندارد، مثلاً می‌گوییم قرآن همچون آفتابی است که غروب ندارد درحالی که می‌دانیم آفتاب همیشه غروب دارد» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۰: ۳۳۴).

از استعاره درخت برای برخی مفسران عناصر اساسی دین تبادر شده است. تعبیر علامه طباطبایی درباره این آیه شریفه چنین است:

ایمان به خدا را چون درختی معرفی کرده که دارای ریشه است که قطعاً همان توحید است؛ و نیز دارای خوردنی‌ها معرفی کرده که در هر آنی به اذن پروردگارش میوه‌هایش را می‌دهد، و آن میوه‌ها عمل صالح‌اند؛ و نیز دارای شاخه‌هایی معرفی کرده که همان اخلاق نیکو از قبیل تقوا، عفت، معرفت، شجاعت، عدالت و رحمت و نظایر آن است (طباطبایی، ۱۳۷۶، ج ۱۱: ۲۱۰).

مکارم شیرازی با استناد به استعاره «شجره» علاوه بر داشتن نظام، به کارکرد هرکدام از عناصر اشاره می‌کنند:

این شجره دارای نظام حساب‌شده‌ای است، ریشه‌ای دارد و شاخه‌ها و هرکدام مأموریت و وظیفه‌ای دارند، اصولاً وجود «اصل» و «فرع» در آن، دلیل بر حاکمیت نظام حساب‌شده‌ای بر آن است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۰: ۳۳۲).

دربرابر «کلمه طیبه» که استعاره آن «شجره طیبه» است، «کلمه خبیثه» قرار دارد که به «شجره خبیثه» تشبیه شده است. همچنان که «کلمه حق» که مصداق تام آن دین محمدی است به درخت زنده با میوه‌های همواره تازه تشبیه شده، کلمه باطل به درخت

1. ideal type.

بی‌ثمری تشبیه شده است که از زمین کنده شده و بی‌قرار است: وَمَثَلُ كَلِمَةٍ خَبِيثَةٍ كَشَجَرَةٍ خَبِيثَةٍ اجْتُثَّتْ مِنْ فَوْقِ الْأَرْضِ مَا لَهَا مِنْ قَرَارٍ (ابراهیم: ۲۶).

به تعبیر علامه فضل‌الله، کلمه حق ریشه در عمق حیات انسان دارد، بر اساس حقیقت تکوین، انسان‌ها را اصلاح، تقویت و توسعه می‌بخشد؛ زیرا حقیقت ثابت و ریشه‌دار در تکوین، حالت عارضی برآمده از افکار موقت نیست که با تغییر وضعیت‌ها دگرگون شود. بنابراین کلمه طیبه پدیده ثابت برآمده از قوانین ذاتی به ودیعه گذاشته شده در تکوین است که باورها و عقاید، قضایای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و بقیه نیازمندی‌های بشر در همه امور، از آن استنباط می‌شود (فضل‌الله، ۱۴۱۹ق، ج ۱۳: ۱۰۶).

بر اساس جمع‌بندی، علامه طباطبایی چنین می‌گوید:

قول به وحدانیت خدا و استقامت بر آن، قول حقی است که دارای اصلی ثابت است و به همین جهت از هر تغیر، زوال و بطلانی محفوظ می‌ماند و آن اصل، خدای عز اسمه و یا زمینه حقایق است و آن اصل شاخه‌هایی دارد که بدون هیچ مانع و عایقی از آن ریشه جوانه می‌زند و آن شاخه‌ها عبارت است از معارف حق فرعی و اخلاق پسندیده و اعمال صالح که مؤمن، حیات طیبه خود را به وسیله آنها تأمین کرده و عالم بشریت و انسانیت به وسیله آنها رونق و عمارت واقعی خود را می‌یابد، همین معارف، اخلاق و اعمال هستند که با سیر نظام وجود که منتهی به ظهور انسان - البته انسان مفلح بر اعتقاد حق و عمل صالح - می‌گردد، سازگاری و موافقت دارند و هر چه که غیر این معارف باشد از مبدأ عالم، جوانه نزده و با حیات طیبه انسانی و سیر نظام وجود سازگار نیست (طباطبایی، ۱۳۷۶، ج ۱۲: ۷۳).

جامع‌ترین حدیثی که می‌تواند ترجمان آیه شریفه تلقی شود حدیث قدسی مضبوط در *علل الشرائع* است که انس بن مالک از رسول خدا ﷺ نقل می‌کند (ابن بابویه، ۱۳۸۵، ج ۱: ۲۴۹). برای سهولت بیان، نشان دادن عناصر و روابط میان آنها، متن حدیث را تفکیک کرده و با شماره‌بندی عناصر در یک جدول به شرح زیر توضیح می‌دهیم:

وَأَخْبَرَنِي عَلِيُّ بْنُ حَاتِمٍ قَالَ حَدَّثَنَا أَحْمَدُ بْنُ عَلِيٍّ الْعَبْدِيُّ قَالَ حَدَّثَنَا الْحَسَنُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ الْهَاشِمِيُّ قَالَ إِسْحَاقُ بْنُ إِبْرَاهِيمَ الدِّيرِيُّ قَالَ حَدَّثَنَا عَبْدُ الرَّزَّاقِ بْنُ هَمَّامٍ عَنْ مُعَمَّرٍ عَنْ قَتَادَةَ عَنْ أَنَسِ بْنِ مَالِكٍ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ جَاءَنِي جَبْرِئِيلُ فَقَالَ لِي يَا أَحْمَدُ الْإِسْلَامُ عَشْرَةٌ أَسْهُمٌ وَقَدْ خَابَ مَنْ لَّا سَهْمٌ لَهُ فِيهَا: پیامبر خدا ﷺ فرمود: جبرئیل نزد آمد و گفت: ای احمد! اسلام ده سهم است و هرکس سهمی از این سهام نداشته باشد زیان کرده است.		
۱	أَوَّلُهَا شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَهِيَ الْكَلِمَةُ:	اولین سهم، گواهی دادن به یگانگی خداست که «کلمه» است. بر اساس روایات متعدد، رکن اساسی دین حق، «کلمه توحید» است.
۲	وَالثَّانِيَةُ الصَّلَاةُ وَهِيَ الطُّهْرُ:	دوم، نماز که طهارت و پاکیزگی است.
۳	وَالثَّالِثَةُ الزَّكَاةُ وَهِيَ الْفِطْرَةُ:	سوم، زکات که فطرت است.
۴	وَالرَّابِعَةُ الصَّوْمُ وَهِيَ الْجَنَّةُ:	چهارم، روزه که «سپر» است.
۵	وَالْخَامِسَةُ الْحَجُّ وَهِيَ الشَّرِيعَةُ:	پنجم، حج که شریعت است.
۶	وَالسَّادِسَةُ الْجِهَادُ وَهُوَ الْعَزُّ:	ششم، جهاد که عزت است.
۷	وَالسَّابِعَةُ الْأَمْرُ بِالْمَعْرُوفِ وَهُوَ الْوَفَاءُ:	هفتم، امر به معروف که وفا کردن است.
۸	وَالثَّامِنَةُ النَّهْيُ عَنِ الْمُنْكَرِ وَهِيَ الْحُجَّةُ:	هشتم، نهی از منکر که حجت است.
۹	وَالْتَّاسِعَةُ الْجَمَاعَةُ وَهِيَ الْأَلْفَةُ:	نهم، اجتماع که همبستگی و الفت است.
۱۰	وَالْعَاشِرَةُ الطَّاعَةُ وَهِيَ الْعِصْمَةُ:	دهم، طاعت که مصونیت [از گناه] است.
قَالَ حَبِيبِي جَبْرِئِيلُ إِنَّ مَثَلَ هَذَا الدِّينِ كَمَثَلِ شَجَرَةٍ ثَابِتَةٍ؛ دوستم جبرئیل گفت: مَثَلِ این دین، مَثَلِ درخت استواری است که:		
۱	الْإِيمَانُ أَصْلُهَا:	ریشه‌اش ایمان است. اصل به اساس و پایه همانند پایه دیوار اطلاق می‌شود (مصطفوی، ۱۳۶۸، ج ۱: ۹۴). درواقع اصل به فناپذیری و عدم زوال اشاره دارد (فراهیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۷: ۱۵۶).
۲	وَالصَّلَاةُ عُرْوَتُهَا:	و آوندهایش نماز است، عروق به رگ‌های بدن اطلاق می‌شود که خون در آن جریان دارد (بستانی و مهیاد، ۱۳۷۵، ج ۱: ۶۰۶). چونان خون که گردش آن مایه طهارت و تسویه بدن است، نماز موجب طهارت ظاهری و معنوی است. طهر نقیض نجاست است (فراهیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۴: ۵۰۴).

۳	وَالزَّكَاةُ مَأْوَاهَا:	و آبش زکات است، زکات از تزکیه و طهارت است. همان گونه که آب به لحاظ ظاهر، همه چیز را پاک می کند، پرداخت زکات انسان را به لحاظ معنوی همانند آب، زلال و پاک کرده و به فطرت خویش برمی گرداند. فطرت به معنای ایجاد و ابداع شیء بر هیئت خاصی متناسب بر برخی رفتارها است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲، ج ۱: ۶۴۰). خداوند مردم را بر فطرت الهی خلق کرده است (روم: ۳۰) و زکات انسان ها را به آن فطرت نزدیک می کند. به قول پیامبر ﷺ: مَثَلُ الْمُؤْمِنِ الْمُخْلِصِ كَمَثَلِ الْمَاءِ (جعفر بن محمد، ۱۴۰۰: ۱۲۹).
۴	وَالصَّوْمُ سَعْفُهَا:	و شاخه های روزه است. «سعف» در برابر «شطبه» به شاخه های خشک شده نخل خرما اطلاق می شود (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۹: ۱۵۱) که از آن محافظت می کند و باعث رشد شاخه های دیگر می شود.
۵	وَحَسَنُ الْخُلُقِ وَرَقُّهَا:	و برگ های خوش خویی است. ورق به برگ درخت گفته می شود (قرشی، ۴۱۲ق، ج ۸: ۲۰۳) که بدون آن ممکن است درخت جوانه بزند اما بدون شاخه حتماً خشک می شود.
۶	وَالْكَفُّ عَنِ الْمَحَارِمِ ثَمَرُهَا	و میوه اش خودداری از کارهای حرام است.
فَلَا تَكْمُلُ شَجَرَةٌ إِلَّا بِالثَّمَرِ كَذَلِكَ الْإِيمَانُ لَا يَكْمُلُ إِلَّا بِالْكَفِّ عَنِ الْمَحَارِمِ؛ هیچ درختی جز با داشتن میوه به کمال نمی رسد. ایمان نیز چنین است، جز با خویشتن داری از محرمات کامل نمی گردد (ر.ک: ابن بابویه، ۱۳۸۵، ج ۱: ۲۴۹).		

در حدیث بالا، اولاً به وجود اجزا و عناصر دین اسلام تصریح می شود. پیامبر ﷺ می فرماید: جبرئیل پیش من آمد و گفت: ای احمد! اسلام ده «سهم» است. البته شواهد نشان می دهد که بیان ده جزء از باب حصر نیست بلکه حدیث در بیان ده جزء اساسی است؛ زیرا در احادیث دیگر به سایر اجزا و عناصر اشاره شده است. دوم اینکه، به کارکرد هر کدام از عناصر تصریح شده است. در این بخش نیز بیان کارکرد از باب حصر نیست، یعنی حدیث به یکی از کارکردهای عمده اشاره می کند؛ زیرا در احادیث دیگر به برخی کارکردهای دیگر اشاره شده است. سوم اینکه، در این حدیث به «استعاره درخت» تصریح

شده و هرکدام از عناصر دین به یک بخش از درخت تشبیه شده است. چهارم اینکه، با تشبیه هرکدام از عناصر به یکی از اجزای درخت، به‌ویژه تشبیه ایمان به ریشه و پرهیز از کج‌رویی‌ها و محارم به «میوه»، جایگاه هرکدام از عناصر و نسبت آنها را مشخص کرده و به ساختارمندی آنها اشاره می‌کند.

حدیث دیگری در جامع/الخبار از طریق ابن عباس از رسول اکرم ﷺ نقل شده است که بسیار شبیه بخش دوم حدیث بالاست. تأمل و درایت در «متن» نشان می‌دهد که مصدر حدیث یکی است و از دو طریق نقل شده است. تزلزل عبارات و تفاوت شمار عناصر از کم‌دقتی راویان حدیث است. آنچه برای این مقال مهم است اصل مفروض داشتن عناصر و بیان کارکردهاست. تفاوت در کارکردها و تعداد عناصر، همچنان که پیش‌تر گفته شد، نشان می‌دهند این عبارات جنبه مثالی داشته و احادیث درصدد بیان حصر نیستند. در این حدیث به هشت عنصر و کارکرد آنها به ترتیب زیر اشاره شده است:

رَوَى عَبْدُ اللَّهِ بْنُ عَبَّاسٍ عَنِ النَّبِيِّ: أَنَّهُ قَالَ أَلَا إِنَّ مَثَلَ هَذَا الدِّينِ كَمَثَلِ شَجَرَةٍ ثَابِتَةٍ الْإِيمَانُ أَصْلُهَا وَالزَّكَاةُ فَرْعُهَا وَالصَّلَاةُ مَأْوُهَا وَالْقِيَامُ عُرْوَتُهَا وَحَسَنُ الْخُلُقِ وَرَقُّهَا وَالْإِحْسَاءُ فِي الدِّينِ لِقَاحُهَا وَالْحَيَاءُ لِحَاؤُهَا وَالْكَفُّ عَنْ مَحَارِمِ اللَّهِ ثَمَرَتُهَا فَكَمَا لَا تَكْمُلُ الشَّجَرَةُ إِلَّا بِثَمَرَةٍ طَيِّبَةٍ كَذَلِكَ لَا يَكْمُلُ الْإِيمَانُ إِلَّا بِالْكَفِّ عَنْ مَحَارِمِ اللَّهِ؛ «همانا مثل این دین، همانند مثل درخت ثابتی است که ایمان ریشه‌اش، زکات شاخه‌هایش، نماز آبش، قیام آوندهایش، خوی زیبا برگ‌هایش، برادری در راه دین پوستش و خویشنداری از حرام‌های الهی میوه آن است. همان‌گونه که هیچ درختی بدون میوه پاکیزه به کمال نمی‌رسد ایمان نیز بدون خویشنداری از محرمات الهی کامل نمی‌شود» (شعیری، بی تا: ۳۷).

حدیث دوم مندرج در علل الشرایع، همانند حدیث منقول از جامع/الخبار، به هشت کارکرد اشاره می‌کند (ابن بابویه، ۱۳۸۵، ج ۱: ۲۴۷). در این حدیث در مفهوم ایمان توسعه داده شده و ایمان به خدا متضمن ایمان به رسول الله ﷺ تلقی شده که ملازم با جهاد در راه ایمان است. افزون بر این، عناصر احصاء شده در این حدیث با موارد قبلی متفاوت است. برای سهولت مقایسه، حدیث به صورت تفکیک شده در جدول زیر ارائه می‌شود.

حَدَّثَنَا سَعْدُ بْنُ عَبْدِ اللَّهِ قَالَ حَدَّثَنَا إِبْرَاهِيمُ بْنُ مَهْزِيَارٍ عَنْ أَخِيهِ عَلِيٍّ عَنْ حَمَّادِ بْنِ عِيسَى عَنْ إِبْرَاهِيمَ بْنِ عُمَرَ بِإِسْنَادِهِ يَرْفَعُهُ إِلَى عَلِيِّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ أَنَّهُ كَانَ يَقُولُ: إِنَّ أَفْضَلَ مَا تَوَسَّلَ بِهِ الْمُتَوَسِّلُونَ؛ بِرْتَرِينَ وَسِيلِهِ أَيَّ كَمَا تَوَسَّلَانِ بِهِ خُدا، بِهِ أَنْ تَوَسَّلَ مِی جَویند.		
۱	الْإِيمَانُ بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ وَالْجِهَادُ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَكَلِمَةُ الْإِخْلَاصِ فَإِنَّهَا الْفِطْرَةُ:	ایمان به خدا و پیامبر اوست و جهاد در راه او، همچنین کلمه اخلاص (و شهادت به یگانگی خدا) که هم آهنگ با فطرت انسانی است.
۲	وَتَمَامُ الصَّلَاةِ فَإِنَّهَا الْمِلَّةُ:	و برپاداشتن نماز که حقیقت دین و آیین است.
۳	وَإِيتَاءُ الزَّكَاةِ فَإِنَّهَا مِنْ فَرَائِضِ اللَّهِ:	و ادای زکات که از فریضه‌های واجب است.
۴	وَصَوْمُ شَهْرِ رَمَضَانَ فَإِنَّهُ جَنَّةٌ مِنْ عَذَابِهِ:	و روزه ماه رمضان که سپری در برابر عقاب است.
۵	وَحِجُّ الْبَيْتِ فَإِنَّهُ مَنَافَةٌ لِلْفَقْرِ وَمَدْحَضَةٌ لِلذَّنْبِ:	و حج خانه خدا که نابودکننده فقر و شستشودهنده گناه است.
۶	وَصِلَةُ الرَّحِمِ فَإِنَّهُ مَثْرَاءٌ لِلْمَالِ وَمَنْسَاءٌ لِلْأَجْلِ:	و صلہ رحم که سبب فزونی مال و تأخیر اجل و طول عمر است.
۷	وَصَدَقَةُ السَّرِّ فَإِنَّهَا تُطْفِئُ الْخَطِيئَةَ وَتُطْفِئُ غَضَبَ الرَّبِّ:	و صدقه پنهانی که کفاره گناهان است و خشم خداوند را خاموش می‌کند.
۸	وَصَنَائِعُ الْمَعْرُوفِ فَإِنَّهَا تَدْفَعُ مِيتَةَ السَّوِّ وَتَقِي مَصَارِعَ الْهَوَانِ:	و کارهای خوب (مخصوصاً خدمت به خلق) که از مرگ‌های بد را دفع و از لغزش‌ها و شکست‌های خفت‌بار پیشگیری می‌کند (همان).

حدیث سوم ضبط‌شده در *علل الشرائع* که از فاطمه زهرا علیها السلام نقل شده به بیست و یک عنصر و کارکردهایشان اشاره کرده است (همان: ۲۴۷-۲۴۸). تفاوت این حدیث با احادیث قبلی این است که افزون بر بیان عناصر بیشتر، لحن تبیینی دارد. به عبارت دیگر، صرفاً کارکرد عناصر بیان نشده است بلکه فلسفه وجودی عناصر را کارکردهای مورد اشاره می‌داند. در ابتدای حدیث به منطق روشن قوانین الهی و داشتن عمق و سطح ساختاری اشاره می‌کند که برای مخاطبان قابل کشف است. سپس با لحن تبیینی کارکردها را بیان می‌کند که «ایمان را برای پاک شدن از شرک واجب کرد و نماز را برای منزّه شدن از خودپسندی...»، بنابراین لحن گفتار تبیینی است. با وجود طولانی بودن، متن حدیث و ترجمه آن، برای انسجام مطالب و تمهید مقدمات برای تحلیل نهایی، در جدول زیر بیان می‌شود.

مُحَمَّدُ بْنُ جَابِرٍ عَنْ زَيْنَبَ بِنْتِ عَلِيٍّ قَالَتْ قَالَتْ فَاطِمَةُ ۞ فِي خُطْبَتِهَا لِلَّهِ فِيكُمْ عَهْدٌ قَدَمَهُ إِلَيْكُمْ وَبَقِيَّةٌ اسْتَخْلَفَهَا عَلَيْكُمْ كِتَابُ اللَّهِ بَيِّنَةٌ بَصَائِرُهُ وَآيٌ مُنْكَشَفَةٌ سَرَائِرُهُ وَبُرْهَانٌ مُتَجَلِّيةٌ ظَوَاهِرُهُ مَدِيمٌ لِلْبَرِيَّةِ اسْتِمَاعُهُ وَقَائِدٌ إِلَى الرِّضْوَانِ أَتْبَاعُهُ وَمُؤَدِّ إِلَى النَّجَاةِ أَشْيَاعُهُ فِيهِ تَبَيَّنَ حُجَجُ اللَّهِ الْمُنِيرَةُ وَمَحَارِمُهُ الْمُحَرَّمَةُ وَقَضَائِلُهُ الْمُدُونَةُ وَجَمَلُهُ الْكَافِيَةُ وَرُخَصُهُ الْمُوهُوبَةُ وَشَرَائِعُهُ الْمَكْتُوبَةُ وَبَيِّنَاتُهُ الْجَلِيلَةُ؛ فرمود: کتاب خدا، بصیرت‌هایش آشکار است و آیه‌هایش شفاف و روشن، و برهانی است پیدا و پر جلوه. از جابر از زینب دختر امیر المؤمنین ۞ روایت کرده است که گفت: (مادرم) فاطمه ۞ در خطبه‌ای در موضوع فدک چنین فرمود: «خدا را در میان شما عهدی است که به‌سوی شما از پیش فرستاده (یعنی قرآن) و بقیه‌ای جانشین رسولش که بر شما مردم گمارده است (یعنی عترت)، کتاب خدا که روشن است بینش‌های آن، و آیاتی که نمایان است اسرار و حقایق آن، و برهانی که آشکار است ظواهر آن، استماعش برای خلق همیشگی است، و پیشوایی است که به‌سوی بهشت می‌کشد تابعین خود را، پیروان خود را به‌سوی نجات می‌برد و در آن گزارش واضح حجت‌های روشن خداوند است و بیانگر حرام‌های معین و منهیات اوست، و نیز توضیح‌دهنده امور واجب و مستحب است که به آن مردم را خوانده است، و دستورات کلی که از آن بسیاری از احکام فهمیده می‌شود، و اذن و اجازه‌ای که در برخی امور مرحمت فرموده، و قوانینی که مسجل کرده است، و گزارش معجزاتی که از پیمبران گذشته به وقوع پیوسته است.

۱	فَفَرَضَ الْإِيمَانَ تَطْهِيراً مِنَ الشَّرِّكَ:	خداوند ایمان را برای پاک شدن از شرک واجب کرد.
۲	وَالصَّلَاةَ تَنْزِيهاً عَنِ الْكِبَرِ:	و نماز را برای منزّه شدن از کبر و خودپسندی.
۳	وَالزَّكَاةَ زِيَادَةً فِي الرِّزْقِ:	و زکات را عامل فزونی روزی.
۴	وَالصِّيَامَ تَثْبِيثاً لِلْإِخْلَاصِ:	و «روزه» را برای آزمودن اخلاص بندگان.
۵	وَالْحَجَّ تَسْنِيَةً لِلدِّينِ:	و حج را سبب تقویت دین.
۶	وَالْعَدْلَ تَسْكِيناً لِلْقُلُوبِ:	و عدالت را برای آرامش قلب‌ها.
۷	وَالطَّاعَةَ نِظَاماً لِلْمِلَّةِ:	و فرمان‌برداری را برای سازمان یافتن امور شریعت.
۸	وَالْإِمَامَةَ لِمَا مِنَ الْفُرْقَةِ:	و امامت را برای و پرهیز از تفرقه.
۹	وَالْجِهَادَ عِزّاً لِلْإِسْلَامِ:	و جهاد را برای ارجمندی و عزت اسلام.
۱۰	وَالصَّبْرَ مَعُونَةً عَلَى الْاسْتِجَابِ:	بردباری را برای کمک به پذیرش خواسته‌ها.
۱۱	وَالْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ مَصْلَحَةً لِلْعَامَّةِ:	و امر به معروف را به‌خاطر اصلاح عموم.

۱۲	وَبِرَّ الْوَالِدَيْنِ وَقَايَةَ عَنِ السَّخَطِ:	و نیکی به پدر و مادر را برای پیشگیری از غضب.
۱۳	وَصَلَةَ الْأَرْحَامِ مَنَّمَةً لِلْعَدَدِ:	و صلہ رحم را برای فراوانی جمعیت.
۱۴	وَالْقِصَاصَ حَقًّا لِلدِّمَاءِ:	و قصاص را برای پاسداری از خون‌ها.
۱۵	وَالْوَفَاءَ لِلنَّذْرِ تَعَرُّضًا لِلْمَغْفِرَةِ:	و وفای به نذر را برای قرار گرفتن در معرض آمرزش.
۱۶	وَتَوْفِيَةَ الْمَكَايِيلِ وَالْمَوَازِينِ تَغْيِيرًا لِلْبَخْسَةِ:	پُر دادن پیمانه‌ها را برای جلوگیری از کم‌فروشی
۱۷	وَأَجْتَنَابَ قَذْفِ الْمُحْصَنَاتِ حَبًّا عَنِ اللَّعْنَةِ:	و دوری از تهمت زدن به زنان پاک‌دامن را مانع لعنت و دور شدن از رحمت حق.
۱۸	وَمُجَانِبَةَ السَّرِقَةِ إِيْجَابًا لِلْعَقَةِ:	و دوری از دزدی را برای پابرجایی پاک‌دامنی.
۱۹	وَأَكْلَ أَمْوَالِ الْيَتَامَىٰ إِجَارَةً مِنَ الظُّلْمِ:	و پرهیز از خوردن مال یتیم را به دلیل جلوگیری از ظلم و حق‌کشی.
۲۰	وَالْعَدْلَ فِي الْأَحْكَامِ إِيْنَسًا لِلرَّعِيَّةِ:	عدالت در داورۃ‌ها را برای آرامش مردم.
۲۱	وَحَرَمَ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ الشَّرْكَ إِخْلَاصًا لِلرُّبُوبِيَّةِ:	و خداوند عزوجل شرک را به‌قصد خالص گردانیدن ربوبیت خود حرام فرمود.
فَاتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ فِيمَا أَمَرَكُمْ بِهِ وَأَنْتَهُوْا عَمَّا نَهَاكُمْ عَنْهُ (همان)		

همچنان که ملاحظه می‌شود در حدیث بالا نحوه بیان همگی تبیینی است. حضرت زهرا[ؑ] در ابتدای خطبه به مبانی قرآنی پرداخته و ساختارمندی متن و محتوای قرآن را به بیان متقن و شیوا بیان کرده است. درنهایت پس از تبیین کارکردی ۲۱ عنصر احصاء‌شده، تقوا را بر همه آنها بار نموده است. این نحوه نتیجه‌گیری عبارت دیگری از بیان میوه درخت طیب می‌باشد که همانا «تقوا و پرهیز از محرمات» است. البته تبیین کارکردی در میان احادیث منفرد نبوده و به عبارت اصولی خبر واحد نیست. علی[ؑ] در نهج[ؑ] البلاغه، با عبارات بسیار مشابه، به تبیین کارکردی عناصر دینی می‌پردازد:

خدا ایمان را برای پاک‌سازی دل از شرک، نماز را برای پاک بودن از کبر و خودپسندی، زکات را عامل فزونی روزی، روزه را برای آزمودن اخلاص بندگان، حج را برای نزدیکی و همبستگی مسلمانان، جهاد را

برای عزت اسلام، امر به معروف را برای اصلاح توده های ناآگاه، نهی از منکر را برای بازداشتن بی خردان از زشتی ها، صله رحم را برای فراوانی خویشاوندان، قصاص را برای پاسداری از خون ها، اجرای حدود را برای بزرگداشت محرمات الهی، ترک می گساری را برای سلامت عقل، دوری از دزدی را برای تحقق عفت، ترک زنا را برای سلامت نسل آدمی، ترک لواط را برای فزونی فرزندان، گواهی دادن را برای به دست آوردن حقوق انکار شده، ترک دروغ را برای حرمت نگه داشتن راستی، سلام کردن را برای امنیت از ترس ها، امامت را برای سازمان یافتن امور امت و فرمان برداری از امام را برای بزرگداشت مقام رهبری واجب کرد (شریف رضی، ۱۴۱۴ق: ۵۱۲).

تحلیل ساختاری

۲۶

همچنان که ملاحظه احادیث نشان می دهد دین مجموعه ای از عناصر است که هر کدام از آنها کارکرد ویژه ای را به عهده می گیرند. هدف غایی درخت دین ثمردهی و ایجاد جامعه پرهیزکارانه است. بنابراین دین یک نظام است اما در پاسخ به این پرسش که نظام دین چه ساختاری دارد، چند نکته به ترتیب زیر بیان می شود:

الف) عناصر ذکر شده در احادیث را در یک گونه بندی می توان به سه مؤلفه «باور»، «آداب و مناسک، عبادات» و «پرهیز از محرمات» تقسیم کرد. باورها همانند ایمان به خدا و رسول ﷺ، مناسک و عبادات همانند «نماز»، «زکات»، «روزه»، «حج»، «جهاد»، «صله رحم»، «قصاص»، «اقامه حدود» و «امر به معروف و نهی از منکر»، و پرهیز از محرمات همانند «ترک دروغ»، «ترک خوردن مال حرام»، «پرهیز از شراب» و «دوری از سرقت».

ب) عناصر ذکر شده به لحاظ ارزش ذاتی از ضرورت کارکردی برخوردارند. به عبارت دیگر هیچ کدام از عناصر را نمی توان ترک کرد. دین مجموعه به هم پیوسته ای است که همه عناصرش ضرورت وجود دارند و نظام دین بدون مجموعه آنها دوام نمی یابد. به تعبیر استعاری امام صادق علیه السلام مجموعه فرایض «رجل واحد» است. پس نمی توان به بهانه تمسک به اصول، فروع را ترک کرد. همچنان که باورهای اصلی نیز یک مجموعه است شهادت به وحدانیت خداوند بدون شهادت به رسالت حضرت محمد ﷺ کفایت نمی کند. لازمه شهادت

به رسالت، اطاعت و التزام به اوامر و نواهی است. همچنین عمل به فرایض در صورتی پذیرفته می‌شود که معرفت به رسول وجود داشته باشد^۱ (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۴: ۲۹۲).
 ج) ضرورت کارکردی عناصر، وجود رتبه‌بندی را نفی نمی‌کند. بر اساس احادیث شیعه، عناصر دینی به اصول، فروع و ثمرات تقسیم می‌شوند. امام صادق علیه السلام در وصیت خویش به فرزندش موسی بن جعفر علیه السلام به رتبه‌بندی بالا تصریح دارند:

يَا بُنَيَّ إِذَا طَلَبْتَ الْجُودَ فَعَلَيْكَ بِمَعَادِنِهِ فَإِنَّ لِلْجُودِ مَعَادِنَ وَلِلْمَعَادِنِ أَصُولًا
 وَلِلْأَصُولِ فُرُوعًا وَلِلْفُرُوعِ ثَمَرًا وَلَا يَطِيبُ ثَمَرُ إِلَّا بِفَرْعٍ وَلَا فَرْعٌ إِلَّا بِأَصْلٍ وَلَا
 أَصْلٌ إِلَّا بِمَعْدِنٍ طَيِّبٍ؛ فرزندم، زمانی که طالب بخشش و جوانمردی هستی
 به دنبال معادن آن باش. پس همانا برای جود و کرم معادنی وجود دارد و
 برای معادن ریشه‌ها و برای ریشه‌ها، شاخه‌ها و برای شاخه‌ها، میوه‌ها. هیچ
 میوه گوارایی بدون شاخه و هیچ شاخه‌ای بدون ریشه و هیچ ریشه‌ای بدون
 معدن پاک به عمل نمی‌آید (اربلی، ۱۳۸۱ق، ج ۲: ۱۵۷).

همچنان که «جود» به‌عنوان یک آموزه مطلوب دینی متفرع بر اصول است طبق روایت جدول شماره ۱، ثمره درخت دین یعنی پرهیز از محارم متفرع بر اصل ایمان بوده و بر شاخه‌های آموزه‌هایی همچون «زکات»، «نماز»، و «روزه» بار می‌یابد. بنابراین بر اساس احادیث شیعه، استعاره قرآنی «شجره» حاکی از ترتیب و رتبه‌بندی بین عناصر دین است.

د) با پذیرش اصل ترتب در نظام دینی، می‌توان عناصر اساسی آن را فارغ از آموزه‌های اخلاقی که به برگ درخت تشبیه شده و عمل فتوسنتز انجام می‌دهد و درواقع لباس دین محسوب می‌شود، بقیه عناصر را به سه بخش «باورها؛ ایمان»، «عبادات؛ مناسک» و «تقوا؛ پرهیز از محرمات» تقسیم کرد. ساختار درونی دین، طبق استعاره درخت چنین است که باورها ریشه، تقوا و پرهیز از تعدی، ثمره و عبادات جنبه آلی و واسطی دارند. چه اینکه

۱. فَمَنْ قَالَ لَكَ إِنَّ هَذِهِ الْفَرِيضَةَ كُلُّهَا إِنَّمَا هِيَ رَجُلٌ وَهُوَ يَعْرِفُ حَدَّ مَا يَتَكَلَّمُ بِهِ فَقَدْ صَدَقَ وَمَنْ قَالَ عَلَى الصِّفَةِ الَّتِي ذَكَرْتُ بَغَيْرِ الطَّاعَةِ فَلَا يُغْنِي التَّمَسُّكُ فِي الْأَصْلِ بِتَرْكِ الْفُرُوعِ كَمَا لَا تُغْنِي شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ بِتَرْكِ شَهَادَةِ أَنَّ مُحَمَّدًا رَسُولُ اللَّهِ وَلَمْ يَبْعَثِ اللَّهُ نَبِيًّا قَطُّ إِلَّا بِأَلْبَرٍ وَالْعَدْلِ وَالْمَكَارِمِ وَالْأَخْلَاقِ وَمَحَاسِنِ الْأَعْمَالِ وَالنَّهْيِ عَنِ الْفَوَاحِشِ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ... (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۴: ۲۹۲).

مضمون برخی آیات، همانند «إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ» (عنکبوت: ۴۵)، «كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ» (بقره: ۱۸۳) و «خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا» (توبه: ۱۰۳) چنین برداشتی را تقویت می‌کند.

هـ) تقوا به عنوان «ثمره» یا «میوه دین» ارزش مطلق جهانی دارد. در هر جامعه‌ای تقوا حاکم باشد حتماً مبتنی بر معرفت حقیقی به خدا و ایمان الهی است، تقوا نیاز به سنجه دیگری ندارد. امام صادق (ع) در این باره می‌فرماید:

قَالَ الصَّادِقُ (ع): اتَّقِ اللَّهَ وَكُنْ حَيْثُ شِئْتَ وَمِنْ أَىِّ قَوْمٍ شِئْتَ فَإِنَّهُ لَا خِلَافَ لِأَحَدٍ فِي التَّقْوَىٰ وَالتَّقْوَىٰ مَحْبُوبٌ عِنْدَ كُلِّ فَرِيقٍ وَفِيهِ اجْتِمَاعُ كُلِّ خَيْرٍ وَرُشْدٌ وَهُوَ مِيزَانُ كُلِّ عِلْمٍ وَحِكْمَةٌ وَأَسَاسُ كُلِّ طَاعَةٍ مَقْبُولَةٍ وَالتَّقْوَىٰ مَاءٌ يَنْفَجِرُ مِنْ عَيْنِ الْمَعْرِفَةِ بِاللَّهِ تَعَالَىٰ يَحْتَاجُ إِلَيْهِ كُلُّ فَنٍّ مِنَ الْعِلْمِ وَهُوَ لَا يَحْتَاجُ إِلَىٰ تَصْحِيحِ الْمَعْرِفَةِ بِالْخُمُودِ تَحْتَ هَيْبَةِ اللَّهِ تَعَالَىٰ وَسُلْطَانِهِ وَمَزِيدُ التَّقْوَىٰ يَكُونُ مِنْ أَصْلِ أَطْلَاعِ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ عَلَىٰ سِرِّ الْعَبْدِ بِلُطْفِهِ فَهَذَا أَصْلُ كُلِّ حَقٍّ؛ «تقوا پیشه کن هرچه خواهی باش و از هر قومی؛ زیرا درباره تقوا اختلافی وجود ندارد، تقوا در میان همه فرق دوست‌داشتنی است و همه خیر و نیکی در آن جمع است، سنجش هر علم و حکمتی تقواست. معیار همه عبادات قبول شده تقواست. پس همانا تقوا آبی است که از چشمه معرفت به خدا می‌جوشد... تقوا یا پرهیز مبتنی بر ریشه ایمان است. (منسوب به جعفر بن محمد (ع)، ۴۰۰: ۱، ق: ۵۹).

و) تقدم رتبی تقوا در مقابل عبادات و جنبه آلی آنها، در اندیشه امام صادق (ع) تصریح شده است. درخت بدون آبیاری حتماً خشک می‌شود و درخت طیب نیست. عبادت بدون وجود تقوا نیز عبادت عاری از روح و بی‌فایده است و حکایت از این می‌کند که آبیاری نشده و کامل نیست. امام با استناد به آیه ۱۰۹ سوره توبه و با بهره‌گیری از استعاره «آب» و «درخت» معتقد است:

فَالْتَّقْوَىٰ لِلطَّاعَاتِ كَالْمَاءِ لِلْأَشْجَارِ وَمَثَلُ طِبَائِعِ الْأَشْجَارِ وَالْأَثْمَارِ فِي لَوْنِهَا وَطَعْمِهَا مَثَلُ مَقَادِيرِ الْإِيمَانِ فَمَنْ كَانَ أَعْلَىٰ دَرَجَةً فِي الْإِيمَانِ وَأَصْفَىٰ

جَوْهَرَةً بِالرُّوحِ كَانَ اتَّقَى وَمَنْ كَانَ اتَّقَى كَانَتْ عِبَادَتُهُ أَخْلَصَ وَأَطْهَرَ وَمَنْ
كَانَ كَذَلِكَ كَانَ مِنَ اللَّهِ أَقْرَبَ وَكُلُّ عِبَادَةٍ مُؤَسَّسَةٍ عَلَى غَيْرِ التَّقْوَى فَهِيَ
هَبَاءٌ مُنْتَوَرٌ؛ «طبیعت درختان و میوه آنها به لحاظ رنگ و مزه همانند
مقادیر ایمان است. هرکسی که درجه ایمانش بالا و جوهر روحش پاک‌تر
باشد باتقواتر است و هرکس که باتقواتر باشد نشان‌دهنده این است که
عبادت وی خالص‌تر و پاک‌تر است و هرکس این‌گونه باشد به خدا نزدیک‌تر
است، در نتیجه هر عبادتی که مبتنی بر تقوا نباشد پوچ است» (منسوب به
جعفر بن محمد^ع، ۴۰۰ (ق: ۳۹).

نتیجه‌گیری

بررسی آیات و احادیث شیعه نشان می‌دهد که دین (اسلام) به‌عنوان مجموعه‌ای از
عناصر به‌هم‌پیوسته، سیستم یکپارچه‌ای است که هرکدام از عناصر چندین کارکرد دارد. به
برخی کارکردها در احادیث تصریح شده و برخی به تلویح یا تضمین مورد اشاره قرار گرفته
است. در ادبیات قرآن و روایات استعاره دین سالم «شجره طیبه؛ درخت پاک» و دین باطل
«شجره خبیثه؛ درخت ناپاک» است. دین سالم به درخت زنده‌ای تشبیه شده است که
ریشه‌اش ثابت بوده و همواره میوه می‌دهد. همچنان که درخت را در یک چشم‌انداز کلان
می‌توان به «ریشه»، «کالبد بیرونی؛ تنه، شاخه و برگ» و «میوه» تقسیم کرد، عناصر دین
نیز به سه گونه «اصل»، «فرع» و «ثمر» تقسیم شده است. باورها و ارزش‌ها و ایمان دینی
به‌مثابه ریشه، اصل ثابت دین است. مناسک و آداب دینی به‌مثابه کالبد بیرونی درخت
ویژگی آلی دارند. با وجود ضرورت کارکردی همه عناصر، میوه دین «پرهیز از محرمات»
است. در ارزیابی وضعیت سلامت دین یک جامعه باید به آمار کج‌روی‌ها و پرهیز از منهیات
عطف توجه شود. در هر جامعه‌ای که آمار کج‌روی بالا و آسیب‌های اجتماعی بیشتر باشد،
حتماً در سلامت دین‌داری مشکل وجود دارد. در مرحله سیاست‌گذاری و آسیب‌زدایی باید
از ریشه‌ها یا باورها شروع کرد؛ زیرا مشکلات در ریشه نهفته است. نتیجه مهم و سیاستی
این پژوهش برای مدیران فرهنگی جامعه این است که به‌جای پرداختن به ظواهر کالبدی و
مناسک عالی باید به تقویت ایمان بپردازند که اگر ریشه‌ها سالم باشد درخت جوانه می‌زند.

ریشه‌ها و ایمان بخش ثابت دین اصیل است اما فروع امکان دارد در آسمان حیات تغییرات و تحولات را تجربه کنند. به نظر می‌رسد برداشت امام موسی صدر مبنی بر اینکه «دین درست را باید از میوه‌هایش شناخت، نه از استدلال‌های کلامی» منطبق بر روایات بوده و صحیح است.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه (للصبحی صالح)، تصحیح فیض الاسلام، قم: هجرت.
۳. آوتویت، ویلیام و تام باتامور (۱۳۹۲). فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
۴. ابن بابویه قمی (شیخ صدوق)، محمد بن علی (۱۳۸۵). علل الشرائع، قم: داوری.
۵. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ ق). لسان العرب، چاپ سوم، تصحیح جمال‌الدین میردامادی، بیروت: دار صادر.
۶. احمدی، بابک (۱۳۸۰). ساختار و هرموتیک، تهران: گام نو.
۷. اربلی، علی بن عیسی (۱۳۸۱ ق). کشف الغمة فی معرفة الأئمة (ط - القدیمة)، تصحیح سیدهاشم رسولی محلاتی، تبریز، نشر بنی‌هاشمی.
۸. اسمیت، فلیپ و الکزندر رایلی (۱۳۹۴). نظریه فرهنگی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علمی.
۹. برتالنفی، لودویگ فون (۱۳۶۶). مبانی، تکامل و کاربردهای نظریه عمومی سیستم‌ها، ترجمه کیومرث پریانی، تهران: تندر.
۱۰. بستانی، فواد افرام و رضا مهیار (۱۳۷۵). فرهنگ ابجدی، چاپ دوم، تهران: انتشارات اسلامی.
۱۱. تابعی، احمد (۱۳۸۴). رابطه میان ایده پسامدرن و عدم تعین، تهران: نشر نی.
۱۲. تقی‌زاده داوری، محمود (۱۳۸۸). «ارائه نظام‌واره‌ای احادیث اجتماعی»، فصلنامه شیعه‌شناسی، سال هفتم، ش ۲۵، ص ۷-۳۷.
۱۳. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۳۶۶). تصنیف غررالحکم و درر الکلم، تصحیح مصطفی درایتی، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
۱۴. توسلی، غلام‌عباس (۱۳۸۶). نظریه‌های جامعه‌شناسی، چاپ سیزدهم، تهران: سمت.
۱۵. خان‌محمدی، کریم (۱۳۸۴). «جامعه اطلاعاتی و دین (با تأکید بر جهان اسلام)»، فصلنامه رسانه، سال شانزدهم، ش ۲، ص ۱۸۴-۱۹۸.
۱۶. دریفوس، هیوبرت، پل رابینو و میشل فوکو (۱۳۷۹). فراسوی ساخت‌گرایی و هرموتیک، چاپ پنجم، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشر نی.
۱۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ ق). مفردات الفاظ القرآن، بیروت: دار القلم - الدار الشامیة.
۱۸. رحمان‌سرشت، حسین (۱۳۷۷). تئوری‌های سازمان و مدیریت از نوین‌گرایی تا پسانوین‌گرایی، تهران: فن و هنر.

۱۹. رضایی اصفهانی، محمدعلی (۱۳۸۲). درس‌نامه روش‌ها و گرایش‌های تفسیری قرآن (منطق تفسیر قرآن)، قم: مرکز جهانی علوم اسلامی.
۲۰. _____ (۱۳۸۸). «شیوه‌های تفسیر موضوعی قرآن کریم»، پژوهشنامه قرآن و حدیث، ش ۶، بهار و تابستان، ص ۴۸-۲۹.
۲۱. رضاییان، علی (۱۳۷۵). تجزیه و تحلیل و طراحی سیستم، تهران: سمت.
۲۲. _____ (۱۳۷۹). مبانی سازمان و مدیریت، تهران، سمت، چاپ اول.
۲۳. رودریگز، کریس و کریس گارات (۱۳۸۰). قدم اول (مدرنیسم)، چاپ دوم، ترجمه کامران سپهران، تهران: شیرازه.
۲۴. ریتزر، جورج (۱۳۸۲). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، چاپ هفتم، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: علمی.
۲۵. زورق، محمدحسن (۱۳۸۶). ارتباطات و آگاهی (مفاهیم، مبانی و روش‌ها)، تهران: دانشکده صداوسیما.
۲۶. شعیری، محمد بن محمد (بی‌تا). جامع الأخبار (لشعیری)، نجف: مطبعة حیدریه.
۲۷. صادقی تهرانی، محمد (۱۳۶۵). الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن، چاپ دوم، قم: انتشارات فرهنگ اسلامی.
۲۸. صدر، سیدمحمدباقر، (۱۴۷۱ق). المدرسة القرآنیة، موسوعة شهید صدر، قم: مرکز الأبحاث والدراسات التخصصیه.
۲۹. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۶). المیزان فی تفسیر القرآن، چاپ پنجم، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۳۰. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۹ق). کتاب العین، چاپ دوم، قم: نشر هجرت.
۳۱. فرشاد، مهدی (۱۳۶۲). نگرش سیستمی، تهران: امیرکبیر.
۳۲. فضل‌الله، سیدمحمدحسین (۱۴۱۹ق). تفسیر من وحی القرآن، چاپ دوم، بیروت: دار الملائک للطباعة والنشر.
۳۳. فیرحی، داود (۱۳۹۳). امام موسی صدر، شانزدهمین نشست اندیشه و عمل، ۱۳۹۳/۹/۴؛ imam-sadr.com
۳۴. فیض‌بخش، سیدعلی‌رضا و شهرزاد روحانی (۱۳۸۵). «شناخت و ارزیابی سازمان از طریق استعاره»، فصلنامه علمی پژوهشی شریف، زمستان، ش ۳۶.
۳۵. قرشی بنایی، علی‌اکبر (۱۴۱۲ق). قاموس قرآن، چاپ ششم، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
۳۶. گلابی، سیاوش (۱۳۶۹). توسعه منابع انسانی ایران، تهران: فردوس.

۳۷. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۷). *جامعه‌شناسی*، چاپ بیست‌ودوم، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی.
۳۸. لیتل جان، استیفن (۱۳۸۴). *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه مرتضی نوربخش، تهران: جنگل.
۳۹. لیتل، دانیل (۱۳۷۳). *تبیین در علوم اجتماعی*، ترجمه عبدالکریم سروش، تهران: مؤسسه فرهنگی صراط.
۴۰. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق). *بحار الأنوار*، چاپ دوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
۴۱. مصطفوی، حسن (۱۳۶۸). *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۴۲. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۶). *پیام قرآن*، چاپ نهم، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
۴۳. _____ (۱۳۷۴). *تفسیر نمونه*، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
۴۴. منسوب به جعفر بن محمد (امام ششم علیه السلام) (۱۴۰۰ق). *مصباح الشریعة*، بیروت: اعلمی.
۴۵. نصیری، علی، (۱۳۸۴). «مبانی کلامی تفسیر موضوعی»، *فصلنامه اندیشه نوین دینی*، ش ۳، زمستان، ص ۷۳-۱۰۵.
۴۶. وارد، گلن (۱۳۸۴). *پست مدرنیسم*، ترجمه قادر فخر رنجبری و ابوذر کرمی، تهران: ماهی.

«فرامخاطب»: دگرگونی مخاطب در عصر پساتلوویزیون و چالش‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای

شهاب اسفندیاری^۱ سیدعماد حسینی^۲ سناء شایان^۳

چکیده

«پساتلوویزیون»^۴ اشاره به پایان دورانی دارد که در آن تماشای تلویزیون و مشارکت در آن انحصاری بود. مردمی‌شدن فرآیندهای تولید و توزیع ویدیو و گسترش پخش تلویزیونی بر بستر اینترنت سبب شده است که تجربه تماشای تلویزیون از یک دستگاه جدا شود و با وجود اینترنت همه‌گیر و همیشه متصل که پهنای باند وسیعی دارد، مردم صرف‌نظر از اینکه کجا باشند، بتوانند به سریال‌ها و برنامه‌های تلویزیونی مورد علاقه‌شان دسترسی یابند و حتی خودشان در تولید آنها مشارکت کنند. تلویزیون‌های تک‌سویه - اعم از تجاری، دولتی و خدمت عمومی - جایگاه بی‌رقیب سابق را از دست داده‌اند و در عصر پساتلوویزیون باید برای بقا در یک فضای عمومی شبکه‌ای چندسویه بکوشند؛ عرصه‌ای که در آن، مردم عادی به دوربین و اینترنت پرسرعت مجهزند و می‌توانند در مناقشات محلی، ناحیه‌ای و جهانی نقش ایفا کنند. شبکه‌های تلویزیونی مشارکت‌محور، میدان رسانه‌ای جدیدی‌اند که در آنها مخاطبان خودآگاهی بیشتری از جایگاه خود دارند و هم‌زمان نقش تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان محتوا را هم بازی می‌کنند. در این شرایط، مفهوم «فرامخاطب»^۵ نه به‌عنوان یک مصرف‌کننده صرف، بلکه در مقام یک کنشگر مورد ملاحظه قرار می‌گیرد. «فرامخاطب» اشاره به مخاطبی دارد که خود تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده محتوای رسانه‌ای است. مقاله حاضر ضمن بررسی تطبیقی و

۱. دانشیار گروه سینما، دانشگاه هنر، تهران، ایران. shb_esf@yahoo.com

۲. استادیار گروه تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران. emad.hoseini@gmail.com

۳. کارشناس ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، ایران. shayan33376@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۵/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۰

4. Post-TV.

5. Meta-audience.

تحلیلی آرای نظریه پردازان مطالعات تلویزیون با استفاده از روش های تحلیل مضمون (تماتیک) و تحلیل کیفی ثانویه، چهار مقوله اصلی را پیرامون دگرگونی های نقش مخاطبان تلویزیونی در عصر پساتلویزیون ارائه کرده و تأکید می کند هرگونه سیاست گذاری در عرصه رسانه بدون ملاحظه سطح آگاهی ها، دسترسی ها و توانمندی های «فرامخاطبان» امکان تحقق اهداف خود را نخواهد داشت. در چنین شرایطی، با وجود سرقت اینترنتی، کم رنگ شدن ارتباط مخاطبان با تلویزیون سنتی، فراگیری دسترسی به شیوه های جدید تولید و توزیع ویدیو، استفاده گسترده از موبایل و دیگر فعالیت هایی که با تجربه تماشای آنلاین در ارتباط است، فرامخاطبان از قدرت جدیدی برخوردار شده اند.

■ واژگان کلیدی

مطالعات تلویزیون، پساتلویزیون، فرامخاطب، اینترنت، سیاست گذاری رسانه.

۱. مقدمه

اکنون می‌توان در همه‌جا مردمی را دید که به پلتفرم‌های رسانه‌ای مختلف خیره شده‌اند؛ در مترو، محل کار، حتی در مراکز تفریحی و در دل طبیعت. می‌توان مشاهده کرد که با وجود اینترنت همه‌گیر و همیشه متصل که پهنای باند وسیعی دارد، مردم صرف‌نظر از اینکه کجا باشند، می‌توانند به برنامه‌ها و سریال‌های تلویزیونی موردعلاقه‌شان دسترسی یابند.

تماشاگری در طول روز در بسترهای گوناگون اتفاق می‌افتد و تماشاگر از یک پلتفرم به پلتفرم دیگر منتقل می‌شود. مردم ویدیوهای آنلاین را در طول روز اغلب روی کامپیوترهای رومیزی می‌بینند؛ زیرا معمولاً در محل کارند. تلویزیون‌های هوشمند در طول شب بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند و در هنگام این طرف و آن طرف رفتن هم دستگاه‌های موبایل وسیله تماشا هستند (ها،^۱ لوکانت^۲ و ساویج،^۳ ۲۰۱۳: ۲۹۴).

تماشای ویدیوها در حال جابه‌جایی با توجه به سرویس‌های حمل‌ونقل عمومی، باز هم گونه‌های متفاوتی دارد. در کشورهایی مانند کره جنوبی که از نظر زیرساخت‌های حمل‌ونقل و ارتباطات پیشرفته‌ترند، شاهد استفاده بیشتر از ویدیوهای موبایل هستیم. در آمریکا ۷۵ درصد جابه‌جایی‌هایی که انجام می‌شود از طریق ماشین‌های شخصی تک‌سرنشین است (کوی، جیپهانس و یونگ، ۲۰۰۷: ۲۰۳). میزان استفاده از ویدیوهای آنلاین متناسب با موقعیت فرهنگی، سطح تکنولوژی و وسعت زیرساخت‌ها متفاوت است.

بررسی نحوه تماشای تلویزیون‌های آنلاین میان دانشجویان دانشگاه‌های مجارستان می‌تواند چشم‌اندازی از شرایطی که با آن روبه‌رویم، ارائه دهد: «محتوا در یک روند افزایشی تبدیل به چیزی مجزا از بستر سنتی تلویزیون شده است و رسانه‌ها به‌صورت صعودی در دستان تماشاگرانی قرار گرفته‌اند که با قدرت تکنولوژی مجهز شده‌اند» (هورات، چوردش و نیرا، ۲۰۱۲: ۵۲۶).

تماشای تلویزیون آنلاین (شامل شیوه اشتراک‌گذاری کنترل‌نشده و گفت‌وگوی آنلاین کنترل‌نشده) مؤلفان و سازندگان را به سمت تحقیق درباره این موضوع هدایت کرد که

1. Ha.

2. Leconte.

3. Savidge.

متصدیان صنعت تلویزیون، قدرت سابق را در مدیریت محتوایی که مخاطب تماشا می‌کند، ندارند یا حداقل تأثیرشان روی مخاطبان آنلاین به مراتب کمتر است (همان: ۵۴۸). در تحقیق IBM با عنوان *فراتر از دیجیتال*^۱ مخاطبان، «صاحبان اختیار و قدرت که خواستار دسترسی فوری در هر زمانی به محتوای شخصی‌سازی شده هستند» معرفی گردیده‌اند (برمن^۲ و کسترسون تاونز، ۲۰۱۳: ۱). مصرف محتوای دیجیتال از قلمروی گیرنده‌های اولیه خارج شده و حالا یک عادت جریان اصلی است.^۴ بر مبنای گزارش CRTC^۵ تنها یک سوم کانادایی‌ها تلویزیون‌های آنلاین را به «شیوه کاربران معمولی و سه ساعت در هفته» تماشا می‌کنند (خبرگزاری کانادا، ۲۰۱۳).

دیگر تلویزیون، آن دستگاه بزرگی نیست که همه روبه‌روی آن نشسته و به آن چشم می‌دوختند؛ اکنون تلویزیون در دستان مخاطبان قرار گرفته و با آنها جابه‌جا می‌شود. این تغییرات سبب شده است که اندیشمندان، عصر کنونی را عصر «پساتلویزیون» بنامند. مایکل استرنج‌لاو^۶ پساتلویزیون را این‌گونه تعریف می‌کند: «کشف تغییرات سریع رابطه مخاطب با تلویزیون، فیلم و جنبه دیداری سیستم سرگرمی» (استرنج‌لاو، ۲۰۱۵: ۳). حرف و نقل‌ها و پیش‌بینی‌های زیادی مبنی بر پایان پخش شبکه‌ای تلویزیون (برودکست) وجود دارد، اما «پسا» در پساتلویزیون پایان تلویزیون را نشان نمی‌دهد، بلکه اشاره به پایان روش خاصی

1. Beyond Digital.

2. Berman.

3. Kesterson-Townes.

۴. آمار اتحادیه بین‌المللی ارتباطات راه دور (ITU) نشان می‌دهد که در سال ۲۰۲۰، ۹۷ درصد جمعیت جهان در محدوده آنتن‌دهی تلفن همراه زندگی می‌کنند. ۹۳ درصد جمعیت جهان هم در محدوده پوشش شبکه اینترنت G۳ و بالاتر هستند. در کشورهای قاره آمریکا و اروپا بیش از ۹۵ درصد جمعیت تحت پوشش شبکه اینترنت موبایل G۳ و بالاترند. این رقم برای کشورهای عربی به ۹۱ درصد، کشورهای مشترک‌المنافع به ۸۸ درصد و آفریقا به ۷۹ درصد می‌رسد. داده‌های این سازمان همچنین نشان می‌دهد که به‌رغم گسترش استفاده از اینترنت در جهان (۴،۱ میلیارد نفر) که ۵۳ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند، هنوز ۳،۶ میلیارد نفر که بیشترشان در کشورهای کمتر توسعه‌یافته زندگی می‌کنند به اینترنت دسترسی ندارند، یعنی از هر ۱۰ نفر، دو نفر به اینترنت دسترسی دارند (ر.ک: آی‌تی‌یو، ۲۰۱۹).

5. Canadian Radio-television and Telecommunications Commission.

6. Michael Strangelove.

دارد که در آن، تماشای تلویزیون و مشارکت در آن محدود و منحصر به یک شیوه بود (همان: ۶).

در عصر پساتلوویزیون روزبه‌روز تجربه‌های تماشای تلویزیون شخصی‌تر می‌شود. دیگر زمان و مکان نمی‌توانند مخاطب را محدود کنند. پویایی بستر، تمایل فرهنگی قدرتمندی برای خودمختاری بیشتر ایجاد کرده است؛ تمایل به اینکه چه‌وقت، کجا، چطور و چه‌چیزی را تماشا کنیم.

لاتز^۱ معتقد است توانایی مخاطبان در کنترل تجربه تماشاگری، با افزایش کنترل زمان، مکان و چستی برنامه تلویزیونی تماشاشده روزافزون شده است. همچنین با افزایش انتخاب و کنترل تماشاگران، تغییرات در سیستم تولید و توزیع پخش صنعتی ضروری است (لاتز، ۲۰۰۷: ۷).

فرهنگ پساتلوویزیون زمانی صاحب نیرویی اثرگذار خواهد شد که تک‌تک افرادی که پیش‌تر «مخاطب» نام داشتند؛ تولیدکننده، توزیع‌کننده و روایت‌گر واقعیت‌ها باشند. این مخاطب که هر روز بیش از دیروز به میدان جنگ روایت‌ها وارد می‌شود، «فرامخاطب» نام دارد.

این پژوهش، پاسخ به این پرسش را جست‌وجو می‌کند که نظریه‌های پیشین، تا چه حد برای نظریه‌پردازی درباره مخاطبان جدید تلویزیون کفایت می‌کنند؟ آیا با توجه به شرایطی که به‌وجود آمده است، باید برای شناخت مخاطبان جدید، مفاهیم نظری جدید تولید شود یا نظریه‌های قدیم هنوز معتبر و کارآمدند؟ با توجه به نظر تعدادی از نظریه‌پردازان تلویزیون مبنی بر وجود نوعی بحران و عدم ثبات، برای تفسیر و توضیح نقش مخاطبان در زمینه تولید، توزیع و مصرف، چه الگوهای نظری را می‌توان به‌کار گرفت؟ در چنین شرایطی باید تأمل کرد که چه کسی محتوای تلویزیون را تولید می‌کند و برنامه‌های تلویزیونی چگونه توزیع می‌شوند؟ مخاطبان چرا و چگونه تلویزیون را تماشا و هزینه آن را پرداخت می‌کنند؟ همه این مسائل دستخوش دگرگونی است.

مفاهیم نظری افزون بر تاریخ، جغرافیا نیز دارند. بسیاری از نظریه‌پردازان مطالعات تلویزیون، درباره مخاطبان تلویزیون در غرب می‌نویسند اما نمی‌توانند ادعای جهان‌شمول بودن نظرات خود را داشته باشند. با وجود این، عصر پساتلوویزیون سبب شده است که

شباهت‌های بسیاری در سطح جهان ایجاد شود؛ بنابراین برای تفکر درباره پیامدهای دگرگونی نقش مخاطبان، بازخوانی نظریه‌های تازه هم می‌تواند راهگشای پژوهشگران ایرانی حوزه مطالعات تلویزیون برای ورود به این عرصه باشد و هم به‌عنوان راهنمایی برای استفاده سیاست‌گذاران عرصه فرهنگ و رسانه قرار گیرد.

مقاله حاضر پیشنهاد می‌کند برای تبیین و تحلیل این مخاطبِ توانمند شده از مفهوم «فرامخاطب» استفاده شود. در میدان بزرگ «نبرد روایت‌ها»، غلبه از آن جریانی خواهد بود که از دایره مخاطبانی گسترده‌تر، با دانش و سواد رسانه‌ای بالاتر، توانمندتر و کنشگرتر برخورداری باشد و به عبارت دیگر «فرامخاطبان» بیشتری داشته باشد که قادرند نه تنها در فرآیند «مصرف» با تجزیه و تحلیل انتقادی، پیام‌های رسانه‌ای از حد یک مخاطب منفعل و تسلیم فراتر روند، بلکه در عرصه تولید پیام و محتوای رسانه‌ای نیز کنشگری داشته باشند. اساساً در شرایط جدید «پساتلویزیون» به نظر می‌رسد بخشی از فرآیندهای سیاست‌گذاری رسانه باید معطوف به آموزش و شکل‌دهی چنین جامعه‌ای از «فرامخاطبان» باشد. در ادامه شرایط پیدایش و ویژگی‌های «فرامخاطب» بیشتر بررسی و تحلیل خواهد شد.

۲. پیشینه پژوهش

در دهه اخیر با توجه به تغییرات توسعه شبکه‌ها، سهولت در تولید و توزیع ویدئو و تعدد پلتفرم‌هایی که سبب ظهور عصر پساتلویزیون شده‌اند، مطالعات مختلفی در زمینه دگرگونی‌های تلویزیون و به تبع آن، دگرگونی‌های مخاطب تلویزیون انجام شده است. کتاب پس از بحران، تئوری امروزی تلویزیون^۱ (۲۰۱۳) از ماریکه دی والک^۲ و جان تئورلینگ^۳ به آینده مطالعات تلویزیون در شرایط پیش رو می‌پردازد و کتاب پساتلویزیون: راهزنی، قطع کابل و آینده تلویزیون^۴ (۲۰۱۵) اثر مایکل استرنج‌لاو درباره دگرگونی‌های تلویزیون در زمینه تولید، توزیع و مخاطب است. پیش از این دو کتاب، آماندا لاتز در اثر خود با عنوان تلویزیون

1. After the Break-Television Theory Today.
2. Marijke de Valck.
3. Jan Teurlings.
4. Post-TV Piracy, Cord-Cutting, and the Future of Television.

متحول خواهد شد^۱ (۲۰۰۴) مصاحبه‌هایی با برخی چهره‌های اصلی و فعال در حوزه تلویزیون در این موضوع انجام داده بود. کتاب *پایان تلویزیون؟ تأثیر آن بر جهان*^۲ از آثار الیهو کاتز^۳ و پدی اسکنل^۴ (۲۰۰۹) و کتاب *گریم ترنر*^۵ و جینی تای^۶ با عنوان *مطالعات تلویزیون بعد از تی‌وی: درک تلویزیون در دوران بعد از پخش عمومی*^۷ (۲۰۰۹) نیز از آثار شاخص در این زمینه‌اند. مانوئل کاستلز، نظریه‌پرداز شهیر ارتباطات و جامعه شبکه‌ای و همکارانش هم کتابی با نام *ارتباطات سیار و جامعه: چشم‌انداز جهانی*^۸ (۲۰۰۹) نوشته‌اند که درباره موبایل و تأثیر آن بر زندگی روزمره و ارتباطات چندوجهی است. مقاله *پساتلوویزیون در ایران؛ ارزیابی اقدامات صداوسیما در قبال هم‌گرایی رسانه‌ای* (۱۳۹۶) اثر سیدجمال اکبرزاده جهرمی، پیشنهادهایی را به صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه با هم‌گرایی رسانه‌ای و جذب مخاطبان در شرایط جدید ارائه داده است. مقاله *پساتلوویزیون؛ دگرگونی‌های تلویزیون در عصر هم‌گرایی رسانه‌ای* (۱۳۹۸) اثر سیدعماد حسینی نیز دگرگونی‌های تلویزیون در این دوران جدید را مورد بررسی قرار می‌دهد. اما تمرکز این نوشتار بر مخاطب و دگرگونی‌های آن در عصر پساتلوویزیون است؛ عصری که سبب شده مخاطب از فردی بی‌اختیار به فردی پویا تبدیل شود و در این مقاله «فرامخاطب» نامیده شده است.

۳. روش تحقیق

مقاله حاضر بر مبنای تحقیقی نظری با رویکرد توصیفی - تحلیلی انجام شده است و ۱۳ مقاله علمی - پژوهشی، ۱۲ کتاب علمی، ۸ گزارش از مؤسسه‌ها و شرکت‌ها و ۱۵ مقاله و

1. The Television Will Be Revolutionized.
2. The End of Television? It's Impact on the World.
3. Elihu Katz.
4. Paddy Scannell.
5. Graeme Turner.
6. Jinnay Tay.
7. Television Studies After TV: Understanding Television in the Post-Broadcast Era.
8. Mobile Communication and Society: A Global Perspective.

گزارش رسانه‌ای و مطبوعاتی در موضوع تحولات تلویزیون، تغییرات فناوری، و دگرگونی الگوهای مصرف و تماشاگری مورد مطالعه قرار گرفته و با استفاده از روش‌های تحلیل تماتیک و تحلیل کیفی ثانویه، مقولات و مضامین این منابع که مرتبط با موضوع کلیدی تحقیق (دگرگونی مخاطب) تشخیص داده شده و گردآوری و تحلیل گردیده‌اند. پنج مقوله یا مضمون اصلی با عناوین «کنترل و تماشاگری»، «تماشاگر متحرک»، «تولید و توزیع ویدئوی اینترنتی»، «تماشاگری هم‌زمان با وب‌گردی» و «تعدد تجارب تماشاگران» مورد بحث قرار گرفته است. برایمان در این باره می‌گوید:

در بستر اطلاعات کیفی، تحلیل ثانویه به پژوهشگر این امکان را می‌دهد که داده‌هایی را مورد کاوش قرار دهد که توسط پژوهشگران نخستین مورد بررسی قرار نگرفته بودند و یا تفسیرهای جدیدی از آنها ارائه کند (برایمان ۲۰۱۲: ۵۸۶).

۴۲

در مرحله بحث و نتیجه‌گیری بر اساس این مفاهیم و مضامین، برخی چالش‌ها و الزامات سیاست‌گذاری رسانه در شرایط جدیدی که از آن با عنوان «پساتلویزیون» یاد می‌شود، به‌خصوص در مواجهه با مفهوم «فرامخاطب» که در مقاله حاضر مطرح شده، مورد توجه قرار گرفته است.

گام‌های ذیل برای طی مراحل این پژوهش الزامی بوده است:

۱. انتخاب داده‌ها و استخراج مفاهیم: ویژگی‌های داده‌ها در زمینه خاصی که در آن جای گرفته است، ملاحظه شده و در کانون بحث قرار می‌گیرند. زمینه و شیوه ثبت داده‌ها امری تعیین‌کننده است. این امر به‌خصوص در تصمیم‌گیری در این باره که چه چیزی انتخاب شود، خود را نشان می‌دهد.

۲. ساختاربخشی (جست‌وجو، بررسی و تعریف تم‌ها): پژوهشگر هنگام شروع کار، افق‌های کار پژوهشی را به صورتی اجتماعی و هنری تعیین می‌کند، اما همواره با یک افق گشوده حرکت کرده و پیوسته اهداف را برحسب مقتضیات داده بازسازی می‌کند (تاجیک، ۱۳۷۷، ۸-۹). او پس از انتخاب داده‌ها، در پی جست‌وجوی تم‌ها و بررسی آنها می‌رود و بنا به مقتضیات پژوهش این تم‌ها را بارها و بارها تغییر داده و بررسی می‌کند. در پایان به ساختاری می‌رسد که این‌گونه تعریف می‌شود: ساختاربخشی اعم است از دادن ساختار به

یک قطعه و یافتن جای آن قطعه در کلیت پژوهش. برای اینکه بتوانید ساختار مؤثری برای یک قطعه در نظر بگیرید، باید کارکرد آن را مشخص کنید. این پژوهش قرار است چیزی بیش از ظاهر داده‌ها را به ما منتقل کند؟ در این صورت کار تحلیل تماتیک این است که در خدمت آن وجوهی از روایت قرار گیرد که پشت ظاهر رویدادها جریان دارند. اگر همه هدف شما این است که صرفاً داده‌ها به مخاطب منتقل شوند، در این صورت عمل ساختاربخشی شما کاری مکانیکی خواهد بود که یک بار انجام می‌شود، اما اگر در پی مفهوم تازه‌ای هستید، باید در طی تحقیق بنا بر یافته‌های خود، بارها ساختاربندی کرده و بارها ساختارها را بشکنید تا در پایان به یک ساختار درست دست یابید. در این پژوهش داده‌های اولیه پیرامون محور مضامینی مانند «تلویزیون»، «مخاطب»، «پستالوئیزم»، «اینترنت» و سیر تحولات این مضامین جمع‌آوری شده است تا با تحلیل ثانویه این مضامین به مضمون ثانویه خود که «فرامخاطب» است، برسیم.

۴۳

۳. پژوهشگر فعال در نگارش و تحلیل: از نقاط قوت دیگر این روش، به‌عنوان روشی کیفی اینکه قادر به بررسی یک موضوع از جنبه‌های متفاوت است و مانند پژوهش‌های کمی، ابزارهای تعریف‌شده و معدودی را ندارد و پژوهشگر در انتخاب ابزارها از آزادی نسبی برخوردار است. او از یک‌سو می‌تواند از هر ابزار ممکن استفاده کند و از سوی دیگر، ملزم به حفظ و رعایت افق و شمای معنایی تعیین‌شده است (خانیک، ۱۳۸۰، ۲۰۲-۲۰۰). به همین دلیل، پژوهشگر جزئی از ابزار تحقیق به حساب می‌آید، به‌طوری‌که این اختیار را دارد که ابزار تحقیق، نقاط برش، کانون توجه، خط روایی، انتخاب و تغییر تم‌ها، ریتم و سرعت، فرم و محتوا و... را با توجه به روند تحقیق انتخاب کرده و در پایان تم‌های به‌دست‌آمده را تحلیل کند و به نگارش تحقیق بپردازد.

۴. مقولات و مفاهیم دگرگونی مخاطب

۴-۱. کنترل و تماشاگری

نحوه کنترل تماشاگران بحثی چالش‌برانگیز در تاریخ تلویزیون است. «یک سؤال اساسی درباره شیوه کنترل این است: چه کسی تشخیص می‌دهد که این سیستم‌ها در جای مناسب خود قرار گرفته‌اند یا نه؟» (دی‌آگوستین و تافلر به نقل از اچ. کلف جانسون، ۲۰۰۹: xvi)

همچنین وقتی نایب رئیس پنج قطب صنعت تلویزیون آمریکا (اچ بی او،^۱ ویاکوم،^۲ دیش،^۳ دیسکاوری^۴ و کام کست^۵) دور هم جمع شدند تا درباره استراتژی های ویدیوهای آنلاین شان با هم بحث و تبادل نظر کنند، تنشی زیرپوستی میان آنها مشاهده می شد و درباره اینکه «در نهایت چه کسی تجربه مصرف کننده را کنترل می کند» اختلاف نظر وجود داشت (ر.ک: اسپینگر^۶، ۲۰۱۲). ویرجینیا نایتینگل^۷ و تیم دوایر^۸ در مقاله سیاست فرمت های تلویزیونی بهبود یافته در قبال مخاطب^۹ از سه چالش در مقابل فرآیند هم گرایی رسانه ها نام می برند: اولین چالش آن بود که دیگر مردم برای دریافت اطلاعات، به رسانه وابسته نبودند و مخاطبان در هر زمان، محتوای دلخواه شان را خلق کرده، به اشتراک گذاشته و حتی محتوای دیگران را قرض کرده یا می دزدیدند. اما رسانه های سنتی برای مواجهه با فناوری های دیجیتالی و تأثیری که بر فعالیت های تجاری شان می گذاشت آماده نبودند و حتی غالباً با آنها مقابله می کردند.

این فعالیت ها، چالش دوم را نمایان کردند؛ کم کم پرسش هایی در زمینه چگونگی حفاظت از محتوا و اعمال کپی رایت مطرح شد. مثلاً صنایع رسانه ای چگونه قادر خواهند بود حقوقی را که از طریق اشتراک گذاری های غیرقانونی از دست داده اند، به دست آورند؟ مسلم است که از حقوق مؤلف باید محافظت کرد، اما چطور می توان هم زمان خوراک کافی برای محیط دیجیتالی فراهم کرد؟ در اینجا خود کاربران به کمک صنعت دیجیتال آمده و محتوای خاص خودشان^{۱۰} را تولید کردند. این محتوا نیاز به فضای مخصوص خود داشت؛ فضایی که «شبکه های اجتماعی» یا «نرم افزارهای اجتماعی» نامیده شد.

