



دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات
سال سی و سوم، شماره اول (پیاپی ۶۹)، بهار و تابستان ۱۴۰۵
صاحب امتیاز: دانشگاه امام صادق علیه السلام
مدیر مسئول: محمدرضا روحانی
سرمدیر: ناصر باهنر
مدیر داخلی: مریم شهرابی فراهانی

اعضای هیئت تحریریه (به ترتیب رتبه و الفبا)

ناصر باهنر استاد (تخصص: معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات) دانشگاه امام صادق علیه السلام
حسن بشیر استاد (تخصص: ارتباطات بین الملل) دانشگاه امام صادق علیه السلام
سید حسن حسینی سروری استاد (تخصص: الهیات - فلسفه و کلام) دانشگاه صنعتی شریف
محسن خندان (الویری) استاد (تخصص: تاریخ و تمدن - خارج فقه و اصول) دانشگاه باقر العلوم علیه السلام
سعیدرضا عاملی استاد (تخصص: ارتباطات و جامعه‌شناسی) دانشگاه تهران
مهدی محسینیان‌راد استاد (تخصص: ارتباطات و جامعه‌شناسی) دانشگاه امام صادق علیه السلام
محمدهادی همایون استاد (تخصص: معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات) دانشگاه امام صادق علیه السلام
محمود تقی‌زاده داوری دانشیار (تخصص: جامعه‌شناسی دین) دانشگاه قم
مسعود کوثری دانشیار (تخصص: ارتباطات و جامعه‌شناسی) دانشگاه تهران

بر اساس مجوز شماره ۳/۱۶۵۹۵۳ مورخ ۱۳۹۲/۰۸/۱۴ وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دوفصلنامه «دین و ارتباطات» از شماره ۳۹ (بهار و تابستان ۱۳۹۰) دارای درجه علمی - پژوهشی است. نشریه از شماره ۱ الی ۲۹ با عنوان «فصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام» و از شماره ۳۰ الی ۳۳ با عنوان «نامه صادقی» منتشر شده است.

مقالات نشریه در پایگاه‌های ذیل نمایه می‌شود:

پایگاه استادی علوم جهان اسلام: <https://www.isc.gov.ir>
پایگاه دوآج: <https://www.doaj.org>
پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی: <https://www.sid.ir>
پایگاه اطلاعات نشریات کشور: <https://www.magiran.ir>
پایگاه مجلات تخصصی نور: <https://www.noormags.com>
پایگاه مرجع دانش: <https://www.civilica.com>

صفحه آرای: رضا عبداللہی بجندی - ویراستاری: رضا دبیا

مقالات این نشریه لزوماً بیان‌کننده دیدگاه دانشگاه نیست.

نقل مطالب تنها با ذکر کامل مأخذ مجاز است.

۴۲۸ صفحه / ۲۵۰۰۰۰ ریال / چاپخانه: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام

نشانی: ایران، تهران، بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، دانشگاه امام صادق علیه السلام، صندوق پستی ۱۴۶۵۵-۱۵۹

مدیریت امور فنی و چاپ: معاونت پژوهش و فناوری، تلفکس: ۸۸۰۹۴۹۱۵ (۰۲۱)

مدیریت امور علمی و تحریریه: دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، تلفکس: ۸۸۰۹۴۹۱۳ (۰۲۱)

نشانی وبگاه: <http://www.rc.isu.ac.ir>

Email (2): din.ertebatat@gmail.com

Email (1): rc@isu.ac.ir

فهرست مقاله‌ها

- **فرا ترکیب مطالعات انتقادی ناظر به رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تحلیل داده‌بنیاد** ۱
مریم رازانی*؛ محمد هادی همایون و محمد صادق نصراللهی
- **بسط مفهومی تدلیس فقهی و کاربرست آن در تبلیغات تجاری با تکیه بر نظریه‌های رسانه** ۴۵
فرزین مرسلی*؛ سید علی حسینی و محمدرضا برزویی
- **رتوریک جهاد در نهج البلاغه: نقد نوآرسطویی خطبه‌های جنگی امام علی (علیه السلام)** ۷۷
کریم خان محمدی*؛ علی اصغر اسلامی تنها و محمد رضاییگی
- **تحلیل بلاغی گفتمان اقتاعی در نامه‌های نهج البلاغه بر پایه عناصر اعتبار گوینده (ایتوس)، برانگیزش عاطفی (پاتوس) و استدلال عقلانی (لوگوس)** ۱۱۱
مریم فرزادی‌نیا؛ سبحان کاوسی* و محمد غفوری‌فر
- **بررسی مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و تطبیق آن با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی** ۱۳۹
نازیلا خطیب زنجانی
- **تحلیل بازی‌های رایانه‌ای داستان‌محور مبتنی بر الگوی روایی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر (مطالعه موردی: بازی خدای جنگ: رگناروک، فرزندان مورتا و سفیر عشق)** ۱۷۳
سید رحیم هاشمی کروئی* و میثم فرخی
- **نقش مهارت‌های زندگی در گرایش به اعمال دینی نوجوانان: با تأکید بر مهارت ارتباطی و تفکر انتقادی** ۲۱۳
زاهده رحمانیان* و اباذر کافی موسوی
- **عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجومعلم در برنامه‌های مذهبی (مورد مطالعه دانشجومعلم دختر پردیس بنت‌الهدی صدر رشت)** ۲۴۳
صونیا زارع بازقلعه
- **طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر سواد رسانه‌ای و دلالت‌های آن برای آموزش و پرورش در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی** ۲۷۵
علی جعفری
- **شناسایی و تحلیل سبک‌های ارتباطی معلم - والدین در مدارس ابتدایی: مطالعه کیفی** ۳۰۷
محمد علی پور* و محسن آبتی
- **فرا ترکیب پژوهش‌های انجام‌شده پیرامون جنبش‌های نوپدید دینی** ۳۳۹
کیومرث مولادوست*؛ مصطفی اکبریان و محمدرضا رضالو
- **الگوی جذب دینی مشارکت‌محور دختران جوان در گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان (مطالعه کیفی)** ۳۷۷
مریم اختریان* و احمد کوهی