1. HBO.

2. Viacom.

3. Dish Network.

4. Discovery Channel.

5. Comcast.

6. Spangler.

7. Virginia Nightingale .

8. Tim Dwyer.

9. The audience politics of 'enhanced' television formats.

10. UGC: User Generated Content.

سومین چالش به این دلیل شکل گرفته که اساس شبکه‌های اجتماعی بر «اشتراک گذاشتن» است؛ درحالی‌که صنایع رسانه‌ای، محتوای به اشتراک گذاشته‌شده را برای اهداف تبلیغاتی بازتعریف می‌کنند. اختلاف‌های میان شبکه‌های اجتماعی، ایجاد مخاطبان جدید شبکه جهانی وب و بازار مصرف‌کننده‌ها همگی بزرگ‌ترین مسائلی‌اند که دولت‌ها و آژانس‌های متبوع‌شان با آن مواجه‌اند (ر.ک: نایتنگل و دواپر، ۲۰۰۶).

سهولت دانلود غیرقانونی، سرویس‌های پخش آنلاین مانند هولو^۱ و نت‌فلیکس و سایت‌هایی مثل یوتیوب^۲ و وی‌مئو^۳ که خانه اصلی آماتورها و ویدیوهای نیمه‌حرفه‌ای است، مخاطبان دوره پستالوویزیون را در این موقعیت قرار داده که انتظار دارند هروقت خودشان تصمیم گرفتند ویدیوی مورد نظرشان را تماشا کنند نه اینکه برنامه‌های کمپانی پخش‌کننده به آنها بگوید چه‌وقت می‌توانند برنامه‌هایشان را ببینند. این فرهنگ تماشای تلویزیون به هنگام درخواست و در زمان دلخواه، حالا جزو عادت‌های طبیعی مخاطبان شده است.^۴ مخاطبان به تدریج کنترل‌شان را بر «مدیریت زمان» گسترش داده‌اند، اما تا زمانی که گروه زیادی از مخاطبان سوژه اصول خطی و سنتی قالب‌بندی‌های رگولاتوری‌های صنعت تلویزیون هستند، این مدل تجاری پخش قادر است بر حضورش پافشاری کند.

اوریکو^۵ یادآوری می‌کند که «ایدئولوژی کنترل تلویزیون» در بافتار یک اقتصاد صنعتی پدید آمد که «محدودیت‌های فزاینده آزادی بیان به‌همراه ظهور هر تکنولوژی جدید را تبلیغ و ترویج می‌کرد» (اوریکو، ۲۰۱۳: ۶۸). تلویزیون در پس این کمبود مصنوعی، محدود بودن برنامه‌های در دسترس و رژیم‌های تنظیم مقررات سده بیستم، ناگزیر بود «کنترل سفت و سخت خود را بر پیام برای منافع اقتصادی و سیاسی حفظ کند» (همان: ۷۳). بااین‌حال به‌رغم این نیروهای محدودکننده، هرچه سده بیستم رو به پایان می‌رفت، بینندگان از طریق دستگاه‌های پخش ویدئو (وی‌سی‌آر)، دی‌وی‌دی و درنهایت اینترنت،

1. Hulu Syndication Network

2. YouTube

3. Vimeo

۴. در چین و انگلستان و آمریکا بیش از نیمی از گیرنده‌های اولیه و مصرف‌کنندگان جریان اصلی از ویدیوهای آنلاین مثل هولو و نت‌فلیکس روی کامپیوترها و تلویزیون‌های خانگی‌شان استفاده می‌کنند.

5. William Uricchio

توانستند کنترل بیشتری بر رسانه تلویزیون بیابند. در نتیجه اکنون تلویزیون به مثابه «مدیومی در مسیر گذار دائمی» عمل می‌کند و نیروهای محدودکننده به واسطه حرکات متقابل مخاطبان همواره با سرگردانی مواجه‌اند.

نتیجه این فقدان کنترل، رشد مقاومت در برابر پرداخت هزینه برای دیدن ویدیوهای آنلاین است حتی اگر ثبت نام سرویس‌های ویدیویی رشد یابد. به عنوان نمونه، آمریکایی‌هایی که اعلام کرده‌اند تمایلی به پرداخت هزینه ثبت نام ماهانه ویدیوهای آنلاین ندارند از ۳۱ درصد در سال ۲۰۱۲ به ۳۸ درصد در سال ۲۰۱۳ رشد یافته است. به طور مشابه درصد آمریکایی‌هایی که گزارش داده‌اند محتوای ویدیوهای رایگان را ماهانه تماشا می‌کنند از ۶۰ درصد به ۶۴ درصد در زمانی مشابه رشد داشته است (اکسنش، ۲۰۱۳: ۶).

اتفاقاتی بیشتر از بازتولید صرف روابط اجتماعی سرمایه‌داری در حال وقوع است. جیمز کاری^۱ چند دهه پیش گفته بود: «ساختارهای خودآگاهی، هم‌راستای ساختارهای ارتباطی هستند» (کاری، ۱۹۸۹: ۱۶۱). مانوئل کاستلز^۲ در امتداد همین نگاه، خاطرنشان می‌کند: «چه بسا فعالیت مولد مخاطبان آنلاین سبب شود ما ذهنیت‌هایمان را از نو بنا کنیم» (کاستلز، ۲۰۰۹: ۴۱۳). تحولات مستمر در نظام تلویزیون، مانند تغییرات جدید دائمی در زیست‌بوم نمادین جمعی ما، بخشی از ماهیت این دو است. زیست‌بوم آنلاین، استقلال بیشتری در اختیار افراد به عنوان سوژه‌های ارتباطی قرار می‌دهد و همین موضوع، «فرصت‌های معرفی پیام‌هایی که ارزش‌ها و منافع مسلط را به چالش می‌کشند، افزایش می‌دهد. مهندسی مجدد شبکه‌های معنا، به نحو بنیادینی بر اعمال قدرت در سراسر شبکه‌ها تأثیر می‌گذارد» (همان). در مقابل، این نگرانی وجود دارد که اینترنت صرفاً نظام‌های قدرت را بازتولید می‌کند و همین «استقلال ارتباطی - از طریق ویدیوهای آماتور، پخش چندباره برنامه‌های گروه‌های غیررسمی و سرقت دیجیتال - مستقیماً بر توسعه استقلال سیاسی و اجتماعی تأثیر می‌گذارد» (همان: ۴۱۴).

در عصر پساتلویزیون، قرار نیست تلویزیون‌های تجاری، دولتی یا خدمت‌عمومی محو و نابود شوند، بلکه ممکن است انحصارهای قدیمی جای خود را به انحصارهای رسانه‌های جدید

1. James Carey.

2. Manuel Castells.

بدهند؛ رسانه‌هایی همچون گوگل و اپل یا دیگر شرکت‌هایی که هنوز پا به عرصه نگذاشته‌اند کنترل آنها را در اختیار داشته باشند. بازار تثبیت‌شده‌ای که صرفاً به یک نظام توزیع کنترل‌شده متکی است، با ظهور یک نظام توزیع جدید روبه‌رو می‌شود که از مزیت‌های رقابتی برخوردار است. در این باره، آماندا دی. لاتز یک دهه پیش از نگرانی تلویزیون‌های سنتی (برودکست) سخن گفت که بیم سلطه شرکت‌های گوگل، یاهو و ای. او. ال. بر عرصه‌ای را داشتند که پیش‌تر بازیگران اصلی‌شان متصدیان از جمله شبکه‌های سی‌بی‌اس، ان‌بی‌سی و ای‌بی‌سی بودند (لاتز، ۲۰۰۷: ۱۳۳). امروز این نگرانی، با ظهور اپل‌تی‌وی،^۱ آمازون پرایم،^۲ نتفلیکس^۳ و اچ‌بی‌او^۴ و محبوبیت گسترده‌شان به واقعیت پیوسته است. در ایران نیز عرصه‌ای که پیش‌تر منحصراً در اختیار صداوسیما و شبکه‌های تلویزیونی بود به تدریج با ظهور اپلیکیشن‌های پخش فیلم و سایت‌های اشتراک‌گذاری فیلم و سریال، با رقابت‌های جدیدی مواجه شده است.

۴-۲. تماشگر متحرک

امروزه تلفن همراه وسیله پراستفاده‌ای برای دیدن ویدیوهاست. در سال ۲۰۱۳ تعداد ویدیوهایی که روی دستگاه‌های موبایل و وسایلی مانند تبلت‌ها دیده شد، نسبت به سال گذشته‌اش دو برابر افزایش داشت (کوچ، ۲۰۱۳). نزدیک به ۷۹ درصد از حجم ترافیک دیتای موبایل تا سال ۲۰۲۲ به تماشای ویدیو اختصاص خواهد یافت. این رقم از ۵۹ درصد در سال ۲۰۱۷ به ۷۹ درصد خواهد رسید. در سال ۲۰۱۹ میزان ۱۹,۲۷۹ پتابایت^۵ از حجم دیتای موبایل به تماشای ویدیو اختصاص یافته است. پیش‌بینی‌ها نشان می‌دهد که در مجموع ۲,۷۲۰ میلیارد نفر در سال ۲۰۲۳ از طریق موبایل به تماشای ویدیو خواهند پرداخت. این رقم در سال ۲۰۱۹، ۲,۱۵۷ میلیارد نفر بوده است (ر.ک: کاسیو، ۲۰۲۰^۶).

1. Apple TV.

2. Amazon Prime.

3. Netflix.

4. HBO.

۵. یک پتابایت (Petabyte): یک واحد از اطلاعات است که برابر یک کادریلیون بایت، یا ۱۰۱۵ بایت است. کوتاه شده آن (PB) است.

6. Casio.

در ایران سایت آپارات، به عنوان بزرگترین سایت اشتراک گذاری ویدیو ایرانی، ۲۹ میلیون نفر کاربر فعال (معادل ۶۷,۴ درصد از کل جمعیت کاربران اینترنت ایران) دارد و این کاربران روزانه ۱۰,۵ میلیون ویدیو را در سایت آپارات تماشا می کنند (ر.ک: آی تی ایران، ۱۳۹۶).

تماشای تلویزیون آنلاین روی موبایل سبب شده است که مخاطبان، اشتراک شبکه های کابلی خود را لغو کنند. «گسترش سریع صفحات موبایل و فراگیری استفاده از تبلت ها سبب شده تا تعداد زیادی از مخاطبان سنتی تلویزیون های کابلی، تلویزیون را به شکل آنلاین ببینند و ارتباط شان را با شبکه های کابلی قطع کنند» (ر.ک: اونیل، ۲۰۱۲). این تغییرات به شکل بارزی مخاطبان و تولید محتوا را از کنترل رسانه های بزرگ خارج می کند.

استفاده از موبایل برای تماشای تلویزیون ایده چندان جدیدی نیست؛ در آگهی های سال های ۱۹۶۰ نیز گاهی دستگاه های تلویزیون قابل حمل معرفی می شدند (ر.ک: کوی، جیپهانس و یونگ، ۲۰۰۷). با وجود این، تا زمان عرضه اینترنت پرسرعت، شاهد استفاده انبوه از تلفن ها و کامپیوترها به عنوان بسترهای تلویزیون موبایلی نبوده ایم. ماهیت تلویزیون متحرک (موبایل)، لزوماً به قابلیت حمل آن وابسته نیست، بلکه اهمیت آن بیش از هر چیز با سهولت شکل گیری تجربیات شخصی در ارتباط است (همان: ۲۰۴).

با وجود بیش از پنج میلیارد نفر که در ارتباطات خود از تکنولوژی موبایل استفاده می کنند، امروزه وارد دورانی شده ایم که در آن تجربیات شخصی به شدت قدرت ارتباط با جهان، تولید و انتشار ویدیوهای شخصی را افزایش داده است. نظریه پردازان رسانه این قدرت جدید کاربران موبایل (شهروندان تولیدکننده و مصرف کننده) را مورد توجه قرار داده اند و آن را پتانسیلی برای «بازسازی جهان» می دانند (کاتز، ۲۰۱۱: ۳۱۰)؛ این فرآیند، بنیان تلویزیون و صنایع سرگرمی سنتی را با چالش های جدی مواجه کرده است. آمار یوتیوب در سال ۲۰۱۹ نشان می دهد که بیش از ۷۰ درصد تماشای ویدیوهای یوتیوب از طریق موبایل است. هر روز مردم یک میلیارد ساعت ویدیو در یوتیوب تماشا می کنند (ر.ک: اوپولو به نقل از محسن، ۲۰۲۰^۱). درواقع به نظر می رسد فرامخاطبان لزوماً صفحات بزرگ تر نمایش در خانه را ترجیح نمی دهند. به علاوه این نکته هم تعجب برانگیز است که مصرف کنندگان ویدیوی موبایل کمتر به کیفیت اهمیت می دهند و سرعت دریافت برایشان مهم تر است؛ زیرا در

1. Maryam Mohsin.

صفحات کوچک قابل حمل، کیفیت‌های پایین‌تر هم برای تماشاگر کفایت می‌کند. به همین دلیل، ویدیوهایی که مدت آنها بیش از ۱۰ دقیقه و حاوی خبر یا موضوعی مهم است، نیمی از کل وقت کسانی را که ویدیوی آنلاین تماشا می‌کنند، می‌گیرند (ر.ک: بیگ^۱ و اسنایدر^۲، ۲۰۱۲). اندی فورسل^۳، نایب رئیس ارشد محتوای شبکه هولو، سال‌ها پیش گفته بود:

آمریکا حرکت به سمت موقعیت ژاپن را شروع کرده است؛ جایی که کودکان، فیلم‌ها را روی گوشی‌های هوشمندشان تماشا می‌کنند درحالی‌که تنها ۱۰ فوت با تلویزیون ۶۰ اینچی فاصله دارند (همان).

گوگن^۴ از زاویه دیگری اشاره می‌کند که فیلم‌های موبایل، استفاده‌های اولیه از موبایل یا سینما را بازخلق نمی‌کنند و به جایش شیوه‌ای جدید از فرهنگ شبکه‌ای را پرورش می‌دهند (گوگن، ۲۰۱۳: ۳۳).

۴۹

مانوئل کاستلز و همکارانش با بررسی جنبه‌های مختلف مرتبط با تکنولوژی‌های ارتباطی موبایل، آن را «تغییر شکل عمیق اجتماعی»^۵ ارزیابی می‌کنند (کاستلز و دیگران، ۲۰۰۹: ۲۴۶). مشابه دیدگاه آنها ریچ لینگ و جان‌اتان دونر می‌گویند تلفن‌های همراه بخشی از «بحران در کنترل» و «انقلاب در کنترل» هستند (لینگ و دونر، ۲۰۰۹: ۱۳۹-۱۴۰). تلفن‌های همراه به‌عنوان یک ابزار معمول برای تولید و مصرف فرهنگی عمل می‌کنند؛ وسایل ارتباطی‌ای که هم می‌توانند ضبط کرده، هم در اینترنت بارگذاری کنند، ذخیره کرده و ویدیوها را برای بار چندم پخش کنند. گوگن توجه ما را به نتیجه طبیعی این تکنولوژی رسانه جدید جلب می‌کند: «استفاده از تلفن همراه برای ضبط ویدیو بسیاری از بنیان‌های جهان پسابرودکست^۶ را پی‌ریزی کرده است» (گوگن، ۲۰۱۳: ۱۹۹). ویدیوی تلفن همراه گسسته‌هایی در عرصه‌های متنوع اجتماعی از جمله زندگی

1. Baig.
2. Snider.
3. Andy Forssell.
4. Gerard Goggin.
5. profound social transformation.
6. Postbroadcasting.

خانوادگی، کار، تحصیلات، سیاست و حتی جنگ ایجاد کرده است و به نوعی مسئول اصلی «تغییر شکل غیررسمی تلویزیون» محسوب می شود (همان). بخش مهمی از تولید و پخش ویدیو، امروزه خارج از مؤسسات حاکم بر صنعت رسانه یا اقتصاد بازار انجام می گیرد.

۴-۳. تولید و توزیع ویدیوی اینترنتی

مردمی شدن تولید و توزیع ویدیو و اینترنتی شدن تلویزیون، عصر پساتلویزیون را به یک برهه تاریخی مهم تبدیل کرده است. همان طور که داگوستین و تافلر پیش بینی می کردند در فضای پساتلویزیون، تلویزیون ابتدا به قالب ویدیو درآمد (داگوستین و تافلر به نقل از کویت، ۱۹۹۴: ۱-۱۹). بیش از ۲۵ درصد از کانادایی ها گفته اند که تماشای ویدیوهای آنلاین در یوتیوب بسیار سرگرم کننده تر از بالا و پایین کردن کانال های تلویزیونی و تماشای برنامه های زنده تلویزیونی است (ر.ک: الویرا، ۲۰۱۲).

بر اساس تحقیقات انجام شده توسط مؤسسه MTM^۱ کانادا در سال ۲۰۱۹، ۶۴ درصد کانادایی ها از گوشی های هوشمندشان برای تماشای ویدیو استفاده کرده اند. همچنین ۳۶ درصد از صاحبان تبلت، از این دستگاه برای تماشای ویدیو استفاده کرده اند. تا ژانویه ۲۰۱۹ در کانادا ۳۳ درصد از ترافیک اینترنت از طریق گوشی های همراه و ۱۰ درصد نیز از طریق تبلت مصرف شده است (ر.ک: مالیک، ۲۰۱۹^۲).

تلویزیون بر بسیاری از دستگاه هایی که قادر به اتصال به اینترنت هستند قابل دسترسی است و صفحه های نمایش ویدیو همچنان به رشد و گسترش خود ادامه می دهند. مردم از تلویزیون های مبتنی بر اینترنت، پخش کننده های بلو.ری، کنسول های بازی، ساعت ها، عینک ها و بقیه ابزار پخش استفاده می کنند تا به محتوای دیجیتال دست یابند (ر.ک: پئوتر، ۲۰۱۳^۳). ویدیو از تلویزیون گرفته تا اینترنت، با سرعت فوق العاده زیادی پخش می شود. تا سال ۲۰۱۶ میزان ویدیوهای درخواستی (VOD) که در اینترنت قابل مشاهده بودند، چیزی معادل چهار بلیون دی وی دی در هر ماه بود (سیسکو، ۲۰۱۱-۲۰۱۶: ۲). اکنون نمایش های تلویزیون های مبتنی بر پخش اینترنتی در مسیری است که به جریان

1. Media Technology Monitor.
2. Aisha Malik.
3. Poeter.

اصلی محیط‌های رسانه‌ای تبدیل شود؛ زیرا مخاطبان زمان بیشتری را در اینترنت صرف می‌کنند و نه در مقابل تلویزیون. مصرف محتوای دیجیتال از قلمروی گیرنده‌های اولیه خارج شده و حالا یک عادت فراگیر است. در اوایل دهه ۲۰۱۰ بیش از ۵۰ درصد از مصرف‌کنندگان رسانه‌های جریان اصلی جهان، عادات مربوط به مصرف دیجیتال را پذیرفته‌اند؛ از چک کردن اخبار و تماشای ویدیوی آنلاین گرفته تا دسترسی به سرویس‌های موبایل، حضور در شبکه‌های اجتماعی و نگاه کردن وبسایت‌هایی که کاربران محتوایشان را تولید می‌کنند (برمن و کسترسون تاونز، ۲۰۱۲: ۱).

این گزاره با بقیه تحقیقاتی که همان زمان درباره مصرف گسترده ویدیوی آنلاین در مناطق مختلف انجام شده بود، در یک رده قرار می‌گیرد. به عنوان نمونه، بیشتر از ۷۱ درصد از بزرگسالان و ۸۱ درصد از والدین آمریکایی گفته بودند از اینترنت برای تماشای ویدیو استفاده می‌کنند (وینتورینی، مارشال و دی آلبرتو، ۲۰۱۲: ۴).

۵۱

از هر چهار کانادایی یک نفر گفته بود که بیشتر از تماشای تلویزیون، ویدیوهای آنلاین می‌بیند، درحالی که ۱۶ درصد ادعا کرده بودند به همان اندازه که تلویزیون تماشا می‌کنند ویدیوهای آنلاین هم می‌بینند (ر.ک: الویرا، ۲۰۱۲). بر مبنای گزارش CRTC در آن دوره، یک سوم کانادایی‌ها تلویزیون‌های آنلاین را به شیوه کاربران معمولی و سه ساعت در هفته تماشا می‌کردند (ر.ک: خبرگزاری کانادا، ۲۰۱۱). با تحولات فناوری، گسترش دسترسی به گوشی‌های هوشمند و افزایش سرعت اینترنت، این آمار بی‌تردید تا امروز به شکل تصاعدی افزایش یافته است.

اینترنت و تلویزیون سنتی لزوماً در تقابل با هم نیستند. به عقیده استرنج‌لاو، ویدیوی اینترنتی به مثابه مکمل تلویزیون عمل می‌کند. شبکه‌های سنتی تلویزیونی کلیپ‌های کوتاه، فیلم‌های تبلیغاتی و آیتم‌های خبری و نیز بخش‌هایی را در معرفی و پیشینه خود در اینترنت منتشر می‌کنند تا با رسانه‌های نوین تجاری رابطه‌ای عمیق‌تر برقرار کنند (استرنج‌لاو، ۲۰۱۵: ۲۳۱).

برنامه‌های خبری، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی و تقریباً کل محتوای پخش‌شده تلویزیونی جملگی راه خود را به اینترنت یافته‌اند. مخاطبان اینترنتی همچنین دسته روبرو‌رشدی از محتواهای ویدیویی با کیفیت بالا را تماشا می‌کنند که خاستگاهش

صرفاً در انحصار چند شرکت محدود تلویزیونی نیست. الیزابت ایوانز^۱ معتقد است برخی فعالیت‌های مخاطبان مانند دانلود تلویزیون از اینترنت، سرانجام در ساختار زمان‌بندی پخش، اختلال بزرگ‌تری را در فناوری‌های ضبط قدیمی‌تر ایجاد می‌کند اما در عوض به مخاطب آزادی بیشتری برای تعامل با تلویزیون می‌دهد (ایوانز، ۲۰۱۱: ۱۵۴). این آزادی عمل را می‌توان در دو بخش تولید و توزیع دنبال کرد.

۱-۳-۴. فرصت‌های جدید در تولید ویدیو

پژوهشی درباره مصرف ویدیوی آنلاین میان دانشجویان کالج آمریکا انجام شد نشان داد که ویدیوی آماتورها بیشتر از ویدیوی حرفه‌ای‌ها تماشا می‌شود (ها، لوکانت و ساویچ، ۲۰۱۳: ۲۸۷). ویدیوهای تولیدشده از سوی کاربران، سطح رضایت بیشتری به تماشاگر می‌دهند، انتخاب گسترده‌تری از ژانرهای برنامه‌ای را به مصرف‌کنندگان ارائه می‌کنند و سیستم راهبری و هدایت آنها بیشتر از سایت‌های شبکه‌های تلویزیونی برای کاربران راحت و دوست‌داشتنی است (همان: ۲۹۵). اکنون مخاطب آنلاین به لذت تماشای محتوای آماتور عادت کرده است. افزون بر همه اینها، جمعیت کاربران-تولیدکنندگان ویدیوها و موقعیت قوی و مستحکم سرویس پخش عمومی میان مخاطبان آنلاین، دلالت بر این دارد که سلطه شبکه‌های بزرگ پخش‌کننده در محیط آنلاین کم‌رنگ‌تر خواهد شد (همان: ۲۹۶).

یکی از مواردی که به‌خصوص با تحولات اخیر در فناوری تصویربرداری دیجیتال و تجهیزات ویدیویی اتفاق افتاده، این است که حالا دیگر برای بیشتر مردم جهان از نظر مالی و فنی این امکان وجود دارد که با دوربین تلفن همراه یا دوربین تصویربرداری کوچک یا حتی دوربین عکاسی که امکان تصویربرداری دارد، به شکلی درگیر تولید تصویر بشوند. در آغاز دهه ۲۰۱۰ فوسکو بیان داشت:

در حال حاضر وقتی می‌گویم امکان تولید تصویر به شکلی در اختیار اکثر مردم جهان هست خیالم راحت است که نظرم ریشه در واقعیت دارد، درحالی‌که اگر این سؤال، ۲۰ یا ۳۰ سال پیش مطرح شده بود خیالم تا این اندازه راحت نبود (فوسکو به نقل از هیگبی و متی‌با، ۲۰۱۲: ۱۸۲).

1. Elizabeth Evans.

اکنون به یک‌باره مسائل مرتبط با تولید ویدیو شکل دیگری یافته است؛ بسته‌های دیجیتال (نرم‌افزارهای تدوین، اصلاح رنگ و...) که به سراسر دنیا ارسال می‌شوند، با یکدیگر تفاوت خاصی ندارند. ویلیام یوریکو در این باره می‌نویسد: «ما شاهد چیزی نیستیم جز ظهور یک نظام جدید تولید که نه از درون دولت‌ها و شرکت‌های عظیم تجاری، بلکه از دل علایق مشترک، هستی یافته است» (یوریکو، ۲۰۱۳: ۳۲). هارتلی نوآورترین دستاورد حوزه تلویزیون را مردمی‌کردن قدرت تولید می‌داند (هارتلی، ۲۰۰۹: ۳۰). مطمئناً همه مخاطبان به یک اندازه به این توانمندی‌های جدید دسترسی ندارند و همه کسانی که دسترسی دارند نیز از آنها استفاده نمی‌کنند. با این حال ممکن است تنها درصد کمی از میلیاردها مخاطب متصل به اینترنت بتوانند تفاوت‌های بزرگ ایجاد کنند. به عنوان نمونه، در اغلب کشورهای غربی، تنها حدود ۵ درصد از شهروندان در کسوت کنشگر سیاسی در حوزه سیاست فعالیت می‌کنند. افزون بر این، فعالیت مخاطبان آنلاین سال به سال افزایش می‌یابد. بین سال‌های ۲۰۰۹-۲۰۱۳ در آمریکا، درصد کاربران بزرگسال اینترنتی که ویدیو بارگذاری کرده‌اند دوبرابر شده و به ۳۱ درصد رسیده است. در همین دوران تولید محتوا در میان کاربران ۱۸-۲۹ ساله افزایش چشمگیری داشته و به ۴۱ درصد رسیده است (پورسل، ۲۰۱۳: ۲). امروزه عمل تولید و توزیع ویدیو به یک رفتار متعارف و رایج مخاطبان بدل شده است.

۲-۳-۴. فرصت‌های جدید برای توزیع ویدیو

فرصت‌های جدیدی که در تولید ویدیو پدیدار شده است و در زمینه توزیع نیز قابل بررسی است. اکنون سازوکارهایی هرچند نابرابر برای توزیع وجود دارند که این امکان را فراهم می‌کنند تا تصاویر تولیدی بیشتری از نقاط گسترده‌تری از جهان دیده شوند (فوسکو به نقل از هیگی و متی‌با، ۲۰۱۲: ۱۸۳).

در مکان‌های دورافتاده این امکان به شکل بارزی قابل مشاهده است؛ چه در جنگل‌های آمازون، چه در بخش‌هایی از آفریقا که به شدت توسعه نیافته باقی مانده‌اند. حتی اگر آب لوله‌کشی برای آشامیدن وجود نداشته باشد، در صورت وجود یک سیم برق حتماً صفحه نمایش هم وجود خواهد داشت. حتی در عمق صحرا، فرسنگ‌ها دور از هر شهر، افرادی را می‌توان یافت

که از تلفن همراه استفاده می کنند و از انرژی خورشیدی برای راه انداختن رسانه ها بهره می برند. آنها به راحتی ویدیو تولید کرده و در شبکه های اجتماعی به اشتراک می گذارند.

فوسکو معتقد است که این تغییر وضعیت به دلیل تغییرهای اساسی در نظام توزیع و در نتیجه بالا رفتن سواد رسانه ای اتفاق افتاده است (فوسکو به نقل از هیگبی و متی، ۲۰۱۲: ۱۸۸). با توجه به گستره توزیع و سهولت ساخت ویدیو، فیلم سازان تجربه گرای زیادی پا به عرصه گذاشته اند. حتی آگهی های تجاری و مجموعه های تلویزیونی نیز به صورتی ساخته می شوند که انگار فیلم سازان تجربه گرا آنها را ساخته اند. به تعبیر فوسکو همه این فرم های آماتور یا محلی، جریان اصلی را آلوده کرده اند و متقابلاً جریان اصلی نیز موجب آلودگی آنها شده است. همچنین افراد زیادی از غیر حرفه ای ها می کوشند از سبک هایی که در تلویزیون و سینما می بینند در کارشان استفاده کنند (فوسکو به نقل از هیگبی و متی، ۲۰۱۲: ۱۸۹).

در گذشته شبیه سازی ها در دنیای تصاویر متحرک اتفاق نمی افتاد. در حال حاضر با وجود این اختلاط های فرمی در تصاویر متحرک به سختی می توان یک فرم غالب را شناسایی کرد، چه برسد به آنکه بتوان از آن قدم بیرون گذاشت و با دیدی انتقادی به آن نگریست.

از آنجاکه تلویزیون نخست تحت کنترل دولت ها یا در سیطره شرکت های عظیم تجاری بوده، این وسوسه همچنان وجود دارد که تعریف تلویزیون را به نظام های خالق محتوا - که مالکیت شان به دولت ها و مجتمع های عظیم رسانه ای تعلق دارد - یا نظام هایی که آنها اداره شان می کنند، محدود سازند. حدود یکصد سال پیش در سال ۱۹۲۰، تلویزیون «نه تنها در سیطره مجتمع های عظیم صنعتی» نبود، بلکه وجه مشخصه اش مخترعان و همه فن حریفان تجربه گرایی بود که با تکنولوژی تجربه اندوزی می کردند (اولیت، ۱۹۹۴: ۱۶۷). استفاده غیرمجاز محصولات تولیدی، آماتورها و خراب کاری آنلاین با الگوهای تولید و توزیع که در کانون فرهنگ پساتلویزیون دیده می شود، به ما یادآوری می کند «الگوی یک طرفه و تجاری تلویزیون، نه جزئی از سرشت ذاتی رسانه، بلکه برآمده از شیوه های اقتصادی و سیاست های تنظیم مقررات است» (همان). پیشینه تلویزیون نیز نشان می دهد که رویکرد بهتر برای تعریف این رسانه، آن است که تلویزیون به یک نظام تولید خاص و یک شکل از تماشاگری محدود نشود. عدم ویژگی خاص تلویزیون، از تغییر ماهیت تولید، توزیع، اقتصاد و نقش نوظهور مخاطبان به عنوان تولیدکننده و توزیع کننده ویدیو ناشی می شود. اکنون که تجربه

تماشا از طریق چند پلتفرم، و با اهداف چندگانه رسانه‌ای، به تجربه‌ای فراگیر و همه‌جا حاضر تبدیل شده، رسانه تلویزیون شخصیت و خصیصه‌های اساسی خود را از دست داده و به یک بستر رسانه‌ای تبدیل شده است. این دگرگونی اساسی در ماهیت نظام توزیع - از یک سیستم پخش حرفه‌ای در سده بیستم، تا عصر اینترنت کنونی - محققان و متخصصان صنعت را بر آن داشته که طیف گسترده‌ای از دگرگونی‌ها را برای نظام تلویزیون پیش‌بینی کنند. در حال حاضر تولیدکنندگان جدید، داستان‌های جدید، نقش‌های جدید مخاطبان، تغییر روابط قدرت در اقتصاد سیاسی تلویزیون، تنوع و حق انتخاب بیشتر، از بین رفتن حق مالکیت محتوای ویدیویی به‌مثابه یک دارایی خصوصی، و نیروهای دیگر بسیاری در این حوزه فعال‌اند. سبک‌های نامناسب داستان‌گویی و برنامه‌سازی سابق زنده مانده و ارتقا می‌یابند و دیگر نیاز نیست برنامه‌سازی ابتکاری و خلاف عرف، خود را با الگوهای حاکم و مسلط کسب‌وکار یا نظام‌های توزیع کنترل شده وفق دهد (استرنج‌لاو، ۲۰۱۵: ۲۳۶).

۵۵

اینترنت مخاطبان را قادر ساخته است که ارائه‌دهندگان سنتی تلویزیون و فیلم، خود را با گزینه‌های ارزان و رایگان (البته گاهی غیرقانونی) عوض کنند. هم‌زمان، صنعت شبکه‌های تلویزیونی با به‌کارگیری شیوه‌های مبتکرانه داستان‌گویی می‌کوشد به این معضل واکنش نشان دهد و محکم‌تر و با خاطری آسوده، مخاطب را به «صفحه‌نمایش تجاری»^۱ مقید نگه دارد (ر.ک: راس، ۲۰۰۸).

کاملاً عادی است که شاهد ادعاهایی باشیم مبنی بر اینکه استانداردهای صنعت تلویزیون و رژیم‌های تنظیم مقررات (رگولاتوری)، ساختار تلویزیون‌های اینترنتی را تعیین و مشخص خواهند کرد. کریستوفر تی. مارسدن^۲ در کتاب خود (۲۰۰۴) آینده ویدیوی اینترنتی را شرح و توضیح داد که چگونه حدود و ثغور آن از سوی هیئت‌های استانداردسازی، رژیم‌های تنظیم مقررات و نیروهای بازار معلوم شده است. دولت‌ها و شرکت‌های عظیم سرگرمی‌سازی بی‌شک بر مخاطبان اینترنتی تأثیر گذاشته‌اند و نقش مهمی را در شکل‌دهی آینده نظام تلویزیون ایفا خواهند کرد. به همین ترتیب باید تصدیق کرد که اینترنت، فرصت‌هایی در اختیار مخاطبان قرار داده تا برخی مقررات را دور بزنند، بازارها را به هم بریزند، و موانع فناورانه را از سر راه

1. corporate screen.

2. Christopher T. Marsden.

بردارند. چنین بستری نیروی بالقوه‌ای به مخاطبان اعطا کرده است تا به نظام نوظهور تلویزیون اینترنتی شکل بدهند. نیروهای قدرت سیاسی، سرمایه‌داران و عاملان تعیین و تنظیم مقررات، همچنان انتخاب‌های بالقوه مخاطبان و نیز عادات پنهان آنان را تحت تأثیر قرار خواهند داد، اما اینترنت، خطوط جبهه نبرد را از نو رسم کرده است و کیفیت آثار و بازارها سخت در تکاپو هستند تا از یکدیگر پیشی بگیرند (ر.ک: مارسدن، ۲۰۰۴).

۴-۴. تماشاگری هم‌زمان با وب‌گردی

در سال ۲۰۰۸ فریزیر مور^۱ نوشت:

پیش‌تر تماشای تلویزیون به معنای جلب توجه جمعی به یک وسیله واحد - یعنی دستگاه تلویزیون - بود. حال این وسیله که تلویزیون نامیده می‌شود، هر جایی که وسایل پخش‌کننده همراه حضور دارند، قابل دسترسی است (مور به نقل از استرنج‌لاو، ۲۰۱۵: ۷).

۵۶

اکنون تصاویری که در صفحات کوچک تماشا می‌شوند اغلب با دوربینی دیجیتال ساخته یا به صورت دیجیتال دست‌کاری و تدوین شده‌اند و عمدتاً در فضاهای متفاوت روی صفحات کوچک به نمایش درمی‌آیند. در بخش‌های گسترده‌ای از دنیا به‌ویژه نقاطی که در آنها سینما و تلویزیون به عنوان عناصر سرگرم‌کننده کارآمد در جریان دهه ۱۹۶۰، اوایل دهه ۱۹۷۰ و دهه ۱۹۸۰ از میان رفتند، اغلب تجارب تماشاگران تصاویر متحرک عملاً در تماشای سینما و تلویزیون اتفاق نمی‌افتد، بلکه از طریق انواع صفحه‌های کوچک شکل می‌گیرد (آکامفرا به نقل از هیگبی و متی‌با، ۲۰۱۲: ۲۵۷).

اکنون روزبه‌روز این قضیه روشن‌تر می‌شود که تجربه مخاطب از ویدیوی آنلاین وابسته به پلتفرم است (پاپیاندیس^۲ و چو،^۳ ۲۰۱۲: ۱۴۸۴). درست مانند سینما، رادیو و تلویزیون که تجربیات متفاوتی برای مخاطبان‌شان به همراه دارند و همچنین تلویزیون‌های هوشمند، گوشی‌های هوشمند، تبلت‌ها و کامپیوترهای رومیزی تجربیات متمایزی برای کاربران‌شان

1. Frazier Moore.

2. Papagiannidis.

3. Cho.

ایجاد می‌کنند. عادت‌های دیدن نسل پساتلوویزیون از یک بستر به بستر دیگر متفاوت است؛ زیرا صفحه‌های نمایش متفاوت برای شیوه‌های متفاوت دیدن استفاده می‌شوند (فالن^۱ و دوسی، ۲۰۱۲: ۱۴۸). استرنج‌لاو معتقد است که تماشای برنامه‌ریزی‌شده یک برنامه اغلب برای دستگاه‌های تلویزیون بزرگ اتفاق می‌افتد درحالی‌که صفحه‌های کوچک‌تر و موبایل، تماشای بدون برنامه را به شما پیشنهاد می‌دهند (استرنج‌لاو، ۲۰۱۵: ۱۲۷).

در دسترس بودن همیشگی تلویزیون، گرچه سبب توانمندی مخاطبان برای انتخاب برنامه‌های متنوع شده، اما عدم تمرکز را هم به همراه آورده است. مکس داوسن^۲ شرح می‌دهد که این تضاد در عبارت زیر خودش را نشان می‌دهد: «فناوری‌های جدید مربوط به ویدیوهای در دسترس می‌توانند روش‌های گوناگون ارتباط با بستر تلویزیون را اصلاح کنند که هم شامل پرت شدن حواس و هم توجه موشکافانه می‌شود» (داوسن، ۲۰۱۲: ۲۴۵).

بیشتر مخاطبان آنلاین توجه‌شان را میان صفحات نمایشی چندگانه از جمله کامپیوترها، تبلت‌ها و گوشی‌های هوشمند موقع تماشای تلویزیون تقسیم می‌کنند (وینتورینی، مارشال و دی‌آلبرتو، ۲۰۱۲: ۵). این شیوه انحراف حواس، در جریان تماشای تلویزیون اخلاص ایجاد می‌کند.

داده‌های تحقیق نیلسن می‌گوید که تنها ۲۴ درصد از وقت تماشاگران غیرمتمرکز، صرف محتوایی می‌شود که در تلویزیون به نمایش درمی‌آید؛ بقیه وقت تماشاگر غیرمتمرکز در آن بازه، صرف پیام دادن به خانواده و دوستان، سر زدن به شبکه‌های اجتماعی و زیروور کردن محتوای غیرمرتبط می‌شود (وینتورینی، مارشال و دی‌آلبرتو، ۲۰۱۲: ۶).

استفاده از صفحه نمایش ثانویه میان تماشاگران مسابقات ورزشی موقع تماشای زنده مسابقات اغلب مربوط به محتوایی است که ارتباط بسیار کمی با ورزش دارد (هارپر^۴، ۲۰۱۳: ۵). چیزی که قطعی می‌ماند این است که تماشاگر پساتلوویزیون با دسترسی به شبکه‌های اینترنتی موقع تماشای تلویزیون سرش شلوغ‌تر است. در میان بیشتر کشورهای

1. Phalen.

2. Ducey.

3. Dawson.

4. Harper.

صنعتی، ۷۵ درصد بزرگسالان موقع تماشای تلویزیون وب گردی می کنند (برمن و کسترسون تاوونز، ۲۰۱۲: ۴). طبق داده های نیلسن، این روزها استفاده از تبلت یا گوشی هوشمند موقع تماشای تلویزیون کار بسیار معمول تری است تا عدم استفاده از آنها (ر.ک: نیلسن، ۲۰۱۲). دفتر تبلیغات تعاملی (IAB)^۱ گزارش می دهد که ۸۱ درصد تماشاگران آمریکایی موقع تماشای تلویزیون وب گردی کرده یا ایمیل هایشان را چک می کنند (دفتر تبلیغات تعاملی، ۲۰۱۲). در گروه سنی ۱۸-۲۴ ساله، ۸۵ درصد در یک زمان با دو صفحه نمایش سروکار دارند (ر.ک: مک آدامز، ۲۰۱۲^۲). این تجربه تماشای چند صفحه ای با تجربه چندگانه تلویزیون ترکیب شده است. تحقیق IAB افزون بر اینها کشف می کند که با افزایش تعداد وسایل دیجیتال در خانه، تماشای تلویزیون روی دستگاه های سنتی کاهش داشته است (دفتر تبلیغات تعاملی، ۲۰۱۲: ۱۳)؛ این جمله لزوماً بدین معنا نیست که ساعت های تماشا با افزایش تعداد صفحات نمایش کم شده است. تماشاگران جوان تر اغلب کاربران گوشی های همراه هستند در حالی که تلویزیون هم تماشا می کنند (اسمیت^۳ و بویلز، ۲۰۱۲: ۵).

در میان صفحات نمایش مختلف، تلفن همراه پرطرفدارترین وسیله است. در سال ۲۰۱۹، ۱۷۵،۴ میلیون نفر در آمریکا از گوشی های هوشمند خود برای تماشای ویدیو استفاده کرده اند. پیش بینی می شود این رقم در سال ۲۰۲۰ به ۱۷۹،۴ میلیون نفر برسد. در سال ۲۰۲۰، ۳،۵ میلیارد کاربر گوشی های هوشمند در سراسر جهان وجود دارد و از هر سه نفر یک نفر گوشی هوشمند دارد (ر.ک: کلمنت، ۲۰۱۹^۵).

قابل توجه است که ۳۶ درصد کاربران تلفن های هوشمند، روزانه ویدیوهای ۵ دقیقه ای یا طولانی تر را روی تلفن های خود تماشا کرده و ۵۸ درصد ویدیوهای کمتر از ۵ دقیقه را تماشا می کنند (ر.ک: آلدشتاین، ۲۰۱۶^۶). همان طور که پیش تر اشاره شد، برای نسل پساتلویزیون، تصاویر بزرگ تر همیشه بهتر نیستند، مصرف کنندگان ویدیوی موبایل کمتر به

1. Interactive Advertising Bureau
2. McAdams
3. Smith
4. Boyles
5. J. Clement
6. Nigel Edelshain

کیفیت اهمیت می‌دهند و سرعت دریافت برایشان مهم‌تر است (ها، لوکانت و ساویچ، ۲۰۱۳: ۲۹۵).

نتیجه‌گیری

مخاطبان در تجربه‌های جدید تلویزیونی به تدریج نقش دروازه‌بان‌های تجاری را تصاحب می‌کنند. تغییرات در رابطه میان جامعه با تلویزیون ناشی از تحول زیرساخت فناوری از آنالوگ به دیجیتال است که منجر به بازسازی عمده زندگی اجتماعی شده است. اکنون مخاطبان اینترنتی با محتوای تولیدشده مخاطبان دیگر روبه‌رو هستند؛ محتوایی که بسیاری از فرضیه‌های سیاسی و اقتصادی حاکم روزگار را به چالش می‌کشد. مخاطب آنلاین در مقایسه با مخاطب آفلاین در سده بیستم، چالش‌های بیشتری برای سیستم‌های رسانه‌ای جریان اصلی ایجاد کرده و کار سیاست‌گذاری و مدیریت رسانه‌های سنتی را با پیچیدگی‌های تازه‌ای مواجه می‌کند.

این مخاطب جدید یا «فرامخاطب» سطح خودآگاهی و توانمندی بالاتری دارد و از فرصت‌ها، امکان‌ها و دسترسی‌های بیشتری در میدان رسانه برای کنشگری برخوردار است. فرهنگ پساتلوویزیون زمانی صاحب نیرویی اثرگذار خواهد شد که تک‌تک افراد - که پیش‌تر «مخاطب» نام داشتند - با سطح بالاتری از آگاهی عمومی و سواد رسانه‌ای، تولیدکننده، توزیع‌کننده و روایت‌گر روایت‌های ناگفته و یا کمترگفته‌شده در سپهر رسانه‌ای باشند و فرهنگ‌ها و هویت‌های بازنمایی‌نشده و یا انکارشده در جریان‌های مسلط رسانه‌ای حاکم بر جهان را بازنمایی کنند.

دگرگونی اساسی در ماهیت نظام توزیع - از یک رسانه توزیع و پخش در سده بیستم، تا عصر کنونی اینترنت - محققان و متخصصان رسانه را بر آن داشته که طیف گسترده‌ای از دگرگونی‌ها را برای نظام تلویزیون پیش‌بینی کنند. در حال حاضر نقش‌های جدید مخاطبان در تولید و توزیع محتوای ویدیویی سبب شده است الگوهای حاکم و مسلط و نظام‌های توزیع کنترل‌شده، نیازمند بازنگری شود.

پیش‌فرض هرگونه سیاست‌گذاری رسانه در دنیای امروز باید چنین دریافت و ادراکی از مفهوم «فرامخاطب» باشد. رسانه‌های تجاری، دولتی و یا خدمت عمومی اگر درکی از «فرامخاطب» نداشته باشند و همچنان بر مبنای تصویری ایستا از مخاطب سنتی منفعل -

که هیچ چاره و گزینه‌ای جز تماشای یک چیدمان رسانه‌ای محدود و ثابت ندارد و هیچ کنشی در برابر محتوای آن نمی‌تواند داشته باشد - عمل کنند، در رقابت‌های شدید میدان رسانه در جهان امروز شکست خواهند خورد.

از منظر منافع ملی و مصالح فرهنگی نیز وجود «فرامخاطبان» آگاه، توانمند و کنشگر به نفع رشد فکری و بالندگی فرهنگی هر جامعه است. سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی برای افزایش سطح آگاهی‌ها و سواد رسانه‌ای مخاطبان و توانمندسازی آنان برای کنشگری در سپهر نوین رسانه، ضامن تداوم ارزش‌های بنیادین اجتماعی و مصون‌سازی فرهنگ عمومی از آسیب‌های بیرونی و درونی است. همان‌گونه که در نبردهای نظامی، اکتفا به نیروهای رزمی کلاسیک کافی نیست و بسیج عمومی و مردمی تعیین‌کننده معادله‌های میدان است، در عرصه رسانه نیز دیگر نمی‌توان تنها به رسانه‌های کلاسیک - اعم از تجاری، دولتی و یا خدمت عمومی - اکتفا کرد؛ وجود یک جبهه گسترده و پرشمار از «فرامخاطبان» که تنها مصرف‌کننده منفعل محصولات رسانه‌ای نیستند بلکه خود تولیدکننده و توزیع‌کننده پیام‌ها و محتواهای رسانه‌ای هستند، و به دیگر محتواها و پیام‌ها واکنش نشان می‌دهند، نقش مهمی در تعیین معادله‌های میدان دارد. همان‌گونه که ساحت حقیقی یک «جامعه» با وجود شهروندان مسئول و فعالی که به نیکی (معروف) و بدی (منکر) بی‌تفاوت نیستند به تدریج از عوارض ناهنجاری‌ها، ناامنی‌ها و نابرابری‌ها زده می‌شود؛ در ساحت رسانه و به خصوص فضای تعاملی رسانه‌های نوین نیز در صورت وجود انبوه «فرامخاطبان» آگاه و کنشگر می‌توان امیدوار به کاهش ناهنجاری‌ها، ناامنی‌ها و نابرابری‌ها بود. از این رو به ایده «فرامخاطب» نه صرفاً به مثابه یک تهدید بلکه به عنوان یک فرصت باید نگریست.

مردمی شدن تولید و توزیع ویدیو و اینترنتی شدن تلویزیون، عصر پساتلویزیون را به یک برهه تاریخی مهم تبدیل کرده است. برنامه‌های خبری، فیلم‌های سینمایی، سریال‌های تلویزیونی و تقریباً کل محتوای پخش شده تلویزیونی همگی راه خود را به اینترنت یافته‌اند. مخاطبان اینترنتی همچنین دسته روبروشدی از محتواهای ویدیویی با کیفیت بالا را تماشا می‌کنند که خاستگاه آن صرفاً انحصار چند شرکت و شبکه معدود تلویزیونی نیست. برخی فعالیت‌های مخاطبان مانند تماشای تلویزیون در اینترنت، سرانجام در ساختار زمان‌بندی پخش اختلال بزرگ‌تری را به فناوری‌های ضبط قدیمی‌تر ایجاد کرده اما در عوض به

مخاطب فرصت‌های بیشتری برای تعامل با تلویزیون می‌دهد. این فرصت‌ها را می‌توان در دو بخش تولید و توزیع دنبال کرد.

مخاطب آنلاین، خود وارد عمل می‌شود، ویدیو می‌سازد و آن را با مخاطبان دیگر به اشتراک می‌گذارد. فناوری‌های نوین رسانه‌ای مخاطبان را توانمند کرده تا از بسیاری محدودیت‌های پیشین عبور کنند؛ چنین بستری به فرامخاطبان نیروی بالقوه‌ای برای شکل‌دهی به نظام نوظهور تلویزیون اینترنتی اعطا کرده است. نیروهای قدرت سیاسی، سرمایه‌داری و تنظیم مقررات، همچنان به ایفای نقش و اثرگذاری بر انتخاب‌های بالقوه مخاطبان و شکل‌دهی به عادت‌های آنها ادامه خواهند داد، اما فضای ارتباطی و تعاملی جدید، خطوط جبهه نبرد را از نو رسم کرده است و کنشگران و بازارهای جدیدی پدیدار شده که سخت در تکاپو بوده تا از یکدیگر پیشی بگیرند.

با توجه به نقش‌هایی که فرامخاطبان به‌عنوان تولیدکننده و توزیع‌کننده ویدیو برعهده گرفته‌اند، به نظر می‌رسد می‌بایست برای بازتعریف تلویزیون به‌عنوان یک نظام تولید غیرمتمرکز و غیرمحدود با مشارکت گسترده‌تر مردمی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری شود. اکنون که تجربه تماشا از طریق چند پلتفرم و با اهداف چندگانه رسانه‌ای، به تجربه‌ای فراگیر و همه‌جا حاضر تبدیل شده، رسانه تلویزیون نیز می‌تواند شخصیت و خصیصه‌های تازه‌ای یافته و به یک بستر رسانه‌ای جدید تبدیل شود.

فهرست منابع

۱. آی تی ایران. (۱۳۹۶). آمارهای تازه از آپارات. بازیابی شده در تاریخ ۱۰ تیر ۱۳۹۹ از: <https://itiran.com/2017/07/30/> آپارات - تازه - از - آپارات /
۲. اکبرزاده جهرمی، سیدجمال (۱۳۹۶). «پساتلویزیون در ایران: ارزیابی اقدامات صداوسیما در قبال هم‌گرایی رسانه‌ای»، فصلنامه عملی - پژوهشی مطالعات رسانه‌های نوین، سال سوم، شماره دهم، تابستان ۱۳۹۶.
۳. تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۷). «متن، وانموده و تحلیل گفتمان در گفتمان». فصل‌نامه سیاسی اجتماعی، تهران، شماره صفر، بهار ۱۳۷۷.
۴. حسینی، سیدعماد (۱۳۹۸). «پساتلویزیون؛ دگرگونی‌های تلویزیون در عصر هم‌گرایی رسانه‌ای»، نشریه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، سال دوم، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸.
۵. خانیکی، هادی. (۱۳۸۰). گفت‌وگوی تمدن‌ها و ارتباطات بین‌المللی. پایان‌نامه دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی.
6. Accenture. (2013). "Video - over - Internet Consumer Survey 2013." Accenture. com. pp. 1 - 16.
7. Baig, Edward C. , and Mike Snider. (2012). "Mobile Devices Star in Prime Time at Home. " USA Today, 1 June 2012.
8. Berman, Saul, and Lynn Kesterson - Townes. (2012). **Beyond Digital: Connecting Media and Entertainment to the Future**. Somers, NY: IBM Global Business Services.
9. Bryman, Alan (2012) **Social Research Methods**. Oxford: Oxford University Press.
10. Canadian Press. (2013). "More Canadians Watching TV Online, Opting for Wireless over Landlines. " Globe and Mail, 26 September 2013.
11. Carey, James. (1989). **Communication as Culture: Essays on Media and Society**. London: Routledge.
12. Casio. (2012). "Cisco Annual Internet Report (2018 - 2023) White Paper" Casio, March 9 2020. <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/collateral/>

executive _ perspectives/annual _ internet _ report/white _ paper _ c11 _ 741490. html

13.Castells, Manuel, Mireia Fernández _ Ardèvol, Jack Linchuan Qiu, and Araba Sey. (2009) **Mobile Communication and Society: A Global Perspective**. Cambridge, MA: MIT Press.

14.Castells, Manuel (2009) **Communication Power**. Oxford: Oxford University Press.

15.Chozick, Amy, and Brian Stelter (2012) “In Search of Apps for Television. ” New York Times, 27 April 2012.

16.Clement. J. (2019) “Mobile video in the United States _ Statistics & Facts. ” statista, 29 Nov 2019. https://www.statista.com/topics/2725/mobile_video_in_the_united_states/#dossierSummary__chapter1

17.Cubitt, Sean. (1993). **Videography: Video Media as Art and Culture**. New York: St Martin’s Press.

18.Cui, Yanqing, Jan Chipehase, and Younghee Jung. (2007). “Personal TV: A Qualitative Study of Mobile TV Users. ” In Pablo Cesar, Konstantinos Chorianopoulos, and Jens F. Jensen, (eds.), *Interactive TV: A Shared Experience*, 196 _ 204. Berlin: Springer, 2007.

19.Edelshain, Nigel. (2016). “HOW DO PEOPLE VIEW VIDEOS ON THEIR SMARTPHONES?. ” wainscotmedia, 2 May 2016. http://wainscotmedia.com/blog/people_view_videos_smartphones

20.Edgecliffe _ Johnson, Andrew. (2009). “Media Wants to Break Free. ” **Financial Times**, 17 May 2009.

21.Evans, Elizabeth. (2011). **Transmedia Television: Audiences, New Media, and Daily Life**. London: Routledge.

22.Evens, Tom, Katrien Lefever, Peggy Valcke, Dimitri Schuurman, and Lieven De Marez. (2011). “Access to Premium Content on Mobile

- Television Platforms: The Case of Mobile Sports. ” **Telematics and Informatics**, 28 (2011): 32 _ 9.
- 23.Goggin, Gerard. (2010) **Global Mobile Media**. London: Routledge.
- 24.Goggin, Gerard. (2013) “Changing Media with Mobiles. ” In John Hartley, Jean Burgess, and Axel Bruns, (eds.), **A Companion to New Media Dynamics**, 193 _ 208. West Sussex, UK: Wiley _ Blackwell.
- 25.Goggin, Gerard. (2013) “Sport and the Rise of Mobile Media. ” In Brett Hutchins and David Rowe, (eds.), **Digital Media Sport: Technology and Power in the Network Society**, 19 _ 36. London: Routledge.
- 26.Gripsrud, Jostein (ed.). (2010). **Relocating television: Television in the digital context**. London and New York: Routledge.
- 27.Ha, Louis, Dominik Leconte, and Jennifer Savidge. (2013). “From TV to the Internet to Mobile Phones: A National Study of U. S. College Students’ Multiplatform Video Use and Satisfaction. ” In Francis L. F. Lee, Louis Leung, Jack L. Qiu, and Donna S. C. Chu, (eds.), **Frontiers in New Media Research**, 287 _ 98. London: Routledge.
- 28.Harper, Chris. (2013). **Global Sports Media Consumption Report**. London: TV Sports Market, pp. 1 _ 62.
- 29.Hess, Shawn. (2012). “Nielsen and Google AdWords Study Younger TV Viewers. ” WebProNews, 17 May 2012. <https://www.webpronews.com/nielsen-and-google-adwords-study-younger-viewers/>
- 30.Horváth, Dóra, Tamás Csordás, and Nóra Nyirő. (2012). “Rewritten by Machine and New Technology: Did the Internet Kill the Video Star?” **Participations: Journal of Audience & Reception Studies**, 9 (November 2012): 526 _ 57.
- 31.Interactive Advertising Bureau. (2012). “The Multi _ screen Marketer” New York: Econsultancy, May 2012.

- 32.ITU. (2019). “New ITU data reveal growing Internet uptake but a widening digital gender divide” itu, 5 November 2019. https://www.itu.int/en/mediacentre/Pages/2019_PR19.aspx#:~:text=text%22&text
- 33.Katz, Elihu and Paddy Scannell (eds.). (2009). ‘The end of television? It’s impact on the world (so far)’. Special edition of **The Annals of the American Academy of Political and Social Science**: 625. Thousand Oaks: Sage.
- 34.Katz, James E. (2011). “Conclusion. ” In James E. Katz, (ed.), **Mobile Communication Dimensions of Social Policy**, 303 – 10. London: Transaction Publishers.
- 35.Kovach, Steve. (2013) “Time Spent Watching Video on Mobile Devices Has Doubled in the Last Year. ” **Business Insider**, 19 June 2013.
- 36.Ling, Rich, and Jonathan Donner. (2009). **Mobile Communication**. Malden, MA: Polity Press.
- 37.Lotz, Amanda D. (2007). **The Television Will Be Revolutionized**. New York: New York University Press.
- 38.Malik, Aisha. (2019). “64 percent of Canadians use their phone to watch online video: study. ” mobilesyrup, 26 JUN 2019. <https://mobilesyrup.com/2019/06/26/64-percent-canadians-use-phone-watch-online-video/>
- 39.Marijke de Valck and Jan Teurlings, eds. (2013). **After the Break: Television Theory Today**. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- 40.Marsden, Christopher T. (2004). “The Challenges of Standardization: Toward a Next Generation Internet. ” In Eli Noam, Jo Groebel, and Darcy Gerbarg, (eds.), **Internet Television**, 113 – 41. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 41.Mohsin, maryam. (2020). “10 Youtube Stats Every Marketer Should Know in 2020 [Infographic]. ” oberlo, 11 May 2020. <https://www.oberlo.com/blog/youtube-statistics>

42. Morley, David (1980) **The Nationwide Audience: Structure and Decoding**. London: British Film Institute.
43. Nightingale, V. and Dwyer, T. (2006) 'The audience politics of "enhanced" television formats', **International Journal of Media and Cultural Politics**, 2(1): 25 - 42.
44. O'Neill, Jim. (2012). "iPad Owners, Potential Owners More Likely to Cut Cord, Downgrade Pay - TV Buy." FierceOnlineVideo, 12 November 2010.
45. Oliveira, Michael. (2012). "One in Four Canadians Watch More Online Video than TV: Survey." Globe and Mail, 2 May 2012.
46. Phalen, Patricia F. , and Richard V. Ducey. (2012). "Audience Behavior in the Multi - screen 'Video - verse.'" **International Journal on Media Management**, 14 (2012): 141 - 56.
47. Ouellette, Laurie. (1994). "Will the Revolution Be Televised?" In Peter D'Agostino and David Tafler, (eds.), *Transmission: Toward a Post - Television Culture*, 165 - 87. London: Sage.
48. Poeter, Damon. (2013). "NPD: Rising Tide for Streaming Media Players." PC Magazine, 1 May 2013.
49. Purcell, Kristen. (2013). "Online Video 2013." Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, DC, 10 October 2013.
50. Savvas Papagiannidis, and Vincent Cho. (2012). "User Experience on Mobile Video Appreciation: How to Engross Users and to Enhance Their Enjoyment in Watching Mobile Video Clips." **Technology Forecasting and Social Change**, 79 (October 2012): 1484 - 94.
51. Smith, Aaron, and Jan Lauren Boyles. (2012). "The Rise of the 'Connected Viewer.'" Pew Research Center's Internet & American Life Project, Washington, DC, 17 July 2012.
52. Spangler, Todd (2012) "Why 'TV Everywhere' Still Isn't Everywhere." **Multichannel News**, 30 April 2012.

53. Strangelove, Michael. (2015) **Post TV: Piracy, Cord – Cutting and Future of television**. University of Toronto Press.
54. Ross, Sharon Marie. (2008) **Beyond the Box: Television and the Internet**. Oxford: Blackwell.
55. Turner, Graeme and Jinna Tay, eds. (2009). **Television Studies After TV: Understanding Television in the Post – Broadcast Era**. London: Routledge.
56. Uricchio, William. (2013). “Constructing Television: Thirty Years that Froze an Otherwise Dynamic Medium. ” In Marijke de Valck and Jan Teurlings, (eds.), **After the Break: Television Theory Today**, 65-78. Amsterdam: Amsterdam University Press.
57. Wingfield, Nick. (2014) “With Twitch Acquisition Talks, Validation of Games as a Spectator Sport. ” **New York Times**, 19 May 2014.

عصری سازی سیره و سبک زندگی معصومان علیهم السلام

ناصر رفیعی^۱

چکیده

سنت و سیره رسول خدا صلی الله علیه و آله و امامان معصوم علیهم السلام اعم از گفتار، رفتار و تقریرشان در کنار قرآن و وحی دومین منبع دریافت معارف دینی بوده و حجت است، براساس حدیث معتبر ثقلین نبی مکرم اسلام صلی الله علیه و آله، قرآن و عترت را به عنوان دو ثقل برای هدایت جامعه معرفی کرد. بخش عمده ای از زندگی آنان فرازمانی و فرامکانی بوده و اختصاص به دوران خاصی ندارد، گرچه بخش هایی از سیره آنها اختصاصی بوده و متأثر از شرایط حاکم بر زمان حضور معصوم است. تأسی به سیره و سبک زندگی معصومان علیهم السلام و استخراج اصول حاکم بر زندگی آنان به منظور عصری سازی و الگوپذیری در ابعاد مختلف زندگی امروزین ما اثرگذار خواهد بود.

پژوهش حاضر ضمن تفکیک بین سیره و سبک زندگی فراگیر و قابل تأسی، و سیره اختصاصی و مبتنی بر مقامات معنوی معصومان علیهم السلام مانند عصمت به بیان مهم ترین اصول حاکم بر سبک زندگی معصومان علیهم السلام و مبانی این اندیشه می پردازد.

■ واژه های کلیدی

عصری سازی، سیره، سبک زندگی، معصومان، الگوپذیری.

۱. دانشیار گروه شیعه شناسی جامعه المصطفی العالمیه، n.rafei110@yahoo.com

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۶

۱. مقدمه

یکی از راه‌های بنیادین و اساسی رشد شخصیت و شکوفایی استعداد، آشنایی با سبک زندگی انسان‌های وارسته و پیشتاز در کمالات معنوی است. دستیابی به سیره و سبک زندگی الگوهای نیکو و مطالعه ابعاد زندگی آنان، از مهم‌ترین راهکارهای تربیت نفوس پاک و اصلاح نابسامانی‌های اخلاقی است. براساس آموزه‌های وحیانی، رفتار و سبک زندگی معصومان علیهم‌السلام به‌عنوان والاترین آفریده‌های هستی برای همه دوران‌های زندگی بشر، چراغ راه است. شخصیت‌هایی که از عصمت، علم لدنی و ولایت تکوینی و تشریعی برخوردار بوده و خدای متعال آنان را پاکیزه قرار داده است (احزاب ۳۳).

بزرگوارانی که مردم به اطاعت محض از آنان فرمان داده شده (نساء ۵۹) و الگوی نیکو هستند (احزاب ۲۱). باید توجه داشت حیات نورانی آنان دو جنبه بشری و فرابشری دارد و آنچه مربوط به مقامات معنوی و فرابشری آنان است مانند جایگاه محدث بودن، تصرف در عالم هستی، خبر از غیب، طی الارض، پاسخگویی عالمانه به پرسش‌ها در کودکی و... قابل الگوبرداری نیست و از موضوع این نوشتار خارج است اما بخش عادی و بشری زندگی آن بزرگواران از دو منظر قابل بررسی است:

۱. رفتارهای فرازمان و فرامکان که در همه عصرها قابل الگوبرداری و اجراست مانند مدارا، حسن خلق، بردباری، حریت و آزادی و عزتمندی؛
 ۲. رفتارهایی که عنصر زمان و مکان در شکل‌گیری آن نقش داشته و متغیر است مانند سبک لباس پوشیدن، صلح، جنگ، غذا، خانه‌داری، تعداد فرزندان و... به‌عنوان نمونه لباس امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام ساده و از جنس کرباس بود و وصله داشت به‌گونه‌ای که گاهی مورد اعتراض قرار می‌گرفت (نهج / البلاغه، خطبه ۱۶۰) درحالی‌که امام صادق علیه‌السلام لباس فاخر و گاهی گران‌قیمت می‌پوشید و از این جهت نیز مورد اعتراض واقع می‌شد. داستان اعتراض سفیان ثوری به امام صادق علیه‌السلام گواه بر این مطلب است (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۵: ۶۵).
- نوشتار پیش رو، رفتارهای دسته اول را مورد بررسی قرار داده و به تحلیل عصری‌سازی آن می‌پردازد.

۲. رابطه سکولاریسم و عصری‌نگری

پیش از ورود به بحث سبک‌سازی و الگوگیری از سیره معصومان علیهم‌السلام در ابعاد مختلف

فردی، اجتماعی، اقتصادی، خانوادگی، سیاسی و... جا دارد نگاهی به اندیشه سکولارها در زمینه ناکارآمدی دین از اداره امور دنیا به‌ویژه حوزه سیاست و حکومت داشته باشیم؛ دیدگاهی که نتیجه باور به آن، انکار روزآمدی سیره معصومان^ع در شرایط کنونی است. اندیشه سکولاریسم به‌عنوان یکی از اصول اساسی مدرنیته، ریشه در مسیحیت و عملکرد نادرست متولیان کلیسا و محتویات ضعیف کتاب مقدس دارد، اندیشه‌ای که معادل عربی «علما نیت» و فارسی «جدانگاری دین از دنیا» است و با رشد علم و صنعت در اواخر قرن نوزدهم شکل گرفت و به کشورهای اسلامی راه یافت.

مهم‌ترین اصول سکولاریسم عبارت‌اند از:

۱. اهتمام به علم و عقلانیت؛

۲. جدایی نهاد دین از حکومت؛

۳. حاکمیت مردم به جای حاکمیت الهی.

در دهه‌های اخیر این تفکر به یکی از جریان‌های فکری مهم جهان اسلام تبدیل شد به‌گونه‌ای که ایده سکولاریسم اسلامی را شکل داد (میراحمدی، ۱۳۸۷: ۹۷). عقب‌ماندگی مسلمانان در عرصه‌های مختلف، رشد علم و دانش در غرب و خودکم‌بینی برخی شخصیت‌های اسلامی این اندیشه را تقویت کرد.

باورمندان به این ایده با تقلیل مفهوم سکولاریسم به ساحت سیاسی بر این باورند که تنظیم زندگی سیاسی نیازمند قوانین و ساختاری است که اسلام فاقد آن می‌باشد. سکولاریسم اسلامی به‌مثابه سکولاریسم مطلق، به‌صورت کلی مرجعیت دین را در امور زندگی انکار نمی‌کند بلکه تنها منکر این مرجعیت در زندگی سیاسی و اجتماعی بشر است، اینان بر این باورند که در قرآن و سنت فقط اصول ارزشی مربوط به حکومت به‌عنوان شریعت ثابت بیان شده نه شکل آن، آنچه از مسائل شکلی حکومت در کتاب و سنت آمده مربوط به صدر اسلام است که مسلمان امروز موظف به حفظ آن نیستند (شبستری، ۱۳۹۳: ۶۴). پیروان این اندیشه به‌صراحت مرجعیت دین را در زندگی سیاسی و اجتماعی زیر سؤال می‌برند.

در عصر جدید، سکولاریسم به معنای کنار گذاشتن آگاهانه دین از صحنه معیشت و سیاست معرفی شده است. حکومت سکولار، حکومتی است که با دین ضدیت ندارد اما دین را نه مبنای مشروعیت خود قرار می‌دهد و نه مبنای عمل خود (سروش، ۱۳۹۳: ۴۲۳).

اینان در نهایت سکولاریسم را جایگزین مذهب معرفی کرده و آن را فراتر از جدایی دین و سیاست می‌دانند.

بدین ترتیب سکولاریسم در همه ابعاد و شئون زندگی پیاده می‌شود از جمله در زندگی سیاسی، و در واقع سکولاریسم با بیانی که کردیم جای مذهب را می‌گیرد (همو، ۱۳۸۸: ۷۹). سکولاریسم اسلامی با تأکید بر ضرورت رعایت ارزش‌هایی همچون تقوا و عدالت در زندگی سیاسی و اجتماعی، مرجعیت دین را در تبیین این ارزش‌ها می‌پذیرد اما این به معنای پذیرش مرجعیت دین در تنظیم زندگی سیاسی براساس قوانین دینی نیست. بررسی متون دینی و وحی به‌خوبی آشکار می‌سازد این اندیشه، ایده‌ای فرقه‌گرایانه است که مبتنی بر برداشت خاص از آموزه‌های اسلامی است؛ برداشتی که مغایر با روح اسلام، آموزه‌های قرآن و سیره معصومان علیهم‌السلام است و می‌توان آن را «اسلام حداقلی» نامید و به‌طبع منجر به اندیشه تعدد قرائت از متون دینی خواهد شد (شبستری، ۱۳۸۴: ۱۸). نتیجه این باور نسبیت و فقدان معیار داوری در اعتباریابی معرفت‌های دینی است.

مروری بر آموزه‌های قرآن و سنت، سستی این دیدگاه را روشن می‌کند، قرآن کریم در یک اصل کلی می‌فرماید: الَّذِينَ إِنْ مَكَانَهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَآتَوُا الزَّكَاةَ وَأَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَنَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ (حج، ۴۱). اقامه معروف و مبارزه با منکر دو اصل اساسی است که معصومان علیهم‌السلام همواره به آن اهتمام داشتند: المعروف ما امرتم، المنکر نهیتم عنه (زیارت جامعه کبیره)

شهید مطهری رحمته‌الله می‌فرماید:

هر مصلحی که موفق شد این چهار اصل مذکور را عملی سازد یعنی افکار و اندیشه‌ها را متوجه اسلام راستین سازد، بدعت‌ها و خرافات را از مغزها بیرون براند و به زندگی عمومی از نظر تغذیه، مسکن، بهداشت و آموزش و پرورش سامان بخشد و روابط انسانی انسان‌ها را براساس برابری، برادری و احساس اخوت و همسانی برقرار سازد و ساحت جامعه را از نظر نظامات و مقررات حاکم طبق الگوی خدایی اسلام قرار دهد به حداکثر موفقیت نایل آمده است (مطهری، بی‌تا: ۷۰).

باور ما به حاکمیت اسلام، تمام و کامل بودن آن، ثبات احکام در کنار آیات اجتماعی و

حکومتی قرآن کریم، نامه‌های رسول خدا ﷺ، خطبه‌های نهج البلاغه، سخنان و سیره معصومان و تشکیل حکومت نبوی و علوی گویای فرازمانی و فرامکانی بودن اسلام است، آموزه‌های اساسی مانند اقامه عدل، مبارزه با ظلم، دفاع از مظلوم، اجرای حدود، مساوات، تعاون و... برخاسته از روح دین است. دینی که علمیت و عقلانیت از ارکان اصلی آن محسوب شده و همواره به سنجش آموزه‌های دینی براساس داده‌های عقلی و علمی تأکید دارد، چگونه می‌تواند به سکولاریسم اسلامی باورمند باشد درحالی که همه معصومان در امور سیاسی و اجتماعی ورود داشته و هزینه آن را با زندان، تبعید و شهادت پرداخته‌اند.

اگر حوزه دین منحصر به امور ارزشی و فردی بود، چرا امام حسین برای اقامه حکومت دینی شمشیر زد، سیره معصومان از پشتوانه‌های وحیانی و عقلانی برخوردار است که نمی‌توان آن را منحصر به سده‌های نخست تاریخ اسلام دانست، ارجاع مردم به فقها در دوران غیبت، تأکید بر مبارزه دائمی با ستمگران، برپایی عدالت و اقامه حدود الهی، مستلزم تشکیل حکومت و پیام‌آور عصری‌نگری و لزوم سبک‌سازی برای همه دوران‌هاست گرچه پاره‌ای از امور که اشاره خواهد شد متأثر از شرایط زمانی و مکانی است، اما چنین نیست که به کلی اندیشه سیاسی اسلام را منکر شده و صدها نص و شاهد تاریخی مبنی بر فراگیر بودن آموزه‌های دینی در همه عصرها را نادیده بگیریم.

۳. مبانی عصری‌سازی سیره معصومان

عصری‌سازی سیره معصومان و الگوگیری از سبک زندگی آن بزرگواران مبتنی بر مبانی و اصول موضوعه‌ای است که بدون شناخت و پذیرش آن مبانی، ارائه بحثی کاربردی ممکن نیست، مبانی‌ای که پذیرش یا رد آنها تأثیر مستقیم در ارائه چارچوب مباحث دارد. مهم‌ترین این مبانی عبارت‌اند از:

۳-۱. حجیت سیره معصومان

یکی از آموزه‌ها و باورهای اساسی ما اعتقاد به عصمت پیامبر اکرم و امامان است. عصمت یعنی مصونیت از هر گناه کبیره، صغیره، خطا و اشتباه، به تعبیر علامه حلی عصمت یعنی لطف خفی خداوند به بنده به گونه‌ای که دیگر انگیزه‌ای برای ترک اطاعت یا انجام معصیت در او نمی‌ماند هرچند توان آن را دارد (حلی، ۱۷۴۱ق: ۹). در مورد منشأ عصمت

دیدگاه‌های مختلفی ارائه شده است، مانند: تمامیت عقل، علم خاص، اراده قوی و حسن انتخاب، تسدید روح و لطف خاص الهی که در علم کلام مورد بحث قرار گرفته است (ر.ک: گلپایگانی و واعظ حسینی، ۱۳۹۳: ۵۱).