doi: 10.30497/rc.2025.247356.2081



OPEN ACCESS

Received: 2024/12/01

Accepted: 2025/04/23

Tasynthesis of critical studies of social media based on data-driven analysis

Maryam Razani* Mohammad Hadi Homayoun** Mohammadsadegh Nasrollahi***

Abstract

Although social media has become an inseparable part of human life today, a serious question arises as to whether this pervasive phenomenon is culturally neutral or directional? The answer to this question is important because domestic social media is adapted in terms of architecture and design logic, and it is natural that, assuming the cultural directionality of foreign examples, it is reproducing the Western value system. The aim of this article is to explore the perspective of Western scholars on the cultural directionality of social media, and in this regard, the question arises as to what cultural aspects of existing social media are harmful from the perspective of Western scholars and how are they formed? To answer this question, a meta-synthesis approach has been put on the agenda, and by using the method of collecting text mining and the purposeful selection of scientific texts and the skill of the data-based analysis method, the central category has been reached: "values, norms, and self-centered needs" as the most important cultural and value aspect. In this regard, the "neoliberal foundation" and "imperialism" were found to be the most important causal conditions of this central category, as well as the most important background conditions of "hybrid warfare" and "super surveillance security commercial apparatus" and the most important intervening conditions were "user ignorance" and "myth of inevitability". The interaction between users and the mechanism of social media with important categories such as "algorithmic governance", "mind-distorting methods" and "virtual exploitation" were extracted from the studied texts. And finally, consequences such as "destruction of civil participation", "plural gatherings", "mental harm" and "cost of popularity" were obtained.

Keywords: Social media, social media pathology, social media critique, virtual culture, virtual lifestyle.

* Student of ImamSadiq University, Tehran, Iran (Corresponding author).

M.razani@isu.ac.ir

0009-0006-8461-5580

** Full Professor at Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

homayoun@isu.ac.ir

0009-0006-7535-4817

*** Associate Professor, Faculty of Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

m.nasrollahi@isu.ac.ir

0000-0002-7486-0121

فرا ترکیب مطالعات انتقادی ناظر به رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر تحلیل داده‌بنیاد^۱

مریم رازانی* محمدهادی همایون** محمدصادق نصراللهی***

چکیده

اگرچه رسانه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی بشر امروز بدل شده؛ اما این پرسش جدی مطرح است که این پدیده فراگیر، از حیث فرهنگی خنثی است یا جهت‌دار؟ پاسخ به این پرسش از آن جهت اهمیت دارد که رسانه‌های اجتماعی داخلی، از حیث معماری و منطق طراحی اقتباسی بوده و طبیعی است که در فرض سویگی فرهنگی نمونه‌های خارجی، در حال بازتولید نظام ارزشی غرب است. مسئله این مقاله آن است منظرگاه اندیشمندان غربی به فرهنگ‌سویگی رسانه‌های اجتماعی را مورد کنکاش قرار دهد و در همین راستا این پرسش مطرح است که رسانه‌های اجتماعی موجود از منظر اندیشمندان غربی چه سویه‌های فرهنگی آسیب‌زایی دارند و چگونه صورت‌بندی می‌شوند؟ برای پاسخ به این پرسش، رهیافت روشی فرا ترکیب در دستور کار قرار گرفته است و با استفاده از روش جمع‌آوری متن‌کاوی و انتخاب هدفمند متون علمی و با بهره‌مندی از روش تحلیل داده‌بنیاد به مقوله محوری: «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودم‌محورانه» به‌عنوان اصلی‌ترین سویه فرهنگی و ارزشی رسیده است. در این راستا «مبنای نولیبرالیستی» و «امپریالیسم» به‌عنوان مهم‌ترین شرایط علی این مقوله محوری یافت شده و همچنین اهم شرایط زمینه «جنگ ترکیبی» و «آبر دستگاه تجارتي امنیتی نظارت» و اهم شرایط مداخله‌گر «ناآگاهی کاربران» و «اسطوره اجتناب‌ناپذیری» بوده است. کنش واکنش متقابل مابین کاربران و سازوکار رسانه‌های اجتماعی با مقوله‌های مهمی چون «حکمرانی الگوریتمی»، «روش‌های انحراف اذهان» و «استثمار مجازی» از متون مورد مطالعه استخراج شده است و در نهایت پیامدهایی چون «نابودی مشارکت مدنی»، «جمع‌های متکثر»، «آسیب‌های روحی» و «هزینه محبوبیت» به‌دست آمده است.

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، آسیب‌شناسی رسانه‌های اجتماعی، نقد شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ مجازی، سبک زندگی مجازی.

۱. این مقاله مستخرج از رساله دکتری مریم رازانی است.

* دانشجوی دکتری دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

M.razani@isu.ac.ir

0009-0006-8461-5580

** استاد تمام دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران.

homayoun@isu.ac.ir

0009-0006-7535-4817

*** دانشیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام، تهران، ایران.

m.nasrollahi@isu.ac.ir

0000-0002-7486-0121

مقدمه

هر روز که می‌گذرد وابستگی انسان به تلفن همراه و ارتباطات مجازی بر پایه آن بیشتر شده و همچون جزئی از وجود وی گشته است تا جایی که امروزه برای برخی ترک آن حتی برای چند ساعت غیرممکن یا عذاب‌آور است. نیاز به همواره برخط بودن کاربران هم از طرف جامعه مجازی مانند محیط کار یا دوستان و هم به دلیل وابستگی درونی خود فرد موجب می‌شود زمان زیادی از شبانه‌روز را در رسانه‌های اجتماعی سپری نمایند (تورکل^۲، ۱۴۰۲، صص. ۲۱-۵۹۹). بسیاری از فضاهای حقیقی و خدمات، به‌خصوص پس از بحران همه‌گیری کرونا، به فضای مجازی منتقل شده یا لاقط نظیری در این فضا اختیار نموده‌اند. بسیاری از خدمات شهری همچون تاکسی‌رانی و فروشگاه‌ها نیز وابسته به رسانه‌های اجتماعی شده‌اند. همچنین خدمات دولت الکترونیک با مزایایی چون شفافیت و عدالت، در بستر رسانه‌های اجتماعی نیز بسیار فعال می‌تواند باشد و ارتباط مردم و مسئولان را تسهیل نماید.