حجیت، فعل، قول و تقریر معصومان علیهم‌السلام مبتنی بر پذیرش عصمت است، دلایل عقلی و نقلی فراوانی بر عصمت و لزوم تبعیت از معصومان علیهم‌السلام ارائه شده، آیات متعدد قرآن مانند (نساء، ۵۹؛ توبه، ۱۱۱؛ حشر، ۱۷؛ مائده، ۵۵) و روایات متعدد مانند حدیث ثقلین و منزلت بخشی از این ادله است (ر.ک: شوشتری، ۱۴۰۹ق، ج ۹: ۳۰۹).

۲-۳. لزوم تأسی به سیره معصومان علیهم‌السلام

انسان فطرتاً موجودی است اسوه‌یاب و الگوطلب، انسان‌ها متأثر از رفتار یکدیگرند، البته تقلید و پیروی بی‌قیدوشرط و کورکورانه ناپسند بوده و مطلوب نیست چنانچه در آیات قرآن کریم چنین تبعیتی به شدت سرزنش شده است (زخرف، ۲۳)؛ روش قرآن کریم ارائه الگوهای هدایتگر و مثبت، و معرفی افراد اغواگر و منفی است.

تأکید قرآن کریم بر پیروی از شخصیت‌هایی مانند حضرت ابراهیم علیه‌السلام (مریم، ۴۱)، حضرت اسماعیل علیه‌السلام (مریم، ۵۴)، حضرت موسی علیه‌السلام (مریم، ۵۱)، حضرت ادريس علیه‌السلام (مریم، ۵۶)، حضرت آسیه علیه‌السلام (تحریم، ۱۱) و تأکید بر دوری از چهره‌های منفی مانند فرعون (دخان، ۳۱)، نمرود (بقره، ۲۵۸)، بلعم باعورا (اعراف، ۱۷۱)، ابلیس (شعراء، ۹۵) و... شاهد بر این ادعاست. قرآن کریم در یک اصل کلی می‌فرماید: أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِيَ الْأَمْرِ مِنْكُمْ (نساء ۵۹)، سرآمد الگوهای قرآنی رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم است (احزاب، ۲۱).

حضرت علی علیه‌السلام می‌فرماید:

ولقد كان في رسول الله صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم كاف لك في الاسوه ودليل لك على ذم الدنيا وعيبيها... فتأس بنبيك الاطهر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم، فان فيه اسوه لمن تأسى وعزاء لمن تعزى؛ به تحقیق برای تو کافی است که روش رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم را سرمشق خود قرار دهی و راهنمای خود در نکوهش دنیا و مذمت و رسوایی فراوان و بدی‌هایش بشماری، پس به پیامبر پاکیزه و پاکت اقتدا کن که راه و رسم او، الگویی است برای الگوظلبنان و مایه فخر و بزرگی است برای کسی که خواهان بزرگواری باشد (نهج/البلاغه، خطبه ۱۶۰).

قرآن کریم مخالفت با پیامبر ﷺ را موجب کیفر سخت می‌خواند (انفال، ۱۳) این آیات دلالت بر لزوم تبعیت محض از آن حضرت دارد، اطاعت پیامبر ﷺ مانند اطاعت خدا واجب است (نساء، ۸۰).

لزوم تأسی و تبعیت از سیره ائمه معصومین نیز در آیات و روایات مورد تأکید قرار گرفته است (نساء ۸۳)، (توبه ۱۱۱).
امیر المؤمنین می‌فرماید:

انظرو اهل بیت نبیکم فالزموا سمتهم واتبعوا اثرهم فلن یخرجوکم من هدی ولن یعیدوکم فی ردی فان لبدوا فالبدوا وان نهضوا فانهضوا ولا تسبقوهم فتضّلوا ولا تتأخروا عنهم فتهلکوا؛ بنگرید به اهل بیت پیامبر خود و از طریقه ایشان جدا نشده و رفتارشان را پیروی کنید که هرگز شما را از راه راست بیرون نمی‌برند و به هلاکت و گمراهی بر نمی‌گردانند. اگر سکوت کردند سکوت کنید و اگر قیام کردند قیام کنید، از آنها پیشی نگیرید که گمراه می‌شوید و از آنان عقب نمانید که نابود می‌گردید (نهج البلاغه، خطبه ۹۷).

حدیث متواتر ثقلین از مهم‌ترین ادله برای لزوم پیروی از اهل بیت پیامبر ﷺ است (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۱: ۲۹۴)، مرحوم میرسیدحامدحسین هندی از ۱۸۷ تن از مشاهیر و حافظان حدیث و عالمان اهل سنت حدیث را روایت کرده است (ر.ک: میرسیدحامد حسین، ۱۳۶۶ش، ج ۱: ۱۶۷).

۳-۳. فرازمانی بودن تأسی به اهل بیت

سیره اهل بیت ﷺ در همه دوران‌ها قابل تأسی و الگوبرداری است. همراهی و معیت قرآن و اهل بیت ﷺ در حدیث ثقلین گویای آن است که حجیت سیره آنان مانند آیات قرآن منحصر به زمان خاصی نیست، اسلام دینی جهانی و فراگیر است. رسول خدا ﷺ برای همه انسان‌ها برانگیخته شده و اختصاص به دوران خاصی ندارد (اعراف، ۱۵۸) و حلال و حرام پیامبر پایدار و جاودان است.

حلال محمد حلال ابد الی یوم القیامه وحرامه حرام ابد الی یوم القیامه لایکون غیره ولا یجی

غیره؛ حلال محمد ﷺ همیشه تا روز قیامت، حلال است و حرامش همیشه تا روز قیامت حرام، غیر حکم او حکمی نیست و جز او پیامبری نباید (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۱: ۵۴).

۳-۴. باور به اختصاصی بودن بخشی از سیره معصومان ﷺ

آثار متعددی در زمینه اختصاصات النبی به رشته تحریر درآمده مانند *خصائص النبی* احمد بن محمد قمی (م ۳۵۰ق) و *الخصائص الکبری جلال الدین سیوطی* (م ۹۱۱ق)، همچنین مرحوم محقق حلی در شرایع ۱۵ مورد از اختصاصات پیامبر ﷺ را بیان کرده است (محقق حلی، ۱۳۸۵، ج ۲: ۲۱۵).

خصایص مجموعه‌ای از احکام وضعی و تکلیفی است که به پیامبر اکرم ﷺ اختصاص دارد مانند وجوب نماز شب و عدم انحصار در ازدواج.

خاستگاه برخی اعمال معصومان ﷺ عصمت آنان است مانند مصونیت از گناه، به طبع چنین اموری قابل الگوبرداری نیست و از اختصاصات محسوب می‌شود.

۷۶

۳-۵. شناخت اعمال تقیه‌ای

شناخت موارد تقیه در سیره معصومین ﷺ بسیار مهم است. تقیه، تاکتیکی بی‌نظیر برای صیانت از افراد است، تقیه را چنین معنا کرده‌اند: تقیه، پوشاندن عقیده و مخفی‌کاری و ترک آشکارسازی در مقابله با مخالفان است درجایی که ضرر دینی یا دنیایی در پی دارد (انصاری، بی‌تا: ۳۲۰).

رسول خدا ﷺ تقلید را شرط ایمان دانسته و فرموده‌اند: لاخیر فیمن لا تقیه ولا الایمان (برقی، ۱۳۷۰ق، ج ۱: ۲۵۷). در نقل دیگری تارک تقیه مانند تارک نماز شمرده شده است (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۶: ۲۱۱). تقیه به منظور حفظ جان، دین و مال است، برای تحلیل سیره معصوم و عصری‌سازی آن باید موارد تقیه شناسایی شده و از تعمیم آن پرهیز شود، موارد تقیه به طور تخصصی از سیره اهل بیت ﷺ خارج است، اگر ثابت شد عمل معصوم از روی تقیه انجام شده نمی‌توان آن را ملاک عمل قرار داد. رفتارهای تقیه‌ای معصومان ﷺ با مراعات همان شرایط و ضوابط صدور و نقل، قابل تحلیل است نه اینکه در هر شرایطی قابل الگوبرداری باشد.

۳-۶. عدم تعارض در سیره معصومان

یکی از مبانی مهم عصری‌نگری سبک زندگی معصومان باور به هماهنگی و وحدت عملی بین اعمال آنان است، امام کاظم می‌فرماید: نحن فی العلم والشجاعة سواء وفي العطايا علی قدر مانومر؛ ما در علم و شجاعت مساوی هستیم و در بخشش‌ها به اندازه‌ای که فرمان داده شده‌ایم (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۱: ۲۷۵).

ناسازگاری و تعارض در اصول کلی حاکم بر سیره معصومان وجود ندارد گرچه اعمال و رفتار آنان با رعایت اصول حاکم در شرایط مختلف زمانی و مکانی با هم متفاوت است؛ اقتضای برخی شرایط، صلح و اقتضای برخی شرایط دیگر، جنگ است اما روح حاکم (مبارزه با ستم) یکی است، این مهم ممکن است در رفتار یک معصوم در زمان‌های متفاوت نیز مشاهده شود. بحث تأثیر عوامل متغیر بر صدور احکام و فعل معصومان از دیرباز مورد توجه عالمان دینی بوده است.

علامه حلی می‌فرماید:

احکام در شرع اسلام، منوط به مصالح است و مصالح به تغییر اوقات متغیر و به اختلاف مکلفان مختلف می‌شود. از این رو ممکن است حکم معینی برای قومی در زمان خاصی مصلحت باشد و به آن امر شود در حالی که برای قوم دیگری مفسده داشته باشد و مورد نهی قرار گیرد (حلی، ۱۴۳۲ق: ۱۵۱).

مرحوم شهید صدر در این رابطه می‌نویسد:

دین یک سری احکام ثابت و دگرگون‌ناپذیر دارد که در همه زمان‌ها و مکان‌ها یکسانند و بر یک نسق و قرارند و آنها احکام الهی نام دارند، روایت شریف حلال محمد به آن احکام اشعار دارد و یک دسته احکامی وجود دارد که در بسترها و زمینه‌های زمانی و مکانی گوناگون دگرگونی می‌پذیرند و دگرگونی آنها به دست حاکم اسلامی است و او تنها در دایره و قلمرویی که حکم الهی وجود ندارد و به اصطلاح منطقه الفراغ است، می‌تواند حکم صادر کند. منطقه الفراغ ناظر به بخشی از شریعت اسلامی است که به سبب ماهیت متغیر موضوعات آن، احکام آنها هم می‌تواند متغیر باشد (شهید صدر، ۱۳۷۵: ۶۸۶).

منطقه الفراغ به معنای قلمرویی از دین است که حکم شرعی معینی ندارد و حاکم اسلامی اجازه دارد با توجه به نیازها و شرایط زمانی و مکانی برای آن حکم و قانون وضع کند. مبنای کتاب *انسان ۲۵۰ ساله* نیز همین است. اگر تعارضی بین عملکرد یا سخنان معصومان علیهم السلام مشاهده شد باید با تکیه بر همان اصول حاکم و عملکرد و سیره آن بزرگواران، تعارض موجود را بررسی و حل کرد.

۳-۷. هماهنگی با قرآن، عقل و اصل حکمت و مصلحت

تلازم و عدل بودن اهل بیت علیهم السلام با قرآن کریم در زمینه مصونیت این دو ثقل و جدایی ناپذیری آن دو تا روز قیامت است، سیره معتبر و مستند اهل بیت علیهم السلام کاملاً در راستای قرآن است و از این رو در احادیث معصومان علیهم السلام عرضه روایات بر قرآن یکی از راههای بازشناسی روایات صحیح شمرده شده است. روایات معارض با قرآن، زخرف (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ۲۷: ۱۱۰)، مردود (همان: ۱۱۸) و مضروب بر دیوار (طوسی، بی تا، ج ۱: ۵) خوانده شده است، در برخی روایات نیز ائمه علیهم السلام فرموده اند: لم اقله؛ من نگفتم (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۱: ۶۹).

نکته دیگر، هماهنگی کامل سیره اهل بیت علیهم السلام با عقل و خرد است، عقل مانند رسول خدا صلی الله علیه و آله، حجت درونی شمرده شده است (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۱: ۱۶). تعارض بین حکم قطعی عقل و سیره معصوم محال است. آیت الله جوادی آملی می فرماید:

تعارض عقل قطعی با وحی قطعی ممکن نیست و بر فرض وقوع آن علاج پذیر نخواهد بود یعنی تعارض بین دلیل عملی قطعی و وحی قطعی محال است؛ زیرا مبنای همه ادله قطعی همان اصل امتناع جمع بین دو نقیض است (ر.ک: جوادی آملی، مقاله علوم انسانی و هماهنگی وحی و عقل).

نکته سوم اینکه بین سیره معصوم و حکمت و مصلحت، تلازم است آنچه از آنان صادر می شود حکیمانه و براساس مصلحت جامعه اسلامی است، سکوت و قیام معصوم بر همین اساس تفسیر می شود گرچه گاهی اوقات برای یاران ائمه علیهم السلام نیز این تفاوت قابل توجیه نبود و برخی اعتراض یا پرسش می کردند. چنانچه جابر بن عبدالله انصاری از امام حسین علیه السلام

درخواست می‌کند که مانند برادرش امام حسن علیه السلام صلح کند و از رفتن به عراق منصرف شود. امام در پاسخ فرمودند: آنچه برادرم انجام داد به فرمان خدا و پیامبر صلی الله علیه و آله بود و آنچه را هم من انجام می‌دهم به فرمان خدا و پیامبر صلی الله علیه و آله است (قمی، ۱۳۷۵: ۱۰۲).

برای چگونگی عصری‌سازی سبک زندگی معصومان علیهم السلام و کارآمد کردن آن افزون بر شناخت مبانی که بیان شد، مراحل باید گذرانده شود که این مراحل عبارت‌اند از:

۱. امکان تأسی به سیره معصوم علیه السلام

ادعای عدم امکان الگوبرداری در سیره معصومان علیهم السلام به دلیل فاصله طولانی بین ما و آنان، ادعای نادرستی است همان‌طور که بیان شد با در نظر گرفتن محدودیت تأسی در زمینه افعال اختصاصی برخاسته از مقام عصمت و ولایت و در نظر گرفتن تقیه و شرایط حاکم بر زمان معصومان علیهم السلام نه تنها منعی از اقتدا به سیره معصومان علیهم السلام نداریم بلکه به این پیروی مأموریم؛ چراکه اصول حاکم بر این سیره، متأثر از شرایط زمانی و مکانی نیست و فراگیر است.

۷۹

۲. قلمرو تأسی و سبک‌سازی

تبعییت از سیره معصومان علیهم السلام در افعالی است که جنبه عمومی داشته و مانعی در شمول ندارد، بنابراین افعالی که به اقتضای مقام و منزلت خاص معصوم از ایشان صادر می‌شود مانند گفت‌وگو با حیوانات یا اموات از دایره بحث خارج است، سیره معصوم در امور عادی اجتماعی، سیاسی، خانوادگی، نظامی، مدیریتی و... قابل تأسی است.

البته در مواردی مانند اعمال حج و نماز، عمل معصوم لزوم و وجوب فعل را می‌رساند و در مواردی، ترک معصوم دلالت بر حرمت دارد مانند ترک دروغ و تهمت، در مواردی هم مانند نماز شب، استحباب و در پاره‌ای موارد اباحه فعل را می‌رساند مانند کیفیت لباس، غذا، خواب و... باید توجه داشت در امور عادی، شرایط پیرامونی زندگی معصومان علیهم السلام ملاحظه شود به عنوان نمونه، نظافت و پاکیزگی در سیره معصوم یک اصل است گرچه اجرا این اصل در زمان‌های مختلف و با شرایط حاکم، تغییر می‌کند. پرهیز از اسراف یک اصل است اما با توجه به شرایط و امکانات موجود تعریف می‌شود.

۳. تمایز قضایای شخصیه و حقیقیه

نخستین بار بحث قضایای حقیقیه و خارجیّه توسط شیخ انصاری وارد اصول شد سپس

آخوند خراسانی و میرزای نائینی آن را گسترش دادند، قضایای خارجیّه یا شخصیه حکم را نسبت به زمان و مکان و نیاز مخاطب بیان کرده و قابلیت تسری ندارد مانند حرمت گوشت الاغ که مربوط به نبرد خیبر بود (مسلم، ۱۴۰۷ق: ح ۳۴۹۹) اما فقها این حکم را تعمیم نداده‌اند، ملاک قضیه خارجیّه آن است که حکم بر شخص مترتب است نه بر طبیعت و عنوان، حکم برای افراد محققه الوجود است یعنی افراد موجود و مشخص، اما قضیه حقیقه گزاره‌ای است که در آن وصف یا حکم بر طبیعت و عنوان مترتب می‌شود گرچه افراد موجود و مشخصی مرآت آن‌اند، محور قضایای حقیقی همه افرادند چه موجود، چه مقدّر. آیت‌الله محمدی ری‌شهری می‌نویسد:

عمل و رفتار، فعلی خارجی‌اند که بنابر طبیعت قضایای خارجی، تابعی از شرایط محیطی، زمان و مکان‌اند. منشأ رفتار جزئی خارجی هر فرد، اصول کلی حاکم بر باورهای شخص کنشگر است که او را به انجام عمل و یا واکنشی خاص در آن شرایط سوق داده است، نتیجه آنکه رفتار خارجی پیامبر ﷺ و اهل بیت ﷺ را که براساس شرایط محیط خاص شکل گرفته است، نمی‌توان در شرایط متفاوت با آن، کارآمد شمرد، ازاین‌رو لازم است ضمن زدودن ویژگی‌های محیطی اثرگذار در رفتار، به اصول حاکم بر رفتار پیامبر ﷺ و اهل بیت ﷺ دست یافت و آن را به‌عنوان معیار و ملاک سبک زندگی مطرح کرد. گفتنی است که فراوانی گونه‌ای خاص از رفتار پیامبر ﷺ و اهل بیت ﷺ در فضاهای متفاوت می‌تواند فعل خارجی و شخصی را به قضیه حقیقی پیوند زند، ازاین‌رو فراوانی و استمرار انجام رفتار خارجی نمایانگر سیره و سنت شمرده می‌شود (محمدی ری‌شهری، ۱۳۹۴، ج ۱: ۶۵)

احراز قضایای حقیقه و خارجیّه در سیره معصوم کار مهم و دشواری است. با احراز قضایای حقیقه، قواعد عام از آن استخراج می‌شوند، عصری‌سازی سیره معصوم مرتبه بعد از تحلیل عملکرد معصوم و تمایز آموزه‌های متغیر و ثابت می‌باشد، گفتنی است برخی روشنفکران معاصر دیدگاه افراطی نفی واقع‌نمایی سنت را مطرح کرده‌اند، فقها اصل را بر حقیقی بودن قضایا می‌گذارند و برای اثبات خارجی بودن قضایا و وقایع، تابع دلیل هستند. دایره این بحث گسترده

است مواردی مانند استحباب نگه داشتن خروس سفید در منزل، حجامت، توصیه‌های پزشکی جزو کدام قضایاست، پاره‌ای موارد مانند تعدد همسر، تفاوت ارث زن و مرد، دیه، مصادیق نه‌گانه زکات، عده زن، حرمت مجسمه‌سازی و... چگونه تحلیل می‌شود. اینها و صدها مورد دیگر از مواردی‌اند که باید در موضوع عصری‌نگری مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد.

۴. تفکیک بین سیره آرمانگرا و الگومحور

بخش‌هایی از سیره معصومان علیهم‌السلام جنبه فضیلتی و آرمانی دارند مانند ایثار ۳ شب نان به یتیم، مسکین و اسیر (انسان، ۸) که فراتر از یک الگوی عادی است و نمی‌توان از همگان توقع داشت قوت خود را به فقیر داده و خود گرسنه بمانند، زهد و سبک زندگی سخت‌گیرانه امیر المؤمنین علیه‌السلام که خود فرمود: لا تقدرّون علی ذلک؛ شما توان بر انجام آن ندارید (نهج/البلاغه، نامه ۴۵).

گرچه اقتدا به سیره آرمانگرا ممکن است اما از ظرفیت انسان‌های عادی خارج است مانند اقامه هزار رکعت نماز در شبانه‌روز توسط حضرت علی علیه‌السلام (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۱: ۱۷)، کارکرد سیره آرمانگرا و فضیلت‌محور، شناساندن مقام و جایگاه اهل‌بیت علیهم‌السلام به مردم است تا اصولی را از آن استخراج کرده و با استواری در راه دین گام بردارند. بخش عمده سیره معصومان علیهم‌السلام، الگومحور است که قابل تأسی و تعمیم است؛ سیره الگومحور، واقع‌گراست. سیره معصوم در اعتدال، مدارا، مسئولیت‌پذیری، ظلم‌ستیزی، رعایت حقوق، عقلانیت و... از سنت و سیره الگومحور است.

۵. قاعده‌سازی و استخراج اصول حاکم

رفتار اهل‌بیت علیهم‌السلام تجسم عینی آیات قرآنی و ارزش‌های دینی است؛ ارزش‌هایی که در هر عصر و زمان منطبق با فطرت و خرد بوده و گذر زمان آنها را فرسوده نمی‌کند. لازمه عصری‌سازی زندگی معصومان علیهم‌السلام استخراج امور ثابت و حاکم بر زندگی آنان و قاعده‌سازی از این اصول است. قواعد دو قسم‌اند: منصوص و اصطیادی؛ قواعد منصوص آن دسته از قاعده‌هایی است که خاستگاهش قرآن و سنت است مانند قاعده لاضرر، اما قواعد اصطیادی قواعدی‌اند که علما از مجموعه روایات استخراج می‌کنند. رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم به‌جای بیان بسیاری

از احکام جزئی به قاعده‌سازی روی آورد، ایشان قواعد عام و فراگیر مورد نیاز جامعه را در حوزه‌های مختلف بیان کرد به‌عنوان نمونه، در حوزه معاملات قاعده ید و قاعده المؤمنون عند شروطهم، در حوزه عبادات قاعده فراغ و تجاوز، در حوزه اعتقادات قاعده الاسلام یجب ما قبله، در حوزه فقه قاعده لاضرر و... .

قواعد نبوی در کلام معصومان علیهم‌السلام آهنگ جدی‌تر و برجسته‌ای داشت، آنان مکرر در کلامشان به قواعد نبوی استناد کردند. بنابراین شناخت اصول کلی و قواعد فراگیر در سیره پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و اهل بیت علیهم‌السلام یکی از مراحل مهم در عصری‌سازی سبک زندگی آن بزرگواران است.

۴. اصول حاکم بر سیره نبوی

در سیره معصومان علیهم‌السلام با یک سلسله از اصول مسلّم و قطعی مواجهیم که آن بزرگواران هرگز به تعطیلی آن راضی نبوده و هرگز آن را زیر پا نگذاشته‌اند. این اصول نسبی و متغیر نیست و همانند چتری بر زندگی آنان سایه افکنده است، عصری‌سازی این اصول در سبک زندگی معصومان علیهم‌السلام باید مورد توجه قرار گرفته و لباس الگوپذیری بپوشد. مهم‌ترین این اصول عبارت‌اند از:

۴-۱. اصل رعایت حدود الهی

کلمه حدّ به معنای مانع و فاصل بین دو چیز است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق: واژه حدّ). منظور از رعایت حدود الهی، مراعات مرزها، حرمت‌ها، قوانین و احکام الهی است که معصومان علیهم‌السلام به هیچ وجه در اجرای آن اجازه تخطی و کوتاهی نداده و خود نیز هرگز آنها را زیر پا نمی‌گذاشتند. قرآن کریم می‌فرماید:

تِلْكَ حُدُودُ اللَّهِ فَلَا تَعْتَدُوهَا وَمَنْ يَتَعَدَّ حُدُودَ اللَّهِ فَأُولَئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ؛ اینها حدود الهی است از آن فراتر نروید و هرکس که از حدود خدا فراتر رود ستمکار است (بقره، ۲۲۹).

گرچه آیه مربوط به موضوع طلاق است اما یک اصل کلی را بیان می‌کند که تجاوز از حدود الهی، ستم است، مرز و حدّ واجبات و محرمات در هر حال باید رعایت شود. اباحی‌گری و حلال دانستن محرمات الهی عذاب الیم دارد. معصومان علیهم‌السلام در این رابطه با نزدیک‌ترین بستگان خود نیز تعارف نداشته و اجازه حرمت‌شکنی نمی‌دادند. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم هرگاه مرزی از مرزهای دین نادیده گرفته می‌شد به شدت خشمناک می‌شد.

زنی از بنی‌مخزوم مرتکب خطایی شد، رسول خدا ﷺ حدّی برای او صادر کرد، نزدیکان او از اسامه خواستند نزد پیامبر ﷺ شفاعت کند تا حکم را لغو نماید. آن حضرت سخت خشمناک شد، رنگ چهره‌اش برافروخته شد و برخاست، خطبه‌ای خواند و فرمود:

انما هلك من كان قبلکم انهم كانوا يقيمون الحدّ علی الوضیع و یترکون الشریف والذی نفسی بیده لو انّ فاطمه فعلت ذلک لقطعت یدها؛ امت‌های پیش از شما به این سبب هلاک شدند که حدود خدا را دربارهٔ فرودستان جاری نموده و بزرگان را رها می‌کردند. سوگند به آنکه جانم به دست اوست اگر فاطمه نیز چنین کرده بود دست او را قطع می‌کردم (بخاری ۱۴۰۷ ق، ج ۸: ۵۷۳).

این اصل فرازمانی و فرامکانی بوده و همگان بایستی از آن الگوبرداری کنند، در زیارتنامهٔ اهل‌بیت می‌خوانیم: ویتّمت فرائضه واقتم حدوده (زیارت جامعهٔ کبیره).

۴-۲. اصل عدالت و حق‌محوری

در منظومهٔ فکری و اندیشهٔ دینی معصومان، اقامهٔ حق و برپایی عدل در بین مردم یک اصل فراگیر و تغییرناپذیر است، قرآن کریم هدف بعثت انبیا را چنین شمرده‌اند (حدید، ۲۵) ابن عباس می‌گوید در منطقهٔ ذی‌قار خدمت علیؓ رسیدم درحالی‌که مشغول وصله کردن کفش خود بود، فرمود: بهای این کفش چند است؟ گفتم ارزشی ندارد، فرمود: والله لاهی احبّ الی من امرتکم الا ان اقیم حقاً او ادفع باطلا؛ به خدا سوگند این کفش نزد من محبوب‌تر است از امیری بر شما مگر آنکه به‌وسیلهٔ آن حقی را بر پا دارم یا باطلی را دفع کنم (نهج البلاغه، خطبهٔ ۳۳).

قرآن کریم رسول خدا ﷺ را مأمور برپایی عدالت می‌داند (شوری، ۱۵).

ادارهٔ امور جامعه جز با برپایی حق و عدالت به سامان نمی‌رسد، عدالت سبب قوام جامعه و بقای نظام است.

العدل قوام الرعیه و جمال الولاة؛ عدالت بر پا دارندهٔ مردم و زینت حاکمان است (ری‌شهری، ۱۴۰۵ ق، ش ۱۲۰۸۹).

برپایی این اصل لوازمی دارد ازجمله یکسان دیدن مردم در اجرای حق و عدالت، عدم

ملاحظه روابط فردی و فرار نکردن از قانون است، امیر المؤمنین علیه السلام به مالک اشتر نوشت: ولا یكوننَّ المحسن والمسی عندک بمنزله سواء؛ هرگز نباید نیکوکار و بدکار نزد تو یکسان باشند (نهج/البلاغه، نامه ۵۳).

پیروان اهل بیت علیهم السلام در الگوبرداری و عصری‌نگری از سیره و سبک زندگی معصومان علیهم السلام همواره باید به این اصل توجه کرده و هرگز این اصل مهم را منحصر به زمان حضور معصوم یا شرایط خاص نکنند. امروز نیز در اداره همه امور به‌ویژه در حکومت اسلامی برپایی حق و عدالت باید سرلوحه قوانین باشد.

۳-۴. اصل حریت و آزادگی

حریت و آزادمنشی یعنی بریدن از غیرخدا و تعلقات، و انقطاع الی الله، حریت یعنی در بند شهوت و نفس نبودن و زنجیر غیرخدا را از گردن برداشتن، انسان حر، زیر بار زور و ستم نمی‌رود، حریت عین عبودیت است.

امیر المؤمنین علیه السلام می‌فرماید: لا تکن عبد غیرک و قد جعلک الله حراً؛ «بنده دیگران مباش درحالی که خداوند تو را آزاد آفریده است» (نهج/البلاغه، نامه ۳۱).

رسالت همه انبیای الهی، رساندن انسان‌ها به حریت و آزادی حقیقی است (نحل، ۳۶)؛ آنان مبعوث شدند تا انسان‌ها را از بند رقیب و اسیری بت‌ها و ستمگران نجات دهند (نهج/البلاغه، خطبه ۱۴۷).

رسول خدا صلی الله علیه و آله نمونه کامل حریت و پیام‌آور آزادگی بود، او آمد تا همگان را از پرتگاه خرافات، اوهام، عادات و رسوم غلط، اندیشه‌های باطل، ستم‌پذیری و پرستش الهه دروغین برهاند (آل عمران، ۱۰۳).

جهت‌گیری سیره معصومان علیهم السلام بر تربیت نفوس حر و آزاد در همه عرصه‌های زندگی است. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: الحرّ حر علی جمیع احواله؛ انسان آزاده در همه احوال خود آزاده است (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۲: ۸۹).

امیر المؤمنین علیه السلام در آغاز خلافتش فرمود:

ایّها الناس ان آدم لم یلد عبدا ولا امة وان الناس کلهم احرار؛ ای مردم،

حضرت آدم علیه السلام فرزندی بنده یا کنیز برجا ننهاد و مردم همگی آزاد آفریده

شده‌اند (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۸: ۶۹).

بر مبنای همین اصل، هرگز در زندگی معصومان علیهم‌السلام خدعه، مکر، خیانت، عهدشکنی و نقض پیمان مشاهده نمی‌شود. بزرگ‌ترین درس عاشورا و قیام امام حسین علیه‌السلام درس حریت و آزادگی است. امام و یارانش قطعه‌قطعه شدند اما زیر بار ظلم نرفتند. امام علیه‌السلام حتی در گودال قتلگاه نیز دشمن را دعوت به حریت کرد: فکونوا احرارا فی دنیاکم (خوارزمی، [ابی‌تا]، ج ۲: ۳۳).

این اصل نیز از اصول موضوعه و ثابت در سیره همه معصومان علیهم‌السلام است که باید در سبک زندگی امروز ما عصری‌سازی شود. امام خمینی علیه‌السلام با الهام از سیره معصومان علیهم‌السلام نمونه‌ای از این دست بود که به مبارزه با طاغوت پرداخت.

۴-۴. اصل مساوات عمومی و تعاون

نگاهی گذرا بر سبک زندگی معصومان علیهم‌السلام گویای تعاون، تکافل اجتماعی، مساوات، همیاری، یادگیری، مددکاری و دستگیری از مردم است. مواسات یعنی غم دیگران را غم خود دانستن و جامعه انسانی را مانند پیگیری واحد خواندن که با آسیب هر عضو، اعضای دیگر متأثر و متالم می‌شوند (احمدبن حنبل، [ابی‌تا]، ج ۴: ۲۷۶). در دیدگاه معصومان علیهم‌السلام کسی که سیر بخوابد درحالی که برادر مسلمانش گرسنه است، ایمان ندارد (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۶: ۴۶۵). قرآن کریم برای فقرا و محرومان حق معلومی در مال مردم قرار داده است (معارف، ۲۴-۲۵).

رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم فرمود: ما آمن بالله من شیع واخوة جائع ولا آمن بالله من اکتسی واخوة عریان؛ به خدا ایمان ندارد کسی که سیر باشد و برادرش گرسنه و به خدا ایمان ندارد کسی که پوشیده باشد و برادرش عریان (طبرسی، ۱۳۹۲ق: ۳۴).

اسلام، پیام‌آور همدلی و مواسات است، ده‌ها حکم و قانون در اسلام در راستای زدودن گرفتاری‌های نیازمندان تدارک شده که خمس، زکات، صدقه، ایثار، انفاق و قرض بخشی از آن است. مواسات و احسان، عادت و منش معصومان بوده است: عادتکم الاحسان. جهت‌گیری زندگی آنان گویای این مطلب است. افطار با آب و دادن سه شب نان به مسکین و یتیم و اسیر (انسان، ۸)، بخشیدن انگشتر در حال رکوع (مائده، ۵۵)، نان بردن درب خانه فقرا در شب تاریک، اهدا لباس عروسی توسط حضرت زهرا علیها‌السلام (شوشتری، ۱۴۰۹ق، ج ۱۰: ۴۰۱) بخشی از این سیره است.

امروزه با توجه به شرایط و نیازهای روز جامعه، وظیفه مردم اقتدا به سیره معصومان علیهم‌السلام در تعاون و یاری محرومان است به‌طبع این مدرسانی باید با رعایت کرامت افراد فقیر، نیازسنجی و پرهیز از شهرت و تکدی‌پروری باشد.

۴-۵. اصل رفق و مدارا

مدارا، نرم‌خویی، مهربانی، ملایمت، تحمل و بردباری لازمه زندگی اجتماعی است. انسان موجودی تعامل‌گرا و اجتماعی است به طبع در تعامل افراد با یکدیگر، درگیری‌هایی پیش می‌آید که برای تحکیم روابط اجتماعی و مناسبات انسانی همگان دعوت به مدارا شده‌اند تا بتوانند با یکدیگر زندگی کنند.

رسول خدا ﷺ فرمود: ان الله تعالى امرني بمداراة الناس كما امرني بآداء الفرائض؛ خدای متعال همان‌گونه که مرا بر انجام واجبات فرمان داد، به مدارا کردن با مردمان امر کرد (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۲: ۱۱۷).

اگر رفق و مدارای رسول خدا ﷺ نبود هرگز به هدایت و ایجاد تحول در افراد موفق نمی‌شد (آل عمران، ۱۵۹).

البته مدارا یعنی مداهنه، سازش و سستی نیست؛ مداهنه عقب‌نشینی از مواضع و فدا کردن حق است که مورد علاقه مشرکان بود (قلم، ۹) اما مدارا یک اصل اجتماعی به معنای پرهیز از خشونت و سخت‌گیری در روابط و تعاملات انسانی است.

مدارا محورهای فراوانی دارد؛ مدارا در دینداری و تبیین مسایل دینی، مدارا با خطاکاران، مدارا با همسایگان، بدهکاران، خانواده، مخالفان، بیماران و... بخشی از آن است. اصل مدارا حاکم بر سبک زندگی معصومان ﷺ بود و با همین شیوه صدها نفر را هدایت کرده و مانع انحراف آنها شدند، امروزه این اصل نیز باید عصری‌سازی شود به‌ویژه در تعامل با دیگران که بعضاً با آموزه‌های دینی مواجهه منفی و رویایی دارند.

۴-۶. اصل زهد و ساده‌زیستی

زهد و وارستگی، زیرساخت عزت و اقتدار جامعه است؛ زهد یعنی امیری بر دنیا و عدم وابستگی. رسول خدا ﷺ می‌فرماید: ما عبدالله بشی افضل من الزهد فی الدنيا؛ خداوند به چیزی برتر از زهد در دنیا بندگی نشده است (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۳: ۵۰).

زهد به معنای ترک دنیا نیست بلکه معنای حقیقی زهد، پشت کردن به دنیا و توجه به آخرت است در برابر حرص و رغبت به دنیا (ابن‌منظور، ۱۴۰۸ق، ج ۵: ۹۷). همان‌گونه که حضرت علی ؑ با استناد به آیه ۲۳ سوره حدید، زهد را تأسف نخوردن بر آنچه از دست رفته و شادی نکردن به آنچه به دست آمده می‌داند (نهج البلاغه، حکمت ۴۳۹).

در روایات، زهد ناظر به اسراف نکردن، شکر نعمت‌ها، کوتاهی آرزوها، پرهیز از غرور، اکتفا به داشته‌ها تفسیر شده است (محمدی ری‌شهری، ۱۳۹۴، ش ۲۲۲۷).

پیامبر اکرم ﷺ و ائمه معصومین ﷺ زاهدترین مردم زمان خود بودند، تربیت‌یافتگان مدرسه معصومان ﷺ نیز از دنیا پرهیز داشته و دل در گرو آخرت دارند؛ آنان دنیا را منزلگاه ناپایدار و موقت دانسته و هرگز به آن فریفته نمی‌شوند (نهج/البلاغه، خطبه ۱۱۳).

ساده‌زیستی و قناعت یکی از جلوه‌های زهد در دنیاست، منطق عملی رسول خدا ﷺ و اهل‌بیت ﷺ بر پیرایگی، بی‌آلایشی، عدم تکلف و سادگی استوار بود: کان رسول الله ﷺ خفیف المؤنه؛ رسول خدا ﷺ در زندگی کم‌هزینه بود (دیلمی، ۱۳۹۸ ق، ج ۱: ۱۱۵).

امیر المؤمنین ﷺ در توصیف پیامبر ﷺ می‌فرماید: پیامبر ﷺ روی زمین غذا می‌خورد و مانند بندگان می‌نشست و با دست خود کفش را تعمیر می‌کرد و جامه خود را وصله می‌زد و بر الاغ بی‌پالان سوار می‌شد و افراد را پشت سرش سوار می‌کرد (نهج/البلاغه، خطبه ۶۰).

ساده‌زیستی و قناعت در مرتبه رهبری و اداره جامعه یک وظیفه است (نهج/البلاغه، حکمت ۲۰۹).

این اصل همیشگی و پایدار است اما قالب ثابتی ندارد گرچه حدود آن معین است. پرهیز از اسراف، اتراف، تجمل، ریخت‌وپاش و رعایت قناعت، کفاف، عفاف و اعتدال، جایگاه آن را روشن می‌سازد البته شرایط زمان و مکان نیز در آن تأثیر دارد.

۴-۷. اصل اعتدال و میانه‌روی

روح حاکم بر معارف قرآن کریم، اعتدال و میانه‌روی در همه امور اعتقادی، فردی، اجتماعی، سیاسی، نظامی و اقتصادی است؛ خدای متعال، امت اسلامی را امت وسط معرفی کرده است (بقره، ۱۴۳) یعنی امت میانه و دور از افراط و تفریط، اعتدال اصلی است که بر همه تعالیم اسلامی احاطه دارد.

اعتدال در عقیده یعنی نه شرک، نه غلو، نه جبر، نه تفویض، نه تشبیه، نه تعطیل؛ اعتدال در اقتصاد یعنی نه اسراف و نه بخل؛ اعتدال در عبادت یعنی نه رهبانیت و نه سستی؛ اعتدال در امور اجتماعی یعنی نه فراموشی خود، نه غرق شدن در روابط با مردم، نه کناره‌گیری از جامعه و نه ذوب شدن در جامعه. روش رسول خدا ﷺ میانه‌روی بود: سیرته القصد (نهج/البلاغه، خطبه ۹۴).

امیر المؤمنین علیه السلام می فرماید: من اراد السلامه فعلیه بالقصد؛ هرکسی خواهان سلامت است باید میانه روی پیشه کند (آمدی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۵۹۶).

ائمہ علیهم السلام پیروان خود را از تندروی ها و کندروی ها بر حذر می دانسته و برخورد امیر المؤمنین علیه السلام با دو برادر به نام های عاصم بن زیاد و علاء بن زیاد گواه بر این مطلب است (نهج البلاغه، حکمت ۳۰۹).

امام صادق علیه السلام می فرماید: هنگامی که جوان بودم در عبادت سخت می کوشیدم، پدرم به من فرمود: یا بنی دون ما اراک تصنع فان الله عزوجل اذا احبّ عبدا رضى عنه باليسير؛ فرزندم کمتر از آنچه می بینم عبادت کن؛ زیرا خداوند عزوجل اگر بنده ای را دوست داشته باشد به عبادت اندک او هم خشنود می شود (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۲: ۸۷).

اصل اعتدال باید مانند چتری بر همه امور زندگی ما سایه بپاندازد، قرآن کریم حتی در اتفاق هم توصیه به اعتدال دارد (فرقان، ۶۷)، ما بیشترین ضربه ها را از تندروی ها خوردیم؛ غلو و تفریط دو روی یک سکه اند که باعث کندی حرکت رشد و تعالی می شوند. اهل بیت علیهم السلام به ما توصیه کرده اند در همه امور زندگی با ما باشید نه متقدم نه متأخر: المتقدم لهم مارق والمتاخر عنهم زاهق (صلوات شعبانیه).

۸-۴. اصل عزت و اقتدار

یکی از بنیادی ترین اصول حاکم بر سبک و سیره زندگی معصومان علیهم السلام اصل عزت است. عزت یعنی استواری، شکست ناپذیری، استحکام. ارض عزاز یعنی زمین سخت و محکم (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، لغت عزت) و صلابت، اقتدار، غیرت و غلبه در معنای آن نهفته است. در یک اصل کلی خدای متعال می فرماید: وَلِلّٰهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ؛ عزت برای خدا و پیامبر او و مؤمنان است (منافقون، ۸).

معصومان علیهم السلام پیام آور عزت برای جامعه بودند و همواره پیروان خود را از ذلت و درماندگی بر حذر می داشتند، رسول خدا صلی الله علیه و آله می فرماید: لا ينبغي لمؤمن ان يذل نفسه؛ برای مؤمن روا نیست خود را خوار سازد (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۵: ۶۳).

ابابصیر از امام صادق علیه السلام روایت می کند که فرمود: ان الله تبارک و تعالی فوض الى المؤمن كل شي الا اذلال نفسه؛ خدای تبارک و تعالی همه چیز مؤمن را به او واگذار کرده جز آنکه خود را خوار کند (کلینی، ۱۳۷۵، ج ۵: ۶۳).

عزت ثمرهٔ اسلام و بندگی خداست، انسان حق ندارد این نعمت الهی را نادیده بگیرد، مروری بر زندگی معصومان (ع) گویای حاکمیت این اصل در زندگی آنهاست، فریاد امام حسین (ع) روز عاشورا که فرمود: هیئات منا الذله (این طاووس، ۱۳۷۵: ۹۷) در همین راستاست. مفضل گوید امام صادق (ع) فرمود: لا ینبغی للمؤمن ان یدل نفسه؛ سزاوار نیست که مؤمن خود را خوار سازد، مفضل پرسید چگونه مؤمن خوار می‌شود، امام فرمود: یدخل فیما یتعذر منه؛ در کاری وارد می‌شود که مجبور به عذرخواهی می‌گردد (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۵: ۶۳). معصومان (ع) همواره عزت‌مندانه زندگی کرده و به پیروان خود نیز اجازه ذلت‌پذیری ندادند، آنان عزت‌مندی را در پرتو بندگی خدا، بی‌نیازی از خلق، ناامیدی از مردم، امیری بر دنیا و قناعت خوانده و آن را عامل قدرت و اقتدار می‌دانستند. امیر مؤمنان (ع) فرمود: من اطاع الله عز و قوی؛ کسی که اطاعت خدا کند عزیز و قدرتمند می‌شود (واسطی، ۱۳۷۶، ج ۱: ۴۴۸). این اصل نیز از اصول ثابت و لا یتغیر زندگی آن بزرگواران است.

آنچه بیان شد بخشی از اصول ثابت و حاکم بر زندگی معصومان (ع) بوده است، اصول دیگری مانند ظلم‌ستیزی، عقلانیت، تفکر، استقلال‌طلبی، نظم، صبر، تکریم، مشورت، اخوت، محبت، شرح صدر، وفای به عهد، حق‌گویی و... نیز در جای خود قابلیت بررسی دارند.

نمونه‌هایی از اصول متغیر

اصول ثابت و حاکم بر سبک زندگی معصومان (ع) فرازمانی و فرامکانی بود و همیشه قابل الگوبرداری و عصری‌سازی است، اما برخی امور در سیرهٔ ایشان متأثر از شرایط حاکم بر جامعه آن روز است. به نمونه‌هایی از این دسته رفتارها اشاره می‌شود:

۱. کیفیت پوشش و لباس

یکی از نیازهای ضروری بشر، داشتن پوشش مناسب است. لباس یک نماد فرهنگی، ملی، مذهبی و اجتماعی برای افراد محسوب می‌شود، لباس در هر زمان و جامعه‌ای تابع شرایط اقلیمی، اجتماعی، فرهنگی هر منطقه است البته باید و نبایدهای کلی و ثابتی دارد که فرازمانی و فرامکانی است.

حلیت، ستر، طهارت، عدم تحریک، عدم تشبه به دشمن، عدم شهرت و... برخی از ویژگی‌های ثابت برای پوشش است. امام صادق (ع) می‌فرماید: لا تلبسوا لباس اعدائی

(ری شهری، ۱۴۰۵ق، ۹۳۰۸). نوع لباس در زمان‌های مختلف، متغیر بوده و تابع شرایط زمانه است و از این رو لباس امام صادق علیه السلام با امیر المؤمنین علیه السلام متفاوت بود. حماد بن عثمان می‌گوید: نزد امام صادق علیه السلام بودم که شخصی به ایشان عرض کرد، امیر المؤمنین لباس خشن می‌پوشید اما شما لباس نیکو بر تن دارید، امام فرمود: انّ علی بن ابی طالب کان یلبس ذلک فی زمان لا ینکر و لو لبس مثل ذلک الیوم لشهر به فخر لباس کل زمان لباس اهل؛ امیر المؤمنین علیه السلام در زمانی آن لباس را می‌پوشید که متعارف بود اگر امروز کسی آن لباس را بپوشد، بدان شهرت می‌یابد، پس بهترین لباس هر زمانی همان لباس است که اهل آن زمان می‌پوشند (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۶: ۴۴۶). کیفیت پوشش معصومان علیهم السلام با هم متفاوت است نمی‌توان آن را به صورت کلی، سبک‌سازی و عصری‌نگری کرد.

۲. خضاب و رنگ کردن موی سر و صورت

۹۰

یکی از آموزه‌های نبوی توصیه به خضاب موی سر و صورت است حتی در برخی زمان‌ها به آن امر شده است، مرحوم کلینی بابتی را به این موضوع اختصاص داده (همان، ج ۸: ۴۹۶) از امیر المؤمنین علیه السلام درباره پیامبر صلی الله علیه و آله سوال شد که فرمود: غیروا الشیب و لا تشبهوا بالیهود؛ پیروی را تغییر دهید و خود را به یهود شبیه نکنید. امیر المؤمنین علیه السلام فرمود: انما قال صلی الله علیه و آله ذلک و الدین قلّ فاما الان و قد اسع نطاقه و ضرب بجرانه فامرؤما اختار (نهج/البلاغه، حکمت ۱۷) رسول خدا صلی الله علیه و آله زمانی این سخن را فرمود که اهل دین در اقلیت بودند اما در این زمان که کمر بند دین گشاده شد و اسلام گسترش یافته و سینه خود را بر زمین نهاده (محکم شده) هر مردی به اختیار و اراده خود است (خضاب کند یا نکند). خضاب کردن سر و مو در هر زمان، امر ثابتی نیست ممکن است به تغییر شرایط زمانه، تغییر کند، کما اینکه خود امیر المؤمنین علیه السلام خضاب نمی‌کرد (ابن بابویه، ۱۳۸۵، ج ۱: ۱۷۳) در حالی که امام حسین علیه السلام خضاب می‌کرد.

۳. برخورد با اسیران جنگی

در نقلی آمده امیر المؤمنین علیه السلام در نبرد جمل، دستور آزادی اسیران را صادر کرد. امام صادق علیه السلام فرمود: زیرا آن حضرت می‌دانست در آینده قدرت در دست دیگران قرار می‌گیرد

اگر امروز سختگیری کند در آینده به نفع شیعیان نخواهد بود؛ در ادامه روایت آمده، سیره امام زمان علیه السلام چنین نیست:

ان القائم علیه السلام یسیر منهم بخلاف تلک السیر، لانه لادوله لهم؛ سیره حضرت مهدی علیه السلام با اسیران بر خلاف سیره امیر المؤمنین علیه السلام خواهد بود؛ زیرا دیگر هیچ دولتی به دست دیگران نخواهد افتاد (کلینی، ۱۳۸۸ق، ج ۵: ۳۳).

روش امیر المؤمنین علیه السلام در برخورد با مجرمان جنگ جمل و صفین نیز متفاوت بود. هنگامی که یحیی بن اکثم علت این موضوع را از امام علیه السلام جویا شد، ایشان فرمودند: در جمل پیشوا و فرمانده (طلحه و زبیر) کشته شده بود و سپاه دیگر جمع نمی‌شد و به خانه‌هایشان می‌رفتند بدون اینکه مخالف و معاند باشند اما در صفین فرمانده زنده بود و گروهی باز می‌گشتند، به همین دلیل حکم آنها یکسان نیست (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵: ۷۶).

تفاوت عملکرد دو جنگ در زمان یک معصوم به شرایط حاکم در آن زمان برمی‌گردد و نمی‌توان عملکرد امام را یک الگوی ثابت دانست.

۴. امام حسن و امام حسین علیهما السلام در عرفه

مسروق خادم نقل می‌کند روز عرفه وارد خیمه امام حسین علیه السلام شدم، دیدم همه روزه هستند و قرآن در مقابلشان، سؤالی از امام پرسیدم، سپس وارد خیمه امام حسن علیه السلام شدم، دیدم همه در حال غذا خوردن هستند، امام مرا دید و فرمود: یا مسروق لم لا تاكل؟ چرا غذا نمی‌خوری. گفتم روزه‌ام، اعوذ بالله ان تکونوا مختلفین؛ به خدا پناه می‌برم از اختلاف عملکرد شما، دیدم برادران روزه بود و شما در حال غذا خوردن؟ فضمنی الی صدره وقال یابن الاشرس اما علمت ان الله تعالی ندبنا بسیاسه الامه، لو اجتمعنا علی شی ما وسعکم غیره انی افطرت لمفطرکم وصام اخی لصوامکم؛ مرا به سینه چسبانید و فرمود: نمی‌دانی خدا ما را برای تدبیر امور امت فراخوانده است؟ اگر ما یک روش را در پیش گیریم آنگاه روش دیگری برای شما نخواهد بود، من افطار می‌کنم تا آنکه الگوی افرادی باشم که روزه نیستند و برادرم روزه می‌گیرد تا الگوی افراد روزه‌دار باشد (قمی، ۱۴۱۴ق، ج ۲: ۱۹۸).

این روایت به‌صراحت می‌رساند گاهی تفاوت عملکرد دو معصوم در یک زمان برای ایجاد توسعه بر مردم است، پس نمی‌توان یک رفتار خاص را ثابت فرض کرد و آن را عصری‌سازی کرد باید به هر مورد با در نظر گرفتن شرایط توجه کرد.

نتیجه گیری

قرآن کریم، رسول خدا ﷺ را الگوی حسنه معرفی کرده و همگان را به پیروی از آن حضرت و اولوالامر یعنی امامان معصوم ﷺ فرمان داده است. به رغم گذشت ۱۴ قرن از حیات نورانی آن بزرگواران، بخش عمده‌ای از سیره و سبک زندگی آنان که جنبه اختصاصی نداشته و مبتنی بر مقامات خاصی مانند عصمت نیست، قابل عصری‌سازی و الگوپذیری است. متأسفانه سنت عملی و سیره فعلی معصومان ﷺ به اندازه سنت گفتاری آنان مورد توجه قرار نگرفته و با نگاه حداقلی مواجه بوده است. به باور ما دین نقش حداکثری در زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها دارد و متکفل سعادت دنیا و آخرت است، معارف دینی ما برخاسته از دو منبع نورانی قرآن و سنت است، سنت به باور شیعه شامل سخن، عملکرد و امضای همه معصومان ﷺ می‌شود. بی‌تردید بخشی از عملکرد معصومان ﷺ جنبه اختصاصی داشته و متأثر از مقامات ویژه‌شان است مانند تکلم با حیوانات، احیای مردگان و شفای بیماران و بخشی از عملکردشان تابع شرایط حاکم بر زمان حضور معصوم است، مانند شیوه لباس پوشیدن، اما اصول فراگیر، پرتکرار و گسترده مانند اصل حق‌محوری و عدالت در زندگی آنان، اختصاصی نبوده و در سرتاسر زندگی نورانی آنان به چشم می‌خورد، در پژوهش حاضر به موارد هشت‌گانه‌ای از این اصول پرداخته شد و به نمونه‌هایی از امور متأثر از زمان و مکان اشاره شده پیشنهاد می‌شود. پژوهشگران دیگر نیز می‌توانند محورهای عصری‌سازی زندگی معصومان ﷺ را به صورت جزئی‌تر در حوزه‌های مختلف مورد بررسی قرار دهند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن بابویه قمی (شیخ صدوق)، محمد بن علی (۱۳۸۵). **علل الشرايع**، قم: کتاب فروشی داوری.
۴. ابن طاووس، علی بن موسی (۱۳۷۵)، **اللهوف علی قتلی الطفوف**، تهران: نشر اسوه.
۵. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۰۸ق)، **لسان العرب**، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۶. احمد بن حنبل (بی تا)، **المسند**، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۷. تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۴۰۷ق)، **غرر الحکم ودرر الکلم**، بیروت: مؤسسة الاعلمی للمطبوعات.
۸. انصاری، مرتضی (بی تا)، **رسائل الفقهیه**، قم: چاپ نمونه.
۹. بخاری، ابو عبدالله محمد بن اسماعیل (۱۴۰۷ق)، **صحیح البخاری**، بیروت: دار العلم.
۱۰. برقی، احمد بن محمد بن خالد (۱۳۷۰ق)، **المحاسن**، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
۱۱. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق)، **وسائل الشیعه**، قم: مؤسسة آل البيت.
۱۲. حلی اسدی، جمال الدین حسن بن یوسف بن مطهر (۱۴۱۷ق)، **النافع يوم الحشر فی شرح الباب الحادی عشر**، الطبعة الثانية، بیروت: دار الاضواء للطباعة والنشر والتوزيع.
۱۳. حلی، حسین (۱۴۳۲ق)، **اصول الفقه**، قم: مکتبه الفقه والاصول المختصه.
۱۴. خوارزمی، موفق بن احمد (بی تا)، **مقتل الحسین**، قم: مکتبه المفید.
۱۵. دیلمی، ابو محمد حسن بن محمد (۱۳۹۸ق)، **ارشاد القلوب**، بیروت: مؤسسة الاعلمی للمطبوعات.
۱۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق)، **المفردات فی غریب القرآن**، بیروت: دار القلم.
۱۷. محمدی ری شهری، محمد (۱۳۹۴)، **سیره پیامبر خاتم**، قم: مؤسسه علمی - فرهنگی دار الحديث.
۱۸. _____ (۱۴۰۵ق)، **میزان الحکمه**، قم: مکتب الاعلام الاسلامی.
۱۹. سروش، عبدالکریم (۱۳۹۲)، **مدارا و مدیریت**، چاپ پنجم، تهران: صراط.
۲۰. _____ (۱۳۸۸)، **سنت و سکولاریسم**، چاپ پنجم، تهران: صراط.
۲۱. مجتهد شبستری، محمد (۱۳۹۳)، **هرمنوتیک کتاب و سنت**، چاپ هشتم، تهران: طرح نو.
۲۲. _____ (۱۳۸۴)، **تأملاتی در قرائت انسانی از این**، چاپ دوم، تهران: طرح نو.
۲۳. شوشتری، قاضی نورالله (۱۴۰۹ق)، **احقاق الحق و ازهاق الباطل**، قم: مکتبه آیه الله المرعشی المرعشی النجفی.
۲۴. صدر، سید محمد باقر (۱۳۷۵)، **اقتصادنا**، قم: مکتب الاعلام الاسلامی.

۲۵. طبرسی، حسن بن فضل (۱۳۹۲ق)، مکارم الاخلاق، بیروت: مؤسسة الاعلمی للمطبوعات.
۲۶. طوسی، محمد بن حسن (بی تا)، التبیان فی تفسیر القرآن، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۲۷. الكلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۸۸ق)، الکافی، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۲۸. قمی، شیخ عباس (۱۴۱۴ق)، سفینه البحار و مدینه الحکم و الآثار، قم: نشر اسوه.
۲۹. _____ (۱۳۷۵)، نفس المهموم با ترجمه در کربلا چه گذشت، قم: نشر اسوه.
۳۰. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۳۱. محقق حلی، نجم الدین ابوالقاسم (۱۳۸۵)، شرایع الاسلام فی مسائل الحلال و الحرام، قم: بنیاد معارف اسلامی.
۳۲. مطهری، مرتضی (بی تا)، نهضت های اسلامی در صدساله اخیر، تهران: صدرا.
۳۳. میراحمدی، منصور (۱۳۸۷)، سکولاریسم اسلامی، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۳۴. میرسید حامد حسین (۱۳۶۶)، عبقات الانوار فی امامة الائمة الاطهار، چاپ دوم، اصفهان: کتابخانه امیر المؤمنین (ع).
۳۵. نوری طبرسی، حسن بن محمدتقی (۱۴۰۸ق)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، الطبعة الثانية، بیروت: مؤسسة آل البيت لاحیاء التراث.
۳۶. واسطی لیثی، علی بن محمد (۱۳۷۶ق)، عیون الحکم و المواعظ، قم: دار الحدیث.

ابزارها و روش‌های سیاستی فرهنگ در اسناد قانونی و سیاست‌های رسمی جمهوری اسلامی ایران

سینا کلهر^۱

چکیده

جمهوری اسلامی ایران به دلیل ماهیت فرهنگی انقلاب اسلامی همواره کوشیده است به شکل آگاهانه و ارادی در تحولات فرهنگی جامعه اثرگذار باشد. این تلاش‌ها با استفاده از ابزارهای مختلفی انجام شده است. برای شناخت ابزارهای سیاستی و تغییر فرهنگی در چهار دهه گذشته در نظام جمهوری اسلامی می‌توان از چشم‌اندازها و روش‌های مختلفی استفاده کرد. در این مقاله با استفاده از چارچوب نظری جامعه‌پذیری و روش تحلیل محتوای کیفی اسناد قانونی، روش‌ها و ابزارهای اصلی مورد استفاده در حوزه فرهنگ مورد بررسی قرار گرفته است. بر اساس یافته‌های تحقیق می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که جمهوری اسلامی در کلان‌ترین سطح خود از چهار ابزار مختلف به شکل همزمان در حوزه فرهنگ به‌عنوان ابزار سیاستی فرهنگ در جامعه استفاده می‌کند. نهادسازی، گفت‌وگو، قانون‌گذاری و حمایت مالی. روش اصلی مورد استفاده در تغییر فرهنگی نیز روش سه‌وجهی تغییر فرهنگی است که رکن اصلی و اساسی‌اش تغییر آشکار و مستقیم از طریق مداخله قانونی است. این روش بر سه‌گانه تحذیر - تشویق - ترغیب و مبتنی بر سایقه‌های ترس - آگاهی‌جویی - زیبایی‌دوستی استوار بوده و به‌صورت مستقیم و آشکار می‌کوشد تا اصلاحات مدنظر در حوزه فرهنگ را محقق سازد. در نتیجه متناسب با آنچه در حوزه‌های نهادسازی، قاعده‌گذاری، حمایت مالی و گفت‌وگو، نهادسازی صورت گرفته است، به نظر می‌رسد الگوی فرهنگ‌سازی سخت بسیار بیشتر از الگوی فرهنگ‌سازی هوشمند مورد استفاده قرار گرفته است.

■ واژگان کلیدی

فرهنگ، تغییر، قانون، ابزار، روش.

۱. عضو هیئت علمی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.

۱. مقدمه

«این قدر در زندگی مردم مداخله نکنیم، ولو به خاطر دلسوزی؛ بگذاریم مردم خودشان راه بهشت را انتخاب کنند، نمی توان به زور و شلاق مردم را به بهشت برد» (سخنرانی حسن روحانی در همایش بیمه سلامت همگانی، ۱۳۹۳).

«این تعبیر، نادرست و مغالطه آمیز است؛ زیرا هیچ کس نمی خواهد مردم را به زور به بهشت ببرد اما باید از راه و به شکل درست، مسیر بهشت را به روی مردم باز، و آنها را به حرکت در آن مسیر، تشویق کنیم. فلسفه ارسال پیامبران، هدایت مردم به بهشت و دور کردن آنان از جهنم بوده است، البته این حرف هم که در اسلام هیچ اجباری وجود ندارد، حرف درستی نیست و حدود شرعی در برخی موارد وجود دارد» (بیانات آیت الله خامنه ای در دیدار با نمایندگان مجلس خبرگان، ۱۳۹۶).

اختلاف نظر در خصوص روش مداخله دولت در فرهنگ، یکی از مهم ترین محورهای مناقشات سیاسی و اجتماعی سال های اخیر جامعه ایران بوده است. پرسش هایی از قبیل وظیفه حکومت در قبال فرهنگ جامعه چیست؟ حدود، نوع و شکل رابطه میان حکومت و فرهنگ چگونه تعیین می شود؟ اگر حکومت در خصوص فرهنگ وظایفی دارد، این وظایف چیست و حدود و ماهیت آن را چه کسی تعیین کرده است؟ پرسش های زیربنایی و اساسی در مورد نحوه و چگونگی دخالت دولت برای اصلاح فرهنگ است با این حال در موقعیت بررسی نحوه عمل فرهنگی نظام جمهوری اسلامی که اصلاح فرهنگی را بخش جدایی ناپذیر و اساسی هویتش می داند به این پرسش ها می توان از رهگذر تحولات و تطورات تاریخی روش مداخله فرهنگی نیز پاسخ داد.

فارغ از اینکه پاسخ نظری و مبنایی به این پرسش ها چه بوده است، در واقعیت عینی و تاریخی و در تاریخ بیش از چهل ساله جمهوری اسلامی در عمل از ابزارها و روش هایی برای مداخله فرهنگی استفاده شده است. شناخت روش مداخله نظام جمهوری اسلامی ایران در فرهنگ، چشم اندازی را برای پاسخ به این پرسش ها از جهت نظری نیز فراهم می آورد. پرسش از روش ها و ابزارهای مداخله نظام جمهوری اسلامی در فرهنگ، پرسش بخش مهمی از چالش هایی سیاسی جامعه است که به فضای عمومی گسترش یافته و در اصطلاح سیاسی^۱

۱. زمانی که یک موضوع تبدیل به خواست عمومی شده و به عنوان مطالبه مردم مطرح می شود، تبدیل به امر سیاسی می شود و به عنوان یک معیار برای قضاوت و داوری درمی آید.

شده است. به گونه‌ای که بخشی از مطالبات عمومی گروه‌ها و اقشار مردم از دولت که عمدتاً در بازه‌های زمانی انتخابات جلوه بیشتری می‌یابد معطوف به نحوه دخالت دولت در قلمرو فرهنگ و موضوع‌های فرهنگی است.

مخالفت و یا موافقت با گشت ارشاد در جامعه، اختیاری و الزامی بودن حجاب، حضور زنان در ورزشگاه‌ها، آزادی جشن‌ها و محفل‌های عمومی و خیابانی، سگ‌گردانی و جشن‌های خصوصی مختلط (پارتی) و... بخشی از موضوع‌هایی است که در سال‌های اخیر در کانون مطالبات سیاسی برخی گروه‌های اجتماعی قرار داشته و جامعه را به قطب‌های مختلف تقسیم کرده است.

افزون بر این، پرسش نحوه مداخله دولت به فرهنگ و حدود و ماهیت ارتباط دولت با فرهنگ، زیربنا و هسته اصلی مباحث سیاست‌گذاری و مدیریت فرهنگی جمهوری اسلامی است؛ به‌خصوص از آن‌رو که دولت جمهوری اسلامی ایران، دولتی فرهنگی است و «فرهنگ» جزو ماهیت اصلی و قوام‌بخش انقلاب اسلامی دانسته می‌شود، از این‌رو در طول چهار دهه گذشته با استفاده از همه ابزارهای ممکن کوشیده شده تا اصلاحات و تغییرات مدنظر نظام را در حوزه فرهنگ اعمال کند. این تلاش‌ها اگرچه از ابتدای انقلاب و به‌خصوص از دهه هفتاد شمسی یک دست نبوده و در ارکان مختلف دولت جهت‌گیری‌های متناقضی در خصوص سیاست فرهنگی دیده شده^۱ با این حال سیاست‌های فرهنگی از مجاری برنامه‌ها و سیاست‌های مختلفی پیگیری شده و از ابزارهای مختلف قضایی و حقوقی تا ابزارها و سیاست‌های مالی برای پیشبرد اهداف فرهنگی استفاده شده است.

درهم‌تنیدگی نظام جمهوری اسلامی با فرهنگ و فرهنگی بودن نظام را می‌توان در تعبیری همچون «انقلاب اسلامی یک انقلاب فرهنگی و انقلاب پیام بود (ر.ک: صدیق و زائری، ۱۳۸۹) انقلاب اسلامی از «انقلاب‌های موج چهارم با رویکرد فرهنگی بود» (خرمشاد، ۱۳۸۳: ۸۶) و مهم‌تر از همه در رویکرد فلسفه سیاسی جمهوری اسلامی در صورت مداخله در حوزه فرهنگ دید؛ چراکه فرهنگ در اندیشه رهبران سیاسی انقلاب اسلامی و جمهوری اسلامی مبدأ خوشبختی‌ها و بدبختی‌های یک ملت دانسته شده (ر.ک: خمینی، ۱۳۷۸: ج ۳)

۱. رفیع‌پور در کتاب توسعه و تضاد، آغاز این تضاد در سیاست‌های فرهنگی دولت را از سال ۱۳۶۸ و بعد از پایان جنگ و فوت امام و اصلاح قانون اساسی و ریاست جمهوری هاشمی رفسنجانی می‌داند.

که بسان هواس است که می‌تواند موجب رشد و سلامتی فرد و جامعه باشد و نگرانی درباره آن خواب را از چشم برباید (ر.ک: خامنه‌ای، ۱۳۷۳)؛ در این تلقی «انقلاب اسلامی ایران به رهبری حضرت امام خمینی» اساساً انقلابی فرهنگی بوده است؛ زیرا جهت‌گیری اصلی آن تشکیل حکومت اسلامی و رسیدن به فرهنگ مطلوب اسلامی در جامعه و در همه ارکان و اجزا بوده است» (ر.ک: همایون و فروزان، ۱۳۸۸).

در نتیجه یکی از اصول مسلم و اهداف سیاسی نظام جمهوری اسلامی، اصلاح و تغییر فرهنگ جامعه یا همان‌گونه که در سند سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی آمده است: «رشد و تعالی فرهنگ اسلامی انسانی و بسط پیام و فرهنگ انقلاب اسلامی در جامعه و جهان» (ر.ک: سند سیاست فرهنگی، ۱۳۷۱) می‌باشد.

اهداف فرهنگی جمهوری اسلامی آن‌گونه که در اسناد مختلف از جمله قانون وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی آمده است شامل «رشد فضایل اخلاقی بر اساس ایمان و تقوا، استقلال فرهنگی و مصونیت جامعه از نفوذ فرهنگ اجانب، اعتلای آگاهی‌های عمومی در زمینه‌های مختلف و شکوفایی استعدادها و روحیه تحقیق، تتبع و ابتکار در جامعه، رواج فرهنگ و هنر اسلامی، آگاهی جهانیان نسبت به مبانی و مظاهر و اهداف انقلاب اسلامی، گسترش مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام مختلف به‌خصوص مسلمانان و مستضعفان جهان، فراهم آمدن زمینه‌های وحدت میان مسلمین» است (ر.ک: قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۶).

از این‌رو اصل چهارم قانون اساسی از ضرورت تطبیق همه قوانین و مقررات مدنی، جزایی، مالی، اقتصادی، اداری، فرهنگی، نظامی، سیاسی و... با موازین اسلامی سخن می‌گوید تا قوانین مدنی، مجازات اسلامی و تجارت زیرساخت‌های حقوقی لازم برای تحقق اهداف فرهنگی را فراهم ساخته باشد. افزون بر این، مجموعه‌ای از سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی که بیش از ۶۰ مرکز می‌شوند (ر.ک: بودجه نهادهای دینی - تبلیغی، مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۳۹۷) و هزینه‌های آنها در قالب قوانین بودجه سنواتی کشور از اعتبارات عمومی پرداخت می‌شود که برای تحقق اهداف فرهنگی نظام تأسیس شده‌اند. همچنین هریک از وزارت‌خانه‌ها، نهادها و ارگان‌های تخصصی همچون وزارت کار، نیروهای نظامی و اصناف بخش خصوصی دارای واحدهای روابط عمومی و معاونت‌های فرهنگی و عقیدتی‌اند که هدف‌شان کمک به صیانت از فرهنگ دینی و اصلاح و ارتقای آن است؛ به

این موارد باید واحدهای حراست و گزینش را نیز اضافه کرد که بخشی از مأموریت‌شان صیانت از ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی است.

همین مسئله باعث شده است تا برخی محققان از عبارت دولت فرهنگی حداکثری برای توصیف جمهوری اسلامی استفاده کنند: «جمهوری اسلامی ایران را می‌توان دولت حداکثر در عرصه سیاست‌های فرهنگی قلمداد کرد (ر.ک: وحید، ۱۳۸۶) که هیچ‌گاه وظیفه تعالی فرهنگی را از خود ساقط شده نمی‌بیند» (لبخندق، ۱۳۹۰).

این همه نشان‌دهنده مداخله همه‌جانبه جمهوری اسلامی در حوزه فرهنگ با هدف تحقق اهداف فرهنگی نظام است. اکنون پرسش‌های مطرح‌شده این است که نظام از چه ابزارهایی برای تحقق اهداف فرهنگی خود استفاده کرده است؟ ویژگی‌ها و ابعاد اصلی این ابزارها چه بوده و ارکان اساسی آن چیست؟

۲. تعریف مفاهیم

۲-۱. فرهنگ

در این مقاله منظور از فرهنگ، تعریف خاص فرهنگ به معنای نظام معنا و آگاهی و به صورت خاص ارزش‌ها و باورها مدنظر است. از آنجاکه در اسناد رسمی جمهوری اسلامی منظور از فرهنگ به معنای خاص آن مدنظر می‌باشد در این مقاله نیز همین معنا استفاده شده است. در سند مهندسی فرهنگی به عنوان آخرین سند رسمی فرهنگی جمهوری اسلامی، فرهنگ این گونه تعریف شده است:

نظام‌واره‌ای است از «عقاید و باورهای اساسی»، «ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری» ریشه‌دار و دیرپا و «تمادها» و «مصنوعات» که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد.

همان‌طور که در تعریف فرهنگ به معنای استفاده از توانایی‌های انسان در حیات فردی و اجتماعی (حسینی، پارسانیا، ۱۳۹۹)، دو وجه فرهنگ متعالی و منحل از یکدیگر تفکیک شده است، در تعریف سند مهندسی فرهنگی نیز فرهنگ متعالی مورد نظر می‌باشد.

۲-۲. فرهنگ‌سازی

در این پژوهش منظور از فرهنگ‌سازی، روش‌ها و شیوه‌های به کار گرفته‌شده از سوی

نظام سیاسی برای حفظ و گسترش ارزش‌ها و هنجارهای عمومی (نظام‌واره مدنظر نظام سیاسی) است؛ ارزش‌هایی همچون کسب رزق حلال، رعایت حق‌الناس، راستگویی، مبارزه با ظلم و عدالت‌طلبی، عفاف و حجاب، عدم اختلاط و ارتباط با نامحرم و عدم غیبت که از مصادیق بارز آن محسوب می‌شوند. این تعریف فرهنگ‌سازی معادل تعریفی است که در برخی تحقیقات از سیاست‌گذاری فرهنگی شده است: «همه تلاش‌های آگاهانه، سازمان‌یافته و مبتنی بر اصول به قصد اثرگذاری بر فرهنگ» (آزاد ارمکی، ۱۳۹۱).

۲-۳. حوزه‌های فرهنگ

با توجه به تعریف فرهنگ، حوزه‌های فرهنگ شامل محیط‌ها و عرصه‌هایی است که در آن، فعالیت‌ها و اقدامات آگاهانه و ناآگاهانه برای حفظ، انتقال و تحول فرهنگی انجام می‌پذیرد و در معنای خاص شامل حوزه دین، رسانه، خانواده، آموزش، فراغت و گردشگری و در معنای عام شامل همه قلمروهای حیات اجتماعی می‌شود.

۱۰۰

۳. چارچوب نظری

در این بخش تلاش شده تا نظریه‌های مختلفی که می‌تواند مبنایی برای تعیین الگوی مداخله دولت در فرهنگ را فراهم آورد بررسی شده و در خصوص امکان‌های پیش روی سیاست‌گذاری و مدیریت فرهنگی تأمل کرده و به این پرسش پاسخ دهد که الگوی مواجهه و مداخله جمهوری اسلامی در حوزه فرهنگ از چه روش‌ها و ابزارهایی استفاده کرده است؟ بدیهی است که بررسی همه جوانب و ابعاد مسئله در چنین مجالی مقدور و میسر نبوده و تمرکز اصلی مقاله بر روش‌های مداخله نظام سیاسی در فرهنگ خواهد بود. تداوم و بسط منطقی این بحث در حوزه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی از اجزای مکمل این چشم‌انداز خواهد بود.

۳-۱. رویکرد نظری سازمان‌دهی فرهنگی

در بخش عمده ادبیات سیاست‌گذاری فرهنگی تمرکز بر انواع الگوهای اداری مداخله دولت در فرهنگ است. این رویکرد که چارچوب نظری غالب بر مطالعات سیاست‌گذاری فرهنگی است، الگوی فعالیت و سیاست‌گذاری فرهنگی دولت‌های مختلف را در چارچوب نظام اداری و شیوه سازماندهی اداری فرهنگ مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌دهد؛ به‌عنوان نمونه،

یونسکو در سند «مشکلات و چشم‌اندازهای کنفرانس جهانی سیاست‌گذاری فرهنگی» به سه روش معمول سیاست‌گذاری فرهنگی اشاره می‌کند. برخی دولت‌ها اقدامات سازمان‌یافته را ترجیح می‌دهند، برخی دیگر به اشکال انعطاف‌پذیرتر طراحی پروژه‌ها و حمایت راغب هستند و بالاخره پاره‌ای از دولت‌ها نیز می‌کوشند فقط مشوق و انگیزه لازم برای فعالیت گروه‌ها و انجمن‌های پراکنده در حوزه فرهنگ را فراهم آورند (اجلایی، ۱۳۷۹، ص ۵۱).

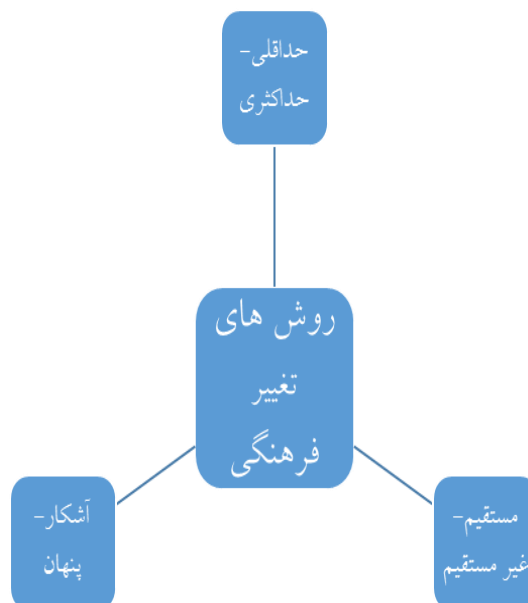
«به عبارتی بررسی‌های مختلف نشان می‌دهد سیاست‌گذاری فرهنگی در بیشتر دولت‌ها کمابیش از سه الگو پیروی می‌کند که عبارت‌اند از: برنامه‌ریزی محض، دخالت موردی دولت، پرهیز از دخالت» (ر.ک: اصلان‌زاده، ۱۳۹۴). بدین ترتیب کشورهای مختلف بر اساس الگوهای سازمان‌دهی فرهنگی خود دسته‌بندی می‌شوند.

این رویکرد نظری می‌تواند برخی تفاوت‌ها و شباهت‌های میان دولت‌ها را در سطح کلان توضیح دهد اما در خصوص توضیح علل و عوامل موفقیت و ناکامی دولت‌ها و همچنین روش‌ها و ابزارهای عملی تغییر فرهنگی ناتوان است؛ چراکه انواع مختلف از شیوه‌های متفاوت سامان‌دهی فرهنگ در نظام‌های سیاسی مختلف دنیا وجود دارد که به لحاظ فرهنگی موفق بوده یا شکست خورده‌اند.

افزون بر این، نظریه سازمان‌دهی فرهنگی به الگوی چرخه‌های تصمیم‌سازی در سیاست‌گذاری عمومی نیز بسیار نزدیک است که بر اساس آن، نظام مداخله و مواجهه با موضوع‌ها و مسائل مختلف از یک الگوی چندمرحله‌ای چرخه‌ای تکاملی استفاده می‌کند که در جغرافیاهای مختلف و زیست‌بوم‌های متفاوت قابلیت به‌کارگیری و استفاده دارد (ر.ک: فتاح شریف‌زاده و الوانی، ۱۳۹۴؛ اشتریان، ۱۳۸۹؛ دانایی‌فر، ۱۳۹۵).

مهم‌ترین ویژگی این نظریه، تمرکز بر ساختارهای اجرایی و اداری برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری فرهنگی است. بر این اساس الگوی مداخله دولت در فرهنگ شامل رویه‌ها و مراحل است که موفقیت و کارآمدی آن در گرو رعایت و اعمال همه‌جانبه چرخه‌های یادشده است. در نتیجه در این الگو بیش از آنکه جهت‌گیری مضمونی و سیاستی، تعیین‌کننده باشد روش‌های اجرا و اعمال سیاست‌ها تعیین‌کننده است. ذیل همین رویکرد نظری مداخله‌های حداقلی - حداکثری، مستقیم - غیرمستقیم، آشکار - پنهان دولت در فرهنگ قابل صورت‌بندی است.

در مداخله حذاقلی، دولت از جهت قانونی، نهادی، مالی و سیاست گذاری کمترین میزان مداخله را دارد درحالی که در مداخله حداکثری برعکس است. رویکرد مستقیم مداخله ای معطوف به قلمرو فرهنگ است درحالی که در رویکرد غیرمستقیم تغییر فرهنگی از طریق مداخله در عرصه های اقتصادی، سیاسی و زیرساختی دنبال می شود. در مداخله آشکار، دولت به صورت علنی مداخله اش در فرهنگ را در سطح رسمی و عمومی جامعه اعلام می کند درحالی که در مداخله پنهان، دولت ها معمولاً از آشکار شدن اقدامات شان اکراه دارند. در نتیجه ابزارها و روش های مداخله و تغییر فرهنگی در چارچوب این رویکرد نظری را می توان در قالب دوگانه های زیر طبقه بندی کرد:



۱۰۲

۳-۲. نظریه هویتی

بر اساس این الگوی نظری، دخالت دولت در فرهنگ از طریق پیگیری یک سیاست هویتی مشخص است. در نتیجه آنچه در خصوص رابطه دولت و فرهنگ اهمیت می یابد نه روش و شیوه های اجرای سیاست فرهنگی بلکه سیاست هویتی مشخصی است که می تواند بر اساس شاخصه های مرتبط با نژاد، جغرافیا و سرزمین، دین و... انواع مختلفی به خود بگیرد. بر این اساس هویت دینی و پیگیری سیاست اسلامی سازی جامعه و بخش های مختلف

آن دال مرکزی سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در نظر گرفته شده است. محققان و پژوهشگران مختلفی به سیاست اسلامی‌سازی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی اشاره کرده‌اند (ر.ک: رفیع‌پور، ۱۳۷۶؛ ربیعی، ۱۳۷۶؛ بشیریه، ۱۳۸۱؛ بلباسی، ۱۳۹۷).

نظریه هویتی ضمن اینکه تفاوت بنیادی با رویکرد سازمان‌دهی دارد اما روش‌های تغییر یا صیانت فرهنگی که موضوع اصلی این مقاله است را مسکوت گذارده است. ازاین‌رو مشخص شدن نوع سیاست هویتی نمی‌تواند مبنایی نظری برای موضوع بحث فراهم کند.

۳-۳. رویکرد جامعه‌پذیری

جامعه‌شناسان این اصطلاح را به‌منظور توصیف فرایندی استفاده می‌کنند که افراد از طریق آن هم‌نوا شدن با هنجارهای اجتماعی را می‌آموزند، فرایندی که تداوم یک جامعه و انتقال فرهنگ آن از نسلی به نسل دیگر را ممکن می‌سازد. این فرایند به دو طریق مفهوم‌پردازی شده است:

۱. جامعه‌پذیری را می‌توان به‌مثابه درونی‌کردن هنجارهای اجتماعی درک کرد؛ قوانین اجتماعی در فرد درونی می‌شوند، به‌طوری که به‌جای تحمیل شدن از طریق وسایل نظارتی خارجی، از طرف خود فرد به او تحمیل می‌شوند، و ازاین‌رو بخشی از شخصیت این افراد هستند. بنابراین فرد احساس نیاز به هم‌نواپی کردن پیدا می‌کند؛

۲. جامعه‌پذیری همچنین می‌تواند به‌مثابه عنصر ضروری تعامل اجتماعی درک شود، با این فرض که انسان تمایل دارد خودانگاره خود را با کسب توافق و منزلت در نگاه دیگران، ارتقا دهد. در این مورد افراد در حالی اجتماعی می‌شوند که کنش‌های خود را به سمت انطباق یافتن با انتظارات دیگران هدایت می‌کنند.

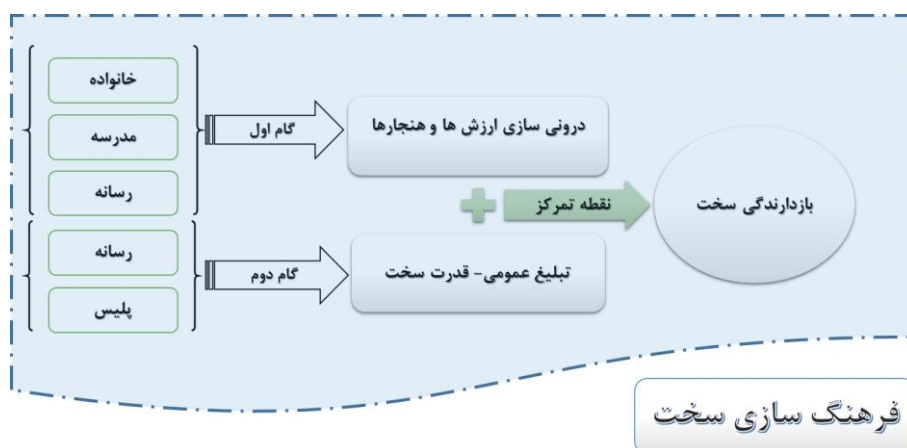
جامعه‌پذیری را می‌توان به سه مرحله تقسیم کرد: مرحله نخست شامل جامعه‌پذیری کودکان در خانواده، مرحله دوم شامل مدرسه و گروه دوستان و مرحله سوم، جامعه‌پذیری بزرگسالان است که در آن هنگام، کنشگران وارد نقش‌های خود می‌شوند؛ چراکه ممکن است از طریق جامعه‌پذیری اولیه و ثانویه کاملاً آماده نشده باشند (مثلاً به‌عنوان یک کارمند، شوهر، زن یا ولی).

آلن بیرو نیز جامعه‌پذیری را به دو معنا به‌کار می‌برد:

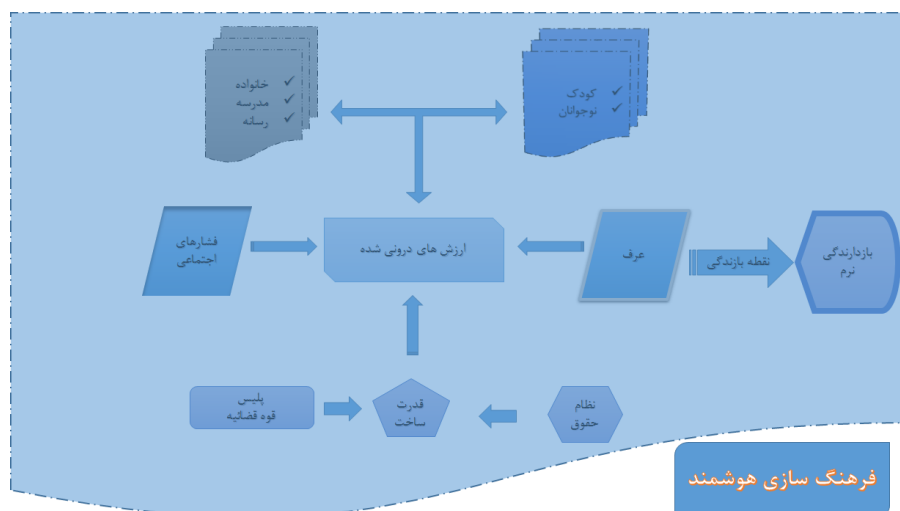
۱. «انتقال هر آنچه در گذشته، صورتی خصوصی، خانوادگی و شخصی داشت به قلمرو اجتماعی و اکثراً دولتی نظیر اجتماعی شدن طب» (ر.ک: بیرو، ۱۳۷۵).
۲. «فرایندی که بر پایه آن، مجموعه حیات و فعالیت‌های انسانی در شبکه وابستگی‌های متقابل اجتماعی جای می‌یابد. پدیده اجتماعی شدن، از عوامل بسیاری نظیر تجمع وسیع انسان‌ها، مقتضیات فنی، عقلانی شدن حیات و تقبل پاسخگویی به نیازهای روزافزون جمعی توسط مسئولان دولتی، منشأ می‌گیرد».
- بر اساس نظریه‌های مطرح شده، دو الگو و روش متفاوت برای فرهنگ‌سازی و صیانت فرهنگی در جامعه قابل شناسایی است:
- روش اول، فرهنگ‌سازی سخت نام دارد که الگوی خطی و غیرمنعطف فرهنگ‌سازی و مدیریت فرهنگی است، ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی توسط نهادهایی همچون خانواده، مدرسه و رسانه‌ها به فرد منتقل و در وی درونی می‌شود؛
- مرحله دوم، فرهنگ با نظام پاداش و تنبیه اجتماعی به خصوص عنصر قدرت سخت ازجمله پلیس و نظام قضایی صیانت می‌شود. بر اساس الگوی سخت فرهنگ‌سازی، افراد ارزش‌های اجتماعی و رسمی را در کودکی می‌آموزند و در بزرگسالی به رعایت و رفتار بر اساس آن موظف‌اند. در این روش هرگونه تخطی از ارزش‌های اجتماعی و فرهنگی با قدرت سخت پاسخ داده می‌شود.
- الگوی دوم فرهنگ‌سازی را می‌توان الگوی هوشمند فرهنگ‌سازی نامید. در این الگو به جای اینکه افراد را منفعل و بی‌اراده تصور کنند، برای افراد نقش فعال و تعیین‌کننده‌ای در نظر می‌گیرند. در نتیجه الگوی فرهنگ‌سازی الگویی دوجانبه و مشارکتی و با نقش‌آفرینی فعال کنشگران است. این الگو در مرحله اول برخلاف الگوی سخت، ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی را به صورت دوطرفه و با مشارکت کودکان و نوجوانان نهادینه می‌سازد سپس در بزرگسالی از یک سو امکان تحول فرهنگی همسو با نظام ارزشی را به رسمیت شناخته و از سوی دیگر به جای استفاده از قدرت سخت برای صیانت نظام ارزشی و هنجارهای اجتماعی، از قدرت نرم فشار اجتماعی استفاده می‌کند. فشار اجتماعی که پاداش و تنبیه غیررسمی است و بر اساس عرف جامعه باعث طرد و برچسب‌زنی اجتماعی به افراد می‌شود و در فرایندی بسیار سخت و دردناک، افراد را از نظام روابط اجتماعی حذف کرده و آنان را منزوی می‌سازد. این نظام

اجتماعی کنترل ارزش‌های اجتماعی یک مرحله پیش از قدرت سخت وارد می‌شود. در آخرین مرحله این فرایند برای درصد اندکی از افراد که با هیچ سازوکاری قابلیت اصلاح و کنترل آنان وجود ندارد، قدرت سخت اعمال می‌شود. بنابراین الگوی هوشمند فرهنگ‌سازی از روش چندمرحله‌ای استفاده می‌کند به همین خاطر از میزان انعطاف و مدارا نیز برخوردار است. شکل زیر این دو الگو را با یکدیگر مقایسه کرده است:

۱۰۵



در مقابل فرهنگ‌سازی سخت که روش سنتی و کلاسیک و مبتنی بر درک ابتدایی از فرایند جامعه‌پذیری است، فرهنگ‌سازی هوشمند قرار دارد.



همان‌طور که در تصویر بالا ملاحظه می‌شود فرهنگ‌سازی هوشمند مبتنی بر فرایند

ارزش‌های درونی شده است و استفاده از قدرت سخت برای صیانت ارزش‌ها در پایین‌ترین و آخرین لایه قرار گرفته و معمولاً به‌ندرت به‌کار گرفته می‌شود. بر این اساس در این مقاله تلاش شده است تا ابزارها و روش مورد استفاده برای فرهنگ‌سازی و صیانت فرهنگی در جمهوری اسلامی شناسایی و تطابق آن بر هریک از این دو الگو مورد ارزیابی قرار گیرد.

۴. روش تحقیق

داده‌های این مقاله با هدف تحلیل عملکرد نظام جمهوری اسلامی و با استفاده از روش تحلیل اسنادی و تحلیل مضمون اسناد رسمی فرهنگی به‌دست آمده است. در این روش ابتدا مجموعه اقدامات و عملکردهای دولت جمهوری اسلامی ایران در چند حوزه مهم فرهنگی در چهار دهه گذشته، با استفاده از تحلیل اسناد قانونی و تکنیک‌های تحلیل مضمون کیفی در قالب مقولات طبقه‌بندی شده است.

این مقوله‌ها مبنایی برای مفهوم‌سازی و درنهایت استنتاج روش مورد استفاده و الگوی کاربردی در جمهوری اسلامی قرار گرفته است. بر این اساس دولت جمهوری اسلامی فارغ از تفاوت‌ها و اختلاف‌هایی که میان دولت‌های ادوار مختلف وجود داشته است به‌عنوان یک کل در نظر گرفته شده و اقدامات و شیوه‌های عمل در حوزه‌های مختلف فرهنگی مورد سنجش و ارزیابی قرار گرفته است.

قوانین مصوب در قالب اسناد مکتوب (داده‌های مکتوب) این امکان را به محقق می‌دهند تا با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، ویژگی‌های مندرج در آن را به‌صورت عینی و منظم استخراج کند؛ چراکه روش تحقیق کیفی بیشترین تناسب را برای تحلیل داده‌ها به شکل اسناد دارد (ر.ک: مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۲). درواقع تحلیل محتوا تکنیکی است که برای استنباط نظام‌مند و عینی از یک محتوای معین مورد استفاده قرار می‌گیرد (ر.ک: هولستی، ۱۳۷۳) و در مقابل استنباط غیرنظام‌مند قرار دارد که به‌صورت معمول توسط اشخاص در جریان زندگی روزمره به‌کار گرفته می‌شود. درواقع هرگونه استنباط و برداشتی از محتوای معین و مشخصی تحلیل محتواست. تفاوت تحلیل محتوا، علمی در نظام‌مند بودن این استنباط و برداشت است که امکان ارزیابی و اعتبارسنجی آن برداشت و استنباط را فراهم می‌سازد. درنتیجه توصیف عینی محتوای پیام ممکن می‌شود (ر.ک: کریپندورف، ۱۳۷۸ به‌نقل از مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۲). به همین دلیل برخی بر این باور بوده‌اند که تحلیل محتوا توان پاسخ به پرسش‌هایی از

نوع چرایی را ندارد و تنها می‌تواند پاسخگویی پرسش‌های چیستی و چه چیزی باشد (ر.ک: چلیمسکی ۱۹۸۹ به نقل از مؤمنی و همکاران، ۱۳۹۲).

تحلیل محتوای کیفی برخلاف تحلیل کمی که می‌کوشد از طریق محاسبه فراوانی مفاهیم و اصطلاحات و رابطه آنها در متن، الگوها و معانی پنهان را کشف کند، بر معنا و منظور مفاهیم و اصطلاحات متمرکز می‌شود و به جای شمردن و محاسبه فراوانی مفاهیم، معنا و مقصودی که مفاهیم دارند را از طریق کشف شباهت و تفاوت‌های میان معانی جست‌وجو می‌کند. از این رو رویکرد مورد استفاده در این تحقیق علاوه بر استفاده از روش کیفی تحلیل محتوا، بر جنبه‌های پنهان و رویکرد قیاسی متمرکز است. بدین معنا که از یک سو می‌کوشد فهم جدیدی را در خصوص ابزارهای سیاستی فرهنگ جمهوری اسلامی ارائه کرده و از سوی دیگر، این فهم را با استفاده از ابزارهای مفهومی پیش‌ساخته، استنباط می‌کند.

جامعه آماری این تحقیق، اقدامات رسمی و آگاهانه انجام‌شده در دوران مختلف در حوزه فرهنگ است. نمونه انتخاب‌شده بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند احکام، خط‌مشی‌ها و سیاست‌های مرتبط با بخش فرهنگ می‌باشد. میزان و تعداد نمونه در روش‌های کیفی بر اساس شاخص اشباع نظری انجام می‌شود و واحد تحلیل نیز احکام قانونی رسمی است که در قالب جمله یا پاراگراف بیان شده و حکم و دستور مشخصی را در حوزه فرهنگ بیان می‌کند. در نتیجه می‌توان حکم قانونی را واحد تحلیل این تحقیق دانست. واحد زمینه هم سیاست کلان حاکم قوانین است که احکام بخش فرهنگ تابع آن است. معیار اعتبار تحقیق نیز با توجه به روش تحقیقی به کار گرفته‌شده، تناسب و تطابق نتایج این تحقیق با معیارهای جالافته در خصوص رویکردهای جمهوری اسلامی به حوزه فرهنگ و انتظاراتی که از نظام سیاسی در این حوزه‌ها وجود دارد، خواهد بود. بنابراین نتایج به دست آمده نباید در تعارض و یا تضاد با این چارچوب‌ها باشد. با توجه به مفاهیم استفاده‌شده در این تحقیق، تناسب میان نتایج و نظام مفهومی به عنوان معیاری برای اعتبار مورد استفاده قرار گرفته است.

۵. یافته‌های تحقیق

۵-۱. نهادسازی

تحلیل اسناد قانونی نشان می‌دهد که بخش عمده‌ای از اقدامات جمهوری اسلامی ایران صرف ایجاد نهاد و سازمان شده و نهادسازی در قالب‌های حقوقی مختلف یکی از مهم‌ترین

ابزارهای مورد استفاده جمهوری اسلامی در حوزه فرهنگ بوده است. مجموعه‌ای از شوراها، وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها و معاونت‌های مختلف در حوزه‌های گوناگون تأسیس گردیده‌اند که بخشی از آنها در نظام سیاسی گذشته تأسیس شده و پس از انقلاب اسلامی به فعالیت خود ادامه داده‌اند و بخش عمده‌ای نیز جدید تأسیس شده است. جدول زیر نوع، تعداد و حوزه‌هایی که این نهادها در آن تأسیس شده‌اند را نشان می‌دهد:

جدول ۱: سازمان‌های فرهنگی جمهوری اسلامی

ردیف	نوع / عنوان حقوقی	تعداد	حوزه
۱	شورا	۱۰	فرهنگ، فضای مجازی، آموزش و پرورش، آموزش عالی، صداوسیما، حوزه‌های علمیه، زنان، تبلیغات اسلامی
۲	وزارتخانه	۵	فرهنگ و ارشاد، میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، ورزش و جوانان، آموزش و پرورش و آموزش عالی
۳	سازمان	۹	صداوسیما، هنر، فرهنگ و ارتباطات، اسناد و کتابخانه، فرهنگی و هنری، تبلیغات اسلامی، اوقاف و امور خیریه، خبرگزاری، حج و زیارت
۴	معاونت وزارتخانه	۱۲	فرهنگی بیت رهبری، فرهنگی - اجتماعی شهرداری‌ها، فرهنگی وزارت علوم، فرهنگی و دانشجویی وزارت بهداشت، فرهنگی و اجتماعی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، فرهنگی وزارت اطلاعات، پرورشی و فرهنگی وزارت آموزش و پرورش، امور فرهنگی و تربیتی وزارت ورزش و جوانان، فرهنگی و اجتماعی سازمان برنامه و بودجه، اجتماعی نیروی انتظامی، فرهنگی سپاه پاسداران، امور زنان و خانواده
۵	ستاد	۲	اقامه نماز، احیای امریه معروف و نهی از منکر
۶	نهاد	۲	کتابخانه‌ها، دانشگاه‌ها
۷	قرارگاه	۲	قرب بقیةالله، ماهواره
۸	دانشگاه و دانشکده	۱۹	هنر، صداوسیما، حوزه و دانشگاه، فرهنگ و اندیشه اسلامی، تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی، فقه اسلامی، الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، پژوهشی و فرهنگی، پژوهشی حکمت و فلسفه، علوم و معارف قرآنی، اهل بیت (ع)، جامعة المصطفی العالمیه، مذاهب اسلامی، معارف اسلامی، مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی و اسلامی، امام خمینی (ع)، انقلاب اسلامی، آموزشی و پژوهشی

۹	بنیاد	۳	حفظ آثار و ارزش‌های دفاع مقدس، سعدی، دایرةالمعارف اسلامی
۱۰	مؤسسه	۳	شهید آوینی، نشر آثار حضرت امام علیه السلام ، اوج، ناجی هنر
۱۱	مرکز	۲	رسیدگی به امور مساجد، خدمات حوزه‌های علمیه
۱۲	مجمع	۲	تقریب مذاهب اسلامی، اهل بیت علیهم السلام
۱۳	دفتر	۱	تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم
۱۴	کمیته	۱	ملی المپیک ایران، پارالمپیک
۱۵	شرکت	۱	شرکت سهامی کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان
۱۶	موزه‌ها	۱	موزه‌ها، کاخ‌ها و خانه‌های تاریخی
جمع کل		۶۴	

اگر عدد مجموع موزه‌ها، کاخ‌ها و خانه‌های تاریخی را که بیش از هزار مورد است، یک لحاظ کنیم، در آن صورت در چهار دهه گذشته ۱۶ نوع نهاد در قالب‌های حقوقی مختلف تأسیس شده‌اند که تعداد آنها بر اساس اسناد رسمی و قانونی به ۶۴ مورد می‌رسد. این ۶۴ نهاد در نزدیک به ۱۳ حوزه موضوعی تأسیس شده است. از میان حوزه‌های تأسیس‌شده، پرتکرارترین حوزه، دین ۲۹ مورد، فرهنگ ۲۰ مورد، هنر ۱۱ و رسانه ۴ مورد را به خود اختصاص داده‌اند. بخش عمده این نهادها با مأموریت و هدف صیانت از فرهنگ، تبلیغ و ترویج فرهنگ دینی و ملی تأسیس شده و اختیارات مختلفی از قاعده‌گذاری تا اجرای عملیات‌های اجرایی دارند.

بزرگ شدن نهادی سازمان‌های فرهنگی در جمهوری اسلامی نتیجه این روند بوده است و درواقع نقطه تمرکز بیش از آنکه اصلاح یا ارتقای ابزارها و روش‌های سیاستی فرهنگ باشد، تأسیس سازمان‌ها و نهادهایی بوده است که چنین مأموریتی را برعهده داشته باشند.

۵-۲. قاعده‌گذاری

تصویب سیاست، قانون، مقررات و دستورالعمل‌های اجرایی بخش دیگری از اقدامات جمهوری اسلامی در حوزه فرهنگی و در راستای ترویج سیاست فرهنگی رسمی کشور بوده است؛ این سیاست‌ها و قوانین نیز با عناوین مختلف و در حوزه‌های متفاوتی تصویب شده‌اند که در برخی حوزه‌ها همچون عفاف و حجاب، آموزش و پرورش، صداوسیما و فرهنگ و هنر شامل مجموعه‌های چندجلدی می‌شوند. در خصوص قوانین و مقررات نیز برخی قوانین در نظام‌های سیاسی گذشته تصویب شده و در جمهوری اسلامی همراه با اصلاحاتی تداوم

داشته و برخی دیگر تأسیسی است. جدول شماره ۲ فهرست و نوع قوانین و مقررات حوزه فرهنگ را نشان می‌دهد.

جدول ۲: قوانین و مقررات حوزه فرهنگ

ردیف	نوع و نام قانون	تعداد مواد
۱	قوانین عام (قانون اساسی، قانون مجازات اسلامی، قانون مدنی، قانون تجارت، قانون تخلفات اداری، قانون ثبت اسناد، قانون مدیریت خدمات کشوری، قانون کار، قانون نظام صنفی، قانون حقوق شهروندی، قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، قانون جرایم رایانه‌ای، قانون اصلاح الگوی مصرف انرژی، قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی، قانون امور گمرکی، قانون پیشگیری از وقوع جرم، قانون برنامه توسعه)	۱۶
۲	قوانین خاص (قانون مطبوعات، قانون ماهواره، قانون گزینش معلمان، قانون ممنوعیت استفاده از اسامی بیگانه، قانون حمایت از کودکان و نوجوانان، قانون حمایت از خانواده، قانون سقط‌درمانی، قانون رسیدگی به تخلفات و مجازات فروشندگان لباس‌هایی که استفاده از آنها در ملأعام خلاف شرع است، قانون مد و لباس، قانون تسهیل ازدواج جوانان، قانون تابعیت، قانون ثبت اختراعات، قانون امور سمعی و بصری و فعالیت‌های غیرمجاز، قانون انتشار و دسترسی آزاد به اطلاعات، قانون حمایت از آمران به معروف و ناهیان از منکر، قانون تأسیس و اداره مدارس و مراکز آموزش و پرورش غیردولتی، قانون اداره وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و قوانین اداره دیگر سازمان‌های فرهنگی از جمله وزارت آموزش و پرورش، علوم، اوقاف و...)	۱۸ (بدون لحاظ کردن قوانین تأسیس سازمان‌ها و وزارتخانه‌ها)
۳	سیاست‌ها (سند اصول سیاست فرهنگی، سند مهندسی فرهنگی، نقشه جامع علمی کشور، سند تحول آموزش و پرورش، سیاست‌های کلی و سیاست‌های برنامه‌های توسعه)	۶
۴	بخش‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی	-

۱۱۰

اگرچه در خصوص تعداد قوانین و مقررات کشور آمار دقیق و مستندی وجود ندارد، اما

مطابق با برخی برآوردها ۱۲,۰۰۰ قانون و ۸۰,۰۰۰ مصوبه در کشور وجود دارد. این قوانین ذیل ۲۹۱۶ طرح و لایحه تا پایان مجلس نهم به تصویب رسیده است.^۱ بر اساس اصل چهارم قانون اساسی همه قوانین و مقررات مدنی، جزایی، مالی، اقتصادی، اداری، فرهنگی، نظامی، سیاسی و... باید بر اساس موازین اسلامی باشند. این اصل بر اطلاق یا عموم همه اصول قانون اساسی و قوانین و مقررات دیگر حاکم می‌باشد و تشخیص این امر بر عهده فقهای شورای نگهبان است. مطابق با این اصل همه قوانین و مقررات کشور، ویژگی عدم مغایرت با موازین اسلامی را دارند.

باین حال به نظر می‌رسد از میان این قوانین و مقررات گسترده، ۱۶ قانون عام و کلی به‌خصوص دو قانون مجازات اسلامی و مدنی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم به موضوع سیاست‌گذاری و فعالیت فرهنگی مربوط می‌شود. مجموع قوانین خاصی که در حوزه فرهنگ تا پایان مجلس نهم به تصویب رسیده است ۱۳۶ قانون^۲ می‌باشد که از میان این قوانین ۱۷ قانون خاص به‌خصوص قوانین مطبوعات، ماهواره و قانون جرایم رایانه‌ای نقش محوری در ایجاد نظام حقوقی لازم برای فعالیت‌های فرهنگی و جهت‌گیری‌های فرهنگی دولت دارند. از میان این قوانین حوزه فرهنگ عمومی، ارشاد و تبلیغ اسلامی با حدود ۲۸ درصد قانون‌گذاری، بیشترین قانون در حوزه فرهنگ را داراست و جوانان و تربیت بدنی با ۱۱ درصد کمترین میزان قانون را دارد.

تأکید بر قانون‌گذاری و استفاده از ابزار قانون به‌عنوان ابزاری برای تغییر فرهنگی یکی دیگر از ابزارهای مورد استفاده برای سیاست‌گذاری فرهنگی در جمهوری اسلامی است. در استفاده از ابزار قانون اگرچه بر استفاده روش‌های آگاهی‌بخشی، اقناع، همراه‌سازی و... در کنار جرم‌انگاری و تعیین مجازات تأکید شده است، باین حال استفاده از ابزار قانون حتی با مضمون آگاهی‌بخشی بیش از آنکه به روش نرم و هوشمند نزدیک باشد، به روش سخت نزدیک است.

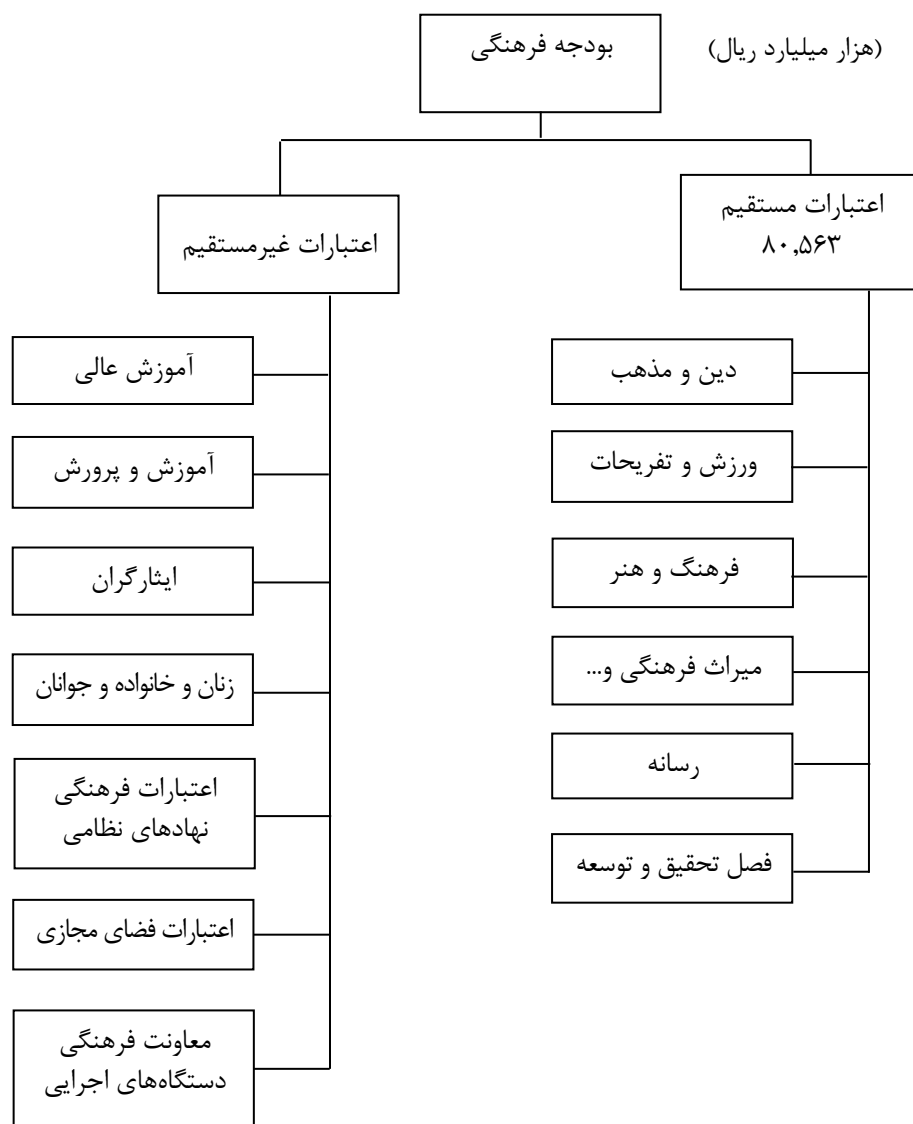
۵-۳. حمایت مالی

بخش دیگر اقدامات انجام‌شده در حوزه فرهنگ به حمایت‌های مالی بازمی‌گردد که به‌طور

۱. رک: گزارش نه دوره قانونگذاری در حوزه فرهنگ مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل ۱۵۰۹۰.

۲. همان.

مستقیم یا غیرمستقیم از فعالیت‌های حوزه فرهنگ صورت می‌پذیرد. حمایت‌های مستقیم شامل منابع مالی است که به مؤسسات و سازمان‌های فرهنگی پرداخت می‌شود و حمایت‌های غیرمستقیم شامل مواردی است که در وزارتخانه‌ها و سازمان‌های غیرفرهنگی از قبیل وزارت نفت، وزات تعاون و کار و... برای فعالیت‌های فرهنگی اختصاص می‌یابد. در یک تقسیم‌بندی دیگر نیز می‌توان وضعیت اعتبارات مستقیم و غیرمستقیم را به شکل زیر نشان داد:



جدول شماره ۳ مجموع اعتبارات بخش فرهنگ و آموزش را در قانون بودجه سال ۱۴۰۰ نشان می‌دهد:

جدول ۳: اعتبارات بخش فرهنگ و آموزش در قانون بودجه سال ۱۴۰۰

ردیف	عنوان	اعتبار (میلیارد تومان)
۱	امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری	۱۹,۹۱۰,۹۷۶,۲۰۰
۲	امور متفرقه مرتبط با فرهنگ (نهادهای موضوعات خاص)	۲,۱۳۷,۷۶۰,۰۰۰
۳	امور آموزش و پژوهش	۱۶۴,۰۸۳,۶۸۳,۹۰۰
۴	امور متفرقه مرتبط با آموزش	۱,۳۷۵,۴۰۰,۰۰۰
	جمع کل	۱۸۷,۵۰۷,۸۲۰,۱۰۰

۱۱۳

با توجه به جدول شماره ۳، مجموع اعتبار مالی بودجه سال ۱۴۰۰ که تنها در دو حوزه فرهنگ و آموزش هزینه شده است ۱۸۷ هزار و ۵۰۷ میلیارد و ۸۲۰ میلیون و ۱۰۰ هزار تومان می‌باشد که ۱۱ درصد از این رقم سهم بخش فرهنگ و ۸۹ درصد سهم بخش آموزش است. سهم امور فرهنگ از بودجه عمومی حدود ۲ درصد و سهم امور آموزش نزدیک به ۱۷ درصد می‌شود.

بخش عمده‌ای از این اعتبارات توسط وزارتخانه‌های آموزش و پرورش، آموزش عالی، فرهنگ و ارشاد اسلامی، ورزش و جوانان، گردشگری و صنایع دستی و بهداشت و درمان برای فعالیتهای آموزشی و فرهنگی هزینه می‌گردد.

اگرچه منابع مالی اختصاصی بخش فرهنگ نسبت به آموزش به مراتب کمتر است اما همان‌طور که در بخش نهادهای مشاهده شد، این اعتبارات بدون در نظر گرفتن اعتبارات بخش‌های فرهنگی، نهادهای سازمان‌های غیر فرهنگی همچون وزارت نفت، وزارت کار و... است.

تحلیل اعتبارات بخش فرهنگ به صورت مستقل نیز ابعاد دیگری از وضعیت حمایت‌های مالی از بخش فرهنگ را در جدول چهار نشان می‌دهد:

جدول ۴: اعتبارات فصول مختلف فرهنگ در قانون بودجه

ردیف	عنوان	جمع کل اعتبارات	درصد
۱	امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری	۱۹,۹۱۰,۹۷۶,۲۰۰	
۲	فصل دین و مذهب	۴,۴۷۴,۶۳۶,۵۰۰	۲۲
۳	فصل ورزش و تفریحات	۳,۷۰۴,۳۲۲,۳۰۰	۱۸
۴	فصل فرهنگ و هنر	۳,۲۳۸,۳۸۲,۶۰۰	۱۶
۵	فصل میراث فرهنگی	۱,۰۰۳,۱۶۰,۰۰۰	۵
۶	فصل رسانه	۶,۲۶۶,۶۵۰,۴۰۰	۳۱
۷	فصل گردشگری	۴,۱۱۲,۳۲۴,۰۰۰	۲۰
۸	فصل صنایع دستی	۱,۷۵۰,۰۰۰,۰۰۰	۸
۹	فصل تحقیق و توسعه در امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری	۶۳۷,۵۹۲,۰۰۰	۳

همان طور که در جدول شماره ۴ مشاهده می کنید فصل رسانه با ۳۱ درصد و فصل دین و مذهب با ۲۲ درصد بیش از ۵۰ درصد اعتبارات فصل فرهنگ را به خود اختصاص داده اند. اگر سه فصل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی نیز با هم در نظر گرفته شود بیش از ۳۳ درصد اعتبار فصل فرهنگ را به خود اختصاص داده اند و فصل تحقیق و توسعه در امور فرهنگ، تربیت بدنی و گردشگری فقط ۳ درصد اعتبارات فرهنگ را داراست.

۱۱۴

۵-۴. گفتمان سازی

آخرین نوع فعالیتی که در حوزه فرهنگ در نظام جمهوری اسلامی انجام می شود، گفتمان سازی و یا آن گونه که در ادبیات رسمی گفته می شود تبلیغ و بصیرت بخشی است. گفتمان سازی در سطوح مختلف و توسط نهادهای متعددی در کشور انجام می شود، باین حال چند نهاد و سازمان مشخص از جمله حوزه های علمیه، ائمه جمعه و جماعات، صداوسیما، آموزش و پرورش، وزارت علوم و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی به صورت متمرکز در این موضوع فعالیت می کنند.

جدول شماره ۵ نهادهایی را که بر اساس اساسنامه و شرح وظایف قانونی خود در این حوزه فعالیت بیشتری دارند را مشخص کرده است.

جدول ۵: سطوح و سازمان‌های گفتمان ساز جمهوری اسلامی

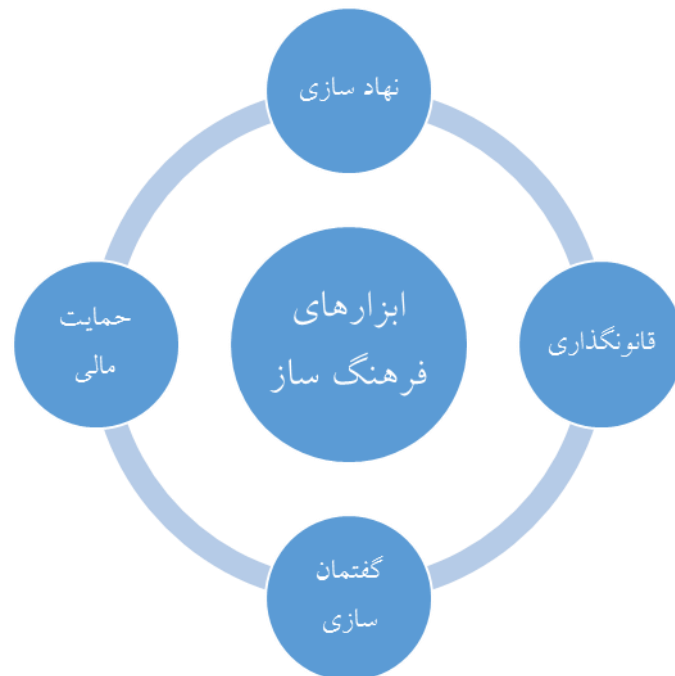
ردیف	سطح	گفتمان	مرجع / منبع گفتمان	نهاد و سازمان‌های متولی
۱	عمومی	رشد و تعالی	قانون اساسی	حوزه‌های علمیه، ائمه جمعه و جماعات، منابر و هیئت‌ها، صداوسیما، آموزش و پرورش، وزارت علوم، وزارت ارشاد (کتب، مطبوعات و...)، شهرداری‌ها فعالیت‌های فرهنگی اصناف، سازمان‌های تخصصی و...
		صیانت و سالم‌سازی فرهنگی	سند اصول سیاست فرهنگی	
		پرورش و تعالی وجودی	سند تحول بنیادین	
		سبک زندگی ایرانی - اسلامی	نقشه مهندسی فرهنگی	
۲	تخصصی	هنر متعهد / هنر قدسی	قانون اداره سازمان‌های فرهنگی	

۱۱۵

تولید، ترویج و بسط گفتمان فرهنگی قلب نظام سیاست‌گذاری فرهنگی بوده و هدف و غایت نهایی آن است. در وضعیت ایده‌آل ایجاد نهادها، تصویب قوانین و هزینه منابع مالی با محوریت گفتمان فرهنگی و با هدف صیانت و تثبیت آن انجام می‌شود. فعالیت‌های تخصصی گفتمان‌سازی معمولاً مکمل فعالیت‌های عمومی است و با تمرکز بر مخاطب خاص و محیط مشخصی می‌کوشد تا گفتمان عمومی را تعمیق بخشیده و در میان افراد و اقشار مختلف درونی سازد. آنچه در این میان و در سطح گفتمانی حایز اهمیت است، محتوا و مضمون گفتمان می‌باشد که بر محور دو مفهوم رشد و تعالی فرهنگی و سالم‌سازی فضای فرهنگی شکل گرفته است.

نتیجه‌گیری

بر اساس یافته‌های تحقیق می‌توان این‌گونه نتیجه‌گیری کرد که جمهوری اسلامی در کلان‌ترین سطح خود از چهار ابزار مختلف به‌صورت هم‌زمان در حوزه فرهنگ به‌عنوان ابزار سیاستی فرهنگ در جامعه استفاده می‌کند.



این چهار ابزار اصلی بر اساس رویه‌های مختلف اجرایی که روش فرهنگ‌سازی را در جامعه ایران مشخص می‌کند به کار گرفته می‌شوند. بر اساس حجم و ترکیب هریک از این ابزارها در نظام سیاست‌گذاری می‌توان این‌گونه استنباط کرد که روش اصلی مورد استفاده در صیانت فرهنگی، روش سه‌وجهی است که رکن اصلی و اساسی‌اش را قانون مجازات اسلامی تشکیل می‌دهد. این روش بر سه‌گانهٔ تحذیر - تشویق - ترغیب و مبتنی بر سایقه‌های ترس - آگاهی‌جویی - زیبایی‌دوستی استوار بوده و به‌صورت مستقیم و آشکار می‌کوشد تا اصلاحات مدنظر حوزهٔ فرهنگ را محقق سازد. بر این اساس به نظر می‌رسد الگوی سیاست فرهنگی بر محور تحذیر - ترغیب و تشویق استوار است تا حالت‌های دیگر این ترکیب به‌خصوص ترکیب تشویق - ترغیب و تحذیر حداقلی. همچنین به نظر می‌رسد تکیه بر غریزهٔ ترس - آگاهی بسیار بیشتر از ترکیب‌های دیگر به‌خصوص ترکیب زیبایی‌دوستی - آگاهی است.

درنتیجه متناسب با آنچه در حوزه‌های نهادسازی، قاعده‌گذاری، حمایت مالی و گفتمان‌سازی صورت گرفته است، به نظر می‌رسد الگوی فرهنگ‌سازی سخت بسیار بیشتر از الگوی فرهنگ‌سازی هوشمند مورد استفاده قرار گرفته است. تحلیل یافته‌های تحقیق

نشان می‌دهد که تمرکز اصلی نظام مدیریت فرهنگی کشور بر الگوی بازدارندگی سخت و انتقال یک‌طرفه نظام ارزشی و هنجاری و صیانت سخت و بازدارنده از آن متکی بوده است؛ هرچند تأکید بر هریک از این ابزارها در دولت‌های مختلف تفاوت داشته و متناسب با گفتمان حاکم بر هریک از دولت‌های پس از انقلاب، بر یک ابزار در برابر سایر ابزارها تأکید بیشتری صورت گرفته، باین‌حال در همه دولت‌های مختلف کمابیش از همه ابزارها استفاده شده است.

فهرست منابع

۱. آزاد ارمکی، تقی و نوح منوری (۱۳۹۱). «تحلیل محتوای سیاست‌های فرهنگی ایران، بر اساس قانون اساسی، سند سیاست‌های فرهنگی و برنامه پنجم توسعه»، راهبرد اجتماعی فرهنگی، سال اول، ش ۳، تابستان، ص ۳۵-۷.
۲. آل یاسین، احمد (۱۳۹۲). *تاریخچه برنامه‌ریزی توسعه در ایران*، تهران، مرکز نشر سمر.
۳. اشترینان، کیومرث (۱۳۸۹). *متغیرهای استراتژیک در سیاست‌گذاری فرهنگی (ویرایش اول)*، تهران، میزان.
۴. اکبری، محمدعلی (۱۳۸۱). «تجرباتی از برنامه‌ریزی فرهنگی در ایران (۵۷-۱۳۲۰)، فصلنامه فرهنگ عمومی، شماره ۳۳، زمستان، ص ۲۴-۳۱.
۵. اصلان‌زاده، فاطمه (۱۳۹۴). «تحلیل سیاست‌گذاری فرهنگی با تأکید بر نظریه کنش ارتباطی هابرماس»، فصلنامه علوم خبری، ش ۱۴، ص ۱۱۷-۸۷.
۶. ایوانز، گریم (۱۳۸۱). «برنامه‌ریزی فرهنگی: مفهومی مبهم»، ترجمه پرویز اجالالی، فصلنامه فرهنگ عمومی، ش ۳۳، زمستان، ص ۳۲-۳۶.
۷. بلباسی، میثم (۱۳۹۷). *هویت ملی در اسناد فرادستی جمهوری اسلامی ایران*، تهران، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۸. بیرو، آلن (۱۳۷۵). *فرهنگ علوم اجتماعی (انگلیسی - فرانسه - فارسی)*، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، کیهان.
۹. تاجیک، محمدرضا (۱۳۷۹). «تأمل آسیب‌شناختی بر فرهنگ در ایران»، در: *سیاست‌گذاری فرهنگی در ایران امروز*، تهران، مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
۱۰. حسینی، سیدعباس، حمید پارسانیا و... (۱۳۹۹). «بازتاب فطرت در نظریه فرهنگی آیت‌الله جوادی آملی»، *اسلام و مطالعات اجتماعی*، سال هشتم، ش ۲، ص ۳۴-۸.
۱۱. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۶). دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری.
۱۲. _____ (۱۳۷۳). *دغدغه‌های فرهنگی: شرح مزجی یکی از بیانات محوری مقام معظم رهبری در سال ۱۳۷۳ با استفاده از دیگر بیانات معظم‌له*، مؤسسه فرهنگی هنری ایمان جهادی.
۱۳. خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۷۸). *صحیفه امام*، نرم‌افزار صحیفه نور.
۱۴. دانایی‌فر، حسن (۱۳۹۵). *گفتارهای جدید در خط مشی‌گذاری عمومی*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۱۵. رضایی، محمد (۱۳۸۷). *ناسازه‌های گفتمان مدرسه: تحلیلی از زندگی روزمره دانش‌آموزی*، تهران، جامعه و فرهنگ.

۱۶. روحانی، حسن (۱۳۹۳). همایش بیمه سلامت همگانی.
۱۷. صالحی امیری، سیدرضا (۱۳۹۰). «الزامات برنامه‌ریزی مطلوب فرهنگی»، *برگ فرهنگ*، سال ش ۲۳، ص ۸۷-۹۷.
۱۸. سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۰.
۱۹. سند سیاست فرهنگی کشور، مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۷۱.
۲۰. شریف‌زاده، فتاح و سیدمهدی الوانی (۱۳۹۴). *فرآیند خط مشی‌گذاری عمومی*، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.
۲۱. قانون اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۶.
۲۲. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران (بازنگری ۱۳۶۸).
۲۳. قانون برنامه اول توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۸.
۲۴. قانون برنامه دوم توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۲.
۲۵. قانون برنامه سوم توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۷۷.
۲۶. قانون برنامه چهارم توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۳.
۲۷. قانون برنامه پنجم توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۹.
۲۸. قانون برنامه ششم توسعه، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۹۵.
۲۹. قانون اهداف و وظایف وزارت آموزش و پرورش، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۶۶.
۳۰. قانون تأسیس وزارت علوم و آموزش عالی، مصوب مجلس شورای ملی، ۱۳۴۶.
۳۱. قانون اهداف، وظایف و تشکیلات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، مصوب مجلس شورای اسلامی، ۱۳۸۳.
۳۲. شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۸)، پایگاه اطلاع‌رسانی شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۳۳. کرپندورف، کلوس (۱۳۸۸). *تحلیل محتوا*، ترجمه هوشنگ نایینی، تهران، نشر نی.
۳۴. کاشی، غلامرضا (۱۳۷۹). *سیاست‌گذاری اقتدارگرایانه و دموکراتیک فرهنگی*، تهران: مرکز بازشناسی اسلام و ایران.
۳۵. لبخندقی، محسن (۱۳۹۰). «دلالت‌های نظریه فطرت در نظریه فرهنگی»، *فصلنامه معرفت فرهنگی و اجتماعی*، سال سوم، ش ۱، ص ۵۵-۸۰.
۳۶. مقتدایی، مرتضی و علیرضا ازغندی (۱۳۹۴). «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری فرهنگی جمهوری اسلامی ایران»، *فصلنامه تخصصی علوم سیاسی*، سال دوازدهم، ش ۳۴، بهار، ص ۲۶-۷.

۳۷. مالرب، میشل (۱۳۸۷). *انسان و ادیان*، تهران، نشر نی.
۳۸. مؤمنی‌راد، اکبر (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای کیفی در آیین پژوهش: ماهیت، مراحل و اعتبار نتایج»، *فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی*، سال چهارم، ش ۱۴، ص ۱۸۷-۲۲۲.
۳۹. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۳۹۷)، *بودجه نهادهای دینی - تبلیغی*.
۴۰. نقشه مهندسی فرهنگی، مصوب شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲.
۴۱. وحید، مجید (۱۳۷۶). «بحثی در سیاست‌گذاری فرهنگی»، *فصلنامه سیاست*، سال سوم، ش ۳، بهمن، ص ۲۷۸-۳۰۶.
۴۲. وحید، مجید و محمد صفار (۱۳۹۵). «مبانی مطالعه تطبیقی با محوریت مرجعیت‌ها»، *فصلنامه سیاست‌گذاری عمومی*، سال دوم، ش ۲، ص ۹-۲۷.
۴۳. همایون، فروزان (۱۳۸۸). «تبیین رابطه مطلوب حکومت و فرهنگ در جمهوری اسلامی ایران»، *دین و ارتباطات*، سال شانزدهم، ش ۵۲-۵۳، بهار-تابستان و پاییز-زمستان، ص ۲-۳۵.
۴۴. هولستی، ال. آر. (۱۳۷۳). *تحلیل محتوا در علوم اجتماعی و انسانی*، ترجمه نادر سالارزاده امیری، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و آسیب‌های نقش تبلیغی روحانیت در ایران معاصر

حسین بستان (نجفی)^۱

چکیده

یکی از مهم‌ترین وظایف دینی علما و روحانیون، تبلیغ دین است. در این مقاله بر مبنای دیدگاه تجویزی اسلام به این وظیفه پرداخته و با الهام‌گیری از روش «SWOT» کوشش شده است ظرفیت‌ها، فرصت‌ها، موانع و کاستی‌های روحانیت ایران معاصر در زمینه ایفای وظیفه مزبور از حیث تأثیرش بر دینداری مردم بررسی شوند. یافته‌ها نشان می‌دهند از یک‌سو، ظرفیت‌هایی مانند اتصال روحانیون به منابع بی‌همتای معارف قرآن و اهل بیت (ع)، عرفان اصیل شیعی، جاذبه نهضت امام حسین (ع) و بهره‌مندی آنان از سطح قابل‌قبولی از اخلاق ارتباطی و نیز فرصت‌های ساختاری ارزشمندی همچون حمایت‌های حاکمیتی و توسعه ابزارها و شیوه‌های ارتباطی که روحانیت در سال‌های اخیر به آنها دست یافته، اثربخشی تبلیغ در دینداری را افزایش داده‌اند. از سوی دیگر، موانعی همچون فعالیت نهادها و رسانه‌های ناهمسو با روحانیت و کاهش نسبی علاقه‌مندی، اعتماد و مراجعه مردم به روحانیون و کاستی‌های عملکردی روحانیت در زمینه اصل تحقق تبلیغ، محتوای تبلیغ، ابزارهای تبلیغی، شرایط علمی، اخلاقی و مهارتی مبلغان و انگیزه‌ها و رفتارهای ایشان قابل مشاهده‌اند که در افول سطح دینداری در جامعه مؤثر بوده‌اند.

■ واژگان کلیدی

روحانیت، دین، تبلیغ دین، افول دینداری.

۱. دانشیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه hbostan@rihu.ac.ir

۱. مقدمه

حاکمیت دین و گسترش دینداری در جامعه به عنوان آرمان اساسی انقلاب اسلامی، نیازمند حرکتی جهادی و همه جانبه با به کارگیری همه ظرفیت های نهادی و مردمی است که در این میان، مسلماً نهاد یا سازمان روحانیت با توجه به وظایفی که در اسلام برایش تعریف شده، داعیه دار و متولی اصلی در این زمینه به شمار می آید.

قرآن کریم و اهل بیت علیهم السلام دوازده وظیفه برای علما، روحانیون و طلاب علوم دینی در راستای گسترش دینداری در جامعه معرفی کرده اند که به چهار نقش اصلی «فهم دین، تعلیم دین، هراست دین و اقامه دین» قابل ارجاع بوده و در جدول ذیل نمایش داده شده اند:

وظایف روحانیت در اسلام

نقش های اصلی روحانیت	وظایف روحانیت
فهم دین	طلبگی - اجتهاد
تعلیم دین	افتا - تبلیغ
هراست دین	امانت داری در دین - دفاع از دین
اقامه دین	اطاعت فردی - تربیت اجتماعی - قضاوت - نظارت - ولایت - اجرای مناسک

۱۲۲

این مقاله از میان وظایف مزبور بر وظیفه تبلیغی روحانیت تمرکز دارد و می کوشد توصیفی تحلیلی و آسیب شناختی در این باره ارائه دهد. بنابراین پرسش این تحقیق آن است که ظرفیت ها، فرصت ها، موانع و کاستی های روحانیت در زمینه ایفای وظیفه تبلیغ دین به لحاظ تأثیری که بر دینداری مردم دارد، کدام اند و چه راهکارهایی برای بهبود عملکرد روحانیت در این خصوص می توان پیشنهاد داد؟

در باب اهمیت بررسی این مسئله به رغم بداهت نسبی آن، می توان این نکته را گوشزد کرد که در یک نگاه کلان، آینده دین و روحانیت تا حدود زیادی به این مسئله پیوند خورده است؛ زیرا اگر علما و روحانیون به عنوان حاملان دین، نقش بی بدیل خود در تبلیغ دین را به گونه مورد انتظار ایفا نکنند، روند عرفی شدن یا افول دینداری همچون سیلی ویرانگر، طومار دین و روحانیت را در هم خواهد پیچید و در بهترین حالت باید شاهد انزوا و عقب نشینی آنان از صحنه های حیات اجتماعی باشیم.

۲. پیشینه تحقیق

در سال‌های اخیر آثار فراوانی پیرامون روحانیت به نگارش درآمده‌اند؛ در میان این آثار، آنهایی که از روشمندی و اعتبار علمی قابل قبولی برخوردارند، اغلب به بحث تبلیغ متمرکز نشده‌اند و صرفاً در سطحی کلی با موضوع این مقاله ارتباط می‌یابند که برای نمونه می‌توان به مقاله شجاعی‌زند (۱۳۹۱) با عنوان «کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت: الگویی برای بررسی»، کتاب روحانیت (حاوی سخنان شهید مرتضی مطهری^(ع)، کتاب جامعه‌شناسی روحانیت / ایران معاصر نوشته سلیمان خاکبان، کتاب درآمدی بر الزامات تحول در حوزه علمیه، روحانیت، تهدیدها و فرصت‌ها به قلم رضا عیسی‌نیا و کتاب آینده روحانیت و جهان معاصر نوشته بیژن عبدالکریمی اشاره کرد.

از سوی دیگر، پژوهشگرانی همچون فیاض، بستان (۱۳۸۹)، مریجی و عباس‌زاده (۱۳۹۱) از سوی مسائل تبلیغ دین در رسانه‌ها بدون ورود مستقل به موضوع روحانیت پرداخته‌اند.

البته آثار محدودی نیز به موضوع تبلیغ روحانیت پرداخته‌اند؛ کیانپور، حسینیان و ربانی خوراسگانی (۱۳۹۸) در مقاله «توصیف کیفی فراگرد ارتباط مردم و روحانیت در تبلیغ دین؛ نگرشی آسیب‌شناسانه از منظر روحانیون مبلغ نخبه»، آسیب‌های ارتباط مردم و روحانیت در زمینه تبلیغ دین را بررسی کرده‌اند. نویسندگان با روش توصیف کیفی و با بهره‌گیری از ابزار مصاحبه عمیق با تعدادی از مبلغان نخبه، پنج مقوله را به‌عنوان آسیب‌های ارتباط مردم و روحانیت شناسایی کرده‌اند: ۱. مقوله قطع فراگرد ارتباط با مفاهیمی مانند پرچمداری زید و عمر، اقتدار قضایی و اداری و توطئه‌اندیشی؛ ۲. مقوله فاصله نقش با مضامینی همچون روحانی مکلا، دین وارونه، منبرهای پوچ و روحانی‌بزاری؛ ۳. مقوله الزامات زمینه‌ای با مفاهیمی همچون فرهنگ‌گزیزی، ذائقه‌گزیزی و ارزش‌گزیزی؛ ۴. مقوله کاهش میزان توان ارتباطی؛ ۵. مقوله بومرنگ تبلیغ با مفاهیمی مانند تبلیغ بی‌کلام و پاکتی توصیف شده‌اند.

کوهی، امیری و ذوالفقارزاده (۱۳۹۸) در مقاله «برآوردی از پیامدهای روندهای دینداری در آینده تبلیغ دین»، با رویکردی آینده‌پژوهانه، پیامدهای احتمالی متفاوت و باواسطه روندهای اصلی تغییر دینداری بر آینده تبلیغ دین را بررسی کرده‌اند. به نظر آنان، چهار روند اصلی (افزایش گرایش به دین‌ورزی احساسی، رشد گزینش‌گری و ترکیب‌گرایی در دینداری،

چالش‌های حاکمیت دینی و مطالبه و رواج الگوی درمان‌گرایی در دینداری) موجب خواهند شد تبلیغ دین در آینده دشوارتر و نقش عموم مردم در آن بیشتر شود و سازمان‌ها و نهادهای دولتی با چالش نقش در آن مواجه شوند؛ تکرر در الگوها و روش‌های تبلیغی و نیاز به خلاقیت و مهارت‌های ابداعی افزایش خواهد یافت؛ اعزام مبلغ، الگویی ناکارآمد تلقی شده، گروه‌ها و مؤسسه‌های تبلیغی با چاشنی درآمدزایی و ارتباط بدهستان با مخاطبان، به سمت الگوهای جدیدی از تعامل پیش خواهند رفت؛ مبلغان دین بیش از آنکه ارائه‌دهندگان اطلاعات دینی باشند، پاسخگویان به نیازهای عاطفی، عرفانی و معنوی مخاطبان خود خواهند بود.

خضرو (۱۳۹۸) نیز در مقاله «آسیب‌ها و چالش‌های تبلیغ در عرصه بین‌الملل در حوزه علمیه با تکیه بر آرای رهبری» صرفاً به بررسی فرصت‌ها و کاستی‌های تبلیغ روحانیت در عرصه بین‌الملل پرداخته است.

بااین‌حال هیچ‌یک از این آثار از زاویه تأثیر عملکرد تبلیغی روحانیت بر مسئله دینداری به بحث نپرداخته‌اند، ضمن آنکه از چارچوب مفهومی منابع اسلامی بهره نبرده‌اند. با این توضیح می‌توان ابتدا بر چارچوب مفهومی اسلامی و توجه به تأثیر تبلیغ روحانیون بر دینداری را دو ویژگی اصلی متمایزکننده این پژوهش از پژوهش‌های پیشین دانست.

۳. روش تحقیق

روش این تحقیق از نوع روش‌های کیفی است، با الهام‌گیری از روش «SWOT»، نه اجرای موبه‌موی آنکه می‌تواند تحقیق را با محدودیت‌هایی روبه‌رو سازد، به گردآوری و تحلیل داده‌ها با بهره‌گیری چندجانبه از قرآن و احادیث اهل‌بیت^{علیهم‌السلام}، دیدگاه‌های صاحب‌نظران مباحث حوزه و روحانیت، اعم از اندیشمندان حوزوی و غیرحوزوی و داده‌های تجربی و آماری گزارش‌شده در منابع موجود خواهیم پرداخت، ضمن آنکه از تأملات عقلانی هم در تحلیل‌ها بهره خواهیم جست.

۴. بحث و بررسی

مباحث در سه محور اصلی ارائه خواهند شد: جایگاه تبلیغ دین در اسلام، ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و موانع تبلیغ دینی روحانیون و کاستی‌های روحانیت در ناحیه تبلیغ دین. در پایان نیز راهکارهایی را برای بهبود عملکرد روحانیت در این زمینه ارائه خواهیم کرد:

۴-۱. جایگاه تبلیغ دین در اسلام

با قطع نظر از سیره رسول اکرم ﷺ در ارسال مبلغان دینی (مکارم شیرازی و دیگران، ۱۳۷۴، ج ۸: ۱۹۴)، آیات و روایات فراوانی بر لزوم یا رجحان تعلیم و تبلیغ دین دلالت دارند که بخشی از آنها موضوعشان مطلق و بخشی دیگر خطابشان متوجه علما و روحانیون است. به عنوان نمونه، قرآن کریم می‌فرماید: «و مؤمنان را نشاید که همگی [برای جهاد] کوچ کنند؛ پس چرا از هر فرقه‌ای از آنان دسته‌ای کوچ نمی‌کنند تا [دسته‌ای بمانند و] در دین آگاهی پیدا کنند و قوم خود را وقتی به‌سوی آنان بازگشتند بیم دهند، باشد که آنان [از کفر الهی] بترسند» (توبه، ۱۲۲). وجوب تفقه به معنای فراگیری تعلیم دینی در این آیه هرچند وجوب کفایی و متوجه همه مؤمنان است، اما وجوب انذار و بیم دادن دیگران - که تبلیغ از مصادیق روشن آن به‌شمار می‌رود - تکلیفی است که بر متفقهان بالفعل (دانش‌آموختگان حوزه‌های علمیه) تعیین می‌یابد و از این حیث می‌توان آن را ناظر به وظایف روحانیون به‌شمار آورد.

امیر مؤمنان علی ﷺ نیز می‌فرماید:

خداوند از جاهلان، تعهدی به طلب علم نگرفت، مگر آنکه [پیش از آن] از عالمان تعهد گرفت که علم را در اختیار جاهلان قرار دهند؛ زیرا علم پیش از جهل به‌وجود آمده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۴۱).

این روایت، دلالت روشنی بر وظیفه تعلیمی روحانیون دارد که از مصادیق مسلم آن تبلیغ دین است. همچنین از امام صادق ﷺ این سخن نقل شده است که «راوی احادیث ما که بدین وسیله دل‌های شیعیان ما را محکم می‌گرداند، از هزار عابد ارزشمندتر است» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۷: ۷۸). به استناد این ادله می‌توان وظیفه اختصاصی روحانیون در زمینه تبلیغ دین را اثبات کرد.

در همین راستا، ادله حرمت کتمان علم - که جنبه سلبی افتا و تبلیغ است - نیز قابل استنادند. در این خصوص، قرآن کریم می‌فرماید:

کسانی که نشانه‌های روشن و هدایتی را که فرو فرستادیم کتمان می‌کنند، بعد از آنکه آن را در کتاب برای مردم بیان نمودیم، خداوند آنان را لعنت می‌کند و لعنت‌کنندگان لعنتشان می‌کند (بقره، ۱۵۹).

این آیه بر وجوب بیان احکام برای مردم دلالت دارد. همچنین در آیه دیگری می‌خوانیم:

و [یاد کن] هنگامی را که خداوند از کسانی که به آنان کتاب [آسمانی] داده شده بود، پیمان گرفت که حتماً باید آن را برای مردم بیان نمایند و کتمانش نکنید، پس آن را پشت سر خود افکندند و به بهایی اندک فروختند و بد معامله‌ای کردند (آل عمران، ۱۸۷).

این آیه به هر دو جنبه ایجابی (وجوب تبیین کتاب الهی برای مردم) و سلبی (حرمت کتمان آن) به عنوان میثاقی که خداوند از عالمان اهل کتاب گرفته، اشاره دارد. همچنین امیر مؤمنان علی^{علیه السلام} برحسب روایتی می‌فرماید:

عالمی که علمش را کتمان می‌کند، [در قیامت] در حالی برانگیخته می‌شود که بدبوترین اهل محشر است و همه جنبدگان حتی حشرات ریز داخل خاک، او را لعن می‌کنند (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۶: ۲۷۰).

۱۲۶

با عنایت به این ادله می‌توان گفت: اسلام از دانش‌آموختگان علوم دینی خواسته است که همه اعتقادات، اخلاقیات و احکام دین را به مردم تعلیم دهند که این خواسته در مورد امور الزامی، جنبه وجوبی و در مورد امور غیرالزامی، جنبه استحبابی دارد. در تکمیل این بحث چند نکته را یادآور می‌شویم:

- اهل بیت^{علیهم السلام} بیش از تبلیغ زبانی بر تبلیغ عملی و رفتاری دین تأکید کرده‌اند. امام صادق^{علیه السلام} برحسب روایتی معتبر می‌فرماید: «مردم را به صورت غیرزبانی دعوت [به خیر] کنید؛ باید که از شما پارسایی، اجتهاد، نماز و نیکوکاری را مشاهده کنند که اینها دعوت‌گرند» (همان، ج ۱۵: ۲۴۶). چنین سفارش‌هایی هرچند جنبه همگانی دارند، اما قطعاً روحانیون به عنوان دعوت‌گران رسمی دین را باید مخاطب اصلی‌شان قلمداد کرد. بر این اساس، صاحب جواهر^{رحمته الله} یکی از والاترین و اثرگذارترین مصادیق امر به معروف و نهی از منکر به‌ویژه برای علما و زعمای دین را پوشیدن ردای معروف و از تن درآوردن ردای منکر و آراستن نفس به فضایل اخلاقی و پالایش آن از رذایل اخلاقی دانسته و آن را سبب تام برای رو آوردن مردم به انجام معروف و پرهیز از منکر قلمداد کرده است (نجفی، [بی‌تا]، ج ۳۸۳: ۲۱). یکی از شیوه‌های بسیار مؤثر تبلیغ عملی دین که بزرگان روحانیت معاصر بر

آن تأکید کرده‌اند، ارتباط صمیمی روحانیون با توده‌های مردم به‌ویژه جوانان و نوجوانان و خدمت‌رسانی و رفع گرفتاری‌های آنان است (بهشتی، ۱۳۸۶: ۲۹۶ و ۳۰۰) که نمونه‌های آن را در حوادثی مانند سیل، زلزله و شیوع ویروس کرونا در سال‌های اخیر شاهد بوده‌ایم.

- با توجه به تحولات زبانی و گفتمانی کم‌سابقه در دهه‌های اخیر و با الهام از آیه شریفه‌ای که می‌فرماید: «ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم، به این منظور که [حقایق را] برای آنها آشکار نماید» (ابراهیم، ۴)، می‌توان فراهم ساختن پیش‌نیازهای مفاهمه را از وظایف روحانیون و در امتداد وظیفه تبلیغی آنان به‌شمار آورد. سه دسته از مهم‌ترین این پیش‌نیازها عبارت‌اند از: ۱. تقویت آگاهی‌های ارتباطی از جمله مخاطب‌شناسی در چارچوب طبقات، اقشار و جریان‌های فکری و فرهنگی موجود در جامعه؛ ۲. تقویت اخلاق ارتباطی از قبیل الفت، مدارا، خیرخواهی، ایثار، خطاپوشی، همدلی و همدردی با مخاطبان؛ ۳. تقویت مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیرکلامی در مواجهه با اقشار مختلف مردم.

- در شرایط خاص مانند زمان گسترش انحرافات عقیدتی و بدعت‌ها در جامعه که مردم به هدایتگری بیشتری از سوی علما نیاز دارند، وجوب تبلیغ مؤکد می‌شود که روایتی از رسول خدا ﷺ نیز به این نکته اشاره دارد: «آن‌گاه که بدعت‌ها در امت‌نمایان شدند، عالم باید علمش را آشکار کند؛ پس کسی که چنین نکند، لعنت خدا بر او باد» (کلینی، ۴۰۷ق، ج ۱: ۵۴).