از طرفی انواع تهدید و آسیب‌های موجود در این فضا هر روز بیشتر از گذشته مشهود می‌شود. نگرانی‌های روزافزون کشورهای مختلف جهان نسبت به رسانه‌های اجتماعی موجب اعمال قوانین محدودکننده متعدد در زمینه استفاده کاربران در محدوده‌های سنی مختلف از این رسانه‌ها شده است؛ برای نمونه در آلمان قانونی برای جریمه ۵۰ یورویی رسانه‌های اجتماعی متخلف که اخبار جعلی یا نفرت‌برانگیز و غیرقانونی را گسترش داده و حذف نکنند، وضع شده است. در ایالات متحده نیز قانونی برای حذف روبات‌ها و حساب‌های جعلی در تبلیغات انتخاباتی وضع شده، و در برزیل هرگونه پروپاگاندای رایانه‌ای در انتخابات منع قانونی شده و کنگره «لایحه ضدجاسوسی» را طراحی نموده که در آن کاربران ملزم باشند با کد شناسایی ملی و سایر اطلاعات فردی در رسانه‌های اجتماعی عضو شوند (سی وولی و هاوارد^۳، ۱۴۰۰، صص. ۲۲۱-۳۱۰). منابع مکتوب و پژوهش‌های بسیاری نیز بر روی آسیب‌های رسانه‌های اجتماعی برای کاربران در حیطه‌های مختلف انجام شده است؛ اما فقدان

2. Thorkell

3. C. Woolley & Howard

وجود دیدی جامع در این زمینه که به‌وضوح موارد متعدد انتقادات وارد شده را طبقه‌بندی و بیان نموده باشد، همچنان حس می‌شود. از طرفی جامعه ایران همواره در اعمال حکمرانی بر فضای مجازی منجمله رسانه‌های اجتماعی رویه تقلیدی پی گرفته و نیاز است تا جهت سوق‌دهی جامعه به‌منظور اعمال سیاست‌گذاری مناسب در این زمینه از نظرگاه خود مراجع غربی به بیان انتقادات پرداخته شود. بدین‌منظور این پژوهش در پی بیان سویه‌های انتقادی به رسانه‌های اجتماعی از دید منتقدان غربی بوده و پاسخ این پرسش را دنبال می‌کند که چه آسیب‌های ارزشی - فرهنگی و اجتماعی در استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای کاربران و اجتماع ایجاد می‌شود؟

۱. پیشینه پژوهش

آثار متعددی به‌خصوص در غرب با وجود آنکه خود منبع طراحی و مدیریت رسانه‌های اجتماعی معروف جهانی است، به نقد رسانه‌های اجتماعی و بیان آسیب‌های آن‌ها پرداخته‌اند؛ اما این پژوهش در جمع‌بندی از آثار انتقادی موجود که نوعاً تنها از یک یا چند دید محدود تهدیدهای استفاده از این فضا را مطالعه نموده‌اند، با کمک تحلیل داده‌بنیاد صورت‌بندی جامعی از منظرهای انتقادی به رسانه‌های اجتماعی را تبیین نموده است که نیاز به آن برای طراحی راه‌حل رفع این مشکلات بسیار ضروری می‌باشد.

منابع بیان‌شده در جدول ۱ مواردی از این آثار دارای رویکرد انتقادی می‌باشند که در این پژوهش مطالعه شده‌اند؛ اما جامعه بزرگ‌تری از این آثار وجود داشته که این‌ها نمونه‌ای هدفمند از آن بوده‌اند و در ادامه نیز برخی دیگر از این آثار تنها برای نمونه در حیطه‌های مختلف موضوعی بیان می‌شود. در حیطه کلی فرهنگ و هویت؛ کاواکی^۴ و کریپلین^۵ (۲۰۱۶) در مقاله «زیست دینی در بدن مُدپذیر شده: ساخت هویت برخط شخصیت‌های محجبه شبکه‌های اجتماعی»، به بازنمایی حجاب زنان مسلمان در فضای رسانه‌های اجتماعی و پیدایش چهره‌ها و سلبریتی‌های محجبه که مذاکره هویت دینی خود با فضای رسانه را به نمایش می‌گذارند مطالعه نموده و از این رهگذر به کمک ترکیب مطالعه موردی و مردم‌نگاری مجازی رابطه بین رسانه‌های نوین، ایمان و

4. Kavakci

5. Kreaplin

چندپارگی هویت برخط را تحلیل نموده است.

در حیطه روان‌شناسی؛ کیروان^۶ و همکاران (۲۰۲۴) در کتاب «مقدمه‌ای بر روان‌شناسی فضای مجازی»، ضمن معرفی احساسات کاربران در تعامل با فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی به آسیب‌های روان‌شناختی وارد شده به کاربران در اثر استفاده از این فضا مانند اعتیاد و مورد سوءاستفاده مجازی قرارگرفتن پرداخته است.

آتریل^۷ و همکاران (۲۰۱۹) نیز مجموعه دستورالعمل‌هایی را در انتشارات دانشگاه آکسفورد در زمینه روان‌شناسی فضای مجازی منتشر نموده‌اند؛ اما در حیطه حقوقی؛ السان^۸ (۱۴۰۲) در کتاب «حقوق فضای مجازی» به مطالعه حقوقی این فضا پرداخته که از این رهگذر چالش‌های حقوقی و جرایم موجود در این فضا را بیان نموده است.

در حیطه اجتماعی و سیاسی؛ کوزنتینو^۹ (۱۴۰۲) در کتاب «رسانه‌های اجتماعی و نظم جهانی پساحقیقت» به ساختار و بسترهای دروغ‌پردازی در رسانه‌های اجتماعی و اثرهای آن در تحولات نقاط مختلفی از جهان می‌پردازد.

استیپینسکا^{۱۰} (۱۴۰۲) نیز در رویکردی مشابه اما متمایل به مباحث سبک زندگی و فرهنگ با کتاب «رسانه‌های اجتماعی، حقیقت و خومراقبتی» به مباحثی چون روش‌های مختلف دروغ‌پردازی و ساخت جریانات جعلی رسانه‌ای در این فضا تا بحث اینفلوئنسرها و تأثیر آن‌ها بر این امر و نیز تأثیرات زندگی در دنیای شبیه‌سازی می‌پردازد.