- در شرایط امروز جوامع بشری با توسعه بی‌سابقه فناوری‌های ارتباطی الکترونیکی و همچنین گسترش شیوه‌های جدید انتقال پیام از قبیل رمان، داستان کوتاه، شعر نو و... روبه‌رویم و شیوه‌ها و ابزارهای سنتی تبلیغ دین، پاسخگوی همه نیازهای تبلیغی نیستند. با توجه به این واقعیت و بر اساس ملازمه عقلی میان وجوب ذی‌المقدمه و وجوب مقدمه یا استحباب آن دو، می‌توان از مطلوبیت تعلیم و تبلیغ دین، مطلوبیت استفاده از رادیو، تلویزیون، تلفن همراه، رمان، داستان، شعر و دیگر ابزارها و شیوه‌های نوین ارتباطی برای این منظور را نتیجه گرفت، به شرط اینکه آسیب‌های چنین تبلیغی به‌درستی شناسایی و از آنها پرهیز شود. باین‌حال اهمیت و ضرورت شیوه‌ها و ابزارهای سنتی تبلیغ به‌ویژه رسانه منبر به‌حدی است که رسانه‌های نوین به‌هیچ‌وجه نمی‌توانند جای آنها را پر کنند (معهد الرسول الأکرم العالی، ۱۴۲۴ق: ۳۷۱ - ۳۷۴).

۴-۲. ظرفیت‌ها، فرصت‌ها و موانع تبلیغ دینی روحانیون

روحانیت در عرصه تبلیغ دین از ظرفیت‌های گسترده‌ای برخوردار است که اگر به فعلیت برسند، می‌توانند موجب ارتقای سطح دینداری در جامعه شوند. مهم‌ترین بخش این ظرفیت‌ها اتصال روحانیون به منبع بی‌همتای معارف قرآن کریم است، منبعی که به‌رغم تحدی قرآن در برابر همگان برای آوردن سوره‌ای همانند سوره‌های آن (بقره، ۲۳؛ یونس، ۳۸)، هنوز پس از چهارده قرن هم‌وردی ندارد و به نظر نمی‌رسد کسی حتی اندیشه ورود به این عرصه را به‌طور جدی در سر بپروراند.

معارف ناب اهل بیت علیهم‌السلام که ریشه در وحی الهی دارند و حوزه‌های گوناگون الهیاتی، اخلاقی، تربیتی، خانوادگی، اجتماعی، سیاسی، زیست‌محیطی، بهداشتی و... را شامل می‌شوند، بخش دیگری از این ظرفیت‌ها به‌شمار می‌آیند؛ امام رضا علیه‌السلام به همین ظرفیت اشاره دارد و می‌فرماید: «اگر مردم زیبایی‌های سخن ما را می‌دانستند، حتماً از ما پیروی می‌کردند» (حرّ عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۷: ۹۲). روشن است که منابع حدیثی مشتمل بر این معارف از نظر دارا بودن ظرفیت تبلیغی یکسان نیستند و برای نمونه، کتاب‌هایی مانند *نهج البلاغه* و *اصول کافی* از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند.

با عنایت به گرایش فزاینده انسان معاصر به مکاتب عرفانی و معنویت‌گرا، به نظر می‌رسد یکی از بخش‌های مهم معارف دینی که امروزه می‌تواند در تبلیغ دین و آشنا کردن مردم با زیبایی‌های سخنان اهل بیت علیهم‌السلام نقش بسیار برجسته‌ای ایفا کند، عرفان اصیل شیعی است که اوج آن در دعا‌های ائمه اطهار علیهم‌السلام از جمله دعای کمیل، دعای عرفه، دعای ابوحمزه، مناجات شعبانیه و صحیفه سجادیه تجلی یافته است. این امر می‌طلبد که روحانیون اهتمام بیشتری به این بخش مبذول دارند و در جهت شرح و بسط مفاهیم و مضامین عرفانی در قالب ادبیات قابل فهم برای مخاطبان امروزی بکوشند.

جاذبه نهضت امام حسین علیه‌السلام و حادثه عاشورا که در ویژگی‌های معنوی، عاطفی و حماسی آن ریشه دارد، ظرفیت مهم دیگری است که روحانیت شیعه تاکنون از آن برای تبلیغ دین و تقویت دینداری بسیار بهره برده و بر اساس شواهد موجود به نظر می‌رسد از این پس نیز شاهد تداوم اثربخشی و بلکه رشد و بالندگی بیشتر آن خواهیم بود. یادآوری سخن امام خمینی علیه‌السلام در این زمینه مناسبت دارد:

ما باید حافظ این سنت‌های اسلامی، حافظ این دسته‌جات مبارک اسلامی که در عاشورا، در محرم و صفر، در مواقع مقتضی به راه می‌افتند، [باشیم و] تأکید کنیم که بیشتر دنبالش باشند. محرم و صفر است که اسلام را نگه داشته است. فداکاری سیدالشهدا^{علیه السلام} است که اسلام را برای ما زنده نگه داشته است ... این خون سیدالشهداست که خون‌های همه ملت‌های اسلامی را به جوش می‌آورد و این دسته‌جات عزیز عاشوراست که مردم را به هیجان می‌آورد و برای اسلام و برای حفظ مقاصد اسلامی مهیا می‌کند (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۵: ۳۳۰-۳۳۱).

گذشته از جنبه‌های محتوایی، بخش دیگری از ظرفیت تبلیغی روحانیون را می‌توان در بهره‌مندی آنان از سطح قابل‌قبولی از اخلاق ارتباطی نشان داد. معمولاً روحانیون در طی فرایند تربیت اخلاقی که در قالب دروس رسمی اخلاق یا آموزش‌های غیررسمی از طریق مطالعه متون اخلاقی، مصاحبت با علمای متخلق یا مطالعه سیره عملی آنان و اموری از این قبیل پشت سر می‌گذارند، ویژگی‌هایی همچون الفت، مدارا، خیرخواهی، ایثار، همدلی و همدردی با مخاطبان را فرامی‌گیرند و در خود درونی می‌سازند که این امر نقش بسیار مهمی در اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی آنان دارد.

روحانیت در سایه تشکیل حکومت اسلامی به فرصت‌های بی‌سابقه‌ای نیز در زمینه تبلیغ دین دست یافته است. بسیاری از نهادهای حاکمیتی از جمله مدارس، دانشگاه‌ها، رسانه ملی، قوای نظامی و انتظامی، سازمان تبلیغات، سازمان فرهنگ و ارتباطات و سازمان اوقاف و امور خیریه که ردیف بودجه دارند، امکانات و فضایی برای تبلیغ روحانیون فراهم کرده‌اند و این افزون بر حمایت مالی دولت از حوزه‌های علمیه است که بخش قابل توجهی از آن صرف فعالیت‌های تبلیغی می‌شود. برای نمونه، در بودجه سال ۱۳۹۷ نزدیک ۲۴۰۰ میلیارد تومان به حوزه‌های علمیه و دستگاه‌های تابعه و حدود ۱۵۲۰ میلیارد تومان به سایر نهادهای فعال در زمینه تبلیغ دین اختصاص داده شده است، نهادهایی که دست‌کم دوسوم فعالیت‌هایشان به‌وسیله روحانیون انجام می‌شود (مرکز پژوهشی مبنا، ۱۳۹۸: ۲۹۵-۲۹۸).

توسعه فناوری‌های نوین ارتباطات نیز فرصت‌های تازه‌ای برای روحانیون برای پیشبرد فعالیت‌های تبلیغی پدید آورده و این امر به‌ویژه پس از شیوع ویروس کرونا و کاهش جدی

تبلیغات حضوری، مورد توجه قرار گرفته است. به عنوان نمونه، دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان در اوایل سال ۱۳۹۹ و پیش از آغاز موسم تبلیغی ماه مبارک رمضان، طرحی را با عنوان «تبلیغ دین در فضای مجازی» به اجرا گذاشت که برآورد اولیه نشان دهنده شرکت بیش از ۷۰۰ مبلغ برادر و خواهر در این طرح بوده است.^۱

گذشته از توسعه ابزارهای ارتباطی، گسترش شیوه‌های جدید انتقال پیام از قبیل فیلم نمایشی و مستند، رمان، داستان کوتاه و شعر نو و همچنین گسترش مباحث روان‌شناسی اجتماعی در زمینه مهارت‌های ارتباطی، افق تازه‌ای را در برابر تبلیغات دینی روحانیت گشوده است که با توجه به ضعف آموزش و تجربه روحانیون در این عرصه‌ها، سرمایه‌گذاری و اهتمام بیشتری ضرورت دارد.

در نهایت گسترش علوم انسانی در حوزه‌ها نیز فرصت ارزشمندی را برای روحانیون مبلغ برای غنی‌تر کردن و روزآمدسازی محتوای تبلیغ فراهم کرده است. درواقع می‌توان گفت توصیه‌ای که شهید مطهری^۲ پیش از انقلاب اسلامی به حوزه‌های علمیه در خصوص استفاده از پیشرفت علوم انسانی جدید مطرح می‌کرد و معتقد بود این امر به احیای فرهنگ اسلامی و آراستن، پیراستن، تکمیل و تکامل آن و عرضه افتخارآمیز کالاهای فرهنگی اسلامی در زمینه‌های مختلف معنوی، فلسفی، اخلاقی، حقوقی، روانی، اجتماعی و تاریخی به جهان دانش خواهد شد (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۲۸۱) و اینک تا حدود زیاد تحقق یافته است.

با این‌همه اثرگذاری فعالیت‌های تبلیغی روحانیون در زمینه تقویت دینداری، امروزه با موانعی جدی روبه‌روست. یکی از مهم‌ترین این موانع، فعالیت نهادهای ضدروحانیت یا رقیب روحانیت در عرصه آموزش و فرهنگ‌سازی است، نهادهایی که با بهره‌گیری از ظرفیت رسانه‌های نوین، از نظر گستره جذب و اثرگذاری بر مخاطبان، گوی سبقت را از روحانیون ربوده‌اند. روشن است که بخشی از این چالش، ناشی از فعالیت رسانه‌های دین‌ستیز می‌باشد که عامدانه به تخریب باورها و ارزش‌های دینی مردم می‌پردازند و برای نمونه، از طریق قبح‌زدایی از ناهنجاری‌های جنسی و روابط نامشروع زن و مرد برای گسترش بی‌عفتی و تضعیف نهاد خانواده فعالیت کرده و بدین ترتیب، اثر فرهنگ‌سازی عفاف و حجاب از سوی روحانیون را خنثا می‌سازند.

۱. تبلیغ دین در فضای مجازی با حضور ۷۰۰ مبلغ و کارشناس دینی، (<http://shabestan.ir>).

اما بخش دیگری از چالش مزبور به فعالیت نهادهای آموزشی و رسانه‌های داخلی مربوط می‌شود؛ به‌طور خاص، رسانه ملی با وجود کوشش‌های چشمگیر در جهت بهره‌گیری از کارشناسان دینی توانمند در برنامه‌ها و تولیدهای رسانه‌ای که نتایج قابل قبولی نیز در پی داشته است، به دلیل آنکه از سیاست واحدی پیروی نمی‌کند، در بسیاری از برنامه‌های ترویجی و تفریحی خود به‌ویژه در مجموعه‌های نمایشی، پیام‌هایی مغایر با ارزش‌های دینی را به بینندگان منتقل می‌کند؛ در ضمن، انتقال چنین پیام‌هایی لزوماً به شکل مستقیم نیست و گاه در قالب لایه پنهان آموزش رسانه‌ای صورت می‌گیرد، مانند مواردی که هنرپیشه‌های به‌اصطلاح سلبریتی، در زندگی واقعی خود یا فضای مجازی که دور از چشم مردم نیست، بی‌اعتقادی‌شان به ارزش‌های دینی را به نمایش می‌گذارند.

مانع دیگری که از شمولیت و اثرگذاری فعالیت‌های تبلیغی روحانیون می‌کاهد، کاهش نسبی علاقه‌مندی، اعتماد و مراجعه مردم به ایشان است. برحسب برخی پژوهش‌ها، ۴۲ درصد پاسخگویان علاقه‌ای به شنیدن سخنرانی روحانیون نداشته‌اند (مرکز پژوهشی مبنا، ۱۳۹۸: ۲۱۰)، بیشترین مخاطبان روحانیون را قشر بزرگسال جامعه تشکیل می‌دهند و جوانان و اقشار تحصیل‌کرده حضور پرشور و فعالی در میان آنان ندارند (همان: ۲۹۱). همچنین طبق تحقیق دیگری توزیع نسبی کسانی که علمای دینی را به‌عنوان گروه مورد مراجعه و طرف مشورت خود معرفی کرده‌اند، بدین ترتیب بوده است: نسل پیش از انقلاب ۴۶/۳ درصد، نسل انقلاب ۳۲/۶ درصد، نسل جنگ ۳۴/۵ درصد، نسل دارای خاطره جنگ ۲۰/۷ درصد و نسل بدون خاطره جنگ ۱۴/۸ درصد (آزاد ارمکی و غفاری، ۱۳۸۳: ۱۰۰). در همین ارتباط، برخی جامعه‌شناسان با مقایسه جایگاه اجتماعی روحانیت در اوایل انقلاب اسلامی و سال‌های اخیر، از تبدیل شدن اقتدار معنوی بخش‌هایی از روحانیون به اقتدار اداری و تبدیل نگاه همدلانه مردم به آنان به نگاه همکارانه سخن گفته‌اند.^۱

همچنین برنامه‌ریزی دقیق دشمنان شیعه از جمله وهابیان برای تضعیف روحانیت، نارضایتی از عملکرد برخی مسئولان حکومتی که موجب کاهش اعتماد مردم به روحانیت شده است و گسترش مجالس دینی با محوریت سخنرانان غیرروحانی، موانع بیرونی دیگری

۱. «قطعاً روحانیون محبوبیت سابق را ندارند، بخشی از روحانیت بیش از اینکه نقدپذیر شود تمجیدپذیر شد:

گفت‌وگوی شفقنا با دکتر حسینی»، (<https://fa.shafaqna.com/news/499845>).

هستند که برحسب پژوهش کیانپور، حسینیان و ربانی خوراسگانی (۱۳۹۸) درباره عوامل کاهش محبوبیت روحانیت، مورد تأکید تعدادی از مبلغان روحانی نخبه قرار گرفته‌اند. این نکته را نیز باید یادآور شد که تبلیغ دین دست‌کم در پاره‌ای از موضوع‌ها به امری هزینه‌ساز برای روحانیون تبدیل شده است؛ چراکه آنان را در معرض حجم‌های گسترده و گاه تخریب‌های ناجوانمردانه قرار می‌دهد. به‌عنوان نمونه، حساسیت‌های شدیدی که در جامعه ما به علل مختلف سیاسی و فرهنگی و با نقش‌آفرینی رسانه‌های مخالف و فضای مجازی درباره مسائلی مانند ولایت فقیه و حجاب به‌وجود آمده، باعث شده است روحانیون نتوانند در فضایی آرام و بدون نگرانی از برچسب‌زنی‌ها و واکنش‌های توهین‌آمیز، به تبیین و نشر دیدگاه اسلام در این زمینه‌ها بپردازند.

۴-۳. کاستی‌های روحانیت در ناحیه تبلیغ دین

قصور یا تقصیر روحانیون در تبلیغ دین باعث می‌شود معرفت دینی آحاد جامعه که شالوده اصلی دینداری آنان است، دچار آسیب شده و بدین ترتیب، زمینه برای فعال شدن بسیاری از عوامل افول دینداری در هر دو سطح فردی و اجتماعی مهیا گردد. در این زمینه باید به ابعاد مختلف مسئله، شامل اصل تحقق تبلیغ، محتوای تبلیغ، ابزارهای تبلیغی، آگاهی‌ها، اخلاقیات و مهارت‌های ارتباطی مبلغان و انگیزه‌ها و رفتارهای ایشان توجه کافی مبذول شود.

۱۳۲

۴-۳-۱. کاستی‌های مربوط به اصل تحقق تبلیغ

در زمینه تحقق تبلیغ دین می‌توان به شاخص‌های بسیاری استناد کرد که نشان می‌دهند تبلیغ دینی روحانیون فراگیر نبوده و فقط بخش‌هایی از جامعه را پوشش می‌دهد؛ برای نمونه به مهجوریت قرآن در زندگی ایرانیان به‌عنوان یکی از این شاخص‌ها اشاره می‌کنیم. اگرچه برحسب شواهد، شاخص تلاوت قرآن در سال‌های اخیر به‌گونه‌ای قابل ملاحظه افزایش یافته (طالبان و رفیعی بهابادی، ۱۳۸۹: ۱۰۴) و در دیگر فعالیت‌های قرآنی مانند حفظ قرآن نیز شاهد روندی صعودی بوده‌ایم که این امر منافاتی با ادعای مهجوریت قرآن ندارد؛ زیرا از جهت برخی شاخص‌های صوری و محتوایی، در وضعیت نامناسب و گاه ناامیدکننده‌ای قرار داریم. متأسفانه درصد بالایی از افراد جامعه و حتی افراد تحصیل‌کرده در روخوانی قرآن مشکل دارند

و به‌طور کلی، انس با قرآن به فرهنگ عمومی تبدیل نشده است. بی‌شک تا رسیدن به وضعیت مطلوب که در آن، معانی و مضامین قرآن، سرلوحه برنامه زندگی افراد و مبنای برنامه‌ریزی‌های کلان کشور قرار گیرند، راهی بس دراز در پیش داریم.

به‌رحال اطلاعات کاملی درباره فعالیت‌های تبلیغی روحانیون و میزان موفقیت‌شان در اختیار نیست، اما گزارش‌های مربوط به سال‌های ۱۳۹۷ و ۱۳۹۸ از روند افزایشی اعزام مبلغان حکایت دارند (مرکز پژوهشی مینا، ۱۳۹۸: ۲۹۳) و حتی اگر در دقت این گزارش‌ها تردید شود، دست‌کم می‌توان با اطمینان ادعا کرد که کاهش محسوسی در این زمینه روی نداده است. با وجود این، فعالیت‌های تبلیغی روحانیون از طریق مساجد و منابر به‌رغم گستردگی، متناسب با نیازها نبوده است و مقایسه سطوح عرضه و نیاز در این زمینه، از عدم توازن میان آن دو و بی‌پاسخ ماندن بسیاری از درخواست‌های تبلیغی داخل و خارج کشور از حوزه‌های علمیه حکایت دارد (معهد الرسول الأکرم العالی، ۱۴۲۴ق: ۱۹۴ و ۳۸۴). در تأیید این مدعا می‌توان گفت که برحسب برخی پژوهش‌ها ۴۲ درصد پاسخگویان علاقه‌ای به شنیدن سخنرانی روحانیون نداشته‌اند (مرکز پژوهشی مینا، ۱۳۹۸: ۲۱۰)، بیشترین مخاطبان روحانیون را قشر بزرگسال جامعه تشکیل می‌دهند و جوانان و اقشار تحصیل‌کرده حضور پرشور و فعالی در میان آنان ندارند (همان: ۲۹۱) و به‌طور تقریبی و در نگاه خوش‌بینانه تنها ۳۰ درصد از مساجد کشور در غیر ایام تبلیغی دارای روحانی مستقر هستند (همان: ۲۹۳). بنابراین تبلیغات دینی روحانیون نتیجه مطلوب را برای رفع فقر معرفت دینی به‌بار نیاورده‌اند و در نتیجه شاهد کم‌اطلاعی بیشتر افراد جامعه به‌ویژه نوجوانان و جوانان از تعالیم مذهبی هستیم.

این بدان معنا نیست که سطح آگاهی دینی در ایران در مقایسه با دهه‌های گذشته کاهش چشمگیری داشته است؛ زیرا نسل‌های جدیدتر با وجود فاصله گرفتن از شیوه‌های سنتی آموزش دین، در معرض شیوه‌هایی نو و فراگیر مانند آموزش رسمی دروس و معارف دینی در مدارس و دانشگاه‌ها و نیز برنامه‌های آموزشی و تبلیغی رادیو، تلویزیون و دیگر رسانه‌های جمعی قرار گرفته‌اند. اما صرف‌نظر از نگاه مقایسه‌ای، وجود کاستی‌های جدی در این زمینه انکارشدنی نیست؛ میزان بالای ارتکاب گناه در جامعه ایران به‌ویژه گناهان مالی، جنسی و حیثیتی، خشونت‌های نامشروع، اعتیاد و شراب‌خواری، واقعیتی ملموس است که پژوهش‌های تجربی نیز آن را کاملاً تأیید می‌کنند (ر.ک: بخارایی، ۱۳۹۳: فصل سوم) و اگر

میزان بسیار بالای اعتقاد به خدا و قیامت در میان ایرانیان^۱ را به آن ضمیمه کنیم، این نتیجه به دست خواهد آمد که بخش عمده‌ای از گناهان در ایران یا از فقر معرفت دینی و یا از غفلت و فراموشی نشئت می‌گیرند و تنها بخش کوچکی از گناهان، ریشه در انکار عامدانه مبدأ و معاد دارند.

۲-۳-۴. کاستی‌های مربوط به محتوای تبلیغ

در زمینه محتوای تبلیغ باید آثار سلبی (نشر و ترویج مطالب متعارض، غیرمستند، غیرعقلانی، غیرروزآمد و بدعت‌آمیز) را یادآوری کرد که خاستگاه اصلی این اشکالات غالباً در ناحیه فهم دین است. به عنوان نمونه، فقدان نگاه منظومه‌وار به گزاره‌های دینی موجب برداشت‌های گزینشی از تکرارها بدون جست‌وجو و تأمل اجتهادی در روایات مشابه یا معارض می‌گردد و از آنجاکه مبلغان مجتهد، درصد ناچیزی از کل مبلغان دینی را تشکیل می‌دهند، امروزه این گونه برداشت‌ها به رویه‌ای نسبتاً شایع در میان مبلغان تبدیل شده و امکانی برای تحریف دین از طریق ارائه تصویری نادرست، ناقص یا مغشوش از آموزه‌های دینی به مخاطبان فراهم کرده است.

بی‌توجهی به اعتبارسنجی اسناد روایات نیز موجب می‌شود معرفت دینی بر مجموعه‌های حدیثی مشتمل بر احادیث معتبر و غیرمعتبری مبتنی گردد که در مورد احادیث غیرمعتبر هر چند معمولاً نمی‌توان به طور قطع به عدم صدور و بطلان مضمون آنها حکم کرد، اما مسلماً بخشی از آنها احادیث جعلی و مشتمل بر مضامین خلاف واقع‌اند و به سبب همین ویژگی، زمانی که در سطح عموم انتشار می‌یابند، دیر یا زود در تعارض با معارف قطعی و مسلم مخاطبان قرار می‌گیرند و از سوی آنان با واکنش منفی روبه‌رو می‌شوند. با توجه به آمیختگی احادیث با یکدیگر، روشن است که این واکنش صرفاً به همان احادیث جعلی محدود نمی‌گردد و رفته‌رفته به سایر احادیث و سپس کلیت اسلام و متولیان آن تعمیم می‌یابد که این خود عامل یا نمود دیگری از افول دینداری است.

۱. برحسب تحلیل ثانوی طالبان و رفیعی از نتایج پیمایش‌های در سطح ملی سال‌های ۱۳۵۳-۱۳۸۸ صورت گرفته، در سال ۱۳۸۴، ۹۷/۳ درصد و در سال ۱۳۸۸، ۹۸/۷ درصد از مردم اظهار داشته‌اند که به وجود خداوند ایمان دارند (طالبان و رفیعی بهابادی، ۱۳۸۹: ۱۰۴) و شاخص اعتقاد به معاد در سال ۱۳۷۹، ۹۵/۹ درصد و در سال ۱۳۸۸، ۹۲/۷ درصد بوده است (همان‌جا).

همچنین زمانی که معیار عقل‌گرایی در فهم دین با شاخص‌هایی مانند سنجش عقلانی گزاره‌های متون دینی و توجه به حکمت‌ها و علل احکام شرعی نادیده گرفته می‌شود، خرافات و آموزه‌های مغایر عقل در تاروپود معرفت دینی نفوذ کرده و آن را در برابر پرسش‌ها و شبهه‌ها ضعیف و آسیب‌پذیر می‌سازند که این امر نیز اثر منفی بر تبلیغ دین دارد و به باورها و رفتارهای دینی مخاطبان آسیب جدی وارد می‌کند.

از این گذشته، برخی اشکالات محتوایی تبلیغ دین به خود تبلیغ بازمی‌گردند، بدین معنا که به‌رغم وجود محتوای درست، تبلیغ آن نادرست است. به‌عنوان نمونه، شهید مطهری^{۱۳} با تأکید بر لزوم تبلیغ دین با عنایت به اقتضائات زمان و با استناد به شواهدی از قرآن و حدیث از جمله آیه اِدْعُ اِلٰی سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ اَحْسَنُ (نحل، ۱۲۵) می‌نویسد:

یک چیز در یک جا وسیلهٔ هدایت است و چه‌بسا همان چیز در جای دیگر وسیلهٔ گمراهی و ضلالت باشد. منطقی که یک پیرزن را مؤمن می‌کند، اگر در مورد یک آدم تحصیل‌کرده به‌کار برده شود، او را گمراه می‌کند. یک کتاب در یک زمان، متناسب ذوق عصر و ذوق زمان و سطح فکر زمان بوده و وسیلهٔ هدایت مردم بوده است و همان کتاب در زمان دیگر اسباب گمراهی است. ما کتاب‌هایی داریم که در گذشته وظیفهٔ خود را انجام داده‌اند و صدها و هزارها نفر را هدایت کرده‌اند، ولی همان کتاب‌ها در زمان ما کسی را هدایت نمی‌کند، سهل است، اسباب گمراهی، شک و حیرت مردم می‌باشد، از کتب ضلال باید شمرده شود... جز کتاب آسمانی و گفتار واقعی معصومین، هر کتاب دیگر را که در نظر بگیریم یک رسالتی دارد برای یک مدت موقت و محدود؛ آن مدت که گذشت آن رسالت تمام می‌شود (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۵۱۶-۵۱۷).

افزون بر این، با الهام از این سخن رسول خدا^ص که فرموده‌اند: «ما جماعت پیامبران مأمور شدیم با مردم در سطح عقل آنان سخن بگوییم» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۱: ۲۳) و با تکیه بر سیرهٔ اهل بیت^ع که از بیان مطالب غامض عقیدتی و عرفانی برای مخاطبان عمومی پرهیز داشتند و این‌گونه مطالب را فقط به خواص دارای ظرفیت (اصحاب سرّ) تعلیم

می‌دادند، می‌توان گفت: بیان مطالب دینی غیرقابل هضم برای بسیاری از مخاطبان امروزی که مقدمات فلسفی و کلامی لازم را کسب نکرده‌اند، به سست شدن باورهای دینی آنان و چه بسا به انکار و تمسخر می‌انجامد.

برخی محققان علوم اسلامی، ادبیات سنگین و واژه‌های نامأنوس عرفان اسلامی را یکی از آسیب‌های تبلیغ دین دانسته‌اند، آسیبی که موجب بی‌اطلاعی یا روی‌گردانی بسیاری از علاقه‌مندان امور معنوی از عرفان اصیل اسلامی و گرایش آنان به عرفان‌ها و معنویت‌های کاذبی شده است که از ادبیاتی ساده و روان بهره می‌گیرند (کریمی، ۱۳۹۲: ۹۲).

۴-۳-۳. کاستی‌های مربوط به ابزارهای تبلیغی

در ارتباط با ابزارهای تبلیغ روحانیت، یکی از آسیب‌های درخور توجه آن است که مبلغان اهتمام چندانی به نوآوری در شیوه‌ها و بهره‌گیری از رسانه‌های نوین و قالب‌های جذاب نشان نداده‌اند. به‌عنوان نمونه، رمان ابزار جذاب و کارآمدی در دنیای امروز است که می‌تواند در انتقال مضامین ارزشی و عرفانی به مخاطبان، بسیار اثرگذار باشد، اما روحانیون دستاورد محسوسی در این زمینه نداشته‌اند (همان: ۸۹). در نتیجه محدود شدن تبلیغ به شیوه‌ها و ابزارهای سنتی که بر استفاده خطیبان و واعظان از رسانه منبر استوار بود، موجب شده است روحانیت بخش عمده‌ای از مخاطبان بالقوه خود را که شیوه‌های مزبور برای آنها جذابیتی ندارند، از دست بدهد و همچنین تبلیغ سنتی و منبری روحانیون از طریق رسانه‌ها گاه به حدّ اشباع و ملال‌آوری می‌رسد که این امر حتی در ریزش مخاطبان بالفعل روحانیت اثرگذار است.

۱۳۶

۴-۳-۴. کاستی‌های مربوط به آگاهی‌ها، اخلاقیات و مهارت‌های ارتباطی مبلغان

از نظر آگاهی‌ها، اخلاقیات و مهارت‌های ارتباطی که پیش‌نیاز مفاهمه با مخاطبان به حساب می‌آیند، در نگاه کلی به نظر می‌رسد با وجود آنکه روحانیون مزیت‌هایی نسبی به‌ویژه در زمینه اخلاق ارتباطی دارند، سطح آگاهی‌ها و مهارت‌های ارتباطی آنان در حد مطلوب نیست و حتی گاهی شاهد بروز کاستی‌هایی در اخلاق ارتباطی برخی آنان هستیم (ر.ک: کیانپور، حسینیان و ربانی خوراسگانی، ۱۳۹۸، ش ۲۶). پیامد این امر در توصیف یکی از منتقدان که با چشم‌پوشی از اینکه در تطبیق آن بر روحانیت ایران دچار برجسته‌سازی و اغراق شده این است:

بسیاری از روحانیون و متولیان حیات دینی جوامع، تنها در جایی که مرجعیت‌شان به‌عنوان یک نهاد اقتدار و قدرت، به رسمیت شناخته شده است و با تکیه بر این مرجعیت رسمیت یافته و نهادینه شده می‌توانند با مخاطبان خودشان ارتباط برقرار کنند. اما این گروه همین که پایشان را از ده، قبیله یا گروه اجتماعی خودشان بیرون می‌گذارند یا با مخاطبانی خارج از گروه اجتماعی خودشان مواجه می‌شوند، هیچ‌گونه قدرت ارتباطی، توان اثرگذاری و زبانی برای سخن گفتن با آنان را ندارند (عبدالکریمی، ۱۳۹۸: ۱۲۸).

بی‌شک نمی‌توان وجود نمونه‌های روبه‌رشدی از روحانیون را نادیده گرفت که به مدد استعداد و پشتکار شخصی‌شان، الگوهای تبلیغی موفقی را از حیث مخاطب‌شناسی، فهم زبان مخاطبان امروزی به‌ویژه نسل جوان و مهارت ارتباط و گفت‌وگو با آنان به نمایش گذاشته‌اند که لازم است برای تبدیل شدن این الگوها به جریان غالب در میان روحانیون تلاش شود.

۴-۳-۵. کاستی‌های مربوط به انگیزه‌ها و رفتارهای روحانیون

تبلیغ دین گاه از جهت انگیزه‌ها یا رفتارهای مبلغان نیز در معرض آسیب‌هایی قرار می‌گیرد، آسیب‌هایی که هرچند ممکن است کمیاب باشند اما اثر منفی قابل‌توجهی در پی دارند. به‌عنوان نمونه، رفتار اشرافی‌مآبانه و فخرفروشی یک مبلغ دینی علاوه بر بی‌اثر کردن سخن او در دل مخاطبان، موجب بدبینی و دوری‌گزینی مردم از روحانیون می‌شود (معهد الرسول الأکرم العالی، ۱۴۲۴ق: ۳۳۲-۳۳۳). همچنین می‌توان نمونه‌هایی از مزدخواهی و چانه‌زنی در ازای فعالیت تبلیغی را به‌صورت موردی نشان داد (کیانپور، حسینیان و ربانی خوراسگانی، ۱۳۹۸، ش ۲۶: ۷۷-۷۸) که از طریق فعال‌سازی دو عامل منفعت‌طلبی متولیان دین و کاهش احترام عالمان دین به افول دینداری کمک می‌کند؛ ناگفته نماند آسیب‌های مزدخواهی روحانیون به این موارد خاص محدود نمی‌شود، بلکه در دهه‌های اخیر با پدیده نسبتاً فراگیر کالایی شدن وعظ و خطابه روبه‌رو بوده‌ایم، همان‌گونه که شهید مطهری^{۱۳} هشدار داده است:

دستگاه وعظ و تبلیغ ما به نوعی دیگر گرفتار عوام‌زدگی است ... این کار

رسماً به صورت یک شغل و کار و کسب درآمد و عنوان اجرت و مزدگیری پیدا کرده است؛ یعنی همان موضوعی که همه انبیا به نقل قرآن کریم در موارد متعدد از آن امتناع می کردند، در میان ما جاری و معمول است. بدیهی است به حکم قانون مسلم عرضه و تقاضا هر چیزی جزء مسائل اقتصادی قرار گرفت و از قبیل عرضه داشتن کالا برای فروش شد، تابع میل و خواسته مصرف کننده است، نه تابع مصلحت وی ... دستگاه وعظ و تبلیغ ما نیز مانند خود سازمان روحانیت حریت ندارد؛ در نبرد با جهالت عوام ضعیف و ناتوان است (مطهری، ۱۳۷۶، ج ۲۴: ۵۰۶).

نتیجه گیری و پیشنهاد

در این مقاله بر مبنای دیدگاه تجویزی اسلام به وظیفه تبلیغ دین که برعهده روحانیون قرار گرفته، ظرفیت ها و فرصت های تبلیغ از حیث آثار مثبت شان و کاستی های تبلیغ از حیث آثار منفی شان بر دینداری در ایران معاصر بررسی شدند. مجموع نکاتی که در محورهای سه گانه ظرفیت ها، فرصت ها و کاستی های تبلیغ مطرح شدند، راهکارهای ذیل را که باعث بهبود عملکرد روحانیت در زمینه تبلیغ دین شده و تقویت دینداری در جامعه را تا حدود زیاد تضمین خواهند کرد:

- فرهنگ سازی التزام روحانیون به تبلیغ زبانی و عملی دین با بهره گیری از آیات و روایات فراوان لزوم یا رجحان این امر؛
- فرهنگ سازی ارتباط صمیمی روحانیون با توده های مردم به ویژه با نوجوانان و جوانان و حضور فعال آنان در صحنه های خدمت رسانی و رفع گرفتاری های مردم؛
- زمینه سازی برای استفاده تبلیغی روحانیون از فناوری های نوین ارتباطات از قبیل رادیو، تلویزیون، رایانه و تلفن همراه و شیوه های جدید انتقال پیام مانند فیلم نمایی و مستند، رمان، داستان، شعر و... به عنوان مکمل ابزارها و شیوه های سنتی تبلیغ دین به ویژه رسانه منبر؛
- توسعه و تقویت مراکز آموزش علوم انسانی جدید به منظور استفاده مبلغان از یافته های این علوم برای غنی تر کردن و روزآمدسازی محتوای تبلیغ؛
- اجرای متناوب طرح های آسیب شناسی تبلیغات دینی روحانیون در اشکال گوناگون آن به منظور اتخاذ تدابیر اصلاحی مستمر در این زمینه؛

- اولویت‌گذاری محتوای تبلیغی با تأکید ویژه بر معارف قرآن کریم و مضامین عرفانی ادعیه و احادیث اهل بیت (ع)؛
- سازمان‌دهی تبلیغ دین برای پوشش دادن حوزه‌های گوناگون الهیاتی، اخلاقی، تربیتی، خانوادگی، اجتماعی، سیاسی، زیست‌محیطی، بهداشتی و...؛
- سازمان‌دهی تبلیغ و مبلغان در فضاها و حقایق و مجازی برحسب نیازها و اهداف بلندمدت و کوتاه‌مدت؛
- زمینه‌سازی برای بهره‌گیری از ابعاد گوناگون نهضت امام حسین (ع) و حادثه عاشورا در امر تبلیغ دین؛
- توانمندسازی روحانیون در زمینه توجه به اقتضائات زمان و مکان در تبلیغ دین؛
- توانمندسازی روحانیون در زمینه مخاطب‌شناسی و رعایت سطح علمی مخاطبان در تبلیغ دین؛
- زمینه‌سازی برای تقویت اخلاقیات و مهارت‌های ارتباطی مبلغان دینی؛
- برنامه‌ریزی برای رفع مشکل کالایی شدن وعظ و خطابه؛
- اتخاذ تدابیر لازم به‌منظور توسعه و ارتقای رشته تخصصی تبلیغ در حوزه‌های علمیه برای تخصصی‌تر شدن تبلیغ دین از طریق گسترش دوره‌های تخصصی و حتی فوق تخصصی تبلیغ و با تأکید بر تخصصی شدن مسائل و موضوعات تبلیغی با عنایت به سطوح مخاطبان (کودک، نوجوان، بزرگسال، مرد، زن، تحصیل‌کرده و...) و همچنین آموزش تخصصی مبلغان برخوردار از مهارت و سواد رسانه‌ای بالا که به آسیب‌های تبلیغ دین در رسانه آگاهی و احاطه داشته باشند و بتوانند با بهره‌گیری از ظرفیت‌های خود، تأثیر منفی رسانه بر دینداری را تا حد امکان کاهش دهند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آزاد ارمکی، تقی و غلامرضا غفاری (۱۳۸۳). *جامعه‌شناسی نسلی در ایران*، تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
۳. بخارایی، احمد (۱۳۹۳). *جامعه‌شناسی انحرافات اجتماعی در ایران*، تهران: جامعه‌شناسان.
۴. بهشتی، سیدمحمد (۱۳۸۶). *ولایت، رهبری، روحانیت*، تهران: بنیاد نشر آثار و اندیشه‌های شهید آیت‌الله دکتر بهشتی.
۵. خاکبان، سلیمان (۱۳۹۶). *جامعه‌شناسی روحانیت ایران معاصر*، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۶. خضرلو، رسول (۱۳۹۸). «آسیب‌ها و چالش‌های تبلیغ در عرصه بین‌الملل در حوزه علمیه با تکیه بر آرای رهبری»، *اسلام و مطالعات اجتماعی*، ش ۲۷، زمستان، ص ۱۳۷-۱۵۹.
۷. خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۸۹). *صحیفه امام* (۲۲ جلد)، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
۸. شجاعی‌زند، علی‌رضا (۱۳۹۱). «کاهش نفوذ اجتماعی روحانیت: الگویی برای بررسی»، *شیعه‌شناسی*، ش ۳۸، تابستان، ص ۱۰۶-۷۵.
۹. طالبان، محمدرضا و مهدی رفیعی بهابادی (۱۳۸۹). «تحولات دینداری بر اساس تفاوت‌های نسلی در ایران (۱۳۵۳-۱۳۸۸)»، *مسائل اجتماعی ایران*، سال اول، ش ۲، زمستان، ص ۸۵-۱۱۴.
۱۰. عبدالکریمی، بیژن (۱۳۹۸). *آینده روحانیت و جهان معاصر*، تهران: نقد فرهنگ.
۱۱. عیسی‌نیا، رضا (۱۳۸۸). *درآمدی بر الزامات تحول در حوزه علمیه، روحانیت، تهدیدها و فرصت‌ها*، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۲. فیاض، ابراهیم و حسین بستان (۱۳۸۹). «آسیب‌شناسی تبلیغ دینی در تلویزیون»، *اسلام و علوم اجتماعی*، ش ۴، پاییز و زمستان، ص ۵۸-۳۹.
۱۳. کریمی، محمدکاظم (گردآورنده) (۱۳۹۲). *روحانیت و اقتضائات جامعه معاصر* (مجموعه نشست‌های تخصصی)، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۴. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق). *الکافی* (۸ جلد)، تحقیق علی‌اکبر غفاری و محمد آخوندی، تهران: دار الکتب الاسلامیه.
۱۵. کوهی، احمد، مجتبی امیری و محمد مهدی ذوالفقارزاده (۱۳۹۸). «برآوردی از پیامدهای روندهای دینداری در آینده تبلیغ دین»، *مطالعات فرهنگ ارتباطات*، سال بیستم، ش ۴۵، بهار، ص ۲۳۵-۲۶۲.

۱۶. کیانپور، مسعود، سیدحامد حسینیان و علی ربانی خوراسگانی (۱۳۹۸). «توصیف کیفی فراگرد ارتباط مردم و روحانیت در تبلیغ دین؛ نگرشی آسیب‌شناسانه از منظر روحانیون مبلغ نخبه»، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران، سال هشتم، ش ۲۶، پاییز، ص ۵۷-۸۲.
۱۷. مرکز پژوهشی مبنا (۱۳۹۸). *سالنمای دین و دینداری در ایران*، به کوشش حامد عبداللهی سفیدان و همکاران، [بی‌جا]: مکتب اندیشه.
۱۸. مریجی، شمس‌الله و روح‌الله عباس‌زاده (۱۳۹۱). «رسانه مدرن؛ فرصت‌ها و چالش‌های پیش روی تبلیغ سنی دین»، *مطالعات اجتماعی و رسانه*، سال اول، ش ۱، بهار، ص ۲۷-۵۶.
۱۹. مطهری، مرتضی (۱۳۶۵). *روحانیت*، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
۲۰. مطهری، مرتضی (۱۳۷۶). *مجموعه آثار استاد شهید مطهری*، تهران: صدرا.
۲۱. معهد الرسول الأکرم العالی (۱۴۲۴ق). *الحوزة العلمية فی فکر الامام الخامنی*، بیروت: معهد الرسول الأکرم العالی.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران (۱۳۷۴). *تفسیر نمونه*، تهران: دار الکتب الإسلامیه.
۲۳. نجفی، محمدحسن ([بی‌تا]). *جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام* (۴۳جلدی)، بیروت: دار احیاء التراث العربی.

منابع اینترنتی

۲۴. «تبلیغ دین در فضای مجازی با حضور ۷۰۰ مبلغ و کارشناس دینی»، ۱۳۹۹/۲/۲، برگرفته از: <http://shabestan.ir/detail/News/918696>.
۲۵. «قطعاً روحانیون محبوبیت سابق را ندارند/ بخشی از روحانیت بیش از اینکه نقدپذیر شود تمجیدپذیر شد: گفت‌وگوی شفقنا با دکتر حسینی»، ۱۳۹۶/۹/۲۷، برگرفته از: <https://fa.shafaqna.com/news/499845/>.

امداد فرهنگی؛ الگویی برای مواجهه با آسیب‌های اجتماعی

مهدی مولایی آرانی^۱

سیدمحمد کاظمی قهفرخی^۲

چکیده

آسیب‌های اجتماعی ازجمله مسائلی است که اگرچه مولود دوران جدید نمی‌باشد اما شرایط دوران مدرن سبب گسترش این آسیب‌ها گردیده است. افزون بر شرایط دوران جدید، فاصله گرفتن از ظرفیت‌ها و اقدامات سنتی و بومی متناسب با اقتضائات هر منطقه، سبب پیچیده‌تر شدن آسیب‌های اجتماعی در سالیان اخیر شده است. این مقاله در پی آن است که با تکیه بر سنت ایرانی اسلامی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های انسانی و زیرساخت‌های فرهنگی و دینی، مفهوم «امداد فرهنگی» را به‌عنوان یکی از راهکارهای مواجهه به‌منظور پیشگیری و جلوگیری از گسترش آسیب‌های اجتماعی ارائه کند. بر این اساس در این مقاله با استفاده از روش کتابخانه‌ای و مصاحبه در مقام گردآوری داده و روش تحلیل مضمون در مقام تحلیل داده‌ها، تلاش شده است مفهوم «امداد فرهنگی» تبیین شود. به‌منظور تبیین این مفهوم، ابتدا انواع ترکیب‌های صفت و موصوفی و هویت فعل و فاعلی مورد بحث قرار گرفته و در ادامه، چهار مؤلفه «هویت»، «دین‌داری و معنویت»، «هم‌زیستی» و «سازماندهی و شبکه‌سازی» به‌عنوان ابعاد اصلی این مفهوم ارائه شده و نقاط تمایز آن با مفاهیم مشابه مانند مددکاری اجتماعی مورد اشاره قرار گرفته است.

■ واژگان کلیدی

امداد فرهنگی، آسیب‌های اجتماعی، مددکاری اجتماعی، هویت، معنویت و اخلاق.

۱. عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، movlaeiarani@gmail.com (نویسنده مسئول)

۲. عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، kazemigh@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۲۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۷/۰۴

۱. مقدمه

شیوع و گسترش مسائل و آسیب‌های اجتماعی سبب شده است مدیریت و کنترل این آسیب‌ها در عالی‌ترین سطوح مدیریتی کشور به‌صورت جدی مورد توجه قرار گیرد. برخی بر این باورند توجه کم و در برخی مواقع نامناسب به آسیب‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری‌های کلان کشور موجب شده تا کشور نتواند در این زمینه اقدام مؤثری انجام دهد (سام‌آرام و دیگران، ۱۳۹۶: ۱۰۵).

این مقاله در پی ریشه‌یابی علل و عوامل رشد آسیب‌ها نیست و می‌کوشد به وضعیت فعلی و آینده کنترل و مدیریت این آسیب‌ها توجه کند. اکنون که برنامه‌ریزی گسترده برای مدیریت و کنترل آسیب‌ها طراحی و اجرا می‌شود، لازم است به دو مؤلفه زیر توجه بیشتری شود:

۱. تجربه وقایع و حوادث چند سال اخیر در کشور مانند سیل فروردین ۹۸، سیل سیستان، زلزله سرپل‌ذهاب و ویروس کرونا نشان می‌دهد دستگاه‌های رسمی و دولتی بدون کمک و همراهی نهادهای مردمی نمی‌توانند بحران و آسیب‌های ناشی از آن را مدیریت کنند؛

۲. فرهنگ ایرانی - اسلامی و اقتضائات بومی هر کدام از مناطق و موقعیت‌های جغرافیایی، مؤلفه‌ای اصلی در طراحی برنامه‌های مواجهه با آسیب‌های اجتماعی است. بر این اساس و با توجه به تجربه تاریخی ایران، «امداد فرهنگی» مفهومی است که می‌تواند به‌عنوان یک ظرفیت ویژه در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی مورد توجه قرار گیرد. این مفهوم از یک‌سو خود را در ادامه تجربه تاریخی روحیه نوع‌دوستی و دستگیری ایرانیان و حس وظیفه مشارکت جمعی آنان در حل مشکلات و آسیب‌ها تعریف می‌کند و از سوی دیگر این مفهوم ناظر به باورهای اعتقادی و دینی مردم ایران در دستگیری از نیازمندان و آسیب‌دیدگان است. امداد فرهنگی، خود را بر مبنای نیروها و عاملان فرهنگی تعریف کرده است که با دغدغه‌مندی و باور دینی وارد این عرصه شده‌اند. در ایران، ظرفیت این نیروی انسانی بسیار ویژه و کم‌نظیر است.

بر این اساس دغدغه این مقاله، تعریف مفهوم «امداد فرهنگی» به‌صورت مشخص و ترسیم ابعاد آن است. تعریف این مفهوم و ترسیم ابعادش از یک‌سو تمایز این مفهوم را با سایر مفاهیم مشابه مانند مددکاری اجتماعی روشن خواهد کرد و از سوی دیگر دایره کنشگران ذیل این مفهوم مشخص خواهد شد. بدین منظور ابتدا مروری بر تاریخچه

مددکاری و امداد فرهنگی می‌شود و در ادامه تعریف واژگانی و ابعاد امداد فرهنگی ارائه خواهد شد.

۲. تاریخچه

یاری رساندن و دستگیری مفاهیمی‌اند که قدمتی به درازای تاریخ دارند؛ اگرچه خوانش علمی آنها و طراحی رشته‌های علمی همچون مددکاری اجتماعی در محیط‌های آکادمیک مربوط به صدسال اخیر می‌باشد،^۱ اما در تجربه بشر این مفاهیم همواره وجود داشته است (موسوی چلک، ۱۳۹۵: ۱۳-۱۶).^۲ این امر در پیروان ادیان مختلف نیز به شدت مورد توجه بوده است (خاکساری، ۱۳۷۲: ۱۲-۱۴).^۳

در آیین اسلام، ارائه خدمات اجتماعی و انسانی به هم‌نوعان از مرز نصیحت به نیکوکاری و دعوت به یاری رساندن فراتر رفته و در چارچوب قوانین مشخص و تکالیف شرعی مورد توجه قرار گرفته است. به‌عنوان نمونه، هر مسلمان ناگزیر از ادای دین و تأدیه حقوقی نظیر خمس و

۱۴۵

۱. بررسی‌ها نشان می‌دهد در سال ۱۸۹۹ میلادی، اولین مدرسه خدمات اجتماعی در هلند و در سال ۱۹۰۴ میلادی مدارس مددکاری در آلمان، سوئیس، بریتانیا و آمریکا شروع به فعالیت کردند و در حال حاضر آموزش مددکاری در سطح دانشگاه‌های کشورهای مختلف و بین‌المللی به‌نحو وسیعی جریان دارد (خاکساری، ۱۳۷۲: ۴۶-۴۷).

۲. به‌عنوان نمونه، در تمدن‌های باستانی مانند روم قدیم نوعی بیمه‌های تعاونی برای حفظ خانواده و بازماندگان نظامیان وجود داشته و در تمدن‌های بابل و سومر نیز در خصوص حمایت از زنان سرپرست خانوار و کودکان قوانینی وجود داشته است. حمورابی، حکمران بابل، حدود دوهزار سال پیش از میلاد مراقبت از زنان بیوه و کودکان یتیم را برعهده داشته و دفاع از حقوق افراد ضعیف و بی‌پناه، قسمتی از قوانین او بوده است (موسوی چلک، ۱۳۹۵: ۱۳-۱۶).

۳. یهودیان از قرن هشتم پیش از میلاد با برقراری تعهداتی در بین اعضای جامعه خود به کارهایی می‌پرداختند که علاوه بر ایجاد پیوند در بین مردم، به یاری و دستگیری درماندگان و گرفتاران منجر می‌شد؛ مثلاً باخرید کسانی که به سبب بدهکاری به بردگی گرفتار شده‌اند، یا در امور قاتلان و انتقام‌خواهان برای جلوگیری از قصاص خون دخالت می‌کردند و همچنین حکام یهود، خود را ملزم می‌کردند برای تعدیل وضع تهیدستان تدابیری اندیشه کنند و به موجب قانونی، زمان بردگی ناشی از عدم قدرت پرداخت وام را به شش سال محدود ساختند. در مذهب مسیحیت نیز زندگی در دیرها، تابع قواعدی می‌باشد که ظاهراً هنوز نزد مسیحیان ارتدوکس مورد قبول است و بر اساس آن علاوه بر تحریم شرب خمر و قرائت کتب غیردینی می‌بایست ساکنین دیرها اوقات خود را صرف خدمات اجتماعی و دستگیری از فقرا، مستمندان و ایتام نمایند» (خاکساری، ۱۳۷۲: ۱۲-۱۴).

زکات است. دو نمونه سازمان‌یافته از خدمات اجتماعی در اسلام، احکام حسبه^۱ و وقف است (خاکساری، ۱۳۷۲: ۱۴-۲۲). بررسی تاریخی در این زمینه، نشان می‌دهد مددکاری، تعاون و یاریگری بابرنامه و سازمان‌یافته در تاریخ اسلام وجود داشته است اما سوگمندان، بسیاری از افراد که اطلاع دقیقی از گذشته دینی، ملی و فرهنگی خود ندارند، تصور می‌کنند مددکاری و تعاون بابرنامه و سازمان‌یافته، ارمغان غرب است. وقف از شاهکارهای تعاون برنامه‌ریزی‌شده اجتماعی اسلام است که در کمتر تمدنی، تا عصر حاضر نظیرش را بدین وسعت می‌توان یافت. بررسی تاریخی نیز نشان از توجه ایرانیان به این موضوع دارد. به‌عنوان نمونه، وقف‌نامه سیدرکن‌الدین که سال ۱۳۲۶ در روستای عزآباد یزد کشف شده^۲ را می‌توان گفت؛ «شرح وظایف، چگونگی رسیدگی و کمک‌های اساسی و جزءجزء امور بیماران و سایر مستمندان را در این وقف‌نامه آمده است». (قندی، ۱۳۷۹: ۹-۱۱).^۳

۱. برای نمونه به بعضی احکام حسبه اشاره می‌شود مثلاً در باب نظارت بر نانوايان آمده است: «هرگز خمیرگیر به وسیله پاها، زانوان و آرنج‌های خود خمیر را به‌عمل نیاورد، چه این کار، خوارگرفتن طعام است و نیز به هنگام خمیر گرفتن جامه‌ای با آستین‌های تنگ پوشد و دهان‌بند داشته باشد؛ زیرا چه‌بسا به هنگام عطسه یا سخن گفتن، از آب دهان و یا بینی او در خمیر می‌افتد و بر گریبانش دستاری سفید ببندد تا از قطرات عرق مانع باشد و نیز موهای ذراعین (از سر انگشتان تا آرنج) را بسترد تا در خمیر نیفتد. محتسب باید نانوايان را از پختن نان، پیش از عمل آمدن خمیر بازدارد؛ زیرا نان فطیر در ترازو سنگین و برای معده ثقیل است...»
درباره نظارت یا حسبه بر مربیان کودکان بیان شده است: «محتسب باید جاهایی را در اطراف بازار برای آموختن خط تعیین کند و معلمی را بگمارد که از اهل صلاح، پاکدامن، امین و حافظ کتاب خدا و خوش‌خط و آشنا به علم حساب باشد و بهتر آن است که ازدواج کرده باشد ... پاکیزه اخلاق و شایسته تدریس باشد. مربی را شایسته است که به بچه‌ها مهربانی کند و نخست حروف و نوشتن آنها را به تدریج یاد دهد و پس از آشنایی کامل ایشان به حروف، سوره‌های کوچک قرآن را بیاموزد. سپس عقاید دینی و پس از آن، اصول حساب و نامه‌نگاری را یاد دهد و آنان را موظف بدارد که به هنگام بیکاری به فراگرفتن خوش‌نویسی، طبق سرمشقی بپردازند؛ زیرا به هفت‌سالگی برسد او را به نماز خواندن به‌طور جماعت مکلف کند و نیز فرمان دهد که به پدر و مادر خود نیکی کند...» (قندی، ۱۳۷۹: ۱۶-۱۸).

۲. این وقف‌نامه در سال ۱۳۴۱، در ۲۰۹ صفحه در تهران به‌نام «جامع‌الخیرات» منتشر شد.
۳. در یک مورد شرح می‌دهد اگر کوزه آب «کودکان سقا» که در رهگذرها آب می‌فروخته و یا برای مردم به منازل آنان می‌برده و دستمزد می‌گرفته‌اند، بشکنند، از وجه خاصی باید برای آنان کوزه تهیه کنند تا کودکان بینوا، بر اثر تهیدستی، دست از کوشش برندارند و به گدایی و ولگردی روی نیاورند» (قندی، ۱۳۷۹: ۸-۷).
از دیگر نمونه‌های تاریخ ایران، حاج‌شیخ‌غلامرضا یزدی (فقیه خراسانی) است. «در ایام جنگ جهانی دوم که قحطی

در کنار اقدامات و فعالیت‌های مردمی، در بخش رسمی و سازمانی نیز برخی از مهم‌ترین اقدامات در تاریخ معاصر ایران به شرح ذیل بوده است: (زاهدی اصل، ۱۳۹۵: ۲۲-۲۵)

- تأسیس نخستین پرورشگاه برای نگهداری از اطفال سرراهی و بی‌سرپرست در سال ۱۲۹۴؛^۱
- تأسیس جمعیت شیر و خورشید در سال ۱۲۹۶؛
- تأسیس آموزشگاه عالی خدمات اجتماعی تهران در سال ۱۳۳۷ به‌منظور تأمین نیروی انسانی؛
- اختصاص یک بخش مستقل به رفاه اجتماعی در برنامه عمرانی چهارم کشور^۲ با برنامه‌هایی مانند تأسیس کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، پایه‌گذاری خدمات مددکاری و مشاوره در مدارس، ایجاد مراکز مختلف توان‌بخشی، آموزشگاه نابینایان و ناشنوایان، اردوگاه‌های کار و...؛
- تأسیس وزارت رفاه اجتماعی در دومین سال برنامه عمرانی پنجم (۱۳۵۳).^۳

بعد از انقلاب اسلامی و با توجه به ضرورت‌های موجود، دستگاه‌ها و سازمان‌های جدید مانند کمیته امداد امام خمینی، بنیاد شهید و امور ایثارگران، بنیاد مهاجرین جنگ تحمیلی، بنیاد پانزده خرداد، وزارت رفاه و تأمین اجتماعی تشکیل شدند. مؤسسات عام‌المنفعه و سازمان‌های خصوصی خیریه نیز به فعالیت‌های خود ادامه دادند و برخی از

همه جا را فراگرفته بود، فقیه خراسانی برای کاستن از درد و رنج مردم، خانه‌اش را فروخت و برای مردم بی‌بضاعت و بیچاره، آذوقه تهیه کرد». در نقلی دیگر هم، یعقوب کلیمی می‌گوید: «در زمان جنگ جهانی دوم ما کلیمی‌های یزد، خیلی برای تهیه نان اذیت می‌شدیم. نان کم بود و به‌ندرت به ما نان می‌رسید. مرحوم حاج‌شیخ‌غلامرضا با همکاری فرزندشان آرد تهیه کرد و در نیمه‌های شب آردها را در کیسه‌های پنج، شش کیلویی جلو در منازل یهودیان می‌گذاشت و در می‌زد که بردارید و می‌رفت» (کاظمینی، ۱۳۹۲، ۱۱۸-۱۱۹).

۱. این پرورشگاه بعد از پیشنهاد نمایندگان تجار تهران و تصویب مجلس در سال ۱۲۹۴ش در تهران تأسیس و به تدریج به سازمان خدمات اجتماعی با عنوان «سازمان تربیتی شهر تهران» تبدیل شد.

۲. منظور برنامه‌های عمرانی پیش از پیروزی انقلاب اسلامی است. پس از برون‌رفت متفقین از ایران و برطرف شدن برخی عواقب دردناک اشغال، از سال ۱۳۲۷ برنامه‌های پنج‌گانه عمرانی و توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور به مورد اجرا درآمد و برای برنامه‌ریزی و نظارت بر اجرای آنها، سازمان برنامه و بودجه کشور تأسیس گردید. برنامه چهارم توسعه اقتصادی مربوط به سال‌های ۱۳۴۷-۱۳۵۱ شمسی است (ایزدی، ۱۳۹۴: ۲).

۳. البته تأسیس این وزارتخانه بیش از دو سال دوام نیاورد و در سال ۱۳۵۵ منحل و وظایفش به وزارت بهداشت محول شد.

آنها نظیر صندوق های قرض الحسنه توسعه یافتند. همچنین با ادغام مراکزی همچون انجمن ملی حمایت از کودکان، سازمان ملی رفاه نابینایان و ناشنوایان، سازمان ملی رفاه خانواده، انجمن توان بخشی ایران، سازمان بهزیستی کودکان و نوجوانان، سازمان تربیتی شهر تهران، خانه های فرهنگ روستایی، مدیریت امور مهد های کودک سازمان های دولتی، برنامه حمایت از خانواده های بی سرپرست، مراکز رفاه سازمان زنان ایران و معاونت امور بهزیستی وزارت بهداشتی، «سازمان بهزیستی کشور» ایجاد شد (موسوی چلک، ۱۳۹۵: ۳۶-۳۷).

۳. روش تحقیق

روشن است که هر پژوهشی، از روش یا روش های مشخصی استفاده کرده و بر اساس آن به شناخت و گردآوری منابع و سپس تحلیل، نقد و فهم موضوع مورد مطالعه می پردازد. این تحقیق در مقام گردآوری داده ها از روش کتابخانه ای استفاده کرده است. همچنین با ۳۷ نفر از فعالان و امدادگران فرهنگی و مسئولان مربوطه در شهرهای قم و اهواز مصاحبه های عمیق و با بیش از ۳۰ نفر از طلاب فعال در حادثه سیل پلدختر و اهواز در سال ۱۳۹۸ و همچنین طلاب فعال در میدان کرونا در اسفند ۱۳۹۸ و فروردین ۱۳۹۹ مصاحبه شده است. برای تحلیل داده های به دست آمده از مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه ها، از روش تحلیل مضمون استفاده شد و مفاهیم استخراج شده در ذیل چهار مضمون اصلی (ابعاد امداد فرهنگی) طبقه بندی شد. برای ارزیابی و اعتبارسنجی نتایج و تحلیل های انجام شده، استفاده از نظرات خبرگان در دستور کار قرار گرفت. بر این اساس پس از انجام تحلیل و تبیین مفهوم امداد فرهنگی، مقاله برای تعدادی از خبرگان (برخی از اعضای هیئت علمی عضو گروه مطالعات فرهنگی اجتماعی پژوهشگاه علوم و فرهنگی اسلامی، میز مسائل اجتماعی ایران و اسلام و دانشگاه علوم بهزیستی و توان بخشی) ارسال گردید و همچنین در جلسات گروهی با حضور ۶ نفر از استادان به مباحثه و نقد گذاشته شد و متناسب با نظرات و نقدهای دریافتی، اصلاحات لازم اعمال گردید.

۴. چستی امداد فرهنگی

«امداد فرهنگی» یکی از ظرفیت هایی است که با توجه به صبغه تاریخی و باورهای اعتقادی مردم و وجود نیازهای واقعی در کشور، می تواند مورد توجه قرار گرفته و به صورت

هدفمند گسترش یابد. در این مقاله از دو روش برای تعریف امداد فرهنگی استفاده شده است: ۱. تعریف واژگان امداد فرهنگی و ۲. تعریف ابعاد امداد فرهنگی.

۴-۱. تعریف واژگانی

در این بخش ابتدا واژگان «امداد» و «فرهنگ» تعریف شده و سپس به بررسی انواع تعاریف از ترکیب «امداد فرهنگی» پرداخته می‌شود.

۴-۱-۱. امداد

واژه امداد در فرهنگ فارسی به معنای «یاری کردن و یاری دادن» است و پست امدادی به معنای پاسگاهی است که برای کمک در مواقع ضروری ساخته شود (ر.ک: معین: ۱۳۷۶). دو دلیل برای انتخاب واژه «امداد» وجود دارد:

۱. امداد به معنای «یاری‌رسانی عمومی» است و اختصاص به طبقه یا قشر خاصی ندارد و لزوماً برخاسته از حرفه خاصی نمی‌باشد. به همین دلیل از واژگان مشابهی مانند «مددکاری اجتماعی» استفاده نشده است؛ چراکه مددکاری اجتماعی یک «حرفه» با نظام آموزشی خاص می‌باشد درحالی‌که امداد، عام‌تر و ناظر به سطح عمومی است.^۱
۲. امداد ناظر به کمک و یاری رساندن در مواقع ضروری است. به‌عنوان نمونه، پیشگیری از وقوع یک بحران فکری در یک فرد یا گروه می‌تواند یک فعالیت امدادی باشد و عملیات آتش‌نشانی در حین وقوع یک آتش‌سوزی نیز یک عملیات امدادی است.

۴-۱-۲. فرهنگ

برای واژه «فرهنگ» تعاریف بسیار زیادی ارائه شده است. از یک‌سو، فرهنگ را توسعه

۱. درباره اینکه «مددکاری اجتماعی» حرفه است یا خیر، نظرات مختلفی وجود دارد؛ گروهی بر این باورند که کاری، حرفه‌ای تلقی می‌شود که ویژگی‌هایی همچون «مهارت‌های تخصصی بر اساس یک قالب مشخص دانش نظری، داشتن یک نهاد سازمانی مستقل از کارکنان، داشتن یک نهاد مسئول در زمینه فراهم کردن امکان آموزش‌های مرتبط با این حرفه و نظارت بر ورود به این حرفه، برگزاری امتحان‌های ورودی و نیز سنجش صلاحیت کارکنان در حین خدمت، موازن و مقررات مختص به خود، اصول اخلاق حرفه‌ای که پیش از هر چیز، تضمین‌کننده منافع مشتری باشد» را داراست و از این جهت، مددکاری اجتماعی یک شبه‌حرفه است نه حرفه. گروهی دیگر نیز بر این باورند، مددکاری اجتماعی ویژگی‌های اصلی یک حرفه «ایده‌آل» را ندارد و حتی برخی بر این باورند مددکاری اجتماعی اصلاً نباید خود را درگیر رسیدن به وجهه حرفه‌ای کند (دیکنز، ۱۳۹۴، ۲۰۹-۲۱۳).

هنر و فعالیت تفننی در مقولات زیبایی‌شناختی، محصولات و خدماتی می‌دانند (ر.ک: اشتریان، ۱۳۹۱) و از سوی دیگر، فرهنگ «نظام‌واره‌ای از عقاید و باورهای اساسی، ارزش‌ها، آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا، نمادها و مصنوعات است که ادراکات، رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد» (شورای عالی انقلاب فرهنگی، ۱۳۹۲: ۱۶).

۲-۱-۴. ترکیب امداد فرهنگی

ترکیب واژگان امداد فرهنگی را از دو منظر می‌توان مورد بررسی قرار داد: ۱. رابطه صفت و موصوفی میان «امداد» و «فرهنگ» و ۲. هویت فعل و فاعل «امداد فرهنگی».

۱. رابطه صفت و موصوفی: اگر ترکیب «امداد فرهنگی» را در قالب صفت و موصوف در نظر بگیریم، دو برداشت می‌توان از این ترکیب داشت؛ یکی آنکه صفت فرهنگی به‌عنوان ابزار و طریق امداد مدنظر باشد و دیگری آنکه صفت فرهنگی به‌عنوان غایت و هدف امداد مطرح شود.

۱۵۰

– فرهنگی بودن ابزارها و راهکارهای امداد رسانی: در این معنا، متناسب با فرهنگ به معنای محصولات و خدمات فرهنگی هنری، صفت «فرهنگی» ناظر به طریق و ابزارهای امداد رسانی است. یعنی تمرکز امدادگران بر مدهایی است که از لحاظ قالب و محتوا به شکل فرهنگی همچون آموزشی، تولیدات هنری، محصولات رسانه‌ای و سایر موارد انجام می‌گیرد.

– فرهنگی بودن هدف امداد: در این نگاه، متناسب با فرهنگ به معنای «نظام‌واره‌ای از اعتقادات و ارزش‌های فرد و جامعه»، صفت فرهنگی ناظر به هدف و غایت امدادگر است. در این نگاه، امدادگر می‌تواند با استفاده از ابزارهای دیگری مانند اصلاح قوانین، اعطای تسهیلات و خدمات اقتصادی، اهداف فرهنگی همچون حفظ و ارتقای سطح دین‌داری و معرفتی مخاطب را محقق سازد.

۲. هویت فعل و فاعل امداد فرهنگی: در حالت دوم، از رابطه صفت و موصوفی فراتر رفته و هویت فعل (اقدام) امداد فرهنگی و هویت فاعل (امدادگر فرهنگی) مورد بررسی قرار می‌گیرد.

– هویت فرهنگی «فعل امداد»: هویت فعل امداد فرهنگی بر اساس محیط، بستر و زمینه‌هایی که فعل امداد رسانی در آن رخ می‌دهد تعریف می‌شود. بر اساس این نگاه، امداد، ریشه‌های فرهنگی دارد؛ یعنی در جامعه بسترهایی وجود دارد که از جنس فرهنگی‌اند و

امداد این امکان را ایجاد می‌کند تا از آن ظرفیت‌ها برای همیاری و کمک‌رسانی استفاده شود. به‌عنوان نمونه، یکی از انواع امداد فرهنگی، صدقه و کمک مادی مردم به یکدیگر است که بر اساس فرهنگ ایثار و همیاری موجود در فرهنگ ایرانی و اسلامی و نیز برآمده از نوع‌دوستی انسان‌هاست و توانسته از زمینه فرهنگی، سرمایه اقتصادی ایجاد کند.

علاوه بر بستر و زمینه‌های محیطی، نوع تعریف ما از فرهنگ نیز در تعیین هویت فرهنگی فعل امداد مؤثر است. اگر تعریف ما از فرهنگ، به‌عنوان بخشی از زندگی و هم‌عرض با اقتصاد، سیاست و اجتماع باشد، طبعاً فعل و رفتاری، فرهنگی محسوب می‌شود که اقتصادی، سیاسی و اجتماعی نباشد. اما اگر فرهنگی را به‌عنوان بافت زندگی انسان در نظر بگیریم، در این نگاه هویت فرهنگی به افعال امدادی الصاق خواهد شد و عنوان «پیوست فرهنگی» بیشتر مدنظر خواهد بود، مانند پیوست فرهنگی برای کمک‌های اقتصادی، پیوست فرهنگی برای کمک‌های عمرانی و

۱۵۱

– هویت فرهنگی «فاعل امداد» (امدادگر فرهنگی): هویت امدادگر فرهنگی و طبعاً توانمندی و ظرفیت‌های او نیز در انتخاب اهداف و راهکارهای امداد فرهنگی تأثیر خواهد داشت. پس رابطه میان هویت امدادگر فرهنگی با اهداف و ابزارهای امداد فرهنگی، رابطه‌ای دوطرفه است. منظور از هویت فرهنگی امدادگر فرهنگی، امدادگری است که «دین‌مدار، تربیت‌گرا و امیدآفرین»^۱ باشد. طبعاً هر فرد، گروه یا نهادی که با این هویت همخوان‌تر باشد، به «امدادگر فرهنگی» نزدیک‌تر خواهد بود.

۲-۴. ابعاد امداد فرهنگی

در کنار تعریف واژگان، شناخت ابعاد امداد فرهنگی، راهکاری دیگر برای شناخت بیشتر و جامع‌تر مفهوم «امداد فرهنگی» است. شناخت این ابعاد بر اساس مجموعه‌ای از مطالعات نظری در حوزه جامعه‌شناسی آسیب‌های اجتماعی و مددکاری اجتماعی و مجموعه‌ای از مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با فعالان، کنشگران و امدادگران فرهنگی به‌دست آمده است. بر این اساس چهار مؤلفه «هویت، دین‌داری و معنویت، هم‌زیستی، سازماندهی و شبکه‌سازی» برای تعریف امداد فرهنگی ارائه می‌شود.

۱. علت بیان این سه مؤلفه در بخش‌های بعدی توضیح داده می‌شود.

۱-۲-۴. هویت

یک اصل رایج در مددکاری اجتماعی این است که «اگر بخواهم به گونه‌ای مؤثرتر عمل نمایم، در ابتدا باید از خود شروع کنم». از این رو می‌توان گفت عامل اساسی در ارتقای پاسخگویی به نیازهای مددجو و واکنش به نیازهای محیطی، شخصیت مددکار است (موسوی چلک، ۱۳۹۵، ۵۴). برخی دیگر از منابع مددکاری اجتماعی، متغیر اصلی در فرایند مددکاری را «دانش و ارزش» مددکار اجتماعی دانسته‌اند (کامپتون، ۱۳۸۸، ۱۸۹-۱۹۰). اگر نگاه جامع‌تری به شخصیت و بنیاد ارزش‌ها و دانش‌های شخصیت مددکار داشته باشیم، می‌توانیم «هویت» امدادگر را به عنوان بخش اصلی و زیربنای شخصیت فرد در نظر بگیریم.

مطالعات نظری و بررسی‌های میدانی^۱ نشان می‌دهد هویت مشترک گروه‌های انسانی امدادگر فرهنگی بر سه مؤلفه اصلی استوار است:

۱. دین‌مدار: این ویژگی ناظر به چند عرصه است: اول اینکه گروه‌های امداد فرهنگی بر اساس یک باور و دغدغه دینی و مذهبی وارد عرصه یاری‌رسانی شده‌اند و هویت خود را یک هویت دینی و مذهبی می‌دهند؛ دوم اینکه امدادگر فرهنگی در مسیر فعالیت، هدف اصلی خود را ناظر به حفاظت و تعمیق باورهای دینی فرد آسیب‌دیده قرار داده است و به دنبال آن است که با استفاده از راهکارهای دینی و تجربی که با دین تعارض ندارد، از باورها و اعتقادات دینی مردم محافظت کند و آنها را به کنشگر فعال تبدیل کنند. امدادگر فرهنگی معتقد است با تقویت باورهای اعتقادی و معنوی فرد، حتی در شرایط سخت از یک‌سو، میزان مقاومت فرد را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر، این شرایط می‌تواند به عنوان بستر و زمینه‌ای برای رشد فرد و ورود او به عرصه و میدانی جدید مطرح شود. فعالیت در این زمینه نیازمند ایمان و صبر امدادگر فرهنگی است. در امداد فرهنگی تغییر نگرش و حتی جهان‌بینی به شکل اندیشه‌ای تنها، پاسخگو نیست بلکه رساندن آن به قلب فرد برای تحول در انگیزه‌ها و نوع منش منظور است. برای این منظور، امدادگر نیز نقش اساسی ایفا می‌کند؛ چراکه راهیابی به قلب مددجو نیازمند فیاضیت و محبت است، اولی هنگامی محقق می‌شود که امدادگر، اخلاص و عدم نفسانیات در خیرخواهی دارد و در دومی یعنی ایجاد محبت که در دست خداوند است، زمانی

۱۵۲

۱. منظور مصاحبه با امدادگران فرهنگی است.

اتفاق می‌افتد که امدادگر فرهنگی عامل به معنویت و ایمان باشد (جوادی آملی، ۱۳۹۱: ۱۹۷؛ مطهری، ۱۳۷۸، ج ۲: ۶۸؛ ر.ک: حسینی خامنه‌ای، ۱۳۷۶).

۲. تربیت‌گرا: دومین ویژگی هویتی امدادگران فرهنگی آن است که فعالیت در این عرصه را در درجه اول «تربیت برای خود» می‌دانند و در درجه دوم می‌کوشند با رویکرد تربیتی با فرد آسیب‌دیده مواجه شوند. امدادگر فرهنگی بر این باور است که در درجه اول باید «خود» را تربیت کرد و در درجه دوم، امدادگر فرهنگی در مواجهه با فرد آسیب‌دیده به دنبال آموزش و نگاه از بالا به پایین نیست بلکه از منظر تربیتی در پی همراهی و حضور در کنار مددجو می‌باشد تا بتواند همراه با این حضور، مسیر اصلاح و رشد فرد آسیب‌دیده را ایجاد کند. کرامت نفسانی یکی از عوامل حرکت فرد برای تلاش و بهبودی وضعیت خویشتن است؛ چراکه هنگامی فرد ارزش خود را بیابد، می‌تواند در مسیر بهبودی وضعیت خود حرکت کند.

امام موسی صدر در این زمینه بیان می‌دارد:

راه تربیت انسان و ارتقای وی در همه ابعاد تکامل عبارت است از قراردادن انسان در مسیری که کرامت خویش را درک کند، و به همه شئون خویشتن خویش اهتمام شایسته ورزد. در غیر این صورت، چه بسا هرگز برای خود همتی نکند و برای اصلاح وضع خویش نکوشد (دیده‌خانی، ۱۳۹۷: ۸۳).

۳. امیدآفرین: گم‌شده اصلی بسیاری از افرادی که در موقعیت آسیب قرار گرفته‌اند، «امید» می‌باشد و ناامیدی دردی است که مانع از حرکت و تلاش برای اصلاح می‌شود. امدادگر فرهنگی در درجه اول باید در درون خود این بذر را نهاده کند؛ «یکی از مایه‌های مهم امید عبارت است از توکل به خدای متعال»^۱ که سبب می‌شود امدادگر فرهنگی با امیدواری وارد فضای ناامیدی شود و به جای یأس‌پراکنی، امیدآفرینی صادق انجام دهد. امدادگر فرهنگی می‌کوشد نگاه انسان را از امور مادی و دنیوی فراتر ببرد و انسان و امور او را در گیرودار امر طبیعی صرف تعریف نکند. این موضوع نه تنها انسان را از تسلسل نیازهای

۱. <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2867>.

۲. بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار نخبگان و استعدادهای برتر علمی، ۱۳۹۸/۷/۱۷.

مادی خارج می‌کند بلکه اغراض از این نیازها را فرامادی تعریف می‌نماید تا ضعف و شدت آنها باعث اندوه او نگردد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۳: ۱۶۷-۱۷۱).

۴-۲-۲. معنویت و اخلاق

دیکنز، ارتقای سطح بهزیستی و رفاه شخصی و اجتماعی افراد، خودشکوفایی و افزایش تعاملات اجتماعی آنان از طریق رفع نابرابری‌های اجتماعی را هدف مددکاری اجتماعی می‌داند. این اهداف در حوزه مددکاری، بسیار ارزشمند و تحقق آن کمک بسیار زیادی به رفع آسیب‌های اجتماعی خواهد کرد اما در امداد فرهنگی، سطح اهداف فراتر می‌رود و انتظار آن است که نظام باورها و ارزش‌های مددجو و نظام اخلاقی‌اش تعمیق یابد و در مسیر تعالی به‌عنوان یک کنشگر فعال و پیشرو قرار گیرد (دیکنز، ۱۳۹۴: ۱۱). به عبارت دیگر، «امداد فرهنگی» غایت خود را «نجات‌بخشی» فرد آسیب‌دیده نمی‌داند بلکه غایت خود را «حیات‌بخشی»^۱ می‌داند. در ادامه مروری بر جایگاه دین و معنویت در نظریات مددکاری می‌شود و سپس منظرهای مورد توجه دین و معنویت در امداد فرهنگی ارائه می‌شود.

۱۵۴

۱. گروه اول نظریاتی‌اند که معنویت را «بژه» خود کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، نظریه مددکاری اجتماعی فرافردی بر این باور است مددکاران اجتماعی در دوران پسامدرن با مسائل فردی و اجتماعی که در بُعد معنوی ریشه دارند، دچار چالش می‌شوند. علایق اصلی این نظریه، جست‌وجو برای ارزش‌های متعالی و غایی، تجربه‌های عرفانی و آگاهی وحدت‌بخش و اعتبار بخشیدن به اقدامات و ملاحظات حرفه‌ای معنوی‌گراست (زاهدی اصل، ۱۳۹۵: ۱۰۸).

۲. برخی از نظریات نیز معنویت و دین را از دایره توجه خود خارج کرده و توجه به آن را وابسته به درخواست مددجو یا تحقق برخی شرایط دانسته‌اند. به‌عنوان نمونه، رویکرد راه‌حل محور، توجه به مسائل معنوی را وابسته به درخواست مراجعه‌کننده می‌داند (والش، ۱۳۹۳: ۳۲۰-۳۵۶).

در امداد فرهنگی از سه منظر، «دین و معنویت» مورد توجه قرار می‌گیرد:

۱. به‌مثابه غایت: از این منظر، غایت و هدف امدادگر فرهنگی، حفظ و ارتقای باورهای دینی در شخص مددجوست. در اینجا هدف امدادگر این است که از طریق حل مسائل و

۱. مَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعاً (مائده، ۳۲).

مشکلات مادی و تعارضات ذهنی فرد آسیب‌دیده، باورها و اعتقادات او را به دین و مذهب حفظ کرده و ارتقا بخشد. نظر امام موسی صدر این چنین است:

فعالیت‌های دینی، 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 (دیده‌خانی، ۱۳۹۷: ۶۰).

۲. به‌مثابهٔ طریق: در این منظر، امدادگر فرهنگی، در کنار بهره‌گیری از ابزارها و راهکارهای موجود، از ارزش‌ها و باورهای مذهبی مانند توکل، توسل و دعا برای حل مشکلات و مسائل استفاده می‌کند. امدادگر فرهنگی امور مادی و معنوی را مکمل هم می‌داند. امام موسی صدر در این مورد بیان می‌دارد:

امروزه و در قرن بیستم، انسان بیش از هر زمانی نیازمند ایمان به غیب است و نه نیازمند محصولات مدرن متزلزل زمانه، تا قلب او اطمینان و اعصابش آرامش یابد و تمایل‌های نامحدود وی تأمین شود و نگرانی‌های فزاینده‌اش کاهش یابد (همان: ۶۵ - ۶۶).

ایشان در این مورد به این نکته اشاره می‌کند که تمایز بین امر معنوی و مادی اشتباهی است که نه تنها دقیق نیست بلکه اقناع‌کنندهٔ روح انسان هم نمی‌باشد:

سنت رایج مقتضی است که اشیا و همچنین، اعمال انسانی را به دو بخش مادی و معنوی تقسیم کنیم و بر طبق چنین تقسیمی، به‌طور کلی امور جهان دو سنخ خواهند بود: یکی امور مادی و اشتغال به این امور، از قبیل خوردن، آشامیدن، ازدواج، تجارت و امثال آنها؛ و دیگری امور معنوی که در مقابل امور مزبور قرار دارند، از قبیل نماز، عبادت، قربانی کردن، فداکاری، تفکر و قسم نخست از امور زایل‌شدنی و مناسب جسم انسان، رغبات و امیال آنی وی است و قسم دوم پاسخگوی امیال و رغبات روح و قوام انسانی است که امیالی غیرمادی محسوب می‌شود. لکن حقیقت این است که این تقسیم نه دقیق است و نه با نظریات فلسفی و یا با تعالیم دینی مطابقت دارد و نه می‌تواند روح مؤمن را اقناع کند (همان: ۸۲).

۳. به مثابه معیار: بر این اساس امدادگر فرهنگی، خود را ملزم می‌داند راهکارهای پیشنهادی برای حل مشکلات آسیب‌دیدگان را بر اساس معیار ارزش‌ها و باورهای مذهبی بسنجد و در صورت عدم تعارض، از آنها استفاده کند. نگاه معیارمحور به خصوص به اصول اخلاقی بیشتر مورد توجه است. امدادگر فرهنگی در فعالیت خود می‌کوشد «کرامت» مددجو به عنوان یک اصل خدشه‌دار نشود. البته مبنای امدادگر در باور به اصول اخلاقی در شیوه عمل او اثرگذار خواهد بود. به عنوان نمونه، اگر از نگاه وظیفه‌گرا به اصل کرامت باور داشته باشد، کرامت را یک حق برای نوع انسانی می‌داند و تحت هیچ شرایطی نمی‌تواند و نباید از آن چشم‌پوشی کند. رعایت کرامت در این نگاه یک الزام و واجب اخلاقی است. اما اگر از مبنای سودمندی به این اصل نگاه شود رعایت یا عدم رعایت کرامت وابسته به آن است که در آن شرایط چه منافع و ضررهایی برای مددجو در پی خواهد داشت (ر.ک: اسلامی، ۱۳۹۸).

۳-۲-۴. هم‌زیستی

بررسی نظریه‌های مربوط به آسیب‌های اجتماعی نشان می‌دهد توجه به محیط و ارزش‌های فرهنگی در بوم، از چند منظر مورد توجه بوده است؛ برخی نظریه‌ها بر تأثیر خرده‌فرهنگ‌ها در شکل‌گیری آسیب‌ها تمرکز کرده‌اند، گروهی دیگر فاصله میان ارزش‌های رسمی و غیررسمی در یک جامعه را عامل مؤثر در آسیب‌ها دانسته، گروهی دیگر آسیب‌های اجتماعی را برساخت اجتماع می‌دانند نه یک واقعیت عینی و گروهی دیگر نیز بر این باورند شیوه ساخت‌وساز و شکل‌گیری فیزیکی جامعه در شکل‌گیری آسیب‌ها مؤثر است. در ادامه مروری بر این نظریه‌ها می‌شود:

۱. خرده‌فرهنگ‌ها: از نظر کوهن گزینش خرده‌فرهنگ بزهکار توسط نوجوانان راه‌حلی گروهی برای کسب منزلت و موقعیت اجتماعی است (ممتاز، ۱۳۸۱: ۱۰۰؛ سلیمی، ۱۳۸۰: ۲۷۴؛ احمدی، ۱۳۸۴: ۷۲-۷۴). میلر نیز در نظریه علایق کانونی (فرهنگ طبقه پایین) بر فرهنگ و ارزش‌های حاکم در یک جامعه و گروه تأکید می‌کند (احمدی، ۱۳۸۴: ۷۴-۷۶؛ سلیمی، ۱۳۸۰: ۴۵۵).

۲. تغییر ارزش‌ها و قوانین رسمی: گروهی دیگر از نظریه‌ها، فاصله میان ارزش‌های رسمی و ارزش‌های موجود را علت شکل‌گیری آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی می‌دانند. به عنوان نمونه، در نظریه سوءیک‌پارچگی، عدم تعادل زمانی در جامعه رخ می‌دهد که میان

اهداف نهادی شده^۱ و وسایل نهادی شده^۲ بر یکی بیشتر تمرکز شود و نتیجه آن شکل‌گیری چهار الگوی انحرافی نوآوری، مناسک‌گرایی، انزواطلبی و شورش است^۳ (رابینگتن، ۱۳۹۵: ۵۱-۵۲).

۳. **برساخت اجتماع:** دیدگاهی دیگر بر این باور است که مشکلات و آسیب‌های اجتماعی برساخت محیط و واکنش‌های اجتماعی می‌باشد. نظریه انگ‌زنی (برچسب‌زنی) نمونه‌ای از این گونه است. از منظر بیکر^۴ منحرف کسی است که برچسب انحرافی از سوی جامعه بر او زده‌اند و رفتار انحرافی، رفتاری است که مردم بر آن برچسب انحراف زده‌اند (زاهدی اصل، ۱۳۹۳: ۳۹).

۴. **ساختار فیزیکی محیط:** تمرکز برخی صاحب‌نظران مانند برگس در نظریه الگوی نوع آرمانی بر ساختار فیزیکی محیط است و بر این باورند شیوه توزیع فضاهای فیزیکی در یک بوم از علل اصلی شکل‌گیری آسیب‌هاست (احمدی، ۱۳۸۴: ۵۵-۵۷).

۱۵۷

اساساً از یک‌سو امداد فرهنگی، ورود تخصصی به مسائل و آسیب‌ها ندارد و از سوی دیگر، رویکرد مواجهه خود را «پیشگیرانه» تعریف می‌کند و مهم‌ترین عاملان خود را کنشگران بومی و منطقه‌ای می‌داند، بنابراین بر فرهنگ بومی به‌عنوان یکی از نقاط قوت عاملان و کنشگران خود تمرکز می‌کند. فرهنگ بومی و هم‌زیستی مردم با یکدیگر در یک محیط از سه ساحت مورد توجه امدادگر فرهنگی است:

الف) **هم‌زیستی اجتماعی به‌عنوان هدف:** یکی از اهداف میانی امدادگر فرهنگی، ارتقای سطح مناسبات و روابط انسان‌ها با یکدیگر در محیط اجتماعی است. در امداد فرهنگی، زندگی اجتماعی موضوعیت دارد و فرد امدادگر به دنبال آن نیست که صرفاً یک فرد را از

۱. تعاریف نهادی شده درباره ارزش‌ها و امور مطلوب.

۲. شیوه‌های استاندارد شده کنش برای رسیدن به اهداف و یا هنجارها و مقررات وضع شده برای رسیدن به اهداف.

۳. مرتن نیز در نظریه بی‌سازمانی اجتماعی، جامعه را یک کل پویای پیچیده می‌داند و بر این باور است که دال مرکزی در جامعه، قوانین و مقررات هستند. اگر جامعه دچار تغییرات شدید و سریع (فنی، تکنیکی، سیاسی، مهاجرت، صنعتی‌شدن و...) شود عدم تعادل زیاد شده، قانون و مقررات بی‌اعتبار می‌شوند و جامعه در وضعیت بی‌سازمانی یا بی‌هنجاری قرار می‌گیرد. بر اساس این نظریه، سه نوع عمده بی‌سازمانی اجتماعی عبارت است از: بی‌هنجاری، ستیز فرهنگی و اختلال (رابینگتن، ۱۳۹۵: ۵۱-۵۲).

یک آسیب فردی نجات دهد؛ دغدغه اصلی امدادگر فرهنگی در این مؤلفه، چگونگی استمرار و ثبات روابط اجتماعی افراد با یکدیگر است. امام موسی صدر در این مورد بیان می‌دارد:

ساده‌ترین شیوه برای تربیت، امر و نهی کردن مربی است. شیوه برتر آن است که مربی راه‌ها و ابزارهای متقاعدسازی را به کار بگیرد و بکوشد در عقل و دل فردی که در پی تربیت آن است، تأثیر بگذارد. اما شیوه سوم که مکاتب جدید اجتماعی به آن افتخار می‌کنند، توجه به محیط فرد یا گروه تربیت‌شونده است تا به فضایی برای هدف تربیتی تبدیل شود و جریانی در قبال آن شکل بگیرد که فعالیت تربیتی و متقاعدسازی را برای مربی آسان سازد (دیده‌خانی، ۱۳۹۷: ۱۲۵).

ب) **اصالت‌بخشی به فرهنگ بومی:** امدادگر فرهنگی در پی آن است که توانمندی و هوشمندی فرهنگی و اجتماعی محیط را به حدی ارتقا بخشد که بتواند تا حد امکان مشکلات و آسیب‌های افراد و اعضای محیط را در درون خود حل کند. در این نگاه، جداسازی افراد از محیط زندگی، تنها در موارد خیلی نادر اتفاق می‌افتد و اقداماتی مانند زندان اصالت ندارد و بالضروره می‌باشد. به عبارت دیگر در امداد فرهنگی، اصالت با فرهنگ بومی است و دانش آکادمیک باید خود را مطابق با مؤلفه‌های فرهنگ بومی منطبق کند. این مؤلفه در نظریه‌های مددکاری اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته است. این موضوع در سنت و سیره دینی به‌خوبی دیده می‌شود جایی که امام علی علیه السلام به مالک‌اشتر چنین می‌فرمایند:

هرگز سنت‌های خوبی را که بزرگان این امت به آنها عمل کرده‌اند و مایه همبستگی و بهبود حال مردم بوده، مَشِکَن و هرگز سنتی را پایه مگذار که به آن سنت‌های پیشین آسیب رساند که سنت‌گذاران پاداش برند و تو با سنت‌شکنی‌ات وزر و بال بری.^۱

ج) **اصلاح فرهنگ بومی:** اصالت فرهنگ بومی در امداد فرهنگی تا زمانی برقرار خواهد بود که این فرهنگ در تضاد با هویت «دین‌مدار، تربیت‌گرا و امیدآفرین» امدادگر فرهنگی نباشد.

۱. وَلَا تَنْفُضْ سُنَّةَ صَالِحَةٍ عَمَلٍ بِهَا صُدُّوا هَذِهِ لَأُمَّةٍ، وَاجْتَمَعَتْ بِهَا الْأَلْفَةُ، وَصَلَحَتْ عَلَيْهَا الرَّعِيَّةُ وَلَا تُحَدِّثَنَّ سُنَّةً تَضُرُّ بَشِيٍّ مِنْ مَاضِيِ تِلْكَ السُّنَنِ فَيَكُونَ الْأَجْرُ لِمَنْ سَنَّا وَالْوِزْرُ عَلَيْكَ بِمَا نَقَضْتَ مِنْهَا (نهج البلاغه، نامه ۵۳).

امدادگر فرهنگی فرهنگ بومی محیط را برای همسو شدن با این هویت، در یک فرایند تدریجی اصلاح می‌کند. اصلاح دفعی و یک‌باره فرهنگ محیطی، هم‌زیستی و تعاملات اجتماعی مردمی که سال‌ها با این فرهنگ خو گرفته‌اند را به هم می‌زند و زیست اجتماعی آنان را دچار مشکل خواهد کرد. در مورد تدریجی بودن اصلاح فرهنگ امام خمینی علیه السلام می‌فرماید:

نمی‌شود یک‌دفعه کارها درست بشود و هیچ خلاقی واقع نگردد، در زمان خود پیامبر صلی الله علیه و آله و حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام هم خلاف واقع می‌شد. نباید توقع داشته باشیم که صبح کنیم درحالی که همه چیز سر جای خودش باشد.
(موسوی خمینی، ۱۳۸۵: ۳۰۲)

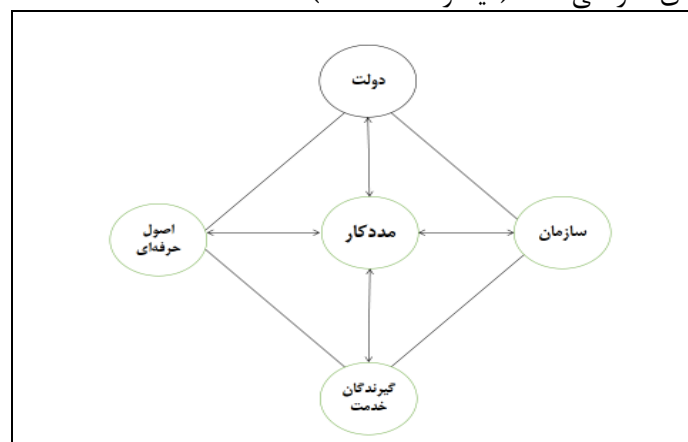
۴-۲-۴. سازماندهی و شبکه‌سازی

عرضه خدمات اجتماعی در قالب مددکاری اجتماعی از روش‌های مختلفی انجام می‌شود. این روش‌ها در یک دسته‌بندی کلی به دو گروه روش‌های مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می‌شوند (موسوی چلک، ۱۳۹۵، ۶۶ - ۶۱)؛ برخی دیگر، کار مددکاری جامعه‌ای را به دو رویکرد توسعه جامعه و برنامه‌ریزی اجتماعی تقسیم‌بندی کرده‌اند (تولوتریز، ۱۳۹۱: ۱۰ - ۹).^۱ این تعاریف و رویکردها نشان می‌دهد یک مددکار اجتماعی برای موفقیت در میدان فعالیت خود باید به قوانین و سیاست‌ها شناخت و آگاهی داشته باشد (دیکنز، ۱۳۹۴: ۱۷-۱۸). برخی دیگر از نظریه‌های مددکاری، توجه خود را از قانون و مقررات فراتر برده و بر نقش سازمان‌ها در امر مددسازی تمرکز کرده‌اند. دو نظریه ترمیمی و نهادی^۲ با موضوع چگونگی استفاده از ظرفیت سازمان‌ها ارائه شده است (زاهدی اصل، ۱۳۹۵: ۱۱۰).

۱. در رویکرد توسعه جامعه، با شیوه کاملاً مبتنی بر جامعه، به‌صورت عینی بر مددکارانی تأکید دارند که به‌طور غیرمستقیم با مردم کار می‌کنند تا آنان برای مشارکت در ایجاد و اداره یک مهدکودک یا مبارزه برای خدمات بهتر، تصمیم‌گیری کنند. اما در روش برنامه‌ریزی اجتماعی، مددکاران با سیاست‌گذاران و ارائه‌کنندگان خدمات همکاری نزدیک و مستقیمی دارند تا آنها را به نیازهای جوامع خاص حساس کنند و برای اصلاح خدمات یا خط‌مشی‌های دقیق‌تر یاری دهند (تولوتریز، ۱۳۹۱: ۹-۱۰).

۲. بر اساس نظریه ترمیمی، وجود سازمان‌ها و نهادهای خدمات اجتماعی فقط هنگامی ضرورت می‌یابد که فرد و خانواده از انجام تکالیف و وظایف خود بازمانند و چون کارها و امور اجتماعی بازمانده وظایف سازمان‌های اجتماعی است، به آن نظریه ترمیمی گفته می‌شود؛ اما در نظریه نهادی، خدمات مددکاری به‌عنوان نهادی مستقل عمل کرده و رأساً جای نهادهای دیگر را می‌گیرد. پیروان این نظریه بر این عقیده‌اند که شرایط فعلی جوامع انسانی و به‌ویژه هسته‌ای شدن خانواده‌ها، نهادی شدن خدمات مددکاری را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد (زاهدی اصل، ۱۳۹۵: ۱۱۰).

دیکنز در مدل لوزی مددکاری اجتماعی، نقش دو عامل سازمان و دولت را به صورت مستقل مورد توجه قرار داده است. در این مدل، مددکار اجتماعی در مرکز یک لوزی واقع شده که دولت،^۱ دریافت کنندگان خدمات، معیارهای شغلی و حرفه‌ای و سازمان،^۲ چهار رأس آن هستند. وظیفه اصلی مددکار اجتماعی در اینجا، تنظیم روابط میان خواسته‌های دریافت کننده خدمات با اصول حرفه‌ای، قوانین و سیاست‌های دولت، قوانین و بوروکراسی‌های سازمانی است (دیکنز، ۱۳۹۴: ۳۴).



۱۶۰

الگوی لوزی مددکاری اجتماعی (دیکنز، ۱۳۹۴: ۳۴)

اما مواجهه امدادگر فرهنگی با قوانین، ساختارها و نهادها و به عبارت دیگر، سازماندهی و شبکه‌سازی از چند منظر مورد توجه است:

۱. آشنایی با قوانین و نهادها در مقام ارجاع و پیشگیری: دو کارکرد اصلی امدادگر فرهنگی، پیشگیری از وقوع آسیب‌های اجتماعی و ارجاع آسیب‌دیدگان به افراد و نهادهای تخصصی است. ارجاع به مراکز و نهادهای تخصصی نیازمند شناخت نسبتاً جامع از ظرفیت نهادهای رسمی و غیررسمی همچون خیریه‌های یک منطقه، وظایف و خدمات نهادهای رسمی مانند کمیته امداد، سازمان بهزیستی و آگاهی نسبت به قوانین رسمی کشور در حوزه پیشگیری و کمک به آسیب‌دیدگان است. ارجاع به نهادهای تخصصی و مسئول از

۱. در اینجا، دولت عبارت است از: نقش‌های دولت و شوراهای شهر، سیاست‌ها و قوانین کشور، وضع مالیات و هزینه‌های دولتی، نقش‌های مجلس، دادگاه‌ها و سازمان‌های نظارتی.
۲. سازمان در اینجا شامل انواع سازمان‌های خیریه‌ای، اقتصادی، اداری و فرایندهای اداری و اجرایی درون آنهاست.

یک‌سو سبب خواهد شد مشکلات مددجو به‌صورت تخصصی و کارشناسانه مورد بررسی قرار گرفته و حل شود و از سوی دیگر مانع از انباشت فشارهای روانی و جسمی بر امدادگر فرهنگی خواهد شد.

در مقام پیشگیری نیز آگاهی به قوانین و سازمان‌ها در درجه اول از وقوع برخی مشکلات برای امدادگر فرهنگی پیشگیری می‌کند. برخی امدادگران فرهنگی بر اساس دلسوزی افراطی و بدون آگاهی، اقداماتی را انجام می‌دهند که مربوط به حوزه تخصصی برخی نهادها و سازمان‌هاست و انجام این‌گونه فعالیت‌ها بدون هماهنگی و کسب مجوز لازم ممکن است سبب ایجاد مشکلات حقوقی و قانونی برای فرد شود. افزون بر این، آگاهی‌بخشی به مردم و نسل نوجوان و جوان به حقوق و تکالیف خود در جامعه، می‌تواند از وقوع برخی آسیب‌ها و مسائل جلوگیری کند. امدادگر فرهنگی به دلیل آگاهی به اقتضائات بومی و شرایط محیطی، بهتر می‌تواند این آگاهی‌بخشی را انجام دهد.

۱۶۱

۲. تعامل با دولت اسلامی: متناسب با نوع دولت، امدادگر فرهنگی وظیفه دارد گونه‌ای از تعامل با دولت در نظام جمهوری اسلامی را تعریف و عمل کند. در شیوه تعامل با دولت و چگونگی بازنمایی آن در ذهن مردم، ملاحظات زیر می‌تواند مدنظر قرار گیرد:

- حضور میدانی امدادگر، نقطه قوتی است که می‌تواند تأثیرها و پیامدهای قوانین و مقررات و ساختارهای رسمی دولتی را از نزدیک لمس کرده و به‌مثابه «چشم و آینه» به دولت گزارش کند. ارائه گزارش‌های صحیح میدانی و پیشنهاد برای اصلاح قوانین و ساختارهای معیوب ازجمله وظایفی است که امدادگر فرهنگی در این بخش می‌تواند انجام دهد. امدادگر فرهنگی درواقع یک «ناصح و خیرخواه اجتماعی»^۱ - و نه یک «عیب‌جو» - است که در این ساحت به دولت کمک می‌کند تا به اصلاح خود پردازد.

۱. انبیا فرمودند ما جزو ناصحان هستیم و حضرت هم فرمود که ما ناصحیم، نصیحت خالصانه داریم. نصیحت به معنای سفارش نیست، سخنرانی نیست، مقاله‌نویسی نیست، موعظه نیست؛ نصیحت یک خیاطی است. به خیاط می‌گویند ناصح. آن سوزن خیاطی را می‌گویند منصفه. آن نخ خیاطی را می‌گویند ناصح. اگر کسی بتواند جامعه تقوا بدوزد و بر پیکر جامعه بپوشاند او می‌شود ناصح. ائمه فرمودند ما این کار را می‌کنیم. حالا اگر کسی جامعه‌داری بکند لباس جامعه را یا لباس یک مسئولی را بدرد به بهانه نصیحت، اینکه ضد آن است: *إِنِّي لَكُمَا لَمَنَ النَّاصِحِينَ* (اعراف، ۲۱) (جلسه درس اخلاق آیت‌الله جوادی آملی، ۱۳۹۶/۹/۲۳).

- امدادگر فرهنگی شخصیتی «امیدآفرین»^۱ است نه «تخریبگر و یأس‌پراکن». بر این اساس در بازنمایی خدمات حاکمیت و دولت، در درجه اول اخلاق‌مدار است و بر اساس «انصاف» خدمات و تلاش‌ها را روایت می‌کند.^۲ رعایت «انصاف و امیدآفرینی» به معنای چشم‌پوشی از مشکلات و عدم بیان برخی حقایق تلخ نیست. بیان هرگونه حقیقت و مشکلی نیازمند شناخت دقیق از مخاطب و توانمندی اوست. بیان حقایق تلخ و مشکلات موجود در نظام اداری و امدادسانی برای آسیب‌دیده‌ای که نه توان اصلاح این سیستم را دارد و نه در حیطه وظایف اوست، پیامدی جز کاهش امید او به حل مشکل و افزایش درد وی نخواهد داشت و این درواقع سبب سخت‌تر شدن مسیر اصلاح و تعالی فرد خواهد شد؛ چراکه عزم و اراده فرد آسیب‌دیده که زیربنا و لازمه حرکت اوست، دیگر همراهی نمی‌کند.

۳. **نهادسازی و شبکه‌سازی:** سومین منظر مواجهه امدادگر فرهنگی با نهادها و ساختارها، استفاده از این ظرفیت به‌عنوان ابزاری برای پیشبرد برنامه‌ها و فعالیت‌های خود است. امدادگر فرهنگی، یک فرد نیست و در این مسیر، خود را تنها نمی‌داند و به دیگران اعتماد دارد و بر این باور است مسیر اصلاح مشکلات و پیشگیری از وقوع آسیب‌ها از طریق کار شبکه‌ای در سطح محلی، ملی و منطقه‌ای و جهانی قابل انجام خواهد بود. استمرار و استقرار یک فعالیت، نیازمند نهادسازی (نه به‌معنای سازمان‌سازی) و اشتراک ظرفیت‌های مختلف دولتی و مردمی در کنار یکدیگر ناظر به مسئله مشترک است. وجود روحیه جهادی و داشتن دغدغه و درد حل مسائل و مشکلات مردم و داشتن هویت مشترک (معنویت‌گرا، اخلاق‌مند و امیدآفرین) می‌تواند زیربنای شکل‌گیری شبکه‌ای از امدادگران فرهنگی در سطح دنیای اسلام باشد.

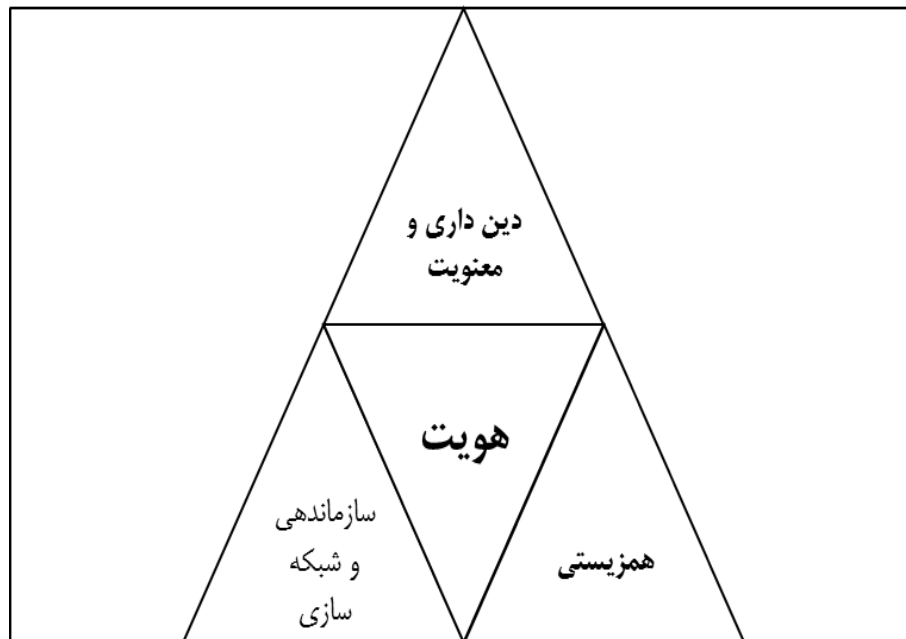
۱. توصیه من امید و نگاه خوش‌بینانه به آینده است. بدون این کلید اساسی همه قفل‌ها، هیچ گامی نمی‌توان برداشت. آنچه می‌گویم یک امید صادق و متکی به واقعیت‌های عینی است (بیانیه گام دوم انقلاب خطاب به ملت ایران، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

۲. انتقاد خوب است، تخریب بد است؛ انتقاد خدمت است، تخریب خیانت است؛ نه خیانت به دولت، بلکه خیانت به نظام و خیانت به کشور است (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهوری و اعضای هیئت دولت، ۱۳۸۷/۵/۲).
نقد منصفانه و پاسخگویی منصفانه به نقد، به تقویت دستگاه و نظام کمک می‌کند، لیکن این نباید با مناقشات و گفت‌وگوها و بگومگوهای لفظی اشتباه شود (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت، ۱۳۸۳/۶/۴).

نتیجه‌گیری

بر اساس تعاریف و ابعاد یادشده، چارچوب زیر به‌عنوان چارچوب مفهومی امداد فرهنگی مدنظر خواهد بود.

۱۶۳



– ابعاد امداد فرهنگی

با توجه به بیان ابعاد مفهوم امداد فرهنگی، در اینجا «امدادگر فرهنگی» تعریف می‌شود. امدادگر فرهنگی فرد، گروه یا نهادی است که می‌کوشد مبتنی بر هویت فرهنگی خود و دانش فرهنگی محیط، از وقوع و یا تشدید آسیب فرهنگی و اجتماعی جلوگیری کرده و ضمن تقویت همزیستی اجتماعی و شبکه‌سازی با دیگر ظرفیت‌ها، مسیر رشد و ارتقای دینی فرد و جامعه را فراهم سازد. تفصیل این تعریف در ادامه بیان شده است.

– **فرد، گروه، نهاد:** امدادگر فرهنگی می‌تواند در سه ساحت تعریف شود. گاهی اوقات یک فرد با کنش خود می‌کوشد مشکلی از یک خانواده یا فرد آسیب‌دیده برطرف کند. گاهی اوقات به دلیل پیچیده بودن آسیب، گروهی از متخصصان با همکاری یکدیگر به حل آسیب کمک می‌کنند و گاهی اوقات ممکن است این فعالیت در سطح یک نهاد یا سازمان انجام شود.

– **هویت فرهنگی:** امدادگر فرهنگی، هویت خود را مبتنی بر سه مؤلفه «معنویت‌گرایی، اخلاق‌مندی و امیدآفرینی» تعریف می‌کند.

– **دانش فرهنگی محیط:** استانداردسازی به معنای یکسان‌سازی امور در همه مناطق و افراد، هم سبب از بین رفتن تنوع فرهنگی و ظرفیت‌های بومی خواهد شد و هم به تشدید آسیب‌ها در یک منطقه کمک خواهد کرد. بر این اساس امدادگر فرهنگی، استفاده از ظرفیت‌های فرهنگ بومی و دانش فرهنگی محیط را به عنوان یک اصل و پایه در اقدامات خود مدنظر دارد.

– **وقوع یا تشدید:** هزینه‌های (مادی و غیرمادی) پیشگیری از وقوع آسیب به مراتب از هزینه‌های مواجهه برای کنترل و درمان آسیب کمتر است. از این رو رویکرد اصلی در فعالیت امدادگر فرهنگی جلوگیری از وقوع یک آسیب و یا پیشگیری از تشدید آن است.

– **آسیب فرهنگی اجتماعی:** بی‌شک از یک سو، آسیب‌های موجود با یکدیگر مرتبط بوده و امکان جدا کردن آنها از یکدیگر در عالم واقع، امری بسیار سخت و شاید ناممکن باشد و از سوی دیگر، این ملاحظه نیز وجود دارد که امکان اصلاح همه آسیب‌ها با یکدیگر نیز وجود ندارد. راهکار صحیح برای تدبیر این پارادوکس، اولویت‌بندی آسیب‌هاست. به عبارت دیگر با ملاحظه محدودیت منابع انسانی و امکاناتی از قبیل بودجه و... می‌بایست متناسب با تأثیر آسیب‌ها بر یکدیگر و میزان توانایی امدادگر، نوع اقدامات امدادگر اولویت‌بندی شود. از آنجاکه توان یک امدادگر فرهنگی در حوزه دانش دینی، فرهنگی و اجتماعی بیشتر است و از سوی دیگر، بر این باوریم که هر مشکل و آسیب زاییده یک بینش و یا باور نادرست است، تمرکز و اولویت امدادگر فرهنگی بر آسیب‌های مربوط به حوزه فرهنگی و اجتماعی است.

– **هم‌زیستی اجتماعی:** زندگی مسالمت‌آمیز انسان‌ها در کنار یکدیگر در درون یک محیط اجتماعی از جمله اهداف اصلی یک امدادگر فرهنگی است؛ چراکه امدادگر فرهنگی اولاً در پی آن است که مشکلات و مسائل را با استفاده از ظرفیت درونی محیط حل کند و ثانیاً به دنبال استمرار زندگی و زیست انسان‌ها در درون همان بوم و زیست است.

– **رشد و ارتقای دینی:** یکی از وجوه تمایز فعالیت امدادگر فرهنگی با برخی فعالان اجتماعی در هدف غایی اوست. هدف غایی امدادگر فرهنگی، صرفاً حل مشکل فرد و یا خانواده و بازگشت به زندگی طبیعی نیست؛ اگرچه این هدف نیز بسیار اهمیت دارد اما

امدادگر فرهنگی به دنبال آن است که از طریق این ارتباط و کمک به فرد آسیب‌دیده یا در معرض آسیب، مسیری برای حفظ و ارتقای اعتقادات و باورهای دینی در فرد ایجاد کرده تا مسیر رشد و ارتقای او در زندگی فردی و اجتماعی و حیات‌بخشی او فراهم شود.

– فرد و جامعه: قلمرو فعالیت امدادگر فرهنگی، محدود به یک شخص یا فرد نیست. امدادگر فرهنگی می‌تواند مخاطب خود را یک فرد تعریف کرده و برای اصلاح و ارتقای او فعالیت کند، از وقوع یک آسیب در یک خانواده جلوگیری کرده و با نوع فعالیت خود از وقوع و یا تشدید آسیب در جوامع بزرگ‌تر مانند سازمان، شهر و... جلوگیری کند. به‌طور طبیعی هر قدر قلمرو فعالیت گسترده‌تر و بزرگ‌تر شود نوع کنشگری و اقدام امدادگر فرهنگی نیز تغییر خواهد کرد.

فهرست منابع

۱. احمدی، حبیب (۱۳۸۴). *جامعه‌شناسی انحرافات*، تهران: سمت.
۲. اسلامی، محمدتقی (۱۳۹۸). نشست علمی هنجارشناسی اخلاقی کرامت در مددکاری اجتماعی، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۳. اشترینان، کیومرث (۱۳۹۱). *مقدمه‌ای بر روش سیاست‌گذاری فرهنگی*، تهران: جامعه‌شناسان.
۴. ایزدی، رجب و مرتضی حیدرپور اینانلو (۱۳۹۴). «بررسی پیامدهای برنامه‌های پنج‌گانه توسعه اقتصادی دوره پهلوی اول و دوم و نقش آن در شکل‌گیری انقلاب اسلامی»، *دوفصلنامه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، سال پنجم، پاییز و زمستان، ص ۲۷-۱.
۵. توتلوتریز، آلن (۱۳۹۱). *مددکاری اجتماعی: کار در جامعه*، ترجمه فریده همتی، تهران: سمت.
۶. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۱). *حوزه و روحانیت*. قم: اسراء.
۷. خاکساری، محمدحسن (۱۳۷۲). *مبانی مددکاری اجتماعی*، تهران: سازمان بهزیستی کشور.
۸. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۸). بیانات در دیدار نخبگان و استعدادهای برتر علمی، ۱۷ مهر ۹۸، www.khamenei.ir.
۹. دیده‌خانی، نرگس (۱۳۹۷). *الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان* (پایان‌نامه تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی)، تهران: دانشگاه سوره.
۱۰. دیکنز، جاتان (۱۳۹۴). *درآمدی بر مددکاری اجتماعی و سیاست اجتماعی*، ترجمه لیلا استادهاشمی و ملیحه خلوتی و سارا نوروزی، تهران: نشر جامعه‌شناسان.
۱۱. رابینگتن، ارل و مارتین واینبرگ (۱۳۹۵). *رویکردهای نظری هفت‌گانه در بررسی مسائل اجتماعی*، ترجمه صدیق سروستانی، تهران: دانشگاه تهران.
۱۲. زاهدی اصل، محمد (۱۳۹۵). *مبانی مددکاری اجتماعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۳. _____ (۱۳۹۳). *آسیب‌های اجتماعی از منظر مددکاری اجتماعی*، تهران: دانشگاه علامه طباطبایی.
۱۴. سام‌آرام، عزت‌الله (۱۳۹۱). *بررسی کاربرد نظریه‌های مددکاری اجتماعی و بومی‌سازی آنها*، تهران: ویژه‌نامه اولین همایش علمی رفاه اجتماعی ایران، ص ۴۰-۱.
۱۵. سام‌آرام، عزت‌الله، سیداحمد حسینی حاجی‌بکنده و حسن موسوی‌چلک (۱۳۹۶). «سیاست‌گذاری اجتماعی در حوزه آسیب‌های اجتماعی در قوانین برنامه توسعه کشور»، *فصلنامه انتظام اجتماعی*، سال نهم، شماره ۱، بهار، ص ۱۲۶-۱۰۵.

۱۶. سلیمی، علی و محمد داوری (۱۳۸۰). جامعه‌شناسی کج‌روی، قم، پژوهشکده حوزه و دانشگاه.
۱۷. شورای عالی انقلاب فرهنگی (۱۳۹۲). نقشه مهندسی فرهنگی کشور، تهران: دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۱۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۴). المیزان فی تفسیر القرآن، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی. قم: انتشارات اسلامی.
۱۹. قندی، محسن (۱۳۷۹). دیپاچه‌ای بر مددکاری اجتماعی، تهران: عطایی.
۲۰. کاظمینی، میرزاحمد (۱۳۹۲). تندیس پارسایی، یزد: صحیفه خرد.
۲۱. کامپتون، بیولاربرت و بارت گالاوی (۱۳۸۸). فرایندهای مددکاری اجتماعی، ترجمه سیدجلال صدرالسادات و فرهاد کریمی، تهران: سمت.
۲۲. گلیکن، مورلی (۱۳۹۰). مددکاری اجتماعی در قرن ۲۱ (رفاه اجتماعی، مسائل اجتماعی و حرفه مددکاری اجتماعی)، ترجمه عباسعلی یزدانی و الهام محمدی، تهران: جامعه‌شناسان.
۲۳. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۲). تجدد و تشخیص، ناصر موفقیان، تهران: نی.
۲۴. مطهری، مرتضی (۱۳۷۲). مجموعه آثار استاد شهید مطهری. قم: صدرا.
۲۵. _____ (۱۳۷۸). یادداشت‌های استاد مطهری. تهران: صدرا.
۲۶. ممتاز، فریده (۱۳۸۱). انحرافات اجتماعی نظریه‌ها و دیدگاه‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۲۷. موسوی خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۸۵). صحیفه امام. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی^ع.
۲۸. موسوی چلک، حسن (۱۳۹۵). مددکاری اجتماعی (کار با فرد)، تهران: سمت.
۲۹. والش، جوزف (۱۳۹۳). نظریه‌های مددکاری اجتماعی در عمل، ترجمه فریده همتی، تهران: سمت.

بررسی رویکرد ممیتیک در تبیین تکامل فرهنگ، با تکیه بر آرای دنیل دنت

یوسف دانشور^۲

صمد دهناد^۱

چکیده

مدافعان نظریه تکامل داروینی بر این باورند که این نظریه منحصر به زیست‌شناسی نیست بلکه می‌تواند در سایر حوزه‌ها مانند فرهنگ هم جاری شود. برای تبیین تکامل فرهنگ، رویکردهای متعددی وجود دارد. از بین این رویکردها می‌توان به رویکرد ممیتیک اشاره کرد. این نظریه که در اصل توسط ریچارد داوکینز ارائه شد، به دنبال تشبیه تکامل در سطح فرهنگی به تکامل زیستی است. مدافعان این رویکرد ادعا می‌کنند همان‌طور که در تکامل زیستی ژن‌ها هستند که از خود نسخه‌برداری کرده و توضیح می‌دهند که چرا موجودات زنده به والدین خود شبیه‌اند، در فرهنگ هم اگر قرار است تکامل یابد، یافتن نوعی از همتاساز فرهنگی که وراثت فرهنگی را توضیح دهد، ضروری است. داوکینز با جعل کلمه مم، که هم وزن با ژن می‌باشد، این نقش را به مم‌ها سپرد. بعد از داوکینز افراد مختلفی این نظریه را جدی گرفتند که می‌توان از دنیل دنت به عنوان مهم‌ترین آنان یاد کرد. وی در کتاب‌های مختلف به خصوص کتاب اخیر خود به نام «از باکتری تا باخ و بالعکس» به شرح و بسط مم پرداخت. دنت همچنین کوشیده است نقدهای منتقدان بر مم را جمع‌آوری و پاسخ دهد. در این مقاله ما درصددیم به بررسی رویکرد ممیتیک بر اساس نگاه دنت بپردازیم. بعد از تعریف فرهنگ و علت طرح ممیتیک، به بحث مم‌ها از نظر دنت پرداخته می‌شود. سپس اشکالات ممیتیک و پاسخ‌های دنت به آنها آورده می‌شود و در پایان نیز پاسخ‌های دنت مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

■ واژگان کلیدی

تکامل، تکامل فرهنگی، ممیتیک، فرهنگ، دنیل دنت.

۱. دانشجوی دکتری فلسفه دین، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی* (نویسنده مسئول).

۲. استادیار گروه کلام و فلسفه دین، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی*.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۱/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۰۴

۱. مقدمه

همچنان که نظریه تکامل زیستی درصدد توضیح دادن این مسئله است که منشأ پیدایش موجودات چیست و اینکه چرا در موجودات زنده تنوع وجود دارد، در حوزه فرهنگ نیز این دو پرسش مطرح است که اولاً پدیده‌های خاص فرهنگی چرا به وجود می‌آیند؟ و ثانیاً چرا این پدیده‌ها در فرهنگ‌های مختلف متنوع‌اند؟ آیا می‌توان از مفاهیم تکامل از روش انتخاب طبیعی، در حوزه فرهنگ استفاده کرد و پدیده‌های فرهنگی را به وسیله آن توضیح داد؟ به عنوان نمونه، آیا زیست‌شناسی تکاملی می‌تواند وجود دودکش‌ها، اتومبیل‌ها و برق را به صورت قانع‌کننده، آن گونه که در جهان طبیعی عمل می‌کنند، توضیح دهد؟ آیا زیست‌شناسی تکاملی می‌تواند همان گونه که منشأ گونه‌ها را توصیف کرده است، منشأ کتاب‌های دعا و سرودهای مذهبی کلیسا را تبیین کند؟ به عبارت دیگر پرسش این است که اگر هوش، زبان و یا توانایی تولید مصنوعات پیچیده در انسان‌ها تکامل یافته‌اند به این دلیل بوده است که این توانایی‌ها برای زنده ماندن و تکثیر دوباره ضروری می‌باشند، پس چرا موجودات دیگر این قابلیت‌ها را به دست نیاورده‌اند؟ چرا کسانی مانند شامپانزه‌ها که به لحاظ ژنتیکی شبیه ما هستند، قادر به ساختن موشک و ایستگاه‌های فضایی نیستند؟ (Kevin N., 2017: 1-2) به هر حال این واقعیت انکارناپذیر است که ما تنها گونه‌ای هستیم که انباشت فرهنگ را به شکل وسیعی گسترش داده‌ایم (Daniel C. Dennett, 2017: 138). بنابراین باید بررسی شود که فرهنگ چگونه به وجود آمده و تنوع پدیده‌های آن چگونه حاصل شده است؟

رویکردهای مختلفی برای تکامل فرهنگ بیان شده است و از منظرهای مختلف می‌توان این رویکردها را تقسیم‌بندی کرد. طبق دسته‌بندی لوینز^۱ که خود یکی از پژوهشگران این حوزه است، باید چنین گفت که رویکردهای تکاملی به فرهنگ^۲ در سه دسته قرار می‌گیرند:

۱. روان‌شناسی تکاملی: ^۳طرفداران این نظریه درصددند فرهنگ را با توارث ژنتیک توضیح دهند؛ همان گونه که زیست‌شناسان در حوزه زیست و حیات انجام می‌دهند؛

1. Tim Lewens.

2. cultural evolutionary theories.

3. evolutionary psychology.

۲. **تکامل فرهنگی:** طرفداران تکامل فرهنگی می‌کوشند به‌جای توارث ژنی، متوسل به توارث‌های غیرژنی بشوند؛^۱

۳. **رویکرد ممیتک:** طرفداران این رویکرد در پی تشبیه بسیار قوی بین تکامل در سطح فرهنگی و زیستی می‌باشند؛ لذا اینها واژه مم را که هم‌وزن ژن و در تکامل زیستی است، وارد حوزه فرهنگ کرده‌اند. در این مقاله می‌خواهیم به رویکرد ممیتک پرداخته و توانایی این رویکرد را در تبیین تکامل فرهنگ بررسی کنیم. اما پیش از بیان رویکرد ممیتک، نخست به تعریف فرهنگ و تاریخچه آن اشاره می‌شود.

۲. تعریف فرهنگ

واژه فرهنگ طیف گسترده‌ای از تعاریف را دربرمی‌گیرد، مراد از فرهنگ در اینجا این است: «فرهنگ اطلاعاتی (دانش، ایده‌ها، باورها و ارزش‌ها) است که از اطلاعات ذخیره‌شده در ژنوم انسان متمایز است و از طریق اجتماعی منتقل می‌شود» (John Cartwright, 2000: 307).

۱۷۱

۳. تاریخچه تکامل فرهنگی

بین تکامل‌گرایان اختلاف‌نظر است که آیا تکامل فقط در حوزه زیستی جریان دارد یا افزون بر این حوزه، در حوزه فرهنگ هم اعمال می‌شود. عده‌ای انتخاب طبیعی را فقط در حوزه زیستی جاری دانسته و با ورود آن در سایر حوزه‌ها مخالفت می‌کنند. عده دیگر رویکرد کل‌نگرانه را برگزیده و درصددند که تکامل را به حوزه‌های دیگر از قبیل فرهنگ، اقتصاد و... سرایت دهند. بلک‌مور^۳ در کتاب خود با عنوان *ماشن مم* می‌گوید این ایده که فرهنگ تکامل می‌یابد،

۱. طرفداران این رویکرد به پنج دسته تقسیم می‌شوند که هرکدام از آنان به بخشی از چهارچوب مفهومی نظریه تکامل توجه بیشتری دارند. این پنج نظریه عبارت‌اند از: تفکر جمعیتی (Population thinking)، اپیدمولوژی فرهنگی (Cultural Attraction)، فرهنگ انباشتی (Cumulative Culture)، تکامل‌پذیری (Evolvability) و تبارزایی فرهنگی (Cultural Phylogenies).

2. Tim Lewens, Cultural Evolution .in: Stanford Encyclopedia of Philosophy, First published Sun Dec 23, 2007, substantive revision Tue May 1, 2018.

3. Susan Blackmore.

ایده تازه‌ای نیست. وی از افرادی هم‌معاصر با داروین نام می‌برد که درصدد بوده‌اند تکامل را به حوزه‌های دیگر سرایت دهند. به‌عنوان نمونه، وی از اسپنر،^۱ مورگان،^۲ توبین بی^۳ و مارکس^۴ نام می‌برد که هرکدام از اینها کوشیده‌اند تا تکامل را وارد حوزه مربوط به خود کنند، اما پنجاه سال بعد از داروین، زیست‌شناس آمریکایی به نام جیمز بولدوین^۵ به‌صراحت گفت انتخاب طبیعی باید در همه حوزه‌های علوم حیات و ذهن اعمال شود (Susan Blackmore, 1999: 24).

در این باب که آیا خود داروین درصدد اعمال قانون انتخاب طبیعی به فراتر از حوزه زیست‌شناسی بوده است یا خیر، اختلاف‌نظر هست. با توجه به مسائلی که داروین در کتاب‌هایش مطرح کرده و نیز بحث‌ها و نامه‌نگاری‌های او با دانشمندان هم‌دوره‌اش، می‌توان به این نتیجه رسید که وی درصدد بوده است انتخاب طبیعی را از حوزه زیستی به سایر حوزه‌ها گسترش دهد، هرچند داروین در انجام این امر کاملاً موفق نبود و به تعبیر لالند، تکامل همچون سمفونی بود که نواخته شد اما ناتمام ماند.^۶ به‌عنوان نمونه، یکی از موارد خارج از حوزه زیستی که داروین انتخاب طبیعی را بر آن جاری می‌دیده، زبان است. وی می‌گوید در حیطه زبان، کلمات و اشکال، دستور زبانی جدید به‌نحو مستمر تولید می‌شوند اما همه باقی نمی‌مانند بلکه آنهایی که بهتر باشند یعنی کوتاه‌تر و راحت‌تر بشود از آنها استفاده کرد، باقی مانده و بقیه حذف می‌شوند. داروین تصریح می‌کند چیزی که درباره زبان و کلمات می‌گویند واقعاً مشمول انتخاب طبیعی‌اند نه اینکه برای فهم بهتر به‌نحو تمثیلی صحبت کنند؛ یعنی انتخاب طبیعی در غیر از ارگانیسم‌ها هم جاری است. البته داروین در این مورد مخالفانی از جمله ماکس مولر^۷ زبان‌شناس و خاورشناس آلمانی داشته است. مولر از اولین کسانی می‌باشد که اعتقاد دارد گذار از موجودات فاقد زبان به انسان بنا

1. Herbert Spencer.
2. Lewis Morgan.
3. Arnold Toynbee.
4. Karl Marx.
5. James Baldwin.

۶. کتاب سمفونی ناتمام داروین لالند بر اساس همین ایده نوشته شده است.

7. Friedrich Max Müller (1823-1900).

بر نظریه داروین غیرممکن است و این شکاف را نمی‌توان پر کرد. وی درواقع می‌گوید با تبیین‌های طبیعت‌گرایانه‌ای که داروین ارائه داده است، این شکاف را نمی‌شود پر کرد. بنابراین بحث از تکامل فرهنگی را می‌توان از زمان خود داروین پیگیری کرد. اما اگر بخواهیم از پژوهش‌های مدرن در باب تکامل فرهنگی سخن بگوییم، باید گفت که از سال ۱۹۸۵-۱۹۸۱ نظریه‌های مدرن تکامل فرهنگی ارائه می‌شوند.

در نیمه نخست دهه ۱۹۸۰ سه کتاب مهم منتشر شده است که آثار کلاسیک در حیطه تکامل فرهنگی محسوب می‌شوند؛ کتاب *انتقال فرهنگی و تکامل*^۱ که در سال ۱۹۸۱ توسط کوالی - اسفورزا^۲ و فلدمن^۳ نوشته شده است. هم‌زمان با این کتاب و شاید مقدم بر آن، کتابی توسط لامسن و ویلسون^۴ با نام *ژن‌ها، ذهن و فرهنگ*، *فرایند هم تکاملی*^۵ نوشته می‌شود و چهار سال بعد کتابی به نام *فرهنگ و فرایند تکاملی*^۶ توسط بوید و ریچرسون^۷ نوشته می‌شود که تقریباً پژوهش در باب تکامل فرهنگی را به تثبیت می‌رساند. اما مقدم بر این کتاب‌ها، در سال ۱۹۷۶ کسی دیگری به نام داوکینز بود که کوشید یک تبیین تکاملی از فرهنگ ارائه داد. وی مقدم بر اینها درباره تکامل فرهنگ سخن گفته است، اما نگاهش کاملاً متفاوت از سایرین است (See: Tim Lewens: 2007).

نویسندگان کتاب‌های پیش‌گفته که از پیشگامان بحث تکامل فرهنگی بوده‌اند، علاقه خاصی به مدل صوری و ریاضیاتی داشتند. اما جنس نظریه‌پردازی داوکینز کاملاً متفاوت از مدل‌های صوری است که در کتاب‌های یادشده یافت می‌شوند. در نظریه ممیتیک یک تمثیل قوی میان تکامل در سطح فرهنگی و زیستی برقرار می‌شود. در مدل‌های زیستی، همتاسازها،

1. Cultural Transmission and Evolution: A Quantitative Approach, Princeton: Princeton University Press.
2. Cavalli-Sforza.
3. Feldman.
4. Lumsden, C., and Wilson, E. O.
5. Genes, Mind and Culture: The Coevolutionary Process, Cambridge, MA: Harvard University Press. 1981
6. Culture and the Evolutionary Process, Chicago: University of Chicago Press 1985.
7. Boyd, R., and Richerson, P.

ژن‌ها هستند که نسخه‌هایی از خودشان بازتولید می‌کنند. فرهنگ هم باید واجد همتاسازهایی همچون همتاسازهای زیستی باشد تا بتون توارث فرهنگی را توضیح داد و داوکینز این همتاسازها را مم می‌نامد. مم‌هایی که داوکینز معرفی می‌کند بسیار متنوع‌اند مانند ایده‌ها، عبارت‌های جذاب، نغمه‌ها، مدل لباس‌ها، مدل ساخت قوری. نرخ تکثیر این مم‌ها مانند نرخ تکثیر ژن‌ها، هم به شرایط محیطی و هم به میزان تأثیر آن بر ارگانیسم‌های حامل‌شان بستگی دارد (Ibid).

۴. علت طرح مسئله مم

وقتی داوکینز بحث ژن خودخواه را معرفی کرد، به ویژگی‌هایی در انسان برخورد کرد که نظریه ژن خودخواه را با مشکل جدی مواجه کرد. وی عمدتاً درصدد بود تا مشکلاتی که پیش روی تبیین او از تکامل زیستی انسان بر اساس ژن خودخواه بود، حل کند. مطابق نظریه ژن خودخواه، ژن‌ها گرایش دارند تا بیشترین میزان تکثیر را داشته باشند. اما در مورد انسان‌ها، مثال‌های نقضی برای این قاعده کلی می‌توان یافت؛ معروف‌ترین آنها شیوع استفاده از ابزارهای جلوگیری از بارداری در قرن بیستم است که هرچه زمان پیش می‌رفت، تمایل انسان‌های موجود در جوامع صنعتی برای ازدواج کاهش می‌یافت و در صورت ازدواج نیز یا بچه‌دار نمی‌شدند یا در صورت بچه‌دار شدن، تعداد بسیار کمتری از توان زیستی‌شان فرزند تولید می‌کردند؛ به‌ظاهر چنین پدیده‌ای مثال نقضی است بر نظریه ژن خودخواه. داوکینز برای حل این معضل، مم را معرفی کرد که مم‌ها، ایده‌هایی از این قبیل بودند مانند طول عمر انسان محدود است و آدمی باید به فکر خود نیز باشد، یکی دو فرزند موفق به چندین فرزند ناموفق می‌ارزد، دو فرزند کفایت و مواردی از این دست که گسترش این چنین ایده‌هایی در سطح جمعیت می‌تواند مانع گسترش ژن‌ها شود. داوکینز معتقد بود همان‌گونه که ژن‌ها در تلاش‌اند تا خود را گسترش دهند، این مم‌ها نیز درصددند خود را در جامعه گسترش دهند. مطابق قرائت داوکینز از قضا در این مثال، قدرت گسترش یابندگی مم‌ها بر میل به گسترش ژن‌ها فایق آمده است. درواقع داوکینز سازوکار حاکم بر گسترش و تکامل ژن‌ها را که همان انتخاب طبیعی و سایر سازوکارهای تکاملی بودند به سطح مم‌ها هم سرایت داد (ر.ک: مرادیان و صمدی، ۱۳۹۹).

همچنین با توجه به اینکه ایده‌هایی از قبیل شهادت‌طلبی و استقبال از مرگ، به‌وضوح وجود داشته و هیچ کمکی به بقای ژن‌های میزبان خود نمی‌کنند، این پرسش پیش می‌آید که چه چیزی سود این رفتار را می‌برد؟ پاسخ داوکینز این بود که خود ایده است که سود می‌برد و بقا می‌یابد. ایده‌های مختلف به‌وضوح در تقابل و رقابت با یکدیگرند، پس شاید نوعی فرآیند انتخابی نظیر انتخاب طبیعی وجود دارد که از آن طریق، ایده‌هایی که موفق‌ترند گسترش یافته و ایده‌های ناموفق حذف می‌شوند. داوکینز نتیجه گرفت که چنین فرآیندی در جریان است و واژه مم را ابداع کرد که به معنای عنصری قابل تقلید است.^۱ بنابراین طرح مم درواقع تلاشی بود تا دریابیم که چرا برخی رفتارها به‌رغم اینکه از منظر فرگشتی قابل توضیح نیستند، در جوامع انسانی رایج‌اند.

بنابراین داوکینز در کتاب ژن خودخواه ضمن مقایسه تکامل ژنی و فرهنگی با یکدیگر، مدعی است که برای درک تکامل انسان می‌بایست مفهوم ژن را توسعه دهیم، یعنی آن را از ساحت طبیعی به ساحت فرهنگی هم تسری دهیم. وی در این باره بیان می‌کند در مورد انسان نباید ژن‌ها را به‌عنوان تنها همتاساز لحاظ کنیم، بلکه نیاز به یک همتاساز دیگری نیز می‌باشد (Richard Dawkins, 2006: 199).

به تعبیر مک‌گراث، از منظر مدافعان ممیتیک درواقع برای تکمیل نظریه تکامل انسان، نیاز به معادل فرهنگی برای ژن است؛ یعنی وجود یک همتاساز فرهنگی ضرورت دارد تا انتقال اطلاعات را در طول زمان و مکان تضمین کند (Alister Mc Grath, 2015: 119). بعد از آنکه داوکینز مم را مطرح کرد از سوی دانشمندان و به‌ویژه متخصصان علوم انسانی، مورد نقد فراوان قرار گرفت به‌طوری که به ظن دنت، داوکینز تصمیم داشت که از اعتقاد خود عقب‌نشینی کند. اما دنت در دهه ۱۹۹۰ برای احیای مجدد مم اقدام کرد و نوشته‌های وی باعث تقویت دوباره ممیتیک شد. در پی آن کتاب‌های مشهوری در زمینه ممیتیک منتشر شد که گسترش ایده‌های دنت و داوکینز بودند. در سال ۱۹۹۷، یک مجله اینترنتی به‌نام ژورنال ممیتیک: مدل‌های تکاملی انتقال اطلاعات،^۲ به‌عنوان یک انجمن تازه برای انتشار کارهای دانشگاهی راجع به مم‌ها، ایجاد شد و در سال ۱۹۹۹ بلک‌مور بود که با نوشتن کتاب ماشین

1. Mark A Jordan **What's In A Meme?** Feb 4, 2014 <https://www.richarddawkins.net>.

2. *Journal of Memetics: Evolutionary Models of Information Transmission*.

مم به صورت مفصل به بحث مم پرداخت و کتاب وی یکی از پرفروش ترین کتاب ها شد (Kevin and Brown, 2002: 210-203).

۵. تعریف مم

داو کینز اصطلاح مم را اولین بار در فصل یازدهم کتاب معروفش به نام ژن خودخواه در سال ۱۹۷۶ مطرح کرد (Dawkins, 1976: 192). البته او اولین کسی نبوده که این ایده را مطرح کرده و خودش هم به تقدم دیگران در این زمینه معترف است، اما قطعاً صورت مشخص این ایده و جعل اصطلاح مم^۱ از اوست. پیش از وی، دونالد کمبل^۲ در دهه شصت مفهوم «تکثیرشونده فرهنگی» را مطرح کرد و واژه «نمان»^۳ را برای آن پیشنهاد داد. منظور از «تکثیرشونده»^۴ چنان که گفته اند: «یک قالب اطلاعاتی است که می تواند خود را نوعاً به کمک سیستم دیگری کپی کند» (خاتمی، ۱۳۹۷: ص ۱۹-۲۰).

داو کینز معتقد است نظریه تکامل بزرگ تر از آن است که فقط محدود به قالب ژن باشد از این رو بیان می کند که ما نیاز به یک نوع همتاساز غیر از ژن داریم که البته هنوز دوران طفولیت خود را می گذراند و هنوز با خام دستی در سوپ آغازین غوطه ور است، اما تغییرات تکاملی آن با سرعتی که دارد ژن قدیمی را پشت سر گذاشته و پیش می رود. وی نام این همتاساز جدید را «mimeme» می گذارد؛ زیرا وی در پی اسمی بود که واحد انتقال فرهنگ را القا کند و معتقد است واژه می می ما این را معنا را می رساند. بعد آن را مقصور می کند تا بر وزن ژن در بیاید به صورت مم. وی نمونه های مم را آهنگ ها، باورها، تکیه کلام ها، مدل های لباس ها، شیوه های سفالگری و ساخت هلال تاقی ها برمی شمرد (Dawkins, 1976: 192). وی می گوید:

همان طور که ژن ها با جهشی از یک بدن به بدن دیگر از طریق اسپرم یا تخمک، خود را در خزانه ژنی منتشر می کنند، مم ها با پریدن از یک مغز به مغز دیگر خود را در خزانه ممی تکثیر می کنند که در مفهوم کلی می توان آن را تقلید نامید» (Ibid).

1. Meme.
2. Donald Thomas Campbel.
3. Mnemone.
4. Cultural replicator.

داو کینز می گوید:

در زمانی بیش از سه هزار میلیون سال، «DNA» تنها همتاساز^۱ مطرح در جهان بوده است که ارزش داشته راجع به آن صحبت کنیم اما لزومی ندارد این انحصار تا ابد برقرار باشد. وقتی شرایطی به وجود می آید که در آن نوع جدیدی از همتاساز، نسخه هایی از خودش می سازد زمام امور به دست این همتاساز جدید می افتد و نوع جدیدی از تکامل را که خاص خودش است بنا می گذارد. زمانی که این تکامل جدید شروع شود به هیچ صورت لازم نیست در خدمت همتاساز قبلی باشد. تکامل قبلی که بر اساس انتخاب ژن بود، با ساختن مغز، سوپی ساخت که در آن نخستین ممها پیدا شدند (Dawkins, 1976: 193).

بلک مور که یکی از مدافعان و شارحان اصلی ممیتیک به حساب می آید، ممها را این گونه تعریف می کند:

ممها عبارت هستند از عادت ها، رفتارها یا داستان هایی که از شخصی به شخص دیگر از طریق تقلید، رونوشت برداری می شوند. مانند ژن ها، ممها نیز برای تکثیر با هم رقابت می کنند، منتها ممها مواد شیمیایی نیستند که از درون سلول قفل شده اند، بلکه اطلاعاتی اند که از مغزی به مغز دیگر یا از مغز به کامپیوتر، کتاب و آثار هنری می جهند. ممهای برنده رقابت، در سراسر جهان انتشار می یابند و ذهن ها و فرهنگ های ما را شکل می دهند (Blackmore, 2005: 127).

۶. مم از نگاه دنت

چنانچه گفته شد، وقتی منتقدان مم را مورد نقد قرار دادند، ممها اهمیت خود را از دست دادند اما طرح مجدد ممها از سوی دنت باعث تقویت و حیات مجددشان شد. دنت به صورت بسیار گسترده تر و وسیع تر به ممها پرداخته و کوشیده که ویژگی های ممتاز رویکرد ممیتیکی بر سایر رویکردها و علت مخالفت با این رویکرد را تشریح کند. مخالفان

1. Replicator.

ممتیک بر این باور بودند که از یکسو، به خاطر اینکه تکامل برای توجیه فرایند کور و بی هدف است و از سوی دیگر در مؤلفه های فرهنگی تصور بر این است که غایت و هدف وجود دارد، بنابراین مقابل مم ایستادگی کردند؛ زیرا طبق باورشان هدف طرح مم این بود که می خواست جنبه شعور را حذف کند.

دنت می گوید اگر داو کینز کلمات را به عنوان نمونه مم ذکر و بر روی آنها متمرکز می شد، کمتر مورد انتقاد قرار می گرفت؛ زیرا در مورد زبان و کلمات، اختلافی وجود ندارد که اینها به صورت عامدانه طراحی نشده اند. از این رو وی در بحث ممتیک تمرکز اصلی خود را بر اهمیت زبان و کلمات قرار داده است. دنت با عبارات مختلفی از مم تعبیر می کند و گاهی با عبارت نوعی روش^۱ از آنها یاد می کند و در برخی موارد مم را از سنخ اطلاعات می داند. اما می توان مراد وی را چنین بیان کرد که مم ها نوعی روش رفتار هستند که قابل نسخه برداری، انتقال، یادآوری، آموزش، کنار گذاشتن، تقبیح، به رخ کشیدن، مورد تمسخر قرار دادن، هجو کردن، سانسور کردن و تقدس بخشیدن می باشند (Dennett, 1995: 186).

البته دنت می گوید زبان علمی ای نداریم که بتوانیم به صورت دقیق بگوییم که مم ها چه نوع چیزی هستند، اما اگر بخواهیم با تکیه بر زبان متعارف، مم را تعریف کنیم، باید گفت: «مم ها روش اند، روش انجام چیزی یا ساخت چیزی، اما گزینه نیستند. تفاوت میان این دو در این است که مم ها از طریق ادراک و نه از طریق ژن ها، منتقل می شوند» (Ibid).

۷. اقسام مم

دنت مم ها را به دو دسته قابل تلفظ^۲ و غیر قابل تلفظ تقسیم می کند. وی کلمات را از نوع مم های قابل تلفظ معرفی و برای غیر تلفظ به برعکس پوشیدن کلاه بیسبال، ساختن طاق ها مثال می زند. دنت کلمات را بهترین مثال مم ها می داند (Ibid: 185-186). کلمات نیز مانند اقلام اطلاعاتی دیگر همچون قصه ها، آوازاها، تکیه کلام ها، اسطوره ها، مذاهب و برنامه های نوشته شده به زبان جاوا، اقلام اطلاعاتی اند که به نحوی از انحاء خود مختار^۳ می باشند و می توانند از زبانی به زبان دیگر مهاجرت کرده و نقش های مختلفی

1. way of behaving.

2. Pronunciation.

3. Autonomous.

داشته باشند. یک کلمه خودخواه است دقیقاً به همان شکل که یک ژن خود خودخواه است (Ibid: 171).

۸. نقش زبان و کلمات در ممیتیک دنت

درعین حال که از نظر دنت اقسام مختلفی از مم وجود دارد اما در تکامل فرهنگی، کلمات و زبان از جایگاه خاصی برخوردارند. از منظر دنت کلمات نقش ویژه و کلیدی در تکامل فرهنگ دارند. وی بحث درباره مم را با کلمات و زبان شروع می کند؛ زیرا بنابر ادعای وی راه در دسترس برای ورود به پرسش هراس انگیز^۱ درباره تکامل فرهنگی و نقش تکامل فرهنگی در شکل گیری ذهن، پژوهش در باب تکامل کلمات است (Ibid: 163). زبان و کلمات، ستون فقرات تکامل فرهنگی و به تعبیری DNA تکامل فرهنگی اند؛ زیرا اگر زبان نبود انتقال تجربه ها ممکن نبود. دنت نیز مدعی است:

از بین همه حیوانات ماداری یک فرهنگ غنی هستیم که عنصر اصلی آن زبان است؛ زیرا اگر زبان نبود قادر نبودیم تجربه هایمان را به نسل های بعد منتقل کنیم و در صورت عدم انتقال تجربه ها، فرهنگی به وجود نمی آمد (Ibid: 162).

۹. نقد رویکرد ممیتیک

چنان که پیش تر گفتیم بعد از طرح مم، داو کینز با نقدهای فراوانی روبه رو شد. عموماً دو دسته از افراد ممیتیک را نقد کرده اند:

دسته اول، دانشمندان سنتی تر علوم اجتماعی اند که مخالف تبیین های تکاملی در فرهنگ هستند و معتقدند اساساً فرهنگ را نمی شود با زیست شناسی توضیح داد. این افراد ادعا می کنند روش علوم اجتماعی و انسانی، متفاوت از روش علوم طبیعی است.^۲ این دسته درعین حال که می پذیرند همه تحولات فرهنگی نتیجه تدبیر و برنامه ریزی عمدی نیست، اما تکامل فرهنگی برخلاف تکامل زیستی در بسیاری از موارد، برنامه ریزی شده عمل می کند و

1. daunting questions.

2. Tim Lewens, "Cultural Evolution" First published Sun Dec 23, 2007; substantive revision Tue May 1, 2018. <https://plato.stanford.edu/entries/evolution-cultural/>.

شکل گیری فرهنگ بشری شامل فعالیت فعالانه‌ای از سوی انسان‌هاست. آنها ساعت‌ساز کور نیستند (McGrath, 2015: 121).