اما آلباران^{۱۱} (۱۴۰۱)، در حیطه اقتصادی با اثر «صنایع رسانه‌های اجتماعی» به بُعد اقتصادی رسانه‌های اجتماعی و همچنین تأثیر آن بر مسائلی چون حریم خصوصی پرداخته است.

درمجموع می‌توان گفت در هر حیطه علمی انتقاداتی به رسانه‌های اجتماعی مطرح شده که چالش‌های عمیق کاربران در استفاده از این رسانه‌ها را مشخص می‌نماید و پژوهش حاضر تلاش نموده تا دیدی جامع به انتقادات وارده به فضای مجازی داشته و

6. Kirwan, Grainne
 7. Attrill-Smith, Alison
 8. Ulsan
 9. Cosentino
 10. Stipinska
 11. Albaran

حیطه‌های مختلف را هم‌زمان مورد مطالعه و جمع‌بندی قرار دهد تا بتواند صورت‌بندی جامعی را به‌صورت مدون و نظام‌یافته جهت انجام پژوهش‌های آتی در راستای سیاست‌گذاری اصلاحی در این زمینه ارائه دهد.

۲. ادبیات نظری

ادبیات انتقادی پیرامون رسانه‌های اجتماعی با وجود متأخر بودن آن بسیار گسترش یافته و در علوم انسانی مختلف مانند فلسفه، روان‌شناسی، حقوق، علوم اجتماعی و فرهنگ گسترش نظری یافته است؛ اما ریشه‌های آن همان مباحث انتقادی پیرامون فرهنگ و ارتباطات می‌باشد.

۲-۱. فردگرایی، هویت و نمایش

هویت اجتماعی افراد در دوره کنونی تحت تأثیر رسانه‌ها شکل می‌گیرد، چراکه سلاقی و عادات فرهنگی و مصرفی آن‌ها را شکل می‌دهد. با رشد شهرنشینی در قرون اخیر هویت‌یابی افراد در جامعه با نوعی «دلزدگی» از روابط جمعی و جستجوی «فردیت» در تمایز جایگاه «منزلت» و نوعی جلب توجه با نمایش برتری خود شکل یافته است (باکاک^{۱۲}، ۱۳۹۳، صص. ۱۷۵-۱۷۹).

مشابه سیاهان عکاس طبقه بورژوا در قرن ۱۸ انگلستان که فردیت خود را در «هویت متمایز» به‌دست‌آمده با «کالاسازی» و مصرف فرهنگی معرف منزلت و طبقه اجتماعی کسب می‌نمودند، امروزه نیز بر مبنای همان رویکرد اما این‌بار با انفجار ایماژها و تصاویر، جمعیت بزرگی از جوانان آمریکایی اکثر زمان خود را به «خلق و جذب محتوای بصری» می‌پردازند (پنی^{۱۳}، ۱۳۹۹). درواقع فرایند هویت‌یابی در دنیای پست‌مدرن بریده از ساختارها و طبقه‌بندی‌های سنت و اشباع‌شده از ایماژها چهره‌ای متغیر و زودگذر به‌خود گرفته است تا جایی که شیلر^{۱۴} معتقد است، «فرد امروزی چهره پست‌مدرنی از خود به نمایش می‌گذارد که هویت‌های چندگانه آن به یک شخصیت نمایش مبدل می‌شود» (بنت^{۱۵}، ۱۳۹۱).

12. Bacak

13. Penny

14. Schiller

15. Bennett

ریشه این بحث را می‌توان در مفهوم «جامعه نمایش» دبور^{۱۶} یافت که در آن انباشتی از نمایش همه‌چیز موجب ارزش‌یابی هر امری با نمایش آن شده است. گافمن^{۱۷} نیز در چنین جامعه‌ای افراد را بر روی صحنه نمایش متناسب با موقعیت و مخاطبان متفاوت بیان می‌کند. نقش‌هایی که با تکرار در جامعه آیینی شده و با بازتکرار در رسانه‌ها «حاد آیینی» می‌شوند (مهدی زاده، ۱۳۸۹، صص. ۱۱۷-۱۲۱). برخلاف سرمایه‌داری نخستین که هویت افراد با داشته‌هایشان معنی می‌یافت، در جامعه نمایش که با «انباشت محصولات اقتصادی» همراه بود، هویت افراد با «نمایش دادن» معنی یافت و امروزه در بستر نولیبرالیزم و به کمک رسانه‌های اجتماعی ایماژمحور، ارزش‌های جامعه و فرهنگ آن حول محور نمایش بازتعریف شده است (علی محمدی، ۱۴۰۰، صص. ۴۳-۴۴).

۲-۲. شهرت و برندسازی از خود؛ فردگرایی نوین

«فرهنگ شهرت» که از روزهای انتهای دهه ۱۳۸۰ و ابتدای دهه ۱۳۹۰ جایگاه ویژه‌ای در زندگی اجتماعی یافته بود به کمک برجسته‌نمودن و تبلیغ یا ایجاد نفرت از شخصیت‌های مشهور در «رسانه‌های جهانی»، قرن ۲۱ را فرا گرفت. تا پیش از دهه ۱۳۹۰ شخصیت‌های برجسته به دلیل توانایی‌های خاصشان شهرت می‌یافتند؛ اما در دهه‌های بعد رسانه‌ها به کمک «چهره‌سازی» افراد را تنها به دلیل «درگیری رسانه‌ای» که موفق به ایجاد آن شده بودند، به شهرت و ستاره‌شدن رساندند، ستاره‌هایی افول‌پذیر، افراد معمولی‌ای که به کمک رسانه‌ها دیده شده و سپس بیش‌تر دیده می‌شوند تا جایی که رفتارهای هنجارشکنانه آن‌ها نیز پلی برای شهرت بیش‌ترشان می‌گردد. در نهایت همه زندگی و شخصیتشان به کالایی برای دیده‌شدن و درواقع فروش یا سودآوری تبدیل می‌شود (کشمور^{۱۸}، ۱۳۹۵، صص. ۴-۲۰).

رسانه‌های اجتماعی این فرهنگ را تشدید نمودند. به شکلی که امروزه تنها ستاره‌های مطرح شده در رسانه‌های جهانی امید شهرت یافتن نداشته بلکه همه افراد عادی جامعه می‌توانند با اشتراک‌گذاری خود، به چهره‌ای مشهور تبدیل شوند. ترنر

16. Deborah

17. Goffman

18. Cashmore

عنوان «چرخش مردمی» را برای فرایند «تبدیل مردم عادی به سلبریتی» برگزیده است. در سرمایه‌داری نولیبرال هریک از صاحبان حرفه‌ها و حتی افراد عادی می‌خواهند از خود سلبریتی و درواقع «برند» بسازند. به مدد رسانه‌های اجتماعی افراد همه زندگی روزمره خود را به استخدام درمی‌آورند تا از بدن و هویت خود سرمایه اجتماعی کسب نموده، به کمک آن، به سرمایه اقتصادی دست یابند. این فرایند سرمایه‌گذاری بر خود، هویت، بدن و همه زندگی آن‌ها را به کالایی برای فروش در بازار رسانه‌های اجتماعی تبدیل می‌نماید (علی محمدی، ۱۴۰۰، صص. ۴۵-۴۸).

ماحصل این‌ها تجربه ساخت هویت‌های نمایشی، بی‌ثبات و گذرا از خود در رسانه‌های اجتماعی است که پایه‌ای برای ارتباطات سهل، بدون ریسک و همیشه حاضر اما بی‌ثبات و گذرا در فضای رسانه شده است. ارتباط با افرادی که نمی‌توان فهمید هویت آن‌ها حقیقی یا تخیلی است؛ اما می‌توان هویتی مطابق خواسته‌ها و علایق خود برای حقیقت آن‌ها متصور شد و اطمینان داشت که این تخیلات تحت کنترل بوده و دیگری خودساخته نمی‌تواند آسیب‌هایی چون خیانت را برای فرد داشته باشد. بدین‌شکل فرد برای فرار از تنهایی هرچه بیشتر به ارتباط مجازی پرداخته و در نتیجه بیشتر از ارتباطات حقیقی فاصله یافته و بیشتر وابسته به ارتباطات کنترل‌شده مجازی می‌شود. ارتباطاتی که در آن با خلاصه دیدن افراد در کلیت شبکه به‌نوعی شیء‌واره دیدن دیگران رسیده است (تورکل، ۱۴۰۲، صص. ۶۱۴-۹۷۰).

۳-۲. کنترل‌گری و نظارت

روی دیگر سکه شهرت و نمایش دائمی خود، نظارت دائمی بر فرد است. بخشی از این نظارت توسط خود فرد صورت می‌گیرد تاجایی که دایره «حریم خصوصی» آن‌ها کاهش یافته و تعریف متفاوتی نسبت به گذشته یافته است. با وجود شعارهای شفافیت و گشودگی برای کاهش حریم خصوصی کاربران در عمل فهم آن‌ها از حقیقت با انواع پروپاگاندای رایانه‌ای شفافیتی نداشته و محدود شده است. اما داده‌های به‌اشتراک‌گذاری شده کاربران موجب ایجاد «پرونده‌ای پر جزئیات» از هر کاربر توسط «کوکی»‌ها شده و کلیه رفتار برخط آن‌ها مورد رصد قرار می‌گیرد. داده‌کاوی با مقاصد

تجاری و غیرتجاری موجب تشکیل مراکز بزرگ تجاری و پژوهشی و پدیدآمدن غول‌های داده‌ای چون گوگل و آمازون یا مراکز دولتی امنیتی چون ان‌اس‌ای شده است که قدرتی مشابه «غول‌های نفتی» یافته‌اند و در عمل آزادی‌های کاربران را تحت عنوان شفافیت محدود می‌نمایند (لینچ^{۱۹}، ۱۳۹۹، صص. ۳۷-۲۸۵).

این نظارت و کنترل تا جایی است که الگوریتم رسانه‌های اجتماعی به‌طور خودکار «کدهای رفتاری را ترویج می‌کنند که با علایق تجاری آن‌ها همخوانی دارد، مانند اشتراک‌گذاری و به‌روزرسانی مداوم، یا «تهدید نامرئی» که به‌طور الگوریتمی اعمال میشود. به عبارت دیگر، طبق گفته بوچر، رسانه‌های اجتماعی افراد را با تحت فشار قرار دادن آن‌ها برای کار بر روی خود (دیجیتال) خود مطابق با هنجارها و ارزش‌هایی که الگوریتم‌ها کدگذاری می‌کنند، نظم می‌دهند» (Savolainen, 2022, p. 1095).

۳. روش پژوهش

این پژوهش طی یک سال از ۱۴۰۱ و با رهیافت کیفی و راهبرد فراترکیب که ترکیب داده‌های پژوهش‌های کیفی متفاوت را در کنار یکدیگر قرار داده و نتایج مستقل و متفاوتی حاصل می‌نماید انجام شده است. جمع‌آوری داده‌ها به کمک متن‌کاوی انجام شده و سپس مورد تحلیل داده‌بنیاد با رهیافت نظام‌مند اشتراوس^{۲۰} و کوربین^{۲۱} قرار گرفته است. دلیل انتخاب روش داده‌بنیاد در این پژوهش حجم زیاد داده‌های انتقادی موجود در سایر پژوهش‌های پیشین و وجود نیاز به استخراج صورت‌بندی‌ای جامع از تحلیل آن‌ها بوده است.

همچنین پژوهش حاضر دارای دیدی انتقادی از نوع کاربردی بوده و با انتخاب هدفمند متون و تمام‌خوانی آن‌ها جمع‌بندی از تحلیل مجموعه آن‌ها حاصل شده است. در جدول ۱ متون مورد تحلیل و اطلاعات آن‌ها آورده شده است.