دسته دیگر نقدها از جانب طرفداران دیگر نحله‌های به کارگیری تبیین‌های تکامل فرهنگی صورت گرفته است که مخالف نظریه مم هستند.^۱ دنت تقریباً اهم اشکالات هر دو دسته را جمع‌آوری و کوشیده به آنها پاسخ دهد. ما نیز در اینجا ابتدا نقدهایی که دنت به آنها پرداخته و درصدد پاسخ برآمده است، ذکر و بررسی کرده و در ادامه نیز چند نقد دیگر که مهم به نظر می‌رسد اما دنت به آنها اشاره نکرده است، بیان می‌کنیم. از آنجاکه بیان همه اشکالات و پاسخ‌های دنت به طول می‌انجامد فقط به چند مورد اکتفا می‌شود.^۲

۹-۱. اشکالات دنت

مم‌ها وجود خارجی ندارند (Dennett, 1995: 198).

دنت عنصر اصلی در تکامل فرهنگی را کلمات دانست و کلمات را از جنس اطلاعات تصویر کرد. بنابراین طبق این نگاه، معلوم نیست که کلمات وجود داشته باشند؛ زیرا آنها فاقد جرم، انرژی و ساختار شیمیایی‌اند (Ibid: 182).

پاسخ دنت

دنت در پاسخ به این اشکال می‌گوید صحبت درباره عدم وجود، لغزنده است یعنی به سختی می‌توان حدود و ثغورش را مشخص کرد. به عنوان نمونه، وقتی گفته می‌شود پری^۳ و فلوریزتون^۴ وجود ندارند، در عدم وجود اینها اختلافی نیست. اما راجع به مسائل دیگر از قبیل کوالیا،^۵ دلار، رنگ، اعداد و رنگین کمان، وقتی گفته می‌شود اینها موجود

1. Tim Lewens, "Cultural Evolution" First published Sun Dec 23, 2007; substantive revision Tue May 1, 2018. <https://plato.stanford.edu/entries/evolution-cultural/>.

۲. دنت در فصل یازدهم کتاب *From Bacteria to Bach and Back-The Evolution of Minds* هشت نقد بیان کرده و به آنها پاسخ داده است. پرداختن به همه نقدها و پاسخ‌های دنت، نیاز به مقاله مستقلی است.

3. Mermaid.

4. Phlogiston.

5. Qualia.

نیستند، اختلاف نظر وجود دارد. طبق یک دیدگاه سختگیرانه، فقط اتم وجود دارد و غیر از آن، چیز دیگری وجود ندارد. اما طبق یک نگاه معتدل تر، باید گفت چیزهایی وجود دارند که افسانه صرف نیستند و حطی از واقعیت^۱ دارند هرچند مثل اتم یک وجود خارجی ندارند بلکه در تصویر آشکار^۲ ما وجود دارند. این موارد واقعاً وجودی مانند اتم ندارند اما مثل پری هم نیستند. اینها توهّمات مفیدی اند که از طریق تکامل در ما نصب شده اند. اشیای جامد، رنگ ها، رنگین کمان، عشق، تنفر، دلار، آوازه ها، کلمات و... واقعاً وجود ندارند اینها توهّمات مفیدند؛ چیزی شبیه به توهّمات ایجاد شده برای یک کاربر کامپیوتر. الگوهای پیکسل رنگی بر روی صفحه نمایشگر واقعی هستند، اما این الگوها ماهیت هایی را نمایش می دهند که خیالی می باشند (Dennett, 1995: 198-199).

بنابراین باید گفت که برای وجود، سطوح مختلفی در نظر گرفته می شود؛ گاهی وقتی گفته می شود چیزی مانند پری وجود ندارد، مراد این است که نه در تصویر علمی وجود دارد و نه در تصویر آشکار. گاهی هم وقتی گفته می شود وجود ندارد مراد این است که در تصویر علمی وجود ندارد اما در تصویر آشکار وجود دارد، مثلاً وجود رنگ از منظر عام با وجود رنگ از منظر علمی بسیار متفاوت است و یا وقتی می گوئیم پری دریایی وجود ندارد با زمانی که می گوئیم رنگین کمان وجود ندارد این دو وجود نداشتن، بسیار با هم متفاوتند. در مورد مم ها هم به همین صورت است؛ ممکن است مم ها از منظر علمی وجود نداشته باشند اما از منظر تصویر آشکار وجود دارند. وی در ادامه بیان می کند کلمات از منظر من مم هستند بنابراین هر دیدگاهی که در باب وجود کلمات وجود دارد در مورد مم ها هم جاری می شود: «بنابراین کلمات مم هستند و کلمات وجود دارند پس مم ها هم وجود دارند» (Ibid: 200).

بررسی

دنت نام منتقد را بیان نکرده است اما با توجه به نقدهایی که مک گراث در کتاب^۳ خود بیان

1. some reality.

۲. تعبیر مختلف از تصویر آشکار (manifest image): تصویری که با فهم متعارف فهمیده می شود. تصویری که به چشم می آید، آن طوری که به نظر می آید.

3. McGrath, Alister E - Dawkins God-genes, memes, watchmakers, and delusions- Wiley Blackwell (2015).

کرده است معلوم می‌شود این نقد از مک‌گراث می‌باشد.^۱ نخست از زبان خود مک‌گراث به اصل اشکال می‌پردازیم و در پایان هم پاسخ دنت را بررسی می‌کنیم. داوکینز در کتاب *ژن خودخواه*،^۲ مم را به ژن تشبیه کرد و نمونه‌های مختلفی مانند مُد لباس، آهنگ‌ها، ایده‌ها و... را بیان کرد (Dawkins, 1990: 171-172). مک‌گراث در نقد داوکینز بیان می‌دارد که این تشبیه درست نیست؛ زیرا داوکینز درصدد بود که بین مم و ژن مقایسه کند و حال اینکه مواردی که برای مم به‌عنوان نمونه بیان کرد، همه مثال برای محصول^۳ می‌باشد نه دستورالعمل^۴.

به این بیان که اگر تشبیه و مقایسه بین ژن و مم درست باشد در مورد ژن‌ها فنوتیپ و ژنوتیپ آنها مشخص است به این صورت که ژن‌ها درست است که قابل مشاهده نیستند اما تأثیرات فنوتیپی‌شان آشکار و قابل مشاهده است. بنابراین می‌توان گفت که فنوتیپ وجه بیرونی و ژنوتیپ وجه درونی ژن است. اما در مورد مم‌ها فنوتیپ و ژنوتیپ آنها مشخص نیست. مک‌گراث بیان می‌کند از مثال‌هایی که داوکینز برای مم آورده است می‌توان گفت که این نمونه‌ها سطح بیرونی مم هستند نه سطح درونی. با توجه به مطالب گفته‌شده، مک‌گراث ادعا می‌کند تشبیه ژن به مم درست نیست؛ زیرا کاری که داوکینز انجام داده و مثال‌های متعددی که بیان کرده است، همه درواقع بیان فنوتیپ است؛ یعنی قیاس بین مم و ژن نبوده بلکه قیاس بین دستورالعمل در ژن و محصول در مم‌هاست. بنابراین درحالی که داوکینز

۱. البته این نقد به بیان‌های دیگر از سوی افراد دیگر هم مطرح شده است اما ظاهراً مک‌گراث مفصل‌تر از همه بیان کرده است.

2. The Selfish Gene.

۳. فنوتیپ (phenotype).

۴. ژنوتیپ (Genotype).

۵. به اطلاعات ژنتیکی یک فرد که شامل کل ژنوم اوست، ژنوتیپ یا ژن نمو می‌گویند. این اطلاعات ژنتیکی به‌صورت DNA (دئوکسی ریبونوکلیک اسید) بوده و روی کروموزوم‌های سلول‌ها قرار می‌گیرند. فنوتیپ عبارت است از خصوصیات و ویژگی‌هایی که در ظاهر ارگانیسم‌ها آشکار می‌شوند. فنوتیپی که در یک موجود زنده آشکار می‌شود، نتیجه بیان ژنوتیپ و تأثیر محیط می‌باشد؛ به همین دلیل است که وقتی ژنوتیپ در موجودات زنده یکی باشد، نمی‌تواند فنوتیپ یکسانی نیز داشته باشند؛ زیرا محیط نیز بر آن تأثیر می‌گذارد. بنابراین ژنوتیپ، مجموعه ژن‌های موجود در DNA است که شامل اطلاعات ژنتیکی می‌باشد، درصورتی که فنوتیپ، خصوصیات و شکل ظاهری است که در یک ارگانیسم قابل مشاهده است (برگرفته از سایت: <https://www.jahaneshimi.com>).

درصد بود تا مم را به ژن تشبیه کند، در عمل تشبیه بین ژن و فنوتیپ مم‌ها صورت گرفته است. از این رو باید گفت که پیشنهاد داوکینز در مورد موازی بودن بین تکثیر ژن‌ها در استخر ژن و مم‌ها در یک استخر مم (فرضی) قابل توجیه نیست (McGrath, 2015: 123-124). بیان لالند نیز می‌تواند در تأیید نقد مک‌گراث قرار گیرد؛ زیرا از منظر وی نیز معلوم نیست که دقیقاً مم‌ها چه چیزی می‌باشند. وی مدعی است توصیف مم به‌عنوان یک واحد فرهنگی، مبهم است؛ زیرا به فرض اینکه بپذیریم که مم‌ها همانندسازی می‌کنند، اما معلوم نیست که دقیقاً چه چیزی (اطلاعات،^۱ دستورالعمل‌ها،^۲ رفتار^۳ و مصنوعات^۴) تکرار می‌شود؟ (Laland and Brown and Nonsense, 2002: 206)

وقتی این نقد بر داوکینز مطرح شد، وی اعتراف به اشتباه خود کرد و از این رو در کتاب بعدی خود به نام فنوتیپ گسترش یافته^۵ که اولین بار در سال ۱۹۸۲ منتشر شد درصدد تصحیح آن برآمد. وی در این کتاب بیان کرد که مم را باید به‌عنوان واحدی از اطلاعات^۶ ساکن در مغز در نظر بگیریم و فنوتیپ آن، پیامدهای آن در دنیای خارج است. طبق تعریف جدید داوکینز، باید گفت که این تعریف جدید از مم، آن را به‌عنوان واحد اساسی اطلاعات یا دستورالعمل^۷ معرفی کرده که باعث ایجاد مصنوعات و ایده‌های فرهنگی می‌شود. بنابراین باید بگوییم مم‌ها مجموعه دستورالعمل‌هاست نه محصول و آنچه داوکینز در ابتدا به‌عنوان مم تعریف می‌کرد - مواردی مانند آهنگ‌های جذاب - اکنون باید به‌عنوان «محصولات مم»^۸ قلمداد شود (McGrath, 2015: 125).

مک‌گراث در پاسخ به داوکینز می‌گوید وقتی که مم‌ها را به دستورالعمل‌ها و نه محصولات تفسیر کردیم، در این صورت معلوم نیست که آیا مم واقعاً وجود دارد یا خیر؟

1. Information.
2. Instructions.
3. Behaviour.
4. Artefacts.
5. The Extended Phenotype.
6. unit of information.
7. Instruction.
8. meme products.

زیرا معلوم نیست که چه هستند؟ از چه ساخته شده‌اند، و خود داوکینز به این نقد واقف بوده است چنانچه در مقدمه کتاب بلکمور آمده است:

اعتراض دیگر این است که ما نمی‌دانیم مِم‌ها از چه ساخته شده‌اند یا در کجا زندگی می‌کنند. مِم‌ها هنوز واتسون^۱ و کریک^۲ خود را پیدا نکرده‌اند. آنها حتی فاقد مندل^۳ خود هستند. از آنجاکه ژن‌ها باید در مکان‌های دقیق کروموزوم‌ها یافت شوند، مِم‌ها احتمالاً در مغز وجود دارند و حتی کمتر از دیدن یک ژن شانس دیدن یکی از آنها را داریم (Blackmore, 1999: xii).

مک‌گراث در مقابل می‌گوید:

از منظر منتقدان داوکینز، سخن وی در مورد مِم‌ها مانند سخن مؤمنان درباره خداست، یک فرض نامرئی و غیرقابل تأیید،^۴ که به توضیح برخی چیزها در مورد تجربه کمک می‌کند، اما در نهایت فراتر از تحقیقات تجربی است. روشن نیست که چگونه دیدگاه داوکینز در مورد شواهد و باورها، به او اجازه می‌دهد که به مِم‌ها اعتقاد داشته باشد، درحالی‌که از دیگران به‌خاطر اعتقاد به خدا انتقاد می‌کند (McGrath, 2015: 131).

دنت به‌طور مشخص به این اشکال نپرداخته و اشاره‌ای به بحث فنوتیپ و ژنوتیپ نکرده است و مستقیم بحث را روی وجود و عدم مِم‌ها برده است. برای توجیه وجود مِم‌ها متوسل به تصویر ظاهری و تصویر علمی شده و بیان می‌کند هر مطلبی که درباره وجود و عدم کلمات گفته می‌شود در مورد وجود و عدم مِم‌ها هم بیان می‌شود. بدون اینکه اشاره کند که آیا کلمات فنوتیپ (محصول) یا دستورالعمل هستند. ظاهراً با توجه به اینکه دنت جایگاه

1. Watson.

2. Crick.

3. Mendel.

4. invisible, unverifiable postulate.

کلمات را در مغز می‌داند که دارای ویژگی‌های فیزیکی است، بتوان گفت که کلمات محصول نبوده بلکه دستورالعمل هستند. اما اشکالی که به دنت وارد می‌شود این است در این صورت، فنوتیپ کلمات چه هستند؟ دنت فقط کلمات را در ژنوتیپ توجیه کرد مابقی مم‌ها را چه باید کرد. به‌عنوان نمونه، ژنوتیپ برعکس پوشیدن کلاه چیست؟ ازاین‌رو باید گفت که اشکال مک‌گراث که در وجود مم‌ها شک کرده است، یک نقد وارد به مسئله ممیتیک می‌باشد.

رویکرد ممیتیک چیز جدیدی راجع به تکامل فرهنگ نمی‌گوید.

عناصری که در فرهنگ وجود دارد و رویکرد ممیتیک درصدد توضیح و تبیین آن برآمده است، به‌خوبی توسط سایر مکاتب توضیح داده شده‌اند. بنابراین این رویکرد چیزی جدید برای گفتن ندارد و فقط مطالبی که توسط تکامل‌گرایان فرهنگی بیان شده را عنوان ممیتیک داده‌اند (Dennett, 1995: 211).

مک‌گراث معتقد است که مهم‌ترین اشکال بر ممیتیک، حشو و زاید بودن آن است؛ زیرا دغدغه اصلی ممیتیک، تبیین فرهنگ و انتقال اطلاعات می‌باشد و حال اینکه مطالعه و بررسی رشد فرهنگی و عقلانی^۱ بدون آن کاملاً خوب پیش می‌رود. بنابراین آنچه را که ممیتیک به‌عنوان «توضیح» پیشنهاد می‌کند، به‌راحتی توسط مدل‌های دیگر تبیین می‌شود. بنابراین مم‌ها به‌لحاظ تبیینی زاید هستند. طبق این نقد باید گفت که تشبیه مم به ژن درست نیست؛ زیرا در مورد ژن‌ها، هیچ روش دیگری برای انتقال صفات ارثی وجود ندارد بنابراین برای توضیح این مکانیسم باید ژن‌ها فرض شوند برخلاف مم‌ها (McGrath, 2015: 136-137). مم به‌سادگی یک گزینه اضافی اختیاری^۲ است و یک اضافه غیرضروری در طیف وسیع مکانیسم‌های نظری ارائه‌شده برای توضیح توسعه فرهنگ است که نظریه‌پردازان فرهنگی می‌توانند آن را بدون مشکل رها کنند (Ibid: 133).

مک‌گراث نتیجه می‌گیرد:

1. Intellectual.

2. optional extra.

اگرچه ممیتیک اکنون یک ربع قرن قدمت دارد، اما علم ممیتیک نتوانسته است یک برنامه تحقیقاتی مفید در علوم شناختی، جامعه‌شناسی یا تاریخ فکری ایجاد کند. بر اساس شواهد موجود، من فقط می‌توانم با انتقاد خراب‌کننده مارتین گاردنر^۱ از این مفهوم موافق باشم: طرفداران مم آن قدر به طور گسترده‌ای مم را تعریف می‌کنند که مفهومی بی‌فایده است، و به جای اینکه بخواهد روشنگر باشد باعث سرگردانی است. از نظر منتقدانی که در حال حاضر بیش از باورمندان واقعی هستند، ممیتیک چیزی بیش از یک اصطلاح دست‌وپاگیر برای گفتن آنچه همه می‌دانند، نیست و می‌تواند با اصطلاحات کسل‌کننده انتقال اطلاعات گفته شود (Ibid: 138).

پاسخ دنت

۱۸۶

دنت تصدیق می‌کند که رویکردهای دیگر نیز در برخی جنبه‌های فرهنگی، بدون تکیه بر ممیتیک به موفقیت‌هایی نایل شده‌اند. وی همچنین بیان می‌کند که پذیرش ممیتیک بدین معنا نیست که باید از همه دستاوردها و اطلاعات جمع‌آوری‌شده سایر رویکردها چشم‌پوشی کرد، بلکه ادعای اصلی این رویکرد این است که ممیتیک در تبیین پدیده‌های فرهنگی، نوآوری‌هایی دارد که سایر رویکردها دارای چنین نوآوری‌ها نیستند. بنابراین سایر رویکردها یا قادر نیستند این پدیده‌ها را تبیین کنند یا اینکه به صورت اشتباه تبیین کرده‌اند. در نتیجه برای تبیین چنین پدیده‌هایی نیاز به رویکرد ممیتیک داریم (Dennett, 1995: 211-212).

یکی از نوآوری‌هایی که دنت برای رویکرد ممیتیک بیان می‌کند روان‌زدایی کردن^۲ از گسترش برخی نوآوری‌ها در فرهنگ است. به این بیان که رویکردهای سنتی بر این باورند که ابداعاتی که در فرهنگ به وجود می‌آید همه از روی علم، ادراک و هدفمندی است؛ یعنی پیش از به وجود آمدن اینها، نخست عده‌ای از قبل برای به وجود آوردن آن، تصمیم‌گیری

1. Martin Gardner.
2. Depsychologizing.

کرده و برایش طرح و هدفی قرار داده‌اند، حال اینکه بنا بر ادعای دنت حداقل در خیلی از موارد رویکرد سنتی نمی‌تواند درست باشد؛ زیرا بخش زیادی از نوآوری فرهنگی در گذر طولانی زمان و بدون نیاز به توجه یا تأیید آگاهانه، به‌وجود آمده‌اند. بنابراین فقط رویکرد ممیتیک می‌تواند چنین وضعیتی (به‌وجود آمدن پدیده‌های فرهنگی بدون علم و ادراک) را تبیین کند؛ زیرا عملکرد مم‌ها مثل عملکرد ویروس می‌باشد؛ همان‌طور که ویروس‌ها از یک میزبان وارد میزبان دیگری می‌شوند بی‌آنکه علم و ادراکی وجود داشته باشد، در مورد مم‌ها هم به همین شکل است؛ مم‌ها می‌توانند از یک میزبان وارد میزبان دیگر شوند بی‌آنکه هیچ‌کدام از میزبانان پی به این انتقال ببرند (Ibid: 213).

بررسی

ادعای دنت مبنی بر اینکه غالب پدیده‌های فرهنگی بدون ادراک به‌وجود آمده‌اند، بر اساس نوع نگاهی است که وی به تکامل دارد؛ دنت یک نگاه جهان‌شمول به تکامل دارد و تکامل را به‌مثابهٔ اسیدی می‌داند که می‌تواند همهٔ پدیده‌ها را تبیین کند (Ibid: 63). بر اساس دیدگاه دنت، تکامل یک فرایند کور است که می‌تواند علاوه بر تبیین طراحی‌های موجود در طبیعت، پدیده‌های فرهنگی هم تبیین کند. از این‌رو بنا بر ادعای وی همان‌گونه که تکامل در حوزهٔ طبیعت کورکورانه پیش می‌رود و نظم طبیعت را تبیین می‌کند، در فرهنگ نیز همین مکانیسم جاری است. بر این اساس، طبق مکانیسم تکامل است که پدیده‌های فرهنگی به‌وجود می‌آیند و به نسل‌های بعد منتقل می‌شوند، بدون اینکه از قبل طرح و برنامه‌ای برای پدید آمدن و انتقال آنها وجود داشته باشد. دنت برای تبیین این انتقال فرهنگی به ممیتیک متوسل می‌شود و عملکرد مم‌ها را مانند ویروس‌ها می‌داند. وی ادعا می‌کند بدون ممیتیک و با تکیه بر سایر رویکردها نمی‌توان چنین پدیده‌هایی را تبیین کرد.

ادعاهای دنت را می‌توان به‌صورت زیر بیان کرد:

۱. فراگیر بودن تکامل؛
۲. کور بودن مکانیسم تکامل؛
۳. اغلب پدیده‌های فرهنگی بدون علم و ادراک به‌وجود می‌آیند و منتقل می‌شوند.

با چشم‌پوشی از درستی و عدم‌درستی گزینه‌های ۱ و ۲، باید گفت که گزینه ۳ یک ادعای بی‌دلیل است و با ادعاهای دیگر دنت نیز ناسازگار است؛ زیرا دنت در جای دیگر کتاب بیان می‌کند مسیر تکامل از یک جایی داروینی‌زدایی می‌شود و این انسان‌ها هستند که مسیر را در دست می‌گیرند و با علم و آگاهی جلو می‌برند (Dennet, 2017: 135, 137, 250) و این ادعا با ادعای عدم ادراک در اغلب پدیده‌های فرهنگی، ناسازگار است.

می‌توان به طرفداری دنت این را گفت که تنها مسئله‌ای که ممیتیک به آن پرداخته، مسئله آگاهی است که ظاهراً سایر رویکردها به آن توجه نداشته‌اند، اما توجه طرفداران ممیتیک به این مسئله به این معنا نیست که تبیین آنها خالی از اشکال می‌باشد، بلکه در این باره مورد نقدهای فراوانی قرار گرفته است.^۱

۹-۲. اشکالات مطرح‌نشده توسط دنت^۲

واحدهای فرهنگی تبارساز^۳ نیستند.

در مورد ژن‌ها و همانندسازی ژنتیکی این توانایی وجود دارد که نسخه جدیدی از یک ژن به والدین خود بازگردانده شود. به‌عنوان نمونه، می‌توان به ژنوم هر فرد نگاه کرد و مشخص کرد کدامیک از پدر به ارث برده است و کدامیک از مادر. هر ژن از یک فرد منفرد گرفته شده، به‌گونه‌ای که ممکن است یک نسب را در طول زمان ردیابی کنیم (Lewens, 2007: 207). اما درباره ایده‌ها به‌خاطر اینکه به‌ندرت از یک منبع کپی می‌شوند بنابراین امکان ردیابی تبارها وجود ندارد.

بررسی

طرفداران رویکرد ممیتیک می‌توانند چنین پاسخ دهند که درست است در مم‌ها امکان ردیابی تبارها وجود ندارد اما عدم امکان ردیابی تبارها اهمیتی در این رویکرد ندارد؛

۱. در فصل چهارم از رساله دکتری خود با عنوان «تبیین و بررسی تکامل آگاهی از منظر دنیل دنت» به‌صورت مفصل به نقدها پرداخته‌ایم.

۲. پرداختن به همه اشکالات نیاز به یک نوشته‌ای مستقل دارد و در اینجا صرفاً به چند نمونه اشاره می‌شود.

3. Lineages.

زیرا آنچه در این رویکرد مهم است تبیین انتقال پدیده‌های فرهنگی می‌باشد که در این رویکرد به‌وسیلهٔ مهم‌ها انجام می‌گیرد و از این رو نبود یک تبار مانعی برای این انتقال به حساب نمی‌آید.

۹-۲-۲. وجود خطای زیاد در مهم‌ها (وفاداری پایین^۱ در کپی‌برداری)

در مود ژن‌ها درصد خطا بسیار پایین است و خیلی کم اتفاق می‌افتد که خطایی در کپی‌برداری به وجود آید. اما در رویکر ممیتک یکی از نقدهای جدی این است که مهم‌ها معمولاً بیش از حد مستعد خطا بوده و نمی‌توانند همانندسازی کنند. لالند در این مورد بیان می‌کند: «سؤال اصلی دربارهٔ مهم‌ها این است که آیا مهم‌ها از وفاداری در کپی‌برداری یا دقت در تولیدمثل، به اندازهٔ کافی و بالا برخوردار هستند» (Laland and Brown, 2002: 213)

۱۸۹

وی بعد از نقل قول‌هایی از داوکینز و دنت، در تأیید حرف خود یعنی عدم وفاداری کپی‌برداری در مهم‌ها، نتیجه می‌گیرد که «اگر مهم‌ها به‌طور مداوم به شکل تغییر یافته^۲ منتقل شوند، آیا می‌توان آنها را به‌عنوان تکثیرکننده^۳ توصیف کرد؟» (Ibid: 213).

۹-۲-۳. عدم تبیین درست از منشأ و نحوهٔ پیدایش زبان

اگر زبان بخواهد به‌صورت تکاملی فهمیده شود، با دو مشکل جدی مواجه است: یکی منشأ زبان است بدین معنا که چه شد که از بین همهٔ گونه‌ها تنها انسان‌ها دارای زبان شدند؟ و مسئلهٔ دوم هم چگونگی و نحوهٔ پیدایش زبان است. در هر دو مسئله، تبیین درست و قابل قبولی ارائه نشده است و اگر مسئلهٔ زبان به‌درستی تبیین نشود تکامل فرهنگی و به‌تبع رویکرد ممیتک با مشکل اساسی مواجه خواهد بود.^۴

از منظر دنت، عنصر (مم) اصلی که نقش اساسی در فرهنگ برعهده داشت و به تعبیر

1. low fidelity.

2. altered forms.

3. Replicators.

۴. چنانچه درک بیکرتون بیان کرده است مسئلهٔ زبان پاشنه‌آشیل تکامل است بنابراین اگر مسئلهٔ زبان حل نشود می‌توان ادعا کرد که تکامل حداقل در حوزهٔ انسانی با مشکل جدی مواجه است.

وی آنچه ستون فقرات فرهنگ را تشکیل می‌داد، زبان و به‌خصوص کلمات بود. به‌وسیلهٔ زبان، فرهنگ شتاب سریع می‌گیرد (Dennett, 2017: 230) و به‌واسطهٔ زبان است که امکان انتقال اطلاعات فراهم می‌شود. با توجه به بیانات دنت دربارهٔ نقش زبان، دو پرسش مهم در این باره مطرح می‌شود: مسئلهٔ اول اینکه چه شد از بین همهٔ گونه‌ها، فقط انسان دارای زبان شد؟ مشکل سایر حیوانات دیگر چه بود که آنها نتوانستند به این گنج مهم دست یابند؟ و مسئلهٔ دوم هم نحوهٔ پیدایش زبان است و اینکه انسان‌ها چه مسیری را طی کردند تا به زبان رسیدند؟ دنت در مورد مسئلهٔ اول چندین بار اعتراف می‌کند که مسئله هنوز حل نشده و از زمان خود داروین هم مورد اختلاف و کشمکش بوده است. هرچند ادعا می‌کند که تحقیقات آینده ممکن است حل کند و اظهار کرد که در این مورد داستان‌سرایی‌های^۱ زیادی وجود دارد. بنابراین نبود پاسخ قانع‌کنندهٔ بالفعلی، مشکلی ایجاد نمی‌کند (Dennett, 2017: 234). وی منشأ زبان را به منشأ حیات تشبیه می‌کند و هردو را جزو رویدادهایی می‌داند که سرنخ‌های ناچیزی از آنها در دسترس است. وی همچنین دشوارترین مسئلهٔ علم را تکامل زبان معرفی می‌کند که حتی مدتی پس از چاپ *خاستگاه گونه‌ها* توسط داروین، این مقوله به یک امر بحث‌برانگیز تبدیل شده بود (Ibid: 221).

نتیجه‌ای که از عبارات دنت گرفته می‌شود اینکه هنوز مسئلهٔ زبان حل نشده و امید است که در آینده حل شود. با توجه به اهمیت زبان در این رویکرد و نبود راه‌حل مناسب برای تبیین آن، احالهٔ حل مسئلهٔ زبان به آینده پذیرفتنی نیست و تا این مسئله حل نشود رویکرد ممیتیک قابل قبول نیست.

در مورد مسئلهٔ دوم یعنی پیدایش زبان هم ادعاهایی مطرح کرده است که مورد قبول نمی‌باشد. به‌عنوان نمونه، وی در پیدایش زبان ادعا می‌کند که زبان‌های اولیه بدون هیچ ادراکی و در یک فرایند کور و بی‌هدف بوده است و می‌گوید:

بایستی اولین اجداد سخنگوی خود را به این صورت تصور کنیم که
مداوم در حال وراجی بوده‌اند و حتی با وجود اینکه سر و صدای آنها

1. just-so stories.

گاهگاهی نیز موجب فراری دادن شکار می‌شد اما از رهگذر همین عادات جدید فوایدی به‌دست می‌آوردند. گاهی اوقات به‌سختی موفق به برقراری ارتباط می‌شدند و گاهی اوقات نیز ارتباط آنها شیوا و روان بود (البته به‌صورت ناخواسته نه بر مبنای تعقل و خرد)، و به‌تدریج و به‌صورت پس‌نگرانه^۱ تشخیص می‌دادند که در حال انجام چه کاری بوده‌اند. حدس من بر این است همان‌طور که بزهای صحرایی ادراکی بر جست‌وخیز خود ندارند، اجداد ما نیز تا زمانی که به قول داروین از انتخاب ناآگاهانه به انتخاب روش‌مند مِم‌های تمام اهلی روی نیآورده بودند، اشرافی بر آنچه که با واژگان انجام می‌دادند، نداشتند (Dennett, 2017: 261).

وی همچنین ادعا می‌کند همان‌طور که یک سلول، فکر دونیمه‌شدن را نداشته است، افرادی هم که مبتکر زبان بوده‌اند نیز رویای ایجاد یک نظام ارتباطی مفید در سر نمی‌پرورانده‌اند (Ibid: 38).

از عبارتهای دنت می‌توان نتیجه گرفت که زبان به شیوهٔ تکاملی و برحسب تصادف و بی‌آنکه قصد و غرضی برای شکل‌دهی زبان وجود داشته باشد، به‌وجود آمده است و حال اینکه چنین ادعایی نمی‌تواند درست باشد. شاید بتوان ادعای تنوع گونه‌ها و مباحث زیستی را بدون قصد، هدف و غایت تصور کرد و معتقد شد که مکانیسم انتخاب طبیعی باعث چنین دگرگونی‌هایی شده باشد اما در مورد پیدایش زبان چنین چیزی به نظر صحیح نمی‌باشد؛ زیرا زبان‌ها برای انتقال مقاصد و معانی ذهن بوده است و چنین چیزی نمی‌تواند بدون قصد و غایت و صرفاً از روی تصادف و شانس صورت گرفته باشد. به عبارت دیگر، اصل وجود زبان برای بیان مقصود گوینده است و چنین چیزی با تصادف و شانس و اینکه گفته شود که نخست غرضی در آن نبوده است، سازگار نیست. بنابراین آلفرد راسل^۲ با اینکه همکار داروین در کشف انتخاب طبیعی بود، از تأیید نقش انتخاب طبیعی در تکامل انسان سر باز می‌زد؛ بخشی از این امتناع به این دلیل بود که او نمی‌توانست چگونگی

1. retrospectively.

2. Alfred Russel Wallace.

تکامل صفتی مانند زبان و دیگر ویژگی‌های منحصر به فرد شناختی انسان را قبول کند (Laland, 2017: 207).

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت با توجه به اینکه هیچ توضیحی از تکامل شناخت و فرهنگ انسانی بدون توضیح ریشه‌های زبانی کامل نیست و به رغم اهمیت بی‌چون و چرای زبان و با توجه به اینکه عنصر اصلی در تکامل فرهنگی و رویکرد ممیتک زبان و کلمات هستند، هنوز مدافعان تکامل فرهنگی و به خصوص رویکردهای ممیتکی نتوانسته‌اند اولاً وجه انحصاری برخورداری انسان از زبان را بیان کنند و ثانیاً یک تبیین درست و بدون اختلافی بیان نشده است تا نحوه پیدایش زبان در انسان‌ها را توضیح دهد. با توجه به این دو مشکل نمی‌توان ادعا کرد که زبان در جریان تکاملی به وجود آمده باشد، بنابراین نمی‌توان ادعا کرد که تکامل در حوزه فرهنگ هم ساری و جاری باشد.

نتیجه‌گیری

۱۹۲

آنچه در این نوشتار آمد، گزارشی از توانایی رویکرد ممیتک در تبیین تکامل فرهنگ از منظر دنیل دنت بود. گفته شد بعد از اینکه داوکینز بحث مم را مطرح کرد، مورد نقدهای بسیاری قرار گرفت. دنت با اتخاذ رویکرد ممیتک، به شرح و بسط آن پرداخت و کوشید شیوه ورود خود به بحث ممیتک را از داوکینز جدا کند تا بتواند از این طریق راه ورود بسیاری از اشکالات را بگیرد، بنابراین بحث خود را با زبان و کلمات شروع کرد. در نتیجه دنت توانست با نوشته‌هایش حیات دوباره‌ای به رویکرد ممیتک دهد؛ زیرا از منظر دنت مهم‌ترین عنصر در بحث ممیتک، زبان و کلمات بود که اشاره‌ای به زبان و کلمات کردیم و در پایان به نقدهای ممیتک پرداختیم. نقدها را به دو دسته تقسیم کردیم: نقدهایی که دنت به آن پرداخته و درصدد پاسخ به آنها برآمده و نقدهایی که دنت به آنها اشاره نکرده است. در پایان به این نتیجه رسیدیم که درست است دنت تلاش بسیاری برای پاسخ به نقدها کرده است، اما پاسخ‌های وی نوعاً درست نمی‌باشد. بنابراین باید گفت که گرچه دنت توانست به خیلی از اشکالاتی که دامنگیر ممیتک داوکینز بود پاسخ دهد اما با توجه به اشکالاتی که بر رویکرد ممیتک وارد است، این رویکرد نمی‌تواند یک رویکرد موفق برای تبیین پدیده‌های فرهنگی به حساب آید.

با توجه به عدم مقبولیت رویکرد ممیتک در تکامل فرهنگ، این باور نیز که ارزش‌های

دینی کاشفیتی از امور ماورایی ندارند بلکه صرفاً مانند سایر پدیده‌های فرهنگی
مم‌هایی هستند که در نسل‌های انسان‌ها موجود است و میان آنها منتقل می‌شود، نیز رد
خواهد شد.

فهرست منابع

۱. مرادیان احمد رضا و صمدی، هادی (۱۳۹۹). «نقش تمثیل و مدل در نظریه‌های تکامل فرهنگی: مطالعه موردی ممیتیک»، *فلسفه علم*، سال دهم.
۲. خاتمی محمود (۱۳۹۷). *مدخل فلسفه ممیتیک*، تهران، تمدن علمی.
1. Blackmore, Susan (1999), **The Meme Machine**. Oxford University press.
2. _____ (2005), **Consciousness – A –Very – Short- Introduction**, Oxford University Press, 2005.
3. Boyd, R. & Richerson (2000), “Memes: Universal Acid or a Better Mousetrap?”, in: **Darwinizing Culture**, R. Aunger (ed.), Oxford: Oxford University Press.
4. Dawkins, Richard (2006), **The Selfish Gene** (1976), Oxford University Press, USA.
5. Dennett, D (1995), **Darwin's Dangerous Idea “Evolution and the Meanings of Life”**, New York: Simon and Schuster.
6. _____ (2017), **From Bacteria to Bach and Back_ The Evolution of Minds**, W. W. Norton & Company.
7. Evolution John Cartwright & Human Behavior (2000), **Darwinian Perspectives on Human Nature** (Bradford Books), The MIT Press.
8. Jordan, Mark A., **What's In A Meme?**, Feb 4, 2014 <https://www.richarddawkins.net/>.
9. Laland, Kevin N. & Brown Sense & Nonsense (2002), **evolutionary perspectives on human behaviour**, Laland Brown, 2002.
10. Laland, Kevin N. (2017), **Darwin's Unfinished Symphony_ How Culture Made the Human Mind**, Princeton University Press.
11. Lewens, Tim (2007), **Darwin**, London: Routledge.
12. _____ (2015), **Cultural Evolution Conceptual Challenges**, Oxford University. Press.

13. _____ (2018), **Cultural Evolution**, in: Stanford Encyclopedia of Philosophy, First published Sun Dec 23, 2007, substantive revision Tue.
14. McGrath, Alister (2015), **Dawkins God: Gene, memes, And the meaning of life**, New YORK, Wiley Blackwell.

نظریه پردازی قرآنی ارتباطات با التزام به قواعد تفسیر اجتهادی (پاسخ به نقد کتاب هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی)

علی اصغر اسلامی تنها^۱

چکیده

بی‌تردید نقد، لازمه شکوفایی دانش و پایایی حیات علمی است. مؤلف با اعتراف به این حقیقت، ضمن قدرشناسی از نقد کتاب هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی، با تکیه بر روش منطقی و تحلیلی درصدد پاسخ به نقدهای مطرح‌شده است. نقطه کانونی در پاسخ به نقد محتوایی تفسیری آن است که تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی با التزام کامل به قواعد تفسیر اجتهادی صورت گرفته است؛ چراکه نتیجه کار است روش تفسیر اجتهادی «سنت اختلاف انسانی» در قرآن با توجه به حکمت تفاوت خلقتی و جعلی انسان‌ها، بازشناسی تعارف به عنوان بنیادی‌ترین راهبرد اسلامی توحیدی در خروج از وضعیت تضاد و تفرقه در جامعه بشری است و این تفسیر اجتهادی با اندیشه همه مفسران فریقین، شأن نزول آیه و روایات تفسیری فریقین و قراین سیاقی و آیات تفسیرکننده دیگر کاملاً سازگار است و تعارف را نه صرف هم‌شناسی طبیعی و آشنایی با شناسنامه طبیعی، بدنی و نسبی بلکه هم‌شناسی فرهنگی و آشنایی با شایستنامه فرهنگی، روحی و اخلاقی ارتباطگران یعنی شناخت متقابل بهترین چیزهای اندیشیده‌شده و بیان‌شده همدیگر تفسیر و تبیین می‌کند.

■ واژگان کلیدی

ارتباطات میان فرهنگی، تعارف، هم‌شناسی فرهنگی، هم‌شناسی طبیعی، تفسیر اجتهادی.

۱. استادیار گروه فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم islamitanha12@gmail.com

۱. مقدمه

بی تردید در فرایند تولید علم و زندگی در میدان اجتماعی، دانش در کنار «تحقیق و تألیف»، «نقد و انتقاد» و همراه «نویسنده و محقق»، «خواننده و منتقد» ضرورتی انکارناپذیر و حضوری لازم دارد. در میان مخاطبان و خوانندگان اثر، ناقد گرچه با تیغ نقد به سوی مؤلف یورش می آورد تا گمراهی ها، کجروی ها و کج کاری های او را آشکار و خطاها، اشتباهات اثر او را برملا کند اما او نه دشمن که دوست و بهترین مخاطب اثر تألیفی و تحقیقی است. گفته اند که «نویسنده ای که می نویسد و نوشته اش را منتشر می کند، انتظار توجه دیگران را دارد و واکنش قلمی به اثر، بهترین شکل توجه مخاطب است. این توجه و نگارش یادداشت یا مقاله ای درباره اثر نویسنده، ممکن است خوشایند نویسنده باشد که آن را «تعریف و تمجید» گویند و ممکن است ناخوشایندش باشد که «نقد و انتقاد» گفته می شود. این حق نویسنده است که به دفاع از خود برخیزد و در مقابل نقدی که متوجه اثرش شده است، واکنش نشان داده و به نقد منتقدان پاسخ دهد، خطاهای احتمالی یا واقعی شان را آشکار سازد، مقصودش را روشن تر کند و سوءفهم ها را برطرف سازد» (ر.ک: اسلامی، ۱۳۹۰) اما تکلیف او نیست.

حسین معصومی همدانی به سبک عبید زاکانی به همه مؤلفان و نویسندگان معاصر توصیه می کند شما چشم انتظار دیگران ننشینید و حتماً به نقدی که به اثرتان شده «پاسخ دندان شکن» دهید (ر.ک: معصومی همدانی، ۱۳۸۱).

اسلامی نیز با طرح این پرسش بنیادی که «چگونه منتقدان را کله پا کنیم؟» پس از بیان مصیبت نوشتن و بررسی راهبردهای چهارگانه عقلای شعوب و قبایل نویسندگان و مؤلفان، فنون ده گانه ای را برای مواجهه با منتقدان آورده است که مؤلف می تواند با کاربرست آنها ناقد را ضربه فنی کند (ر.ک: اسلامی، ۱۳۸۹: ۱۳۴).

روشن است که «پاسخ دندان شکن» پاسخی همستیزانه و تناکری است اما من که همچون سقراط - همو که استاد افلاطون و ناقد اول است - به عزیزتر بودن حقیقت و گرامی تر بودن دیگری (ناقد) باور و اعتراف دارم و بانگ تعارف سرمی دهم، باید پاسخ تعارفی و هم شناسانه برگزینم. این پاسخ نه «دندان شکن» که «پاسخی بت شکن یا گوش نواز» است؛ پاسخی که به تعبیری از «۱. ضعف ساختاری، ۲. فقر محتوای علمی و ۳. خطاهای اخلاقی آنها» دور است» (اسلامی، ۱۳۹۰: ۲۴). پاسخی که گوش های اهل دانشگاه را بنوازد و

بت‌های ذهنی بی‌شمار مخاطبان را بشکند، البته معترفم که شکستن بت ذهنی مخاطبان دانش و ناقدان کاری سخت بلکه جهادی بزرگ است. فیلسوف و خلیل‌العلمی می‌طلبد که در سلوک گفتاری و نوشتاری بدون خطا بوده، به یقین رسیده باشد، همو که هراس آتشگاه و شوکران بی‌دادگاه مانع بت‌شکنی‌اش نمی‌شود. البته برای طلبهٔ نوقلمی مانند من که اندک دانشی اندوخته، اثری کوچک تولید کرده و با نقدی سهمگین مواجه شده، راه تعارف بسته نیست؛ چراکه می‌تواند آموزهٔ «استماع قول»، «اتباع احسن» و در صورت لزوم «جدال احسن» را آویزهٔ گوش کرده و «پاسخ گوش‌نواز» در دفاع از خود و اثرش فراهم کند. آموزهٔ ثمربخش و تعالی‌آفرین که توجه و پیروی از آن به‌قدر توان، تعامل در میدان ارتباطات علمی ما را از سطح دانشی - معلوماتی به سطح معرفتی - معرفوفاتی ارتقا می‌دهد و پاسخ به نقد را تعارفی و هم‌شناسانه می‌کند. پس می‌کوشم «پاسخی گوش‌نواز»، «تعارفی و هم‌شناسانه» به نقد «مصطفی همدانی» بر کتابم هم‌شناسی فرهنگی؛ *الگوی قرآنی ارتباطات میان فرهنگی دهم*. او تاکنون تنها مخاطب برانگیخته و ناقد نوشتاری اثر و گرامی‌ترین مخاطبانم است.

۲. معرفی ناقد و ساختار نقد در چهار محور

در رویکرد تعارفی، تعریف خود و تعرف دیگری آغازگاه ارتباط و تواصل است. تبادل معرفت و معروف (پیام‌ها دانسته و شایسته) متضمن شناساندن، شایستهٔ خود و شناخت، شایستهٔ دیگری است. پیش و هنگام تبادل، خود و دیگری از همهٔ مجاری و مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیرکلامی برای شناخت و شناساندن شایسته بهره می‌گیرند تا وضعیت آغازین ارتباطی از جهل به علم، از غموض به وضوح، از پنهان به آشکار، از اضطراب به امن، از بستگی به گشودگی و از نُکران به عرفان تبدیل شود و ارتباط تعارفی آغاز گردد.

در جهان ذهنی من، ناقد محترم حجت‌الاسلام مصطفی همدانی دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام ورودی سال ۱۳۹۵، دانش‌آموختهٔ خارج فقه و فلسفه، مدرس سطوح عالی حوزهٔ علمیهٔ قم می‌باشد و پژوهشگری فعال و پرکار است. در حوزه‌های فقه، فلسفه، عرفان، اخلاق، اصول فقه، علوم حدیث و علوم انسانی صاحب تألیف در قالب کتاب (۴ اثر چاپ‌شده) و مقاله (بیش از ۶۰ مورد) است. این حجم مقالات در حوزه‌های مختلف علوم حوزوی نشان از دانش پژوهی متنوع اوست. تنها یک مقاله مشترک

از ایشان منتشر شده است. نقد کتاب یکی از دغدغه‌های پژوهش اوست و تاکنون هفت کتاب را که همگی مربوط به علوم انسانی و اجتماعی‌اند نقد کرده و البته پاسخی مکتوب به هیچ کدام منتشر نشده است.

همدانی در گام ششم نقد کتاب، به نقد اثر مشترک ما پرداخته است که مقاله آن در ۱۳۹۷/۲/۱۸ دریافت و در ۱۳۹۷/۱۰/۹ پذیرش و در شماره دهم مجله دین و سیاست فرهنگی چاپ شده است. همدانی به‌رغم تجربه کافی و انتشار مقاله نقد در مجلات مرتبط، نقد کتاب هم‌شناسی را به نشریه‌ای غیرمرتبط می‌سپارد شاید توجه به همین نکته توسط ناقد یا سردبیر نشریه باعث شده عنوانی متمایز از نقدهای گذشته خود انتخاب کند و نقد کتاب در بین دو کمان قرار گیرد.

ناقد محترم در معرفی نویسندگان هم‌شناسی هیچ اشاره‌ای به دانش‌آموختگی حوزوی (جز عنوان حجت‌الاسلام) یا استادی در حوزه یا عضویت آنان در هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم (ع) نمی‌کند. بلکه آنان را تنها «دو فارغ‌التحصیل دکتری فرهنگ و ارتباطات از دانشگاه باقرالعلوم (ع)، فاقد کتاب یا مقاله‌ای در موضوعات اسلامی محض که برخی مقالات و تألیفات در رشته فرهنگ و ارتباطات دارند که در مواردی دارای رویکرد اسلامی است» اعلام می‌کند. سپس به معرفی اجمالی اثر پرداخته، نقد خود را نیز در چهار محور صوری، ساختاری، محتوای ارتباطی و تفسیری سامان می‌دهد. آن عنوان و این شیوه آغاز نقد نشان از یورش سهمگین در چهار جبهه می‌دهد و البته دفاع و پاسخ تعارفی به آن را دشوار خواهد کرد.

۳. پاسخ نقدهای صوری و ساختاری

همه اشکال‌های صوری تا حد امکان در چاپ اصلی (۱۳۹۸) اعمال شده و البته ناقد محترم با مفروض گرفتن الگوی پایان‌نامه‌نویسی توقع نگارش فصلی با عنوان کلیات دارد که شامل مباحث بیان مسئله، طرح پرسش، اهمیت و ضرورت تحقیق و پیشینه و ساماندهی کار باشد که اتفاقاً فصل اول به همه این مباحث پرداخته است. مؤلفان با پرهیز از شیوه نگارش پایان‌نامه‌ای عنوان فصل نخست را «ارتباطات میان فرهنگی مفاهیم و چالش‌ها» نام‌گذاری کرده‌اند و پیوند ساختاری آن را به عنوان مقدمه و بیان کلیات مفهومی و زمینه‌ای لازم برای ورود به مباحث اصلی فصول دیگر حفظ کرده‌اند.

توقع نگارش پایان نامه‌ای از یک اثر پژوهشی توسط ناقد مانع از دیدن بخش پیشینه تحقیق شده است. از این رو در بخش پیشینه، توقع نگارش مطالبی را دارد که اساساً ربطی به پیشینه ندارد. آنچه مربوط به پیشینه می‌باشد در قسمت «در جست‌وجوی الگوی دینی ارتباطات میان فرهنگی» به شکل مستوفی پرداخته و به دیدگاه‌های میان فرهنگی فیاض، الویری، باهنر و همایون اشاره شده است.

۴. پاسخ نقد محتوایی ارتباط‌شناختی

ناقد محترم در این بخش سه نقد تفسیری، تعریفی و ترجمه‌ای را مطرح کرده که عبارت‌اند از:

اول: از نظر او، مؤلفان الگوی تراکنشی تفسیری نادرست ارائه داده‌اند؛ چراکه به صراحت می‌گویند در این مدل فرستنده و گیرنده وجود ندارد؛

دوم: در تعریف ارتباطات میان فرهنگی اشتباه اساسی انجام داده‌اند؛ زیرا معنا قابل انتقال نیست؛

سوم: یک واژه را اشتباه ترجمه کرده‌اند.

از نظر ما هیچ کدام از این سه اشکال صحیح نیست.

۴-۱. تفسیر الگوی تراکنشی ارتباطات

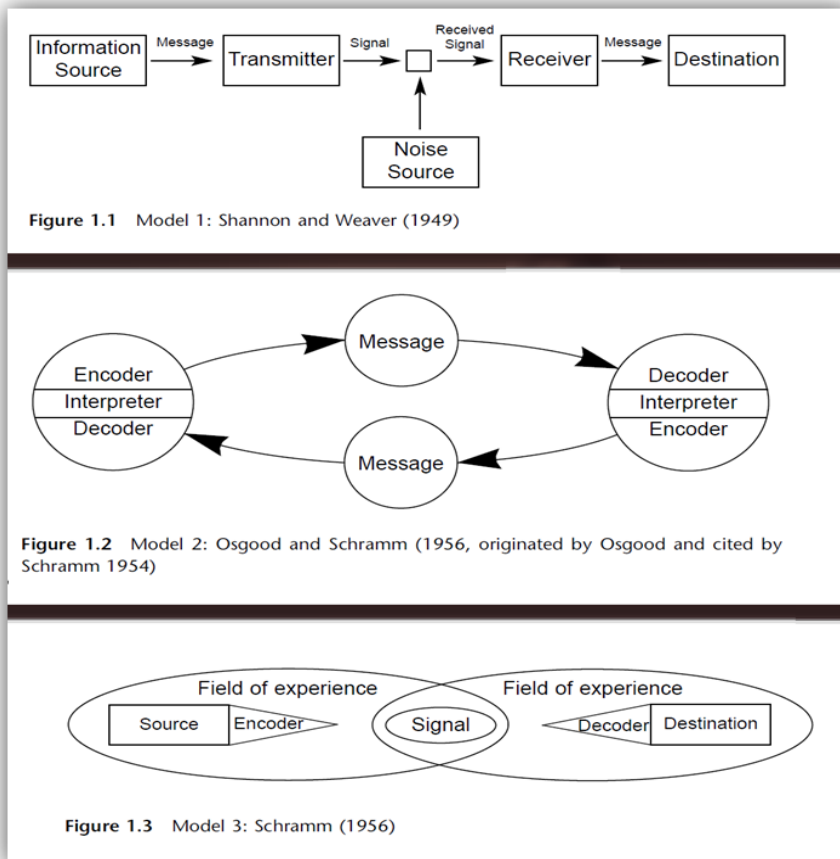
در حوزه دانش ارتباطات برای تبیین و ترسیم ماهیت ارتباطات، سه مدل^۱ اساسی وجود دارد، به بیان بهتر منابع بنیادی این علم برای اشاره به ماهیت ارتباطات و نام‌گذاری مدل‌های ترسیمی از سه کلمه استفاده می‌کنند: کنش^۲، کنش متقابل^۳ و تراکنش^۴. طراحی این مدل‌ها ابتدا با مهندسان برق و مخابرات شنون و ویور آغاز و سپس توسط اوزگود و شرام بازنگری و اصلاح شد (شکل ۱).

1. **model** A formal description of a process.

2. Action.

3. Interaction .

4. Transaction.



۲۰۲

شکل ۱ (Hill, et al. 2007, 11)

مدل ارائه شده توسط شرام (۱۹۵۶) که با بازنگری الگوی قبلی، بر «میدان تجربه» و «زمینه مشترک»^۱ در فرایند ارتباطات انسانی تأکید داشت (هیل،^۲ ۲۰۰۷: ۱۱) نیز بارها مورد بازنگری قرار گرفت و به اشکال گوناگون بازطراحی شد. مدل‌های ترسیمی وست و ترنر^۳ (وست و ترنر، ۲۰۱۰: ۱۳-۱۴) جولیا وود^۴ (وود، ۲۰۱۱: ۱۴-۱۵) و کری فلوید^۵

۱. common ground

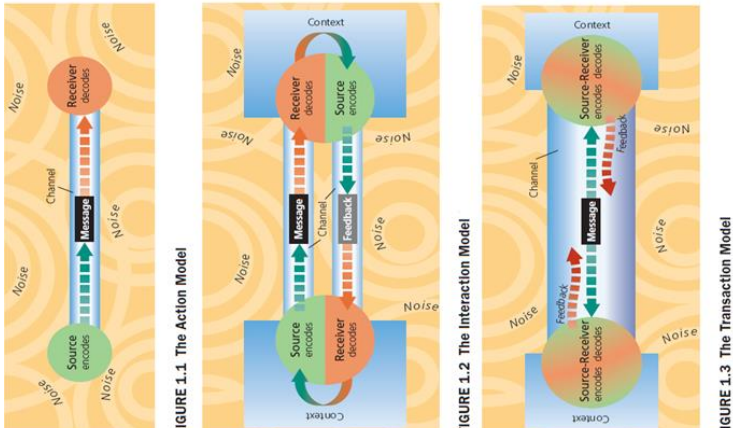
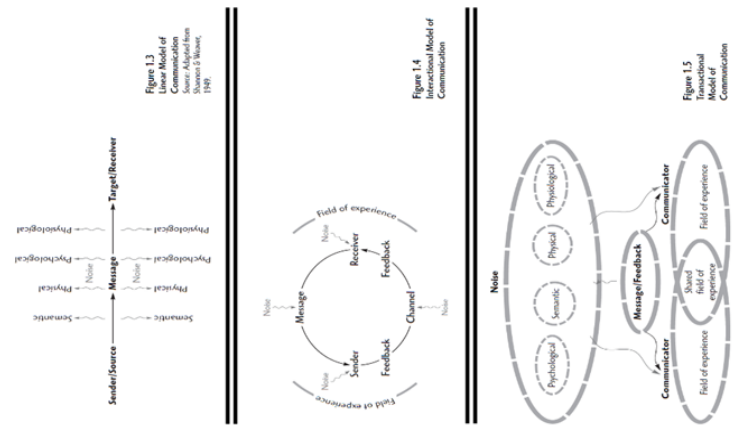
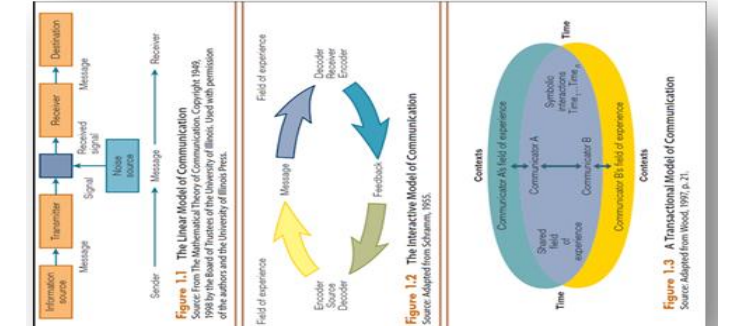
۲. Anne Hill.

۳. Richard West & Lynn H. Turner.

۴. Julia T. Wood.

۵. Kory Floyd.

(فلوید، ۲۰۱۱، ۱۰-۱۲) نمونه‌هایی از آن در منابع آموزشی منتشرشده سال‌های اخیر دانش ارتباطات است (جدول ۱).

مدل‌های سه گانه فلوید (12 - Floyd 2011, 10)	 FIGURE 1.1 The Action Model FIGURE 1.2 The Interaction Model FIGURE 1.3 The Transaction Model
مدل‌های سه گانه وست و ترنر (West and Turner, 11, 13,14)	 Figure 1.3 Linear Model of Communication Figure 1.4 Interactive Model of Communication Figure 1.5 Transactional Model of Communication
مدل‌های سه گانه وود (15- Wood 2011, 14)	 Figure 1.1 The Linear Model of Communication Figure 1.2 The Interactive Model of Communication Figure 1.3 A Transactional Model of Communication

همان گونه که کری فلوید می گوید؛ این سه مدل در تبیین صوری ماهیت ارتباطات، آن را ابتدا در قالب فرایند «یک خطه»^۱ انتقال پیام (مدل کنشی ارتباطات)، فرایند «دو خطه»^۲ انتقال پیام و دریافت بازخورد (مدل میان کنشی ارتباطات) که دو عنصر بازخورد و زمینه را به عناصر اصلی مدل قبلی اضافه کرده و درک و ارائه نمود. مدل تراکنشی پیچیدگی ارتباطات را بهتر نشان می دهد؛ چراکه ارتباطات به عنوان تراکنش برخلاف مدل های کنش و میان، بین نقش منبع و گیرنده تفاوت قائل نمی شود و همچنین ارتباطات را به عنوان مجموعه ای از پیام های رفت و برگشت نشان نمی دهد بلکه ادعا می کند که هر دو نفر در مکالمه به طور هم زمان منبع و گیرنده اند. افزون بر این، استدلال می کند که مکالمه به طور هم زمان در هر دو جهت جریان دارد و نه تنها مدل تعامل ماهیت پیچیده ارتباطات را بهتر نشان می دهد، بلکه باعث می شود کمی در مورد زمینه^۳ فکر کنیم. این نشان می دهد که «ارتباطات ما نه تنها توسط محیط جسمی یا روانی بلکه از طریق فرهنگ، تجربه، جنسیت و طبقه اجتماعی ما و حتی توسط سابقه رابطه ما با شخصی که صحبت می کنیم تأثیر می پذیرد» (فلوید، ۲۰۱۱، ۱۰-۱۲).

پس همان گونه که فلوید می گوید تمایز فرستنده و گیرنده در مدل تراکنشی بی وجه است، بلکه به تعبیر محسنیان راد «تفکیک بین فرستنده و گیرنده حتی در بهترین حالت تنها یک برچسب قراردادی است» (محسنیان راد، ۱۳۹۱: ۴۰). به عبارت دقیق تر اساساً فرستنده و گیرنده وجود ندارد بلکه کنشگران یعنی بازیگران اجتماعی حضور دارند همان گونه که منابع دیگر از جمله منبع استنادی مؤلفان یعنی کتاب *موزائیک ارتباطات* بر آن تأکید دارد. همان گونه که ناقد در متن به زبان اصلی آورده، وود می گوید: «مدل ما یکی از اشخاص فرایند ارتباط را فرستنده و دیگری را گیرنده برچسب نمی زند بلکه آنها را ارتباطگران می خواند (وود، ۲۰۱۱: ۱۸) بنابراین وود در مدل سوم خویش، اصطلاحات مکانیکی فرستنده، گیرنده و حتی پیام و بازخورد را حذف کرده است و سخن از دانش

1. one-way process

2. two-way process.

۳. ترجمه یک خطه و دو خطه را بر یک طرفه و دوطرفه ترجیح دادم؛ چراکه ماهیت خطی ارتباطات را بهتر نشان می دهد.

4. context

واژه‌های رویکرد و برداشت فرهنگی - اجتماعی همچون زمان، زمینه، کنش متقابل نمادین و میدان تجربه مشترک می‌کند.

به‌رغم اختلاف نظر فراوان در نظریه پردازی مدرن ارتباطات، همان‌گونه که جیمز کری می‌گوید: دو برداشت متفاوت از «ارتباطات» در اندیشه غربی وجود دارد؛ نگاه انتقالی و آیینی (کری، ۲۰۰۹: ۱۲) و حاصل این دو نگاه، دو مکتب کلان «انتقال پیام» و «آیین تولید و تبادل معنا» در نظریه غربی معاصر ارتباطات است. رویکرد نخست نگاه آمریکایی و تحلیلی به ارتباطات می‌باشد و رویکرد دوم نگاه سنتی اروپایی و مبتنی بر فلسفه علوم اجتماعی قاره‌ای. در مکتب انتقال که رویکرد مکانیکی به ارتباطات دارد ارتباطات انتقال اطلاعات از یک منبع به یک دریافت‌کننده است (کری، ۱۳۸۸: ۱۷). ارتباطات فرایندی است که طی آن پیام‌ها منتقل و توزیع می‌شوند تا مردم و فاصله‌ها تحت کنترل درآیند. اما در مکتب آیینی، ارتباطات اجرای آیینی است که شامل ساختار مشترکی از الگوهای رفتار اجتماعی، تعامل اجتماعی و معنای اجتماعی است (همان: ۱۸-۲۰). ارتباطات، فرآیند نمادینی است که بر اساس آن واقعیت ایجاد یا حراست، ترمیم و متحول می‌شود. دیدگاه آیینی معطوف به انتقال پیام در بُعد مکان نیست بلکه درصدد حفظ و حراست از جامعه در بُعد زمان است؛ ساخت و حراست از دنیای فرهنگی معنادار و منظم که قادر به کنترل و مهار فعالیت‌های بشریت باشد (همان: ۲۴-۲۵).

مدل ارائه شده توسط شنون و ویور، بازتاب نگاه مکانیکی ارتباطات است. البته بازنگری در مدل اولیه انتقال و توجه به وجه انسانی ارتباطات منجر به شکل‌گیری مدل میان‌کنشی ارتباطات شد. این دو مدل نشانگر مکتب انتقال پیام هستند و ارتباطات را به‌مثابه حمل و نقل درک می‌کنند. توجه به تمایز جهان طبیعی - مکانیکی و اتخاذ نگاه فرهنگی و اروپامحور نیز الگوی تراکنشی را ایجاد کرد که ارتباطات را به‌مثابه فرهنگ فهم می‌کند. پس برداشت سوم از ارتباطات با کنشی یا خطی و میان‌کنشی یا دوخطی بودن ارتباطات موافق نیست، بلکه آن را عمل مشترک می‌داند که طرفین با همدیگر انجام می‌دهند. در این مدل، یک‌سویه یا دوسویه بودن مطرح نیست بلکه کنشی و رای کنش‌های فردی پدید می‌آید که از آن به تراکنش یا تعامل تعبیر می‌شود. در مدل تراکنشی، سخن از فرستنده، گیرنده، پیام، اختلال و بازخورد نمی‌شود. در این مدل ارتباطگران همه فعال‌اند و با همدیگر

میدان‌های جدیدی از تجربه را خلق می‌کنند که با تغییر زمان و زمینه تغییر می‌یابد. در این برداشت از ارتباطات، فرهنگ اهمیت یافته و می‌تواند مبنای ارتباطات میان فرهنگی نیز باشد (غمامی و اسلامی‌تنها، ۱۳۹۸: ۲۹).

از این رو ناقد محترم بی‌توجه به منشأ ارائه این سه مدل و بنیان‌های فلسفی متفاوت آن، الگوی تراکنشی ارتباطات را هم مکانیکی می‌فهمد و می‌کوشد با نقل مستقیم (متن انگلیسی) فهم خود را اثبات کند، درحالی‌که همین متن بیانگر آن است که در الگوی سوم اساساً فرستنده، گیرنده، پیام و بازخورد وجود ندارد بلکه «ارتباطگرانی» حضور دارند که در زمان و زمینه مبتنی در میدان تجربه مشترک، کنش متقابل نمادین انجام می‌دهند. حتی ایشان به جای نقل مدل مورد استناد مؤلفان هم‌شناسی یعنی مدل وود که در متن آمده (همان: ۲۵) الگوی شخص دیگری (ر.ک: فلوید، ۲۰۱۱) را معرفی می‌کند که به دلیل همین ضعف، مورد استناد مؤلفان قرار نگرفته است.

۴-۲. تعریف ارتباطات میان فرهنگی

ناقد محترم در نقد دوم محتوایی می‌گوید مؤلفان هم‌شناسی در تعریف ارتباطات میان فرهنگی اشتباه اساسی کرده‌اند؛ چراکه از نظر ایشان دیوید برلو می‌گوید: معنا قابل انتقال نیست و تنها پیام قابل انتقال است و این مطلب مورد تأیید فلسفه اسلامی نیز هست. البته اینکه معنا قابل انتقال نیست سخن درستی است؛ زیرا از منظر فلسفی معنا امری مجرد است و قابل نقل و انتقال نیست اما این سخن ربطی به اشتباه یا درست بودن تعریف مؤلفان هم‌شناسی از ارتباطات میان فرهنگی ندارد. از اینکه معنا قابل انتقال نیست، نمی‌توان نتیجه گرفت که قابل اشتراک، تبادل و تسهیم نیست مگر اینکه با تسامح یا بی‌دقتی «انتقال» و «تبادل» را به یک معنا بگیریم و اساساً از تفاوت نگاه انتقالی و آیینی، شناخت کافی نداشته باشیم. مؤلفان در تعریف ارتباطات میان فرهنگی به تعریف سامور^۱ استناد کرده‌اند که تعریفی مقبول در حوزه دانش ارتباطات میان فرهنگی است: «ارتباط میان فرهنگی، ارتباط میان مردمانی است که ادراکات فرهنگی و نظام نمادین آن به حدی از یکدیگر متمایز است که پدیده‌های ارتباطی را متفاوت جلوه می‌دهد» (سامور، ۲۰۱۳: ۸).

۱. Samovar.

۴-۳. ترجمه یک واژه

ایشان در نقد محتوایی سوم می گوید مؤلفان هم شناسی در مدل مارپیچی پیرس و کرونن «relation» را «رابطه» ترجمه کرده اند و سپس در اصلاح این ترجمه با بیان شکل مدل، آن را «ارتباط» ترجمه می کنند. بدیهی است که ترجمه ناقد ترجمه نادرستی است؛ چراکه در زبان فارسی و متون تخصصی علوم اجتماعی استفاده از واژه ارتباطات به عنوان معادلی برای «communication» رواج همگانی و مقبول دارد؛ همان گونه که استفاده از واژه «رابطه» برای معادل فارسی «relation»، بنابراین در مدل باید همان «رابطه» ترجمه شود.

۵. پاسخ به نقد محتوایی تفسیری و معناشناختی

جناب همدانی نقد اصلی خود یعنی تولید علم انسانی قرآنی بدون التزام به رعایت قواعد روش تفسیری را در پنج قسمت بیان می کند:

۱. نقد منابع گرایش تفسیری مؤلفان؛

۲. نقد تفسیر لغوی و اصطلاحی «لیتعارفوا» به هم شناسی فرهنگی و اعلام غیرملتزم بودن آن به رعایت قواعد روش تفسیری که در شش محور بیان شده است؛
۳. اعلام اینکه برداشت مؤلفان از روش تفسیری شهید صدر نادرست است؛
۴. نقد استناد به اندیشه تفسیری شهید مطهری؛
۵. اعلام استفاده ذوقی مؤلفان از دیگر آیات و نصوص.
- پاسخ تعارفی اشکال های بالا به شرح ذیل بیان می شود:

۵-۱. بیان منابع گرایش تفسیری مؤلفان

ایشان نخست زکی میلاد و شهید مطهری را به عنوان منابع گرایش تفسیری مؤلفان معرفی می کند و سپس در نقد آنها می گوید مؤلفان عرب معاصر از جمله زکی میلاد و علامه فضل الله ضعف تفسیری دارند و نگاه شهید مطهری هم قابلیت دو برداشت دارد؛ در حالی که در کتاب هم شناسی فرهنگی از استاد مطهری تنها سخنی در بخش آغازین کتاب آورده شده و ارجاعاتی نیز به آثار زکی میلاد، متفکر حجازی کرده اند. بیان یک عبارت و یا چند استناد دلیل کافی و قانع کننده ای بر متأثر بودن اندیشه تفسیری مؤلفان از زکی میلاد و یا شهید مطهری نیست به خصوص اینکه مؤلفان به منبع اندیشه تفسیری خود یعنی دیدگاه و روش تفسیر موضوعی شهید صدر تصریح کرده اند.

۵-۲. تبیین معنای لغوی تعارف

ناقد محترم می‌گوید معنای تعارف به دو بیان مختلف و متناقض آمده است، درحالی‌که چنین نیست؛ تعارف از مادهٔ عرف و باب تفاعل است. مؤلفان با توجه به معنای هیئت این باب و مقایسهٔ آن با باب مفاعله به تمایز معنای مشارکت بین این دو باب توجه کرده‌اند و معتقدند که اگرچه هر دو باب به معنای مشارکت است، اما در باب تفاعل مشارکین هردو فعال‌اند، از این‌رو دو فاعل می‌گیرد (ضارب زید و عمرو) اما در معنای باب مفاعله یکی فاعل و دیگری مفعول است (ضارب زید عمرو). بی‌شک در بررسی نشانه‌ها و واژه‌ها، کنار بُعد معناشناسی^۱ (لغوی و صرفی) باید بُعد نحوی^۲ و حتی کاربرد شناختی^۳ معنا را هم ملاحظه کرد؛ چراکه واژه‌ها به مثابهٔ نشانه‌ها نه تنها به مدلول‌هایشان ارجاع و اشاره دارند بلکه در نسبت با دیگر نشانه‌ها (بُعد نحوی) و نیز استفاده‌کنندگان‌شان (کاربردشناسی) نیز هستند. شهید صدر با دقت به همین نکته، تفاوت نداشتن بین این دو باب را خلاف وجدان معرفتی می‌کند و در بیانی اجتهادی می‌گوید فرق بین دو باب مفاعله و تفاعل در نوع تخصیص ماده است. بدین‌صورت که باب مفاعله اگرچه برای مشارکت است، اما گویا گوینده توجه به فاعلیت قوی یک طرف دارد؛ بدین معنا که وقتی گفته می‌شود «ضرب زید عمرًا» این تعبیر دلالت بر فاعلیت زید دارد، لکن این فاعلیت قوی نیست؛ زیرا معلوم است که عمر توان و قدرت مقابله نداشته است؛ اما وقتی گفته می‌شود «ضارب زید عمرًا» فاعلیت زید را به‌صورت قوی نشان می‌دهد؛ زیرا «ضارب» دلالت دارد که این فاعلیتی بوده که طرف مقابل فرد منفعلی نبوده بلکه قدرت مقابله داشته و مقابله هم کرده است اما زید قدرت بیشتری داشته و زده است. بنابراین توجه باب مفاعله به مشارکت نیست بلکه به فاعلیت است و بدین دلیل در معنای آن، قید یکدیگر نمی‌آید؛ درحالی‌که در باب تفاعل که به معنای مشارکت است، این قید ضروری است (صدر، ۱۴۲۰: ۱۳۱-۱۶۵).

۵-۳. تفسیر معنای اصطلاحی «لِتعارفوا» به هم‌شناسی فرهنگی

در این بخش تمرکز اصلی ناقد محترم بر نقد تفسیر مؤلفان از آیهٔ سیزدهم حجرات و

1. Semantics.
2. Syntactics.
3. Pragmatics.

به‌ویژه معنای فراز «لیتعارفوا» است که از نظر ایشان هیچ دلالتی بر مدعای مؤلفان یعنی هم‌شناسی فرهنگی ندارد. چنین تفسیری با قواعد متعارف تفسیر کاملاً ناسازگار است؛ زیرا با وحدت دین و شریعت حقه، با راهبرد اسلامی توحید، با اندیشه تفسیری قریب‌به‌اتفاق فریقین، شأن نزول، روایات تفسیری و قرائن سیاقی آیه ناسازگار است.

۱-۳-۵. سازگاری با وحدت دین و شریعت حقه در قرآن

در محور نخست، ناقد محترم می‌گوید مؤلفان هم‌شناسی، اختلاف فرهنگی را شامل اختلاف در شریعت و ملت دانسته و این سنت تکوینی، زمینه عمل به سنت تشریعی تعارف و هم‌شناسی فرهنگی است. این اندیشه دارای سه اشکال است:

اول: تنوع موجود در آیه تعارف یعنی جعل شعوب و قبایل شامل تکثر شرایع نیست؛

دوم: اگر اختلاف فرهنگی شامل اختلاف در دین باشد باید رویکرد پلورالیستی را بپذیریم؛

سوم: تکثر شرایع (و تنوع ادیان به تعبیر ناقد) به دلیل تفاوت ظرفیت تعالی انسان‌ها و جوامع است و هدف از آن تعارف و هم‌شناسی نیست.