19. Lynch

20. Strauss

21. Corbyn

جدول (۱): اطلاعات منابع مورد مطالعه در تحلیل داده بنیاد

ردیف	عنوان	نویسنده	سال	ناشر	مترجم	تعداد صفحات
۱	اینترنت ما؛ اطلاعات زیاد و فهم کم در عصر کلان داده	مایکل پاتریک لینچ	۱۳۹۹	نشر اسم	حامد قدیری	۴۳۸
۲	The shadow banning controversy: perceived governance and algorithmic folklore ^{۲۲}	Laura Savolainen ^{۲۳}	۲۰۲۲	Sage Journal ^{۲۴} Media, Culture and Society ^{۲۵}	نگارنده مقاله	۲۶۱۸
۳	Ethics and Religion in the Age of Social Media: Digital Proverbs for Responsible citizens	Kevin Healy ^{۲۶} Robert Woods ^{۲۸}	۲۰۱۹	Routledge ^{۲۹}	نگارنده مقاله	۲۲۰
۴	دستکاری در رسانه‌های اجتماعی؛ پروپاگاندای رایانشی	ساموئل سی. وولی فیلیپ ان.هاوارد	۱۴۰۰	همشهری	عباس رضایی ثمرین رسول صفر آهنگ	۳۶۸
۵	دهکده و کدخداهایش	مجموعه نویسندگان	۱۴۰۰	سوره مهر	محسن بدره	۲۵۷
۶	رسانه‌های اجتماعی؛ خوانش انتقادی	کریستین فوکس	۱۳۹۹	پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات	حسین بصیریان جهرمی	۵۲۸
۷	فرهنگ اتصال؛ تاریخ انتقادی رسانه‌های اجتماعی	یوزف فن دایک	۱۳۹۶	سوره مهر	حسین حسنی	۳۴۸

۲۲. میحث ممنوعیت در سایه؛ حاکمیت درک شده و دیدگاه فولکلور الگوریتمی

۲۳. لورا ساولین

۲۴. انتشارات سیج

۲۵. نشریه رسانه، فرهنگ و اجتماع

۲۶. ۱۱۰۹ - ۱۰۹۱

۲۷. کوین هلی

۲۸. رابرت وودز

۲۹. روتلج

ردیف	عنوان	نویسنده	سال تألیف	ناشر	مترجم	تعداد صفحات
۸	تنها در کنار هم؛ چرا ما از فناوری بیشتر و از یکدیگر کمتر انتظار داریم	شری تورکل	۱۴۰۲	سوره مهر	محمد معماریان	۵۴۴
۹	اینستاگرام‌ساز و برگ ایدیلو ژیک سرمایه‌داری متأخر	امیر علی علی محمدی	۱۴۰۰	سوره مهر	-	۲۲۴
۱۰	اینستاگرام تجسم هنری عصر نئولیبرالیسم است	دنیل پنی	۱۳۹۶	ترجمان	محمد معماریان	-

در نحوه انتخاب منابع، تلاش شده تا از حیطه‌های مختلف علمی آثاری برگزیده شود که مرجع سایر پژوهش‌ها بوده و یا نتایج قابل توجه و نوینی از پژوهش‌ها در این زمینه را بیان نموده باشند. مطالعه منابع تا حصول اشباع نظری ادامه یافته تا پژوهشگر اطمینان یابد کلیه انتقادات بیان شده در حیطه‌های مدنظر جمع‌آوری شده است. در تحلیل داده‌ها اعتبار داده‌ها با شاخص‌های: ۱- تکرار و بازبینی مکرر کدگذاری‌های انجام شده، ۲- استفاده از تأیید خبرگان در هر مرحله تحلیل، بازبینی و اعمال تغییرات و ۳- نمایش فرایند کدگذاری حاصل شده است.

۴. جمع‌آوری و تحلیل داده

یافته‌های پژوهش ماحصل تحلیل داده‌بنیاد داده‌های جمع‌آوری شده از منابع بوده که در این بخش طبق روال انجام‌شده در هر مرحله توضیح داده شده است. همان‌طور که پیشتر اشاره شد، جمع‌آوری داده‌ها به کمک تمام‌خوانی متن ۱۰ منبع ذکر شده در جدول ۲ بوده است و تحلیل داده‌ها به کمک تحلیل داده‌بنیاد در مراحل کدگذاری باز، محوری و انتخابی صورت گرفته تا مدل الگوواره‌ای (پارادایمی) و شرح جامعی بر آن از صورت‌بندی جامع انتقادات موجود در منابع مورد مطالعه حاصل شود.

۴-۱. کدگذاری باز - مفهوم‌پردازی

در این مرحله گزاره‌های دارای ارزش مفهومی از متون مورد مطالعه استخراج شده و از

هر گزاره تعدادی مفهوم دریافت شده که در مجموع ۷۲۳ مفهوم به دست آمده و در جدول ۲ نمونه‌ای جدول گردآورنده گزاره‌ها و مفاهیم ۱۰ منبع مورد مطالعه در پژوهش آورده شده است:

جدول (۲): نمونه‌ای از جدول گزاره‌ها و مفاهیم مستخرج از منابع پژوهش

۳۰-۲	۱- عدم اطلاع قانونی کاربران از سرقت داده‌های آنها	سیاهه این شرارت‌ها پایان ندارد. سرگئی برین ^{۳۱} ، یکی از مؤسسان گوگل در ۲۰۱۲ گفت: «این شرکت بارها مجبور شده است تا داده‌هایی را در اختیار بگذارد و گاهی محدودیت‌های قانونی نگذاشته‌اند که حتی به کاربران اطلاع بدهد، این کار را انجام داده است» (۹۴)	۴۷
۳۱-۲	۲- اقرار به فروش مرتب داده‌های کاربران توسط گوگل	به گزارش «اکوئیست»، گوگل در سال ۲۰۱۱ دست‌کم ده هزار تقاضا از نهادهای اجرای قانون و آژانس‌های امنیت ملی برای در اختیار گذاشتن اطلاعات دریافت کرده و گوگل تأیید می‌کند که ۹۳ درصد از تقاضاها را اجابت کرده است (۹۵) (۲۱۳)	
۳۲-۲	۳- عدم محدودیت نیاز مجوز قانونی برای سرقت داده‌های کاربران		
۳۳-۲	۴- ده هزار تقاضای فروش داده در یکسال به گوگل از آژانس‌های امنیت ملی و نهادهای اجرای قانون به نقل از اکوئیست		
۳۴-۲	۵- همکاری گوگل با آژانس‌های امنیتی و پاسخ دادن ۹۳ درصد از تقاضاهای در اختیار گذاشتن داده‌های کاربران		
۳۵-۲	۱- رنگ باختن مردم‌سالاری و بازگشت به فاشیسم با انحصار شرکت‌های راج و همکاری دولت و شرکت‌های بزرگ انحصاری	دفاع اصلی از سرمایه‌سالاری، چنان که نظام اقتصادی برای بهترین شیوه دموکراتیک و آزاد حکومتداری بیان می‌کند و میلتن فریدمن ^{۳۲} و دیگران آن را بیان کرده‌اند، بخش خصوصی رقابتی و مستقل از حکومت است؛ از این رو منبعی مستقل و گاهی معارض از قدرت را ایجاد می‌کند. در این نوشتار تلاش کردیم نشان بدهیم اندیشه سرمایه‌سالاری و مردم‌سالاری رنگ باخته و از میان رفته است.	۴۸
۳۶-۲	۲- دولت به شدت نظامی زده و رصد و مراقبت دائمی مردم		

31. Sergey Brin

32. Milton Friedman

	بدون اینکه بخواهیم تحقیرآمیز و با دل‌نگرانی سخن گفته باشیم، نمی‌توان از بیان این مهم صرف‌نظر کرد که بازگشت‌هایی به تعریف کلاسیک فاشیسم در حال وقوع است؛ دولت و شرکت‌های بزرگ دارند دست در دست هم کار می‌کنند تا از منافع شرکتی حمایت کرده و آن‌را تقویت کنند؛ دولتی به شدت نظامی زده، مخفیانه کردن، پروپاگاندا و رصد و مراقبت دائمی مردم (۹۶) (۲۱۳)	
--	---	--

در این جدول به هریک از مفاهیم برآمده از گزاره به ترتیب کدی داده شده تا مشخص شود از هر گزاره چه تعداد مفهوم استخراج شده است؛ اما در مقابل هر مفهوم نیز شماره کلی آن مفهوم در کنار شماره منبع مورد مطالعه آورده شده است. برای مثال در جدول ۲ ابتدا ۳۷مین مفهوم مستخرج از منبع چهارم ذکر شده و سپس شش مفهوم دیگری که در امتداد آن از گزاره ۱۹ام این کتاب به دست آمده است تا شماره ۳۹ مفاهیم را به خود اختصاص داده‌اند. گزاره ۲۰ام نیز سه مفهوم با شماره‌های ۴۰ تا ۴۲ از منبع چهارم را شامل شده است.

۴-۱-۱. کدگذاری باز - مقوله‌بندی

پس از استخراج مفاهیم از کنار هم قرارگرفتن مفاهیم هم‌خانواده و دارای مجموعه مفاهیم کلی مشترک، مقوله‌ها حاصل شده که درمجموع ۸۶ مقوله بوده است. تعداد تکرار یا فراوانی مفاهیم ذیل هر مقوله نیز در ستون انتهایی جدول ذکر شده است که کثرت پرداخت منابع مختلف به یک مقوله مفهومی را مشخص می‌نماید. در این جدول مقوله‌محوری دارای بیشترین فراوانی یعنی ۳۶ مرتبه بوده است.

جدول (۳): مقوله‌بندی مفاهیم

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
۱	پروپاگاندای رایانشی	۱-۱، ۲-۱، ۵۸-۱، ۳۹-۱۰، ۵۶-۱۰	۵
۲	رویات‌های سیاسی	۳-۱، ۴-۱، ۵-۱، ۴۴-۱، ۴۰-۱۰، ۴۱-۱۰	۶
۳	حساب‌های جعلی (ترول)	۱۷-۱، ۱۸-۱، ۱۹-۱، ۲۰-۱، ۲۱-۱، ۴۵-۱، ۵۱، ۵۳-۱، ۳۷-۱۰، ۳۸-۱۰	۱۰
۴	تقویت روباتی و ترول‌ها	۶-۱، ۱۴-۱، ۳۷-۱، ۳۹-۱، ۴۶-۱، ۴۹-۱، ۵۲، ۵۶-۱	۸
۵	تخریب روباتی و ترول‌ها	۷-۱، ۱۵-۱، ۴۷-۱	۳
۶	برجسته‌سازی دروغین	۸-۱، ۱۶-۱، ۴۳-۱	۳
۷	دروغ‌پراکنی	۲۲-۱، ۲۴-۱، ۲۶-۱، ۲۸-۱، ۲۹-۱، ۳۲-۱	۶
۸	ضعف منطقی	۳-۵، ۲-۶، ۳-۶، ۴-۶، ۵-۶، ۳۰-۱۰، ۳۶-۱۰، ۵۷-۱۰، ۶۱-۱۰، ۶۲-۱۰، ۶۳-۱۰، ۶۴-۱۰، ۷۰	۱۳
۹	عوام‌پسندی به جای منطق	۳۱-۱، ۳۳-۱، ۴۶-۲	۳
۱۰	بی‌فکری	۵۹-۶، ۶۳-۵، ۶۲-۵	۳
۱۱	ژست منع جایگزین	۳۶-۱، ۳۵-۱	۲
۱۲	کارزارهای جعلی اینترنتی	۴-۱، ۱۰-۱، ۱۱-۱، ۱۲-۱	۴
۱۳	مارپیچ سکوت	۳۸-۱، ۴۰-۱	۲
۱۴	حباب فیلتر	۹۴-۶، ۹۵-۶، ۹۶-۶، ۵۳-۱۰	۴
۱۵	آبشارهای اطلاعاتی	۵۴-۱۰، ۵۸-۱۰، ۱۰۷۳-۴، ۷۶-۴	۴
۱۶	هدایت‌گری	۱۳-۱، ۱۶-۳، ۶۸-۳، ۹۹-۳، ۵۶-۶، ۵۲-۱۰	۶
۱۷	ضعف ذخیره‌سازی داده	۷-۱۰، ۱۶-۷، ۲-۱۰، ۳-۱۰، ۱۰-۱۰، ۷۲-۱۰	۶
۱۸	شبکه‌ای شدن دانش	۱۳-۱۰، ۱۴-۱۰، ۱۹-۱۰، ۲۰-۱۰، ۷۱-۱۰	۵
۱۹	مبارزه قانونی با پروپاگاندای رایانشی	۶۹-۱، ۷۰-۱، ۷۱-۱، ۷۲-۱، ۷۳-۱، ۷۴-۱، ۷۵، ۷۶-۱، ۷۷-۱	۹
۲۰	جنگ ترکیبی ارتش	۵۷-۱، ۵۹-۱، ۶۰-۱، ۶۱-۱، ۶۲-۱، ۱-۲، ۸-۲	۱۰