در پاسخ به این سه اشکال باید بگوییم که تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی یا همان «تعامل به معروف لاجل المعروف» به‌عنوان غایت مطلوب اختلاف فرهنگی، با وحدت دین و شریعت حق در قرآن سازگار و با رویکرد کثرت‌گرایی معرفتی بیگانه است. مؤلفان در موارد متعدد به وحدت دین و نظریه توحید اشاره کرده‌اند (غمامی و اسلامی‌تنها، ۱۳۹۸: ۱۶۸-۱۷۴)، و تعارف را الگوی راهبردی توحیدی دین اسلام در تعاملات انسانی معرفی کرده‌اند؛ الگویی که مخاطب آن نه‌تنها مؤمنان مسلمان به‌عنوان دین خاتم بلکه همه مردم که به دین گرایش دارد، همان دینی که خداوند مردمان را بر فطرت آن سرشته است (یعنی اسلام به‌معنای عام آن) اند. بی‌دقتی در کاربرد واژه‌های جانشین دین در قرآن یعنی کلمات ملة، شریعة، شرعة و منهاج منشأ چنین نقدی است. در نگاه تفسیری مؤلفان دین واحد است اما ملل، شرایع و منهاج مختلف‌اند. حقیقت دین و دین حق همان تسلیم شدن در برابر خدا و شرک نورزیدن به اوست. این دین مطابق فطرت الهی است که مردمان بر آن سرشته شده‌اند، از این رو قرآن کریم هیچ‌گاه دین را به شکل جمع (ادیان) به کار نبرده و تنها برای دین مورد قبول و رضایت خود، صفاتی همچون قیم، حق و خالص را یادآور شده است، اما در آیه ۴۸ سوره مائده (لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا) به‌صراحت از تنوع در شرایع و

مناسک سخن گفته است و مؤلفان هم‌شناسی به این اختلاف قایل بوده و در تبیین زمینه‌های انسان‌شناختی الگوی تعارف ذیل بحث استخلاف و اختلاف بدان تصریح کرده‌اند (همان: ۱۳۲-۱۵۲)؛ این دیدگاه مطابق با نظریه تفسیری دو مفسر بزرگ قرآن کریم (شهید صدر و علامه طباطبایی) می‌باشد که مورد ارجاع مؤلفان است (همان: ۱۵۰).
علامه در این باره می‌فرماید:

خدای سبحان بندگان خود را جز به یک دین متعبد نکرده، و آن یک دین عبارت است از تسلیم او شدن چیزی که هست، برای رسیدن بندگان به این هدف راه‌های مختلفی قرار داده، و سنت‌های متنوعی باب کرده، چون هر امتی مقدار معینی استعداد داشته و آن سنت‌ها و شریعت‌ها عبارت است از شریعت نوح، ابراهیم، موسی، عیسی و محمد ﷺ (طباطبایی، ۱۳۷۴: ج ۵، ۵۷۵).

ایشان در تبیین این حقیقت به تمایزات معنایی «شریعت»، «منهاج» و «ملت» با «دین»، در کاربست قرآنی آن توجه کرد و به نقل از مفردات راغب می‌نویسند:

کلمه «شرع» به معنای رفتن به راهی است که واضح و ایمن از انحراف باشد، وقتی می‌گویند: «شرعت له طریقاً» معنایش این است که من خط‌مشی و روشی روشن پیش پایش گذاشتم، و این کلمه... به‌طور استعاره نام طریقت‌های الهیه نموده و گفتند: مسیحیت یک شرع (به کسر شین) و یا یک شرع (به فتحه شین) و یک شریعت است... و اما کلمه «نهج» به فتح نون و سکون هاء، به معنای طریق واضح است، وقتی می‌گویند: «نهج الامر و نهج» معنایش این است که فلانی فلان امر را روشن و واضح کرد، و مصدر می‌می آن یعنی «منهج» و «منهاج» نیز به همان معناست (همان: ۵۷۳).

در تعریف ملت نیز می‌نویسد:

ملت عبارت است از «سنت زندگی یک قوم»، و گویا در این ماده بویی از معنای مهلت دادن وجود دارد، در این صورت ملت عبارت می‌شود از «طریقه‌ای که از غیر گرفته شده» باشد... بدین معنا که ملت هم مثل شریعت

عبارت است از طریقه‌ای خاص، به خلاف کلمه «دین»، بلکه این فرق بین دو کلمه «ملت» و «شریعت» هست، که شریعت از این جهت در آن طریقه خاص استعمال می‌شود، و به این عنایت آن طریقه را شریعت می‌گویند که: «طریقه‌ای است که از ناحیه خدای تعالی و به‌منظور سلوک مردم به‌سوی او تهیه و تنظیم شده»، و کلمه «ملت» به این عنایت در آن طریقه استعمال می‌شود که مردمی آن طریقه را از غیر گرفته‌اند و خود را ملزم می‌دانند که عملاً از آن پیروی کنند، و چه‌بسا همین فرق باعث شده که کلمه ملت را به خدای تعالی نسبت نمی‌دهند و نمی‌گویند ملت خدا، ولی «دین خدا» و «شریعت خدا» می‌گویند، و ملت را تنها به پیغمبران نسبت می‌دهند و می‌گویند: ملت ابراهیم، چون این ملت بیانگر سیره و سنت ابراهیم علیه السلام است و همچنین به مردم و امت‌ها نسبت می‌دهند و می‌گویند ملت مردمی باایمان و یا ملت مردمی بی‌ایمان، چون ملت از سیره و سنت عملی آن مردم خبر می‌دهد، در قرآن کریم آمده: *مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ*، و نیز از یوسف علیه السلام حکایت کرده که گفت: *إِنِّي تَرَكْتُ مِلَّةَ قَوْمٍ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ، وَهُمْ بِالْآخِرَةِ هُمْ كَافِرُونَ، وَاتَّبَعْتُ مِلَّةَ آبَائِي إِبْرَاهِيمَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ (همان: ۵۷۵).*

ایشان پس از اثبات وحدت دین و تنوع و تکثر ملل، شرایع و مناهج، علت، هدف و حکمت این تنوع را ابتلا و آزمایش انسان‌ها تبیین می‌کنند. بی‌شک چگونگی تعامل بستر این ابتلا و آزمون است و تعامل به معروف مایه رشد و تعامل به منکر زمینه انحطاط و سقوط می‌باشد. از این‌رو دستور به تعارف و تعامل شایسته هیچ ربطی به کثرت‌گرایی معرفتی ندارد.

۲-۳-۵. سازگاری با راهبرد اسلامی توحیدی در خروج از اختلاف

در محور دوم نقد، ایشان این تفسیر را با راهبرد اسلامی در خروج از اختلاف ناسازگار معرفی می‌کند و معتقد است راهبرد خروج از این اختلاف معرفت توحیدی و حاکمیت ولایت، در درون افراد و گستره جامعه است نه هم‌شناسی به هر معنای آن. در پاسخ به این اشکال معتقدیم اولاً ناقد محترم تفسیر و معنایی بیان‌شده در باب تعارف را به گفت‌وگو تقلیل می‌دهد درحالی‌که مؤلفان الگوی تعارف را در مقابل الگوهای غربی به‌ویژه تحاور

معرفی کرده‌اند. گفت‌وگو که به تعبیر کتاب هم‌شناسی نه‌تنها در تحاور بلکه در دو صورت تطابق و تعاون که فروترین و برترین الگوی ارتباطی تجویزی دیدگاه غربی است نیز ممکن است؛ پس تمایز تعارف با تحاور، تعاون و تطابق چیست؟ ثانیاً به تمایز الگوی‌های دیگر کنشی مطلوب قرآنی توجه ندارد.

در تشریح پاسخ بیان می‌شود، تعارف الگویی برآمده از معرفت توحیدی است که قرآن کریم به‌مثابه راهبرد کلان تعاملی بین انسان‌ها به بشریت عرضه می‌کند؛ الگویی که مبتنی بر اجتناب از طاغوت، خودپرستی، حاکمیت ولایت الهی در درون فرد و گستره جامعه بشری است. مؤلفان هم‌شناسی معتقدند در کنار کنش تعارفی، دو الگوی کنش دعوتی و ولایی در آموزه‌های قرآنی وجود دارد. مؤلفان هم‌شناسی در اثر دیگری به این دو کنش در سطح ارتباطات جمعی پرداخته‌اند (ر.ک: یوسف‌زاده، اسلامی‌تنها و غمامی، ۱۳۹۵).

از نگاه قرآن کریم کنش ولایی (در معنای خاص شیعی آن) که همان کنش امر به معروف و نهی از منکر است، تنها میان مؤمنان که بر یکدیگر ولایت دارند امکان‌پذیر است. بنابراین الگوی عام بشری نیست بلکه محدود در امت اسلامی و جامعه مؤمنان است. البته اندیشه توحیدی اسلامی، کنش دعوتی و کنش تعارفی را نیز به‌عنوان دو الگوی کنشی دیگر نیز که در مراتب دیگر ارتباطات انسانی مطلوب است، مطرح می‌کند. در رویکرد قرآنی در دو الگوی کنش ولایی (امر به معروفی) و کنش دعوتی خطاب به مؤمنان است با این تمایز که در امر به معروف هر دو طرف ارتباط لزوماً باید مؤمنان باشند تا طلب در سطح دستور و فرمان دادن ممکن شود و در کنش دعوتی یا همان دعوت به خیر، تنها یک طرف یعنی داعی لزوماً مؤمن بوده و موظف است دیگری را با حکمت و موعظه حسنه به راه خدا دعوت کرده و با دیگری در صورت نیاز به مجادله، جدال احسن کند. اما در کنش تعارفی که الگوی عام اسلامی و دینی برای عموم مردم است و حتی شرط ایمان داعی نیز در آن لحاظ نشده بلکه فطرت الهی و انسانیت او لحاظ شده لذا در آیه کریمه سیزدهم به‌جای خطاب خاص یا ایها المؤمنون تغییر به خطاب عام «یا ایها الناس» شده است. در این خطاب از ناس خواسته شده که تعامل به معروف با یکدیگر داشته باشند و از هم‌ستیزی و تناکر در همه اشکال آن از تفاخر و استکرام تا تحقیر، تکفیر و استکبار برای تمایزیابی پرهیز کنند. بلکه به تعارف یا هم‌شناسی و هم‌نیک‌ی در همه صور آن از تواضع و تکریم تا تعظیم، تسلیم و تکبیر اقدام

کنند که منجر به الفت و ائتلاف، ایمنی و امنیت می‌شود. مقایسه «تعارف و تناکر» با «امربه معروف و نهی از منکر» نشان می‌دهد که هویت بنیادین هردو یکی - انجام عمل شایسته و پرهیز از ناشایست - است، با این تفاوت که در تعارف «خود و دیگری» به دلیل برابری در انسانیت و فطرت، هردو باید تعامل شایسته کنند تا تعایش، همزیستی و هم‌گرایی جامعه انسانی ممکن شود؛ در حالی که در امر به معروف و نهی از منکر به دلیل داشتن ولایت بر همدیگر «خود» به «دیگری» دستور و فرمان به شایست و پرهیز از ناشایست می‌دهد تا رشد و تعالی جامعه ایمانی فزون‌تر شود.

۳-۵. سازگاری با اندیشه قریب به اتفاق مفسران فریقین و شأن نزول آیه

در محور سوم و چهارم جناب همدانی تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی در آیه شریفه را با اندیشه تفسیری قریب به اتفاق مفسران فریقین و شأن نزول ناسازگار معرفی می‌کند. مضمون مشترک هر دو محور آن است که مفسران شیعه و سنی با توجه به شأن نزول، آیه را در مقام نفی تفاخر به انساب دانسته‌اند. در پاسخ به این موارد هم باید گفت گرچه ناقد محترم تنها در باب شأن نزول آیه به یک مورد اشاره کرده اما در منابع تفسیری چهار داستان نقل شده است:

اول: داستان ثابت بن قیس بن شماس در جریان مفاخره اعراب بنی تمیم با پیامبر اکرم ﷺ؛
دوم: داستان بلال که هنگام فتح مکه مأمور شد بر بام کعبه اذان گوید و این کار بر اشراف قریش گران آمد و حارث بن هشام گفت: به جز این کلاغ سیاه، محمد کسی را نیافت تا اذان‌گوی خود کند؛

سوم: داستان غلام سیاه که عشق به نماز جماعت با پیامبر ﷺ داشت و پیامبر هنگام بیماری مشرف به مرگ، او را عیادت و خود تغسیل و تدفین کرد و در دل اصحاب از آن کار انکاری پدید آمد. مهاجران با خود گفتند ما از خانه، یار و دیارمان بریدیم و هجرت کردیم و هیچ‌یک از ما در زندگی، مرگ و بیماری، این لطف را که غلام از حضرت دید، ندیدیم و انصار گفتند ما پناهش دادیم و یاریش کرده و اموال خویش را نثار کردیم اما برده‌ای حبشی را بر ما ترجیح نهاد، آیه بدین مناسبت نازل گردید که همه شما فرزندان یک مادر و پدرید و برتری به تقواست (ذکاتوی قراگزلو، ۱۳۸۳: ۲۰۹-۲۱۰)؛

چهارم: داستان ابوهند و اعتراض بنی‌یاضه به دستور پیامبر ﷺ مبنی بر تزویج زنی از دومان خود به این برده (المراغی، ۱۴۳۵: ۱۴۲؛ صدر، ۱۳۸۸: ۳۱۵-۳۱۷).

توجه به همه موارد بالا نشان می‌دهد که آیه در موقعیت رخداد یک کنش تناکری و هم‌ستیزانه نازل شده است البته گاه این تناکر و تعامل ناشایست صورت تحقیر (داستان بلال) داشته، گاه صورت تکبر (داستان غلام سیاه و ابوهند) و گاه تفاخر (داستان ثابت بن قیس). خداوند با تنزیل این آیه ضمن مردود دانستن کنش تناکری با همه اشکال آن به دلیل اختلاف جنسی، نژادی، مالی و طبقاتی؛ الگوی مطلوب تعامل یعنی کنش تعارفی (تعامل به معروف) را یادآور می‌شود. بنابراین تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی به همه موارد شأن نزول سازگار است.

همه مفسرانی که ناقد محترم از آنان نام برده‌اند، شأن نزول آیه را در مقام نفی همین کنش تناکری البته بیشتر صورت تفاخری آن تفسیر کرده‌اند البته همان‌گونه که ناقد محترم بیان کرده بیشتر آنان تعارف را به شناخت متقابل برای تمایز فهم می‌کنند و این شناخت را می‌توان هم‌شناسی طبیعی و اجتماعی دانست که به بیان شهید مطهری برای زندگی اجتماعی لازم است اما انحصار در این معنا دلیل می‌خواهد. رویکرد اجتهادی به آیه مستلزم فراروی از هم‌شناسی طبیعی و اجتماعی به هم‌شناسی فرهنگی و تمدنی است که بسیاری از اندیشمندان معاصر مسلمان و مؤلفان هم‌شناسی فرهنگی چنین تفسیری از تعارف را ارائه کرده‌اند (ر.ک: عبدالرحمن، ۲۰۰۶؛ میلاد، ۱۴۲۷ق؛ هانی، ۱۴۲۷ق؛ محمد عرار، ۲۰۱۳؛ الباش، ۱۳۷۳ق).

۴-۵. سازگاری با روایات تفسیری فریقین و قراین سیاقی

ناقد محترم در محور پنجم و ششم، تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی در آیه شریفه را با روایات تفسیری فریقین و قراین سیاقی ناسازگار معرفی می‌کند. در پاسخ به این موارد هم باید چنین گفت که تفسیر تعارف به هم‌شناسی فرهنگی یعنی تعامل شایسته و شناخت متقابل بهترین چیزهای اندیشیده‌شده و بیان‌شده همدیگر در مقابل هم‌ستیزی طبیعی؛ تعامل ناشایست مبتنی هم‌شناسی طبیعی یعنی شناخت همه چیزهای داده شده و تمایز بخش طبیعی همدیگر؛ نه تنها با روایات تفسیری ناسازگار نیست بلکه مدلول بسیاری از آنها نیز هست. به عنوان نمونه، فقط به فهم و تفسیر اجتهادی اولین روایت مورد استناد ناقد می‌پردازیم.

در کتاب شریف کافی از امام باقر^{علیه السلام} درباره سلمان پاک، صحابی بزرگ پیامبر^{صلی الله علیه و آله} نقل است که فرمود:

سلمان^{علیه السلام} با گروهی از قریش در مسجد نشسته بودند. آنان شروع به نسب شناسی کرده و در انساب فراروی می کردند تا به سلمان رسیدند. عمر بن خطاب رو به سلمان کرد و پرسید: مرا آگاه کن تو کیستی؟ پدرت کیست؟ و اصل و ریشه ات کیست؟ سلمان در پاسخ گفت: من سلمان پسر بنده خدا هستم، گمراه بودم خداوند عز و جل با محمد^{صلی الله علیه و آله} هدایت می کرد. بینوا بودم خداوند با محمد^{صلی الله علیه و آله} بی نیازم کرد. برده بودم خداوند با محمد^{صلی الله علیه و آله} آزادم کرد. این است حسب و نسب من. پیامبر^{صلی الله علیه و آله} بر آنان وارد شد در حالی که سلمان سخن می گفت. او بر پیامبر عرضه داشت یا رسول الله. آنگاه که اینان را ملاقات کردم با آنها نشستیم و شروع به نسب شناسی و فراروی در انساب نمودند تا به من رسید عمر بن خطاب رو به من کرد و پرسید: مرا آگاه کن تو کیستی؟ پدرت کیست؟ و اصل و ریشه ات کیست؟ پیامبر پرسید: و تو سلمان در پاسخ چه گفتی. سلمان عرض کرد گفتم من سلمان پسر بنده خدا هستم، گمراه بودم خداوند عزوجل با محمد^{صلی الله علیه و آله} هدایت می کرد. بینوا بودم خداوند با محمد^{صلی الله علیه و آله} بی نیازم کرد. برده بودم خداوند با محمد^{صلی الله علیه و آله} آزادم کرد. این است حسب و نسب من. پیامبر رو به آنان کرد و فرمود: ای گروه قریش، حسب رجل دین اش، مردانگی اش خلق اش و اصلش عقل اوست. خدای سبحان می فرماید: إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ، آنگاه پیامبر رو به سلمان کرد و فرمود هیچ یک از آنان فضل و برتری بر تو ندارند مگر به تقوا. اگر تواز آنان پرهیزگارتر باشی از آنان برتری (کلینی: ۱۳۶۵، ج ۸، ۱۸۱).

این حدیث شریف که در فضایل صحابی بزرگ سلمان فارسی^{علیه السلام} است دلالت بر آن دارد که اولاً تعارف کنش هم شناسی است و ثانیاً الگوی مطلوب آن هم است؛ یعنی تعامل قریش باید به گونه ای باشد که نه تنها هم شناسی طبیعی یعنی شناخت به حسب و نسب، شعب و قبیله باشد بلکه حسب مرد دین، شخصیت، مردانگی، خلق، اصل و اخلاق اوست که باید

شناخته شود. اگر دینش قیم، خالص و حق بود و خلش حسنه و عقلش سلیم، تعارف و هم‌شناسی فرهیخته و شایسته خواهد کرد، در مدارج تقوا بالاتر و در مدینه متقین گرامی‌تر خواهد شد و اگر دینش سست، آلوده و باطل بود و اخلاقش سیئه و اصلش جهل بود، تناکر و هم‌ستیزی خواهد کرد و آشکارا در انحطاط فاجرانه خواهد بود. کنش سلمانی نه هم‌شناسی طبیعی که هم‌شناسی فرهنگی است، قریش از سلمان ویژگی‌های طبیعی (حسب و نسب) می‌پرسد و سلمان خصایص فرهنگی (دین و خلق و عقلش) را بازمی‌شناسد. سلمان با الگوی تعارفی که موید به تأیید رسول خاتم^ﷺ است زمینه دعوت نبوی از قریش به فراروی از هم‌شناسی طبیعی به هم‌شناسی فرهنگی را فراهم می‌کند.

با توجه با آنچه بیان شد روشن است که تفسیر تعارف به معنای هم‌شناسی فرهنگی نه تنها با هیچ‌کدام از مواد بالا ناسازگار نیست بلکه اندیشه قریب به اتفاق مفسران، شأن نزول آیه و روایت تفسیری تنها بر وجه سلبی آن تمرکز داشته و از تفاخر به عنوان یکی از اشکال تناکر پرهیز داده‌اند. روشن است که تناکر منحصر به تفاخر به نسب و قبیله نیست بلکه تحقیر، تکفیر، تکبر، تبعیض و استکبار را نیز شامل است. همان‌گونه که در چهار شأن نزول آیه به کنش تناکری در قالب تحقیر نژادی، طبقاتی و تفاخر به نسب و قبیله اشاره شده است.

ناقد محترم در بازخوانی تفسیر مفسران تأکید دارد قریب به اتفاق مفسران، تعارف را به «هم‌شناسی در ظاهر» یا به تعبیر ما «هم‌شناسی طبیعی» معنا کرده‌اند. نگاه ناقد به تعارف در آیه کریمه سیزدهم سوره حجرات نگاهی طبیعت‌گرایانه است و معنای درست تعارف را «اختلاف در ظاهر برای تمایزیابی» می‌داند و معتقد است مقصود از تعارف در این آیه شریفه هم‌شناسی در ظاهر افراد است تا قیافه‌های آنان یکدست نشوند و در نهایت اختلاف در لایه‌هایی از فرهنگ که به صورت ناخواسته از اختلافات طبیعی و نژادی برخاسته است. اما اختلاف‌های فرهنگی که ناشی از کنش‌ها و رفتارهای اختیاری است به هیچ‌وجه داخل در آیه نیست. درحقیقت ایشان تعارف را هم‌شناسی طبیعی می‌داند دیدگاهی که از نظر مؤلفان اثر، همان نگاه داروینی و بنیاد الگوی انگلو - آمریکایی ارتباطات میان فرهنگی تطابق است. فهم تعارف در آیه شریفه سیزدهم حجرات در معنای اختلاف در ظاهر و تمایزیابی یا همان هم‌شناسی طبیعی قطعاً با رویکرد داروینی تناسب دارد. حال باید پرسید چرا ناقد، تفسیر تعارف به معنای هم‌شناسی فرهنگی (در مقابل هم‌شناسی طبیعی) را معنایی موهوم معرفی می‌کنند.

درحقیقت ناقد محترم در بیان تعارف مدنظر مؤلفان آن را ناقص نقل و فهم کرده و تنها

به بیان مقدمه تعریف اکتفا می کند؛ درحالی که مؤلفان به صراحت تعارف را این گونه تعریف کرده اند: «تعارف و هم شناسی نقطه مقابل تناکر و هم ستیزی است بنابراین می توان گفت: تعارف یا هم شناسی عبارت است از تعامل شایسته «خود» با «دیگری» که با تبادل «تعریف»، «تعرف»، «اعتراف»، «معرفت» و «معروف» در «اعراف و عرفات» برای تحقق «ائتلاف طیب» انجام می شود و در نقطه مقابل، تناکر یا هم ستیزی عبارت است از تعامل ناشایسته «خود» با «دیگری» که با تبادل «نکره»، «انکار»، «نکران» و «منکر» انجام می شود و منجر به تفرقه و اختلاف خبیث می شود». مؤلفان در این تعریف نظام اصطلاحی^۱ تعارف را هم بیان و هم در مدل خویش آورده اند. ناقد محترم بی آنکه سخنی از مدل تعارف ارائه شده در کتاب بیاورد به ارائه مدل زمینه تعارف بسنده می کند.

قرآن کریم با پرهیز از بنیان تنازع و هم ستیزی طبیعی (آن گونه که در فرضیه داروینی پذیرفته شده)، در خطاب عام، «انسان مختلف» را به فراروی از هم شناسی طبیعی و همکاری اجتماعی (آن گونه که در نظریه قرارداد اجتماعی هابز، جان لاک و روسو ترسیم شده است) به تعارف و هم شناسی فرهنگی دعوت می کند تا «انسان مستخلف» شود و تعارف و هم شناسی فرهنگی و تمدنی کند یعنی در جهان اجتماعی با دیگران تعامل بالمعروف، تعامل بالخیر و تعاون بالبر و التقوی کند. قطعاً کسی که با دیگری با شایستگی، خیر و پرهیزگاری تعامل کند امانت دار و شایسته خلافت الهی است.

اگر تعارف همان تعامل بالخیر و تعاون بالبر و التقواست با قراین سیاقی نیز کاملاً سازگار و هماهنگ است؛ چراکه همان طور که ناقد محترم نیز یادآور می شود زمخشری، مفسر ادبی برجسته قرآن گفته است: فَرَّازٌ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ در ادامه نوعی تعلیل است و گویا در اینجا پرسشی مقدر در ذهن ایجاد می شود «چرا تفاخر به انساب نادرست است؟» که قرآن با این جمله مستانفه به آن پرسش پاسخ داده است: «زیرا تنها محور کرامت تقواست». (زمخشری، ۱۴۰۷، ج ۴: ۳۷۵) البته باید پرسش مقدر اما سلبی زمخشری ناظر به تفاخر را با پرسشی ایجابی ناظر به تعارف تکمیل کنیم که «چرا تعارف درست است؟»؛ زیرا تعارف تعامل بالمعروف لاجل المعروف است به عبارت دیگر تعارف همان تعاون بالبر و التقواست و محور کرامت، تقواست.

بنابراین همان گونه که تناکر در همه اشکال آن از جمله تحقیر و تفاخر از سنخ کنش های ارادی و ارتباطی و البته نامطلوب است. «تعارفوا» در آیه نیز کنشی ارادی و ارتباطی (شناخت متقابل شایسته) می باشد که البته می تواند در سطح هم شناسی طبیعی یعنی تمایز یابی انسان ها از طریق شناخت ظاهر و قیافه متوقف شود و می تواند به شناخت اندیشه ها، آداب، خلیات و رو حیات شایسته آنان نیز کشیده شود.

می دانیم که فرهنگ در گسترده ترین معنایش در مقابل طبیعت لحاظ شده است؛ فرهنگ فصل ممیز انسان از دیگر جانداران و حیوانات و روح زندگی جمعی و جامعه انسانی است. البته در فهم و تعریف فرهنگ دو رویکرد اساسی وجود دارد: یکی، مفهوم فرهنگ در علوم اجتماعی و تعریفی که توسط انسان شناسان و جامعه شناسان قرن ۱۹ و ۲۰ ارائه کرده اند که تکیه بر نسبی بودن و بی طرفی در ارزش گذاری است و مباحثش درباره فرهنگ هاست و دیگری، مفهوم متمایز فرهنگ در علوم ادبی و انسانی یعنی تعریفی که توسط ادب شناسان و منتقدان هنر در قرن ۱۸ و ۱۹ ارائه شده است و آنان به تعبیر بومن به مفهوم سلسله مراتبی فرهنگ توجه کرده اند:

اگر اصطلاح فرهنگ ها را به معنای سلسله مراتبی آن در نظر بگیریم نباید برای آن علامت جمع به کار برد. انسان ماهیتی دارد آرمانی و فرهنگ یعنی تلاش آگاه، سخت و طولانی در تحقق این آرمان برای هماهنگ کردن جریان واقعی زندگی با بالاترین امکان استعداد آدمی (جانسون، ۱۳۸۸: ۱۳).

متیو آرنولد نیز می گوید: «جست و جوی کمال مطلق، به یاری فرا گرفتن بهترین اندیشه ها و گفته ها در باب مطالبی که بیشترین رابطه را با ما دارد» (جانسون ۱۳۸۸، ۱۲)؛ در رویکرد این دسته روشنفکران از افلاطون تا رنسانس، علم به امر نیک مساوی با عمل و انجام دادن آن می دانستند. انسان و جامعه بشری در کنار تفاوت های طبیعی در جنس، رنگ و نژاد شاهد تنوع، تفاوت و اختلاف در ساحت فرهنگ نیز هست و عناصر اصلی آن نیز همان گونه که از سامور نقل قول شده است (غمامی و اسلامی تنها، ۱۳۹۸: ۳۲) شامل دین (ملت و شریعت)، تاریخ، نهادها، ارزش ها و زبان می شود. مؤلفان هم شناسی معتقدند همه این تفاوت ها مبتنی بر سنت الهی اختلاف است. انسان ها نباید به صرف هم شناسی طبیعی و التفات به این تفاوت ها یعنی شناخت همه چیزهای داده شده و تمایز بخش طبیعی همدیگر، به تناکر و همستیزی اجتماعی کشیده شوند بلکه باید حکمت این اختلاف که تعارف است

را توجه کرده و به تعامل شایسته و شناخت متقابل بهترین چیزهای اندیشیده شده و بیان شده همدیگر یعنی هم‌شناسی فرهنگی اقدام کنند که پیامدش تمایزیابی فرهنگی و کرامت‌یابی ارزشی است و موجب رشد و تعالی کنشگران و جامعه انسانی خواهد شد.

۳-۶. برداشت درست و کاربری روش تفسیر موضوعی شهید صدر

جناب همدانی در ادامه نقد محتوایی‌اش معتقد است مؤلفان هم‌شناسی برداشتی نادرست از روش تفسیری شهید صدر دارند؛ زیرا مقصود ایشان از این روش هرگز این نیست که برای نوآوری در علوم انسانی اسلامی باید از قواعد تفسیر عبور کرد و برداشتی از بیرون بدون مراعات قواعد تفسیری را بر قرآن تحمیل کرد؛ مهم‌ترین پاسخ به این نقد همدانی این است که ادعایی بدون دلیل و شاهد آورده است. نه مؤلفان تصریح کرده‌اند که با الگوی تفسیر موضوعی از روش‌های تفسیری متعارف تخطی می‌کنند یا بی‌نیازند و نه شاهدهی بر آن در متن ایشان است.

۲۱۹

مؤلفان هم‌شناسی در فصل نخست به‌صراحت اعلام کرده‌اند که در اندیشه تفسیری و روش تفسیر متأثر از دیدگاه و روش تفسیر موضوعی شهید صدر هستند؛ چراکه روش تفسیری ایشان منجر به نظریه پردازی قرآنی در حوزه علوم انسانی و اجتماعی می‌شود. در روش تفسیر موضوعی ابداعی و نوآورانه شهید صدر برخلاف تفسیر ترتیبی، هدف مفسر (پژوهشگر) به‌دست آوردن مفاد فردی آیات نیست، بلکه دستیابی به نظریه قرآن کریم درباره یک موضوع یا مسئله است. به همین ترتیب، در این‌گونه تفسیر، حرکت از واقعیت خارجی شروع شده و به قرآن خاتمه می‌یابد نه اینکه از قرآن آغاز و به قرآن خاتمه پیدا کند. به اعتبار اینکه این کتاب آسمانی قیم و مرجعی است که مفسر در پرتوی آن، جهت‌گیری‌های الهی و آسمانی را در خصوص آن واقعیت خارجی تعیین کند. تنها در این صورت است که همیشه قیم بودن، توانایی بازدهی، جوشش و بخشش نو و دائم و سرانجام نوآوری و ابداع را خواهد داشت. شهید صدر از این روش با عنوان روش تفسیری «استنطاق» یاد می‌کند. ایشان میان تفسیر موضوعی و ترتیبی تفاوت قایل می‌شود و معتقد است که رویکرد فعالانه در خصوص متن وقتی صورت می‌گیرد که تفسیر، موضوعی باشد و نگاهی استنطاقی درباره قرآن داشته باشیم. مفسر پاسخ خود را به متن عرضه کرده و مؤلف در افق متن به او پاسخ می‌دهد. در این نگاه، مؤلف متن (قرآن) زنده است و پاسخ می‌دهد؛

این پاسخ، معنایی است که در افق متن نازل می‌شود. مفسر نیز منفعل و تنها دریافت‌کننده معنای متن نیست بلکه شأن او، خواستن و سؤال است؛ بدین ترتیب، گفت‌وگویی واقعی میان مفسر و قرآن روی می‌دهد (صدر، ۱۹۸۰: ۲۰).

مؤلفان هم‌شناسی هرگز معتقد نیستند که در استنطاق قرآنی، روش متعارف تفسیر کنار نهاده می‌شود بلکه خود را ملزم به رعایت قواعد تفسیر روشمند یعنی «توجه به معانی کلمات قرآنی در زمان نزول، کاربست قواعد ادبیات عرب در تفسیر، در نظر گرفتن قراین معینه و صارفه، قراین پیوسته لفظی (سیاق) و غیرلفظی (فضای نزول) و فضای سخن در کنار قراین ناپیوسته که شامل دیگر آیات قرآنی، روایات و مسلمات دینی (رجبی، ۱۳۸۳: ۵۶، ۸۰، ۱۰۰، ۱۱۸، ۱۴۸) می‌دانند. به‌عنوان نمونه، همان‌گونه که در تفسیر لغوی و اصطلاحی تعارف گذشت، ناقد محترم به نقد بررسی لغوی مؤلفان از واژه تعارف پرداخته و حتی توقع اجتهاد مؤلفان در این بخش را دارد. پس ظاهراً مؤلفان ملتزم به رعایت قواعد تفسیرند، حال چقدر موفق بوده‌اند سخن دیگری است. با تکیه به این دیدگاه و روش نوآورانه، مؤلفان هم‌شناسی با تفسیر موضوعی قرآن کریم درصدد استنباط و نظریه‌پردازی الگوی ارتباطات میان‌فرهنگی قرآن برآمده و الگوی تعارف را در نقطه مقابل الگوهای سه‌گانه غربی مطرح کرده‌اند.

۳-۷. نقد استناد به اندیشه تفسیری استاد مطهری

ایشان در محور هفتم به نقد استناد مؤلفان به سخن شهید مطهری پرداخته و معتقد است گرچه سخن نقل شده از ایشان در آغاز مقدمه کتاب موافق با دیدگاه تفسیری مؤلفان هم‌شناسی فرهنگی است و از این‌رو همان اشکالات به مؤلفان یعنی ناسازگاری با اندیشه تفسیری قریب‌به‌اتفاق فریقین، شأن نزول و روایات تفسیری به این دیدگاه تفسیری استاد شهید نیز وارد است اما سپس استدراک کرده و به نقد استناد مؤلفان به اندیشه تفسیری علامه شهید مطهری پرداخته و می‌گوید: مطهری در جای دیگر این آیه را به‌طور دقیق بر اساس بافت و سیاق تفسیر کرده‌اند که همان تفسیر سازگار با جریان رایج مفسران است یعنی نفی تفاخر به انساب و تأکید بر تکریم و تفصیل با ملاک تقوا و اینکه فلسفه تعارف تمایز طبیعی است. البته از نظر ناقد محترم این دو تفسیر متضاد نیستند؛ چراکه مقصود ایشان از فرهنگ معنای نامصطلح فرهنگ است نه معنای مصطلح علوم فرهنگ و ارتباطات که همان تعریف امثال تایلور و هرسکویتز یعنی بخش انسان ساخت محیط است.

پاسخ اینکه اولاً ناقد محترم دست کم یک برداشت تفسیر استاد مطهری از تعارف را هم‌شناسی فرهنگی می‌دانند. ثانیاً در تفسیر سخن استاد دقت نکرده و حتی در تحریفی آشکار نظریه مورد انتقاد ایشان - یعنی نظریه پذیرش ناسیونالیسم فرهنگی دکتر شریعتی - را به ایشان نسبت می‌دهند؛ چراکه مطهری در بحث آینده جوامع انسانی، ابتدا با اشاره به تنوع و اختلاف کیفیت، شکل و رنگ جامعه‌ها، تمدن‌ها و فرهنگ‌های این پرسش مهم را طرح می‌کند:

آینده جوامع بشری چگونه است؟ آیا این فرهنگ‌ها و تمدن‌ها و این جامعه‌ها و ملیت‌ها برای همیشه به وضع موجود ادامه می‌دهند، یا حرکت انسانیت به سوی تمدن و فرهنگ یگانه و جامعه یگانه است و همه اینها در آینده رنگ خاص خود را خواهند باخت و به یک رنگ - که رنگ اصلی است و رنگ انسانیت است - درخواهند آمد؟ (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۲: ۳۶۲).

۲۲۱

سپس پاسخگویی به آن را وابسته به مسئله ماهیت جامعه و نوع وابستگی روح جمعی و روح فردی به یکدیگر معرفی کرده و به دو نظریه اشاره می‌کند؛ نخست دیدگاه مختار خود که مستند به تفسیر علامه طباطبایی در *المیزان* است.

بدیهی است بنا بر نظریه اصالت فطرت و اینکه وجود اجتماعی انسان و زندگی اجتماعی او و بالاخره روح جمعی جامعه وسیله‌ای است که فطرت نوعی انسان برای وصول به کمال نهایی خود انتخاب کرده است، باید گفت جامعه‌ها، تمدن‌ها و فرهنگ‌ها به سوی یگانه شدن، متحدالشکل شدن و درنهایت امر در یکدیگر ادغام شدن سیر می‌کنند و آینده جوامع انسانی، جامعه جهانی واحد تکامل یافته است که در آن همه ارزش‌های امکانی انسانیت به فعلیت می‌رسد و انسان به کمال حقیقی و سعادت واقعی خود و بالاخره به انسانیت اصیل خود خواهد رسید. از نظر قرآن این مطلب مسلم است که حکومت نهایی حکومت حق و نابود شدن یکسره باطل است و عاقبت از آن تقوا و متقیان است (همان).

سپس به نظریه رقیب اشاره می‌کند: «برخی برعکس، مدعی‌اند که اسلام به هیچ وجه طرفدار یگانگی و یگانه شدن فرهنگ انسانی و جامعه‌های انسانی نیست، طرفدار تعدد و تنوع

فرهنگ‌ها و جامعه‌هاست و آنها را در همان تنوع و تعددشان به رسمیت می‌شناسد و تثبیت می‌کند» که این نظریه را دکتر شریعتی در کتاب *انسان، اسلام و مارکسیسم* بیان کرده است و ایشان نظریه شریعتی را به‌خوبی تقریر کرده و می‌نویسند:

می‌گویند: مخالفت اسلام را با تبعیضات نژادی و برتری‌جویی‌های قومی به معنی مخالفت اسلام با وجود ملیت‌های گوناگون در جامعه بشری نباید گرفت... آیه یا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ (حجرات، ۱۳) که به آن بر انکار و نفی و الغاء ملیت‌ها از نظر اسلام استدلال می‌شود، درست برعکس، اثبات‌کننده و تأییدکننده ملیت‌هاست؛ زیرا آیه، اول تقسیم‌بندی بشریت را از نظر جنسیت (ذکوریت و انوئیت) که یک تقسیم‌بندی طبیعی است طرح کرده و سپس بی‌درنگ گروه‌بندی بشری را از نظر شعوب و قبایل طرح می‌کند و این می‌رساند که گروه‌بندی مردم به شعوب و قبایل امری طبیعی و الهی است مانند تقسیم شدن آنها به مرد و زن. این جهت می‌رساند که اسلام همچنان که طرفدار رابطه‌ای ویژه میان زن و مرد است نه محو جنسیت و آثار آن، طرفدار رابطه میان ملت‌ها بر اساس تساوی آنهاست نه طرفدار محو ملیت‌ها. اینکه قرآن وضع ملیت‌ها را همچون خلق جنسیت‌ها به خدا نسبت می‌دهد یعنی که وجود ملیت‌های مشخص، یک واقعیت طبیعی در خلقت است. اینکه قرآن غایت و فلسفه وجودی اختلاف ملیت‌ها را «تعارف» (بازشناسی ملت‌ها یکدیگر را) ذکر کرده است، اشاره به این است که یک ملت، تنها در برابر ملت دیگر به شناخت خود نایل می‌گردد و خود را کشف می‌نماید، ملیت در برابر ملیت‌های دیگر شخصیت خود را متبلور می‌سازد و جان می‌گیرد. علی‌هذا برخلاف آنچه مشهور است، اسلام طرفدار ناسیونالیسم به مفهوم فرهنگی آن است نه مخالف آن. آنچه اسلام با آن مخالف است ناسیونالیسم به مفهوم نژادی یعنی راسیسم و نژادپرستی است (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۲: ۶۸-۶۷).

ناقد محترم با نقل قول مستقیم فراز آخر این بند (از جمله «اینکه قرآن غایت و...» تا آخر) که نظری، تقریرشده شریعتی است آن را با فاصله‌گذاری سه نقطه به عبارت «این اختلاف و

تفاوت‌ها نه تنها مایه جدایی و دشمنی نتوانند بود، بلکه برخورد و آشنایی (تعارف) اینان است که تکامل مادی و معنوی می‌زاید» متصل کرده و یک‌جا به همان منبع قبلی (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۲) استناد می‌دهد گویا شهید مطهری طرفداری اسلام از ناسیونالیسم فرهنگی را می‌پذیرد و حتی به واسطه تعارف، آن را موجب تکامل هم می‌داند؛ در حالی که عبارت اخیر افزون بر آنکه برداشت و تفسیر مقبول ایشان از آیه است اساساً در منبع دیگری (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۱۴) آمده است و مؤلفان هم‌شناسی در طلّیعه اثر خود به این بند اشاره کرده‌اند:

رنگ‌ها، زبان‌ها و سنت‌هایی که در میان ابنای بشر مشاهده می‌کنی، همچون اختلافی که در خود طبیعت به چشم می‌خورد، جلوه‌های گوناگون یک حقیقت و شمه‌ای از غنا و کثرت در وجود است، که هر گلی رنگ و بویی دارد و خواص و فوایدی، که همه در راه حرکت آدمیت به‌سوی مبدأ اعلای خود ارزیابی و تقدیر می‌شوند. این اختلاف و تفاوت‌ها نه تنها مایه جدایی و دشمنی نتوانند بود، بلکه برخورد و آشنایی (تعارف) اینان است که تکامل مادی و معنوی می‌زاید» (همان: ۴۳).

همان‌گونه که ناقد محترم هم معترف‌اند علامه مطهری در این عبارت، تعارف را هم‌شناسی فرهنگی معنا کرده‌اند، ایشان در بیانی آشکار اختلاف و تنوع در فرهنگ همچون اختلاف در خود طبیعت، هردو را جلوه‌های گوناگون یک حقیقت و شمه‌ای از غنا و کثرت وجود دانسته و معتقد است این اختلاف‌ها و تفاوت‌ها نه برای تناکر و هم‌ستیزی بلکه برای تعارف و هم‌شناسی است که از آن تکامل مادی و معنوی می‌زاید؛ چراکه باورمند است که در هم‌شناسی ملت‌ها و فرهنگ‌ها در آشنایی متقابل ابنای بشر با رنگ‌ها، زبان‌ها و سنت‌های مختلف است که تناکح و آمیزش فرهنگی رخ می‌دهد و تکامل مادی و معنوی می‌زاید. توجه به دوگانۀ «تعارف» و «تناکر» و مضمون روایت «ارواح جنود مجنده فما تعارف منها ائتلف و ما تناکر منها اختلف» در این بیان ایشان کاملاً آشکار است.

این معنا از تعارف هرگز دلالت ندارد که اسلام به‌هیچ‌وجه طرفدار یگانگی و یگانه شدن فرهنگ انسانی و جامعه‌های انسانی نیست، بلکه برعکس تعارف راه و الگوی اسلامی وحدت و یگانگی است؛ همان‌گونه که در تبیین الگو تعارف و طراحی مدل آن در کتاب هم‌شناسی فرهنگی آمده است (غمامی و اسلامی‌تنها، ۱۳۹۸: ۲۰۶). از این‌رو استاد مطهری به نقد

نظریه دکتر شریعتی یعنی طرفداری اسلام از ناسیونالیسم فرهنگ‌گرا (ملت‌گرایی) و مخالفت با ناسیونالیسم طبیعت‌گرا (نژادگرایی) پرداخته و معتقد است این نظریه از جهات متعدد از جمله ۱. نفی فطرت انسانی، ۲. نسبیّت معرفتی و اعتباری دانستن همه مواد و اصول فرهنگ و ۳. نفی بزرگ‌ترین رسالت مذهب به‌ویژه اسلام.

رسالت دادن به یک جهان‌بینی بر اساس شناخت صحیح از نظام کلی وجود بر محور توحید و ساختن شخصیت روحی و اخلاقی انسان‌ها بر اساس همان جهان‌بینی و پرورش افراد و جامعه بر این اساس است که لازمه‌اش پایه‌گذاری فرهنگی نوین می‌باشد. شهید مطهری در کتاب *فلسفه تاریخ* که پیاده‌شده درس‌گفتارهای سال‌های ۵۶-۵۷ است ذیل بحث آیات دال بر اجتماعی بودن انسان به مسئله تعارف و تفسیر آیه پرداخته و می‌گوید:

اینکه در قرآن مسئله تعارف به‌عنوان یک غایت برای این اختلاف مردم به حسب نظام خلقت ذکر شده، می‌خواهد بگوید که انسان در متن خلقت به‌گونه‌ای آفریده شده است که مقدمات زندگی اجتماعی برایش فراهم باشد. از جمله مقدمات و شرایط زندگی اجتماعی، شناسایی کردن است، زمینه شناسنامه داشتن و شناسایی کردن و علامت‌گذاری یکدیگر است. قرآن نگفته که *أَنَا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَى وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِأَلَانِ تَتَفَاخَرُوا* «اینها برای تفاخر نیست، به گراف این‌گونه شده؛ بلکه با اینکه هدف اصلی *«لَا لِنَ تَتَفَاخَرُوا»* هست ولی یک فلسفه دیگر ذکر می‌کند: *لِتَعَارَفُوا*، یعنی: *لَا لِنَ تَتَفَاخَرُوا بَلْ لِنَ تَتَعَارَفُوا*، که تعارفوا در اصل همان *تَتَعَارَفُوا*ست (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۱۵: ۷۷۸-۷۸۰).

بازخوانی آنچه نقل شد نشان می‌دهد که استاد مطهری در این عبارات، تعارف را به‌معنای نه صرفاً تمایز و هم‌شناسی طبیعی (شناسایی با جنسیت، نژاد، ظاهر و قیافه‌ها) آن‌گونه که ناقد محترم فهم و تفسیر کرده بلکه هم‌شناسی اجتماعی (کنش متقابل ارادی برای شناخت) فهم می‌کند و حتی به تمایز فلسفه تعارف با تفاخر توجه دارد. اما نکته‌ای که بدان التفات وجود ندارد آن است که به تقابل معنایی تعارف با تناکر که به صورت‌های دیگر در آیات قرآن و به شکل صریح در روایات آمده، توجه ندارد. چیزی که اتفاقاً در تفسیر دیگر که همان برداشت نخست به تعبیر ناقد است توجه به آن احساس می‌شود. از آنجاکه برخلاف

کتاب *فلسفه تاریخ*، کتب *خدمات متقابل اسلام و ایران* و *جامعه و تاریخ در قرآن* که جزو آثار نوشتاری ایشان است و معمولاً دقت در آثار نوشتاری بیشتر از گفتاری می‌باشد، می‌توان گفت استاد مطهری در این دو تفسیر از هم‌شناسی طبیعی و اجتماعی به هم‌شناسی فرهنگی رسیده است و روایت آن در سطح هم‌شناسی طبیعی تقلیل‌گرایانه است؛ چراکه هم‌شناسی طبیعی و اجتماعی در بین حیوانات هم ممکن است. قطعاً دقیق دانستن تفسیر مقبول خود و غیردقیق و ناسازگار دانستن تفسیر دیگر، بدون بیان دلیل با نقد تعالی‌بخش فاصله دارد.

۸-۳. وجود رویکرد روشمند تفسیر و دغدغه اصطلاح‌سازی در تفسیر همه آیات

در محور هشتم نیز ناقد محترم حکم به سلیقه‌ای عمل کردن مؤلفان در استفاده از دیگر آیات و نصوص کرده است. در این کتاب به بیش از ۲۵۰ آیه قرآنی استناد شده است. اشکال ایشان مربوط به بیان اعراف و عرفات در تعریف تعارف و استناد آن به آیه ۴۶ سوره اعراف و برخی ادعیه است. عرفه و عرفات به زمان و مکان هم‌شناسی فرهنگی ارجاع دارد؛ چراکه باید بهترین زمان و مکان شناخته شود تا تعارف رخ دهد.

زمان و مکان بخش اصلی الگوی ارتباطات میان فرهنگی در قرآن است، باید بهترین زمان و مکان شناخت مشخص شود تا تعارف به‌طور کامل عینیت یابد و حقیقت آن در این جهان رخ نماید و امکان تعارف اثبات گردد. افزون بر این، تا زمانی که انسان‌ها در بستر تاریخی و جغرافیایی واحدی قرار نگیرند قادر نیستند همدیگر را درک کرده و در معرفتی مشترک با یکدیگر سهیم شوند. توجه به زمان و مکان در تعارف، آن را به الگوی تعاملی و تراکنشی ارتباطات نزدیک می‌کند اما در تعارف این نکته نیز مورد توجه است که خود و دیگری هر دو باید «هجرت» کنند. باید زمان و مکان سومی وجود داشته باشد که خود و دیگری احساس تعلق به آن داشته و در پی بازگشت به آن باشند و آن زمینه‌ای خواهد بود که خود و دیگری به بهترین شناخت از همدیگر می‌رسند (غمامی و اسلامی‌تنها، ۱۳۹۸: ۱۸۰).

مؤلفان با توجه به تصریح برخی روایت به اینکه یکی از علل تشریع حج و طواف بیت، اجتماع مردم از شرق و غرب برای تعارف و هم‌شناسی با یکدیگر، انتفاع و بهره‌مندی از همدیگر است؛ با الهام از این آیین توحیدی - تعارفی دو کلیدواژه قرآنی «عرفه» و «عرفات» به‌معنای زمانه و زمینه شناخته شده و شایسته را در نظام اصطلاحی الگوی تعارف برای

پاسخ به پرسش‌های «چه‌گاه و چه‌جا؟» معرفی کرده‌اند. پیوند ریشه‌شناختی این کلمات با «تعارف» و توجه به بافت و سیاق اجتماعی‌اش تناسب آن را موجه‌تر می‌کند. تعارف تعامل بالعرف والمعرف مع الاختلاف است همان التواصل بالمعرف (کلام الطیب)، تعاون بالبر و التقواست، همان‌گونه که تناکر تعامل بالنکر و المنکر مع الاختلاف است همان التواصل بالمنکر (کلام الخبیث) و التعاون علی الاثم و العدوان است.

چرا؟	چه‌گاه؟	چه‌جا؟	چگونه؟	چه‌کس؟	چه‌چیز؟	*	
عرف، عرفان تعاون علی البر و التقوی ائتلاف طیبه	عرفات (محل المعروف)	عرفه (وقت المعروف)	تعریف، تعرف، اعتراف	بین الناس المختلفین فی الخلق و الجعل	معرفت، معروف (کلام الطیب)	تبادل	تعارف: التواصل بالمعرف
نکر و نکران تعاون علی اثم و العدوان اختلاف خبیثه	نکرات (محل المنکر)	نکره (وقت المنکر)	تنکیر، تنکر، انکار	بین الناس المختلفین فی الخلق و الجعل	نکره منکر (کلام الخبیث)	تبادل	تناکر: التواصل بالمنکر

نتیجه‌گیری: تعارف گذر از معنای هم‌شناسی طبیعی و اجتماعی به هم‌شناسی فرهنگی

ناقد محترم در نتیجه‌گیری مقاله خود اعلام می‌کند که مطرح کردن هم‌شناسی به‌عنوان راه اتحاد، با الگوهای گفت‌وگو محور غربی سازگار است نه با اندیشه اسلامی که ضمن ارج نهادن به گفت‌وگو، الگویی برتر ارائه داده و توحید و ولایت را تنها راه اتحاد می‌داند که گفت‌وگو را ثمربخش می‌کند. افزون بر پاسخی که در تمایز کنش‌های ولایی، دعوتی و تعارفی بیان شد. پاسخ دیگر آن است که بله امروزه الگوی غربی راه‌هایی از تفرقه، تنازع و تخالف را در زبان و امکان‌های هستی‌شناختی، معرفت‌شناختی و روش‌شناختی آن یعنی گفت‌وگو، جست‌وجو و نظریه‌پردازی می‌داند. اوج این نظریه‌پردازی در الگوی فرانسوی و آلمانی به روایت اشتروس و هابرماس قابل مشاهده است؛ اما قرآن کریم راه اتحاد را در امکان‌های وجودی، معرفتی و سلوکی آن می‌داند.

مؤلفان هم‌شناسی برخلاف نظر ناقد محترم معتقدند الگوی «من - تو - ما» شدنی ما ناقص است؛ چراکه آن «ما» را اگر مبتنی بر سوژکتیویسم و عقلانیت سوژه‌مدار، هرکس بر اساس میل خود و در فضای درونی خویش ترسیم کند مشروط به رعایت حوزه تعلقات و ممنوعیت‌های همدیگر باز امکان تعاون، همیاری و همکاری مشترک در راستای اهداف و منافع مشترک وجود دارد. همان‌گونه که در الگوی دورکیمی - اشتروسی، تعاون فرهنگی ترسیم شده است و اگر مبتنی بر اینترسوژکتیویسم و عقلانیت ارتباطی، کنشگران در فضای بین‌الذهانی، بر اساس کنش گفتاری به گفت‌وگو و کنش ارتباطی اقدام کرده و از داعیه‌های اعتباری همدیگر آگاه شوند امکان تفاهم یا توافق و ساخت زیست جهان «ما» و نظام اجتماعی مشترک وجود دارد، همان‌گونه که در نظریه کنش ارتباطی هابرماس نظریه پردازی شده است اما این زندگی توافقی محدود، مضیق به دار دنیا و بهشت این‌جهانی و در نتیجه بی‌سرانجام است. اما در الگوی اسلامی، ارتباطات با اضافه شدن خدا به ساحت رابطه انسانی که البته به تعبیر شهید صدر اضافه شدن عددی نیست، امکان تعارف و تعامل نیکو برای امر نیکو و رسیدن به عاقبت و سرانجام نیک دار دنیا فراهم می‌شود؛ چراکه کنشگران با تعلق و تخلق به اسمای حسنای علیم و خبیر به مثابه موجودات دانا و آگاه، از تنگنای سکولاریسم به فراخنای ولایت الهی و امانت‌پذیری رسیده و با بازشناسی ارزش‌های انسانی صدق، صحت، صداقت و حیا در تعاملات و کنش‌های ارتباطی همدیگر، به ائتلاف و آبادانی دنیا و بهشت الهی می‌رسند. غایت نزدیک تعارف الفت و ائتلاف است که چشاندن طعم سیری از گرسنگی و امنیت از هراس و ترس را فراهم کرده و زمینه لازم برای عبودیت گسترده حق و رسیدن به بهشت الهی را فراهم می‌کند، همان‌گونه که قریش با تعامل شایسته با حجاج بیت‌العتیق و سفرهای زمستانه و تابستانه خویش در ارتباطات میان فرهنگی خود به آن رسیده بودند و باید با عبادت «رب هذا البيت» آن را تکمیل می‌کردند.

تفسیر اجتهادی تعارف را نه «همشناسی طبیعی» و آشنایی با شناسنامه طبیعی، بدنی و نسبی (معنای مقبول ناقد و بسیاری مفسران گذشته دیگر) یعنی تبادل اطلاعات و معلومات ظاهری و تمایزیابی شناختی و اجتماعی، بلکه «همشناسی فرهنگی» و آشنایی با شایسته‌نامه فرهنگی، روحی و ادبی (معنای مقبول مؤلفان و بسیار از مفسران اجتهادی معاصر) یعنی یا تبادل بهترین دانش‌ها، شایسته‌ها و تشخیص‌یابی معرفتی و فرهنگی است.

مدلول اساسی تعارف یا هم‌شناسی فرهنگی آن است که «در جامعه مختلف انسانی، ارتباطات سالم و سلامت‌بخش جز با تبادل قول معروف و کلام طیب بین ارتباطگرانی که برخی گرامی‌تر از دیگری‌اند ممکن نیست و از این‌رو با تکیه بر این آموزه که رهاورد عقلانیت موسع اسلامی است، می‌توان گفت که ارتقای ارتباطات از سطح اطلاعاتی - معلوماتی به سطح معرفتی - معروفاتی و فراروی از «همشناسی طبیعی» به «همشناسی فرهنگی» نه‌تنها معنادار و ممکن بلکه معقول، موجه و ضروری است.

فهرست منابع

۱. اسلامی، سیدحسن (۱۳۸۹). «چگونه منتقدان را کله‌پا کنیم؟»، آیین پژوهش، ش ۱۲۲، ص ۱۲۱-۱۴۰.
۲. _____ (۱۳۹۰). «ده خطای اخلاقی در پاسخ به نقدها»، آیین پژوهش، ش ۱۲۹، ص ۲۴-۳۰.
۳. بهبهانی، وحید (۱۴۲۴ق). مصابیح الظلام فی شرح مفاتیح الشرائع، قم: مؤسسه علامه وحید بهبهانی.
۴. جانسون، لزی (۱۳۸۸). منتقدان فرهنگ از ماتیو آرنولد تا ریموند ویلیامز، ترجمه ضیا موحد، تهران: طرح نو.
۵. حسن الباش (۱۳۷۳ق). منهج التعارف الإنسانی فی الإسلام، طرابلس: جمعیه الدعوه الاسلامیه العالمیه.
۶. ذکاوته قراگزلو، علیرضا (۱۳۸۳). اسباب النزول، تهران: نشرنی.
۷. رازی، ابوالفتح حسین بن علی (۱۴۰۸ق). روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن، تدوین محمدجعفر یاحقی و محمدمهدی ناصح، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
۸. رجبی، محمود (۱۳۸۳). روش تفسیر قرآن، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۹. رحیم‌پور ازغدی، حسن (۱۳۷۶). «چرا نقد؟»، کتاب نقد، ش ۱۳۷، ص ۲۸-۲.
۱۰. زمخشری، محمود (۱۴۰۷ق). الکشاف عن حقائق غوامض التنزیل، بیروت: دار الکتاب العربی.
۱۱. سامر محمد عرار (۲۰۱۳م). الاختلاف والتعارف فی ضوء علم النفس المعاصر، دمشق: دار الفکر المعاصر للطباعة والنشر والتوزیع.
۱۲. صدر، سیدرضا (۱۳۸۸). تفسیر سورة حجرات، تدوین سیدباقر خسروشاهی، قم: بوستان کتاب.
۱۳. صدر، محمدباقر (۱۴۲۰ق). لا ضرر و لا ضرار. تدوین سیدکمال حیدری، قم: دار الصادقین.
۱۴. عبدالرحمن، طه (۲۰۰۵م). الحق الاسلامی فی الاختلاف الفکری. بیروت: المركز الثقافی العربی.
۱۵. _____ (۲۰۰۶م). روح الحداثه؛ مدخل الى الحداثه الاسلامیه، دار البیضا: مرکز الثقافی العربی.
۱۶. غمامی، سیدمحمدعلی و اصغر اسلامی‌تنها (۱۳۹۵). هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
۱۷. _____ (۱۳۹۸). هم‌شناسی فرهنگی؛ الگوی قرآنی ارتباطات میان‌فرهنگی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع) و پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۱۸. کری، جیمز (۱۳۷۶). ارتباطات و فرهنگ، ترجمه مریم داداشی، تهران: نقطه.
۱۹. محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۱). ارتباطات انسانی. تهران: سمت.
۲۰. المراغی، احمد بن مصطفی (۱۴۳۵ق). تفسیر المراغی، ج ۲۶، بیروت: دار الاحیاء التراث العربی.

۲۱. مطهری، مرتضی (۱۳۸۰). **مجموعه آثار**، ج ۲، ۱۴ و ۱۵، تهران: صدرا.
۲۲. معصومی همدانی، حسین (۱۳۸۱). «پاسخ دندان شکن»، نشر دانش، شماره ۳، ص ۹-۵.
۲۳. میلاد، زکی (۱۴۲۷ق). «تعارف الحضارات، فکرة و تطوراً و مصيراً» در: **تعارف الحضارات**، دمشق: دار الفكر.
۲۴. _____ (۱۴۲۷ق). «من حوار الحضارات الى تعارف الحضارات». در: **تعارف الحضارات**، دمشق: دار الفكر.
۲۵. هانی، ادريس (۱۴۲۷ق). «الحلقه المفقوده ما قبل تعارف الحضارات مازم الحداثه و بوس آلیه الثقاف»، در: **تعارف الحضارات**، دمشق: دار الفكر.
۲۶. یوسفزاده، حسن، علی اصغر اسلامی تنها و سید محمدعلی غمامی (۱۳۹۵). **درآمدی بر ارتباطات جمعی در اسلام**. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی.
27. Carey, James W. (2009). **Communication as culture: essays on media and society**. London: Routledge.
28. Floyd, Kory (2011). **Interpersonal communication**. LONDON: McGraw - Hill.
29. Hill, Anne , James Watson, Danny Rivers , and Joyce Mark (2007). **Key Themes in Interpersonal Communication**. London: Open University Press McGraw - Hill Education.
30. West, Richard , and Lynn H. Turner (2010). **Introducing Communication Theory Analysis and applidatio APPLICATION**. London: McGraw - Hill, 2010.
31. Wood, Julia T. (2011). **Communication mosaics**. 6th ed. Boston MA: Wadsworth Cengage Learning.

**Qur'anic theorization of communication with adherence to the rules of
ijtihad interpretation (Response to the criticism of the book Cultural
mutual familiarity; The Quranic Model of Intercultural Communication)**

Ali Asghar Eslami Tanha¹

Abstract

Certainly, critical discussion is necessary for the flourishing of knowledge and the reliability of scientific life. Admitting this fact, in this article, the author, while appreciating the book's criticism of cultural homogeneity; The Qur'anic model of intercultural communication, relying on the logical and analytical method, seeks to answer the criticisms raised .

The interpretation of Ta'arof as "cultural identification" has been carried out with full adherence to the rules of ijtihad interpretation. This interpretation of Ijtihadi is completely compatible with the thought of all Shia and Sunni commentators, the dignity of the revelation of the verse and explanatory narrations and contextual clues and other explanatory verses. Ta'arof is not only "natural identification" and familiarity with "natural, physical and relative identifiers", but also cultural identification and familiarity with "cultural, spiritual and moral identifiers" of communicators. That is, mutual recognition interprets and explains the best things thought and expressed.

Key words

Intercultural communication, Ta'arof, cultural mutual familiarity, method of ijtihad interpretation

1. Assistant Professor at the Department of Cultural Studies and Communication, Baqir al- Uloom University.

A Critical Study of the mimetic approach in explaining the evolution of culture based on Daniel Dennett's point of view.

Samad Dehnad¹

Yusuf Daneshwar²

Abstract

The defenders of the theory of Darwinian evolution believe that this theory is not exclusive to biology, but can also be used in other areas such as culture.

There are several approaches to explain the evolution of culture. Among these approaches, we can mention the memetic approach. This theory, which was originally presented by Richard Dawkins, seeks to compare evolution at the cultural level with biological evolution.

The defenders of this approach claim that just as in biological evolution there are genes that copy themselves and explain why living organisms are similar to their parents, in culture, if it is to evolve, it is necessary to find some kind of It to have a cultural equivalent that explains cultural inheritance. Dawkins assigned this role to memes by coining the word meme, which is equivalent to gene.

After Dawkins, some people took this theory seriously, and Daniel Dennett can be mentioned as the most important of them. In several books, especially his latest book, "From Bacteria to Bach and back", Dennett explained the memes in detail. He has also tried to collect and answer critics' criticisms of memes. Here we want to examine the memetic approach based on Dennett's point of view. After the definition of culture and the reason why memetic is raised, the discussion of memes from Dennett's point of view is discussed. Then we will look at memetic criticisms and Dennett's response to these criticisms. And at the end Denntt's answers will be examined.

Key words

Evolution, cultural evolution, memetic, culture, Daniel Dennett.

1. Samad Dehnad, Ph.D. Department of Islamic Theology, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran

2. Yousef Daneshvar Niloo, Assistant Professor, Department of Philosophy of Religion and Theology, Imam Khomeini Educational and Research Institute, Qom, Iran

cultural aid; A model for facing social harms

Mehdi Moulai Arani¹

Seyyed Mohammad Kazemi Ghafarakhi²

Abstract

Social harms are among the issues that, although they are not born in the new era, but the conditions of the modern era have caused the spread of these harms. In addition to the conditions of the new era, moving away from traditional and local capacities and actions in accordance with the requirements of each region has caused the social harms to become more complex in recent years. This article seeks to present the concept of "cultural aid" as one of the coping strategies to prevent and prevent the spread of social harms by relying on Iranian Islamic tradition and using human capacities and cultural and religious infrastructure. Based on this, in this article, by using the library method and interview in the capacity of data collection and thematic analysis method in the capacity of data analysis, an attempt has been made to explain the concept of "cultural aid". In order to explain this concept, firstly, the types of combinations of adjectives and adverbs and the identity of verbs and subjects are discussed, and then, the four components of "identity", "religiousness and spirituality", "coexistence" and "organization and networking" as the main dimensions of this concept. It is presented and its points of distinction with similar concepts such as social work are pointed out.

Key words

Cultural aid, social injuries, social work, identity, spirituality and ethics.

1. staff of the Research Institute of Islamic Sciences and Culture, movlaeiarani@gmail.com (corresponding author)

2. member of the scientific board of the Research Institute of Islamic Sciences and Culture, kazemigh@gmail.com.

Capacities, Opportunities and Damages of Propagation Role of Clerics in Contemporary Iran

Hosein Bostan (Najafi)¹

Abstract

One of the most important religious duties of Islamic clerics is to preach the religion. In this article, based on the prescriptive point of view of Islam, I have addressed this task, and with the inspiration of the "swot" method, I have attempted to analyze the capacities, opportunities, obstacles, and shortcomings of the contemporary Iranian clergymen with regard to performing the mentioned function in terms of its impact on people's religiosity. The findings show, on the one hand, capacities such as the connection of clerics to the unique sources of Quranic and Ahl-al-Bayt knowledge, genuine Shiite mysticism, the attractiveness of Imam Hussein's movement, and their benefit from an acceptable level of communication ethics and valuable structural opportunities such as governmental support and the development of communication tools and methods that clerics has achieved in recent years have increased the impact of preaching on religiosity. On the other hand, obstacles such as the activities of institutions and media which are incompatible with clerics orientation, the relative decrease in interest, trust and respect of the clergymen and their functional shortcomings regarding the preaching itself, its content, its tools and the level of knowledge, morality and skills of the missionaries and their motivations and behaviors can be seen, which have been effective in the decline of the level of religiosity in the society.

Key words

clerics, religion, propagation of religion, decline of religiosity

1. Associate Professor, Hawzah and University Research Center.

Cultural policy making: Tools and methods of cultural policy in legal documents and official policies of the Islamic Republic of Iran

Sina Kalhor¹

Abstract

Considering the cultural entity of the Islamic Revolution, the Islamic Republic of Iran has consistently made attempts to modify the community cultural developments in a conscious and intentional way. The attempts have been conducted through various tools. To uncover the policy tools as well as cultural changes in the Islamic Republic over the recent four decades, discrete perspectives and approaches can be applied. This paper presents a study that provides the theoretical framework of socialization and the qualitative content analysis of legal documents to discover the main tools and approaches in the field of culture.

The findings demonstrate that the Islamic Republic at the macro level uses four diverse tools simultaneously to develop the community culture policies: institutionalization, discourse generation, legislation and financial support. The major approach of cultural change is the three dimensional type whose principal pillar is the obvious and direct change through legal intervention. The approach is based on the trinity of warning, encouragement and incentive what rooted in the motives of fear, seeking awareness and aesthetic liking; it looks for making cultural reforms true in direct and open way. In conclusion, considering four areas of institutionalization, discourse generation, legislation and financial support, it seems that the hard culturalization model is preferred to the smart culturalization one.

Keywords

Culture, Change, Law, Tool, Approach

1. Scientific member of parliament research center

Modernization of the way of Sira of the infallibles

Nasser Rafiei ¹

Abstract

The tradition and Sira of the Messenger of God (pbuh) and the infallible imams (peace be upon them), including their speech, behavior and statement, are the second source of receiving religious knowledge, along with the Qur'an and revelation, and it is a proof. According to the authentic hadith of Saqlain, the Holy Prophet of Islam introduced the Qur'an and Etrat as two weights to guide the society. A major part of their life is transtemporal and trans-spatial and is not dedicated to a specific era, although some parts of their lives are specific and are affected by the conditions governing the time of Masoom's presence. Examining the Sira and lifestyle of the infallibles and extracting the principles governing their lives in order to modernize and model them will be effective in different aspects of our lives today. The present research, while distinguishing between the comprehensive and accessible Sira and way of life, and the specific way of life based on the spiritual authorities of the infallibles such as Esmat, expresses the most important principles governing the lifestyle of the infallibles and the bases of this thought.

Key words:

modernization, Sira, lifestyle, infallibles, modeling

1. Associate Professor of the Department of Shia Studies at Al-Mustafa International University

Trans-audience: Audience transformation in the post-TV era and the challenges for media policy

Shahab Esfandiary¹ Seyyed Emad Hosseini² Sana Shayan³

Abstract

The term “Post-TV” implies the ending of an era in which watching TV and participation in its production were exclusive. Since the processes of video production and distribution have been democratized and Internet-based TV streaming has increased, TV audiences are not restricted to one device anymore and by accessing high speed internet, they can watch their favorite serials and TV programs and can even participate in its production, regardless of where they are. Broadcast television, including commercial, state and public institutions, have lost their exclusive position and have to strive for survival in the post-TV era in which ordinary people, equipped with camera and high speed internet can get involved in local, regional and global debates. Participation-oriented TV channels are new media fields in which audiences are more aware of their position and have the opportunity to be content creators and distributor at the same time. In this situation, “trans-audience” is considered not as mere consumer but as an activist. “trans-audience” implies an audience that is producer, distributor and consumer of media content at the same time. This essay examines the theories of television comparatively and analytically through thematic analysis and secondary qualitative analysis methods, and puts forward four categories about the transformation of TV audiences in the Post-TV era. It emphasizes that without considering the awareness, accessibility and abilities of “trans-audiences”, any kind of media policy-making would not fulfill its objectives. In such a circumstance, inspite of Internet plagiarism and given the decaying relation of audience and traditional TV, “trans-audiences” have been empowered by accessing new methods of producing and distributing videos via mobile phones as well as other activities associated with online viewing experiences.

Keywords

TV studies, post-TV, trans-audience, internet, media policy making.

-
1. Associate Professor, Faculty of Cinema and Theater, University of Art, Tehran, Iran.
 2. Assistant Professor, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran.
 3. MSc in Social Communication Science, Allameh Tabataba'i University, Thehran, Iran

A structural view of religion from the perspective of the Qur'an and Shia hadiths

Karim Khan Mohammadi¹

Abstract

Partisanship and armored studies in all areas, especially in religious studies, lead to reductionism and reduction of the comprehensive phenomenon to incomprehensible parts. Structural view is important in religious studies because of considering the phenomenon as a system, holism, consideration of all elements, attention to functions, ranking of elements, discovery of hidden structures, providing grounds for criticism and pathology. Therefore, the author has explored the structure of religion from the perspective of verses and hadiths by using the method of thematic interpretation. The results of the research show: In Shiite literature, the set of elements of religion is explained by the metaphor of "tree" which, like "root", "trunk" and "fruit" is divided into three parts: "principles", "branches" and "fruit". It becomes. Despite the functional necessity of all elements, beliefs as a "word of monotheism" are a constant part of religion. Religious rites and rituals that have an organic and intermediate status are the light of religion. Finally, the avoidance of perversions and prohibitions is the fruit of religion. Therefore, the correct religion, which is introduced with the "good lineage", must be known from its fruits. Whenever the number of injuries and injuries is high in the communities, it indicates that there is a problem at the root or means. To correct things, roots or beliefs must be corrected. Focusing on the layers of capability and ritualism is one of the scourges of cultural policy-making.

3

Keywords

Quran, hadiths, structuralism, system, religion, thematic interpretation

1. Associate Professor, Department of Cultural Studies and Communication, Baqir al-Olum University.

[illegible]

Karim Khan Mohammadi / 3

Shahab Esfandiary - Seyyed Emad Hosseini - Sana Shayan / 4

Nasser Rafiei / 5

Sina Kalhor / 6

Hosein Bostan / 7

Mehdi Moulai Arani - Seyyed Mohammad Kazemi Ghafarakhi / 8

Samad Dehnad - Yusuf Daneshwar / 9

Ali Asghar Eslami Tanha / 10

A horizontal row of 30 diamond-shaped symbols.

Scientific - Research Journal

Religion and Cultural Policy

Fall & Winter 2022 (1401 AH), VOL.9, NO.19

License Holder

The Seminary Specialty Council of the SCCR

Managing Director

Hamid Parsania

Editor-in-Chief

Sayyed Mohammad Hossein Hashemian

Executive Director

Seyyed Mohammad Ali Ghamami

Expert

Seyyed Saeid Tootian

Policy Making Council

Hamid Parsania, Seyyed Mohammad Kazemeini,

Seyyed Mohammad Hossein Hashemian, Mohsen

Labkhandagh

Publisher

The Seminary Specialty Council of the SCCR

Editorial Board (in alphabetical order):

Nasrollah Aghajani

Hassan Aghanazari Shahrودي

Ali Reza A'rafi

Abdolkarim Bahjatpour

Hassan Kheiri

Hassan Dana'ifar

Hussein Souzanchi

Ali Abbasi

Mohammad Fathalikhani

Seyyed Mohammad Hossein Hashemian

Website: <http://jrmp.ir>

Tel: +98 25 32933698

Fax: +98 25 32939027

Address: Iran, Qom, Shahid Sadouqi St., Ferdowsi Blvd. , 22 Alley, 48