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
		۴۲-۱۰، ۲۷-۱۰، ۱۰-۲	
۲۱	همکاری ارتش، دولت‌ها و راج ^{۳۳}	۷۹-۱، ۸۰-۱، ۸۱-۱، ۸۲-۱، ۱۷-۲، ۲۰-۲، ۲-۲، ۲۱-۲، ۲۲-۲، ۲۳-۲، ۲۷-۲، ۳۴-۲، ۳۶-۲، ۳۸-۳، ۸۹-۳	۱۴
۲۲	توجیه ترس	۲۷-۳، ۲۶-۳، ۱۸-۳، ۵۱-۲، ۲-۲	۵
۲۳	ابردستگاه تجاری امنیتی نظارت	۳-۲، ۴-۲، ۱۴-۲، ۲۴-۲، ۳۳-۲، ۵۲-۲، ۱۹-۳، ۲۲-۳، ۲۵-۳، ۲۶-۳، ۲۹-۳، ۳۰-۳، ۳۱-۳، ۳۳-۳، ۹۳-۳، ۹۴-۳، ۱۰-۳، ۶-۱۰، ۷-۱۰، ۸-۱۰، ۲۸-۱۰، ۲۹-۱۰، ۳۳-۱۰	۱۹

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
۳۳	امپریالیسم ارزشی اجتماعی	۸۴-۴، ۷۲-۴، ۶۹-۳، ۶۳-۲	۵
۳۴	افشاگری	۳۹-۱۰، ۲۴-۱۰، ۸۶-۳، ۲۰-۳	۴
۳۵	کلایی سازی داده‌ها	۵-۹، ۴-۹، ۲-۹، ۷۱-۴، ۲۱-۳، ۳۱-۲، ۱۸-۲	۷
۳۶	تبلیغات هدفمند	۴۳-۴، ۷۳-۳، ۷۲-۳، ۷۱-۳، ۷۰-۳، ۵۹-۳، ۵۷-۳	۷
۳۷	رشد شگردهای تبلیغاتی	۶۴-۴، ۴۷-۴، ۵۲-۳، ۳۰-۳، ۴-۳، ۳۷-۲	۶
۳۸	رهبران تبلیغ	۱-۹، ۴۶-۴، ۴۵-۴، ۴۴-۴	۴
۳۹	سود تبلیغاتی بالای راج	۷۶-۳، ۷۵-۳، ۵۸-۳	۲
۴۰	حریم خصوصی در برابر شبکه	۴-۵، ۲۵-۴، ۲۴-۴، ۲۲-۴، ۴۳-۳	۵
۴۱	معایب شفافیت زیاد	۳۴-۱۰، ۱۱-۷، ۴-۵	۳
۴۲	تناقض در برخورد با قوانین	-۴، ۶۸-۴، ۸۰-۳، ۷۹-۳، ۷۸-۳، ۷۷-۳، ۵۸-۲، ۸۶-۱۰، ۵۷-۸، ۶۹-۸	۷
۴۳	ناآگاهی کاربران	-۴، ۴۰-۴، ۳۲-۴، ۳۰-۲، ۱۶-۲، ۱۵-۲، ۲۵-۱، ۴۱-۴، ۴۲-۴، ۵۴-۶	۹

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
۴۴	اعتراضات	۶۳-۴، ۶۵-۴، ۶۷-۴، ۲۶-۵، ۵۳-۸	۵
۴۵	مبارزه با الگوریتم‌ها	۴۰-۸، ۴۱-۸، ۴۳-۸	۳
۴۶	دروازه بانی الگوریتمی راج	۳۰-۱، ۴۱-۲، ۷۰-۴، ۷-۸، ۱۸-۸	۵
۴۷	پسانسان	۲۳-۳، ۲۴-۷، ۱۵-۷، ۵۹-۸، ۶۰-۸	۶
۴۸	خوراک غذای خود	۴۲-۳، ۸۹-۵، ۹۵-۵، ۶۷-۶، ۱۲-۷، ۱-۱۰، ۳۱-۱۰، ۳۵-۱۰، ۵۱-۱۰	۹
۴۹	مهندسی مردم (حاکمیت پلتفرمی)	۴۹-۲، ۱۵-۳، ۹۰-۶، ۷۰-۶، ۸-۸، ۱۴-۸، ۲۶-۸، ۳۱-۸، ۶۳-۸، ۷۰-۸	۳
۵۰	قواعد الگوریتمی در سایه	۴۲-۲، ۲-۸، ۱۹-۸، ۲۹-۸، ۳۲-۸، ۳۳-۸، ۵۶-۸، ۶۷-۸، ۶۸-۸	۱۱
۵۱	ممنوعیت در سایه	۳-۸، ۴-۸، ۵-۸، ۶-۸، ۷-۸، ۱۱-۸، ۱۲-۸، ۱۳-۸، ۳۴-۸، ۴۲-۸، ۴۴-۸، ۴۵-۸، ۴۶-۸، ۴۷-۸، ۴۸-۸، ۴۹-۸، ۵۱-۸، ۶۱-۸، ۶۲-۸	۱۹
۵۲	تعدیل محتوا	۹-۸، ۱۵-۸، ۱۷-۸، ۵۰-۸	۴
۵۳	سرایت کژکارکردها	۶۷-۳، ۱-۴، ۳-۴، ۴-۴، ۵-۴، ۶-۴، ۲۹-۴، ۴۹-۴، ۵۰-۴، ۵۱-۴، ۵۲-۴، ۷۳-۴، ۷۵-۴، ۱۸-۵، ۲۵-۵، ۷۱-۵، ۷۵-۵، ۶۲-۶، ۲۷-۸، ۴۶-۱۰، ۴۷-۱۰، ۴۸-۱۰، ۴۹-۱۰، ۵۰-۱۰	۲۴
۵۴	ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای الگوریتمی	۶۴-۲، ۸۱-۳، ۸۲-۳، ۸۳-۳، ۸۴-۳، ۲-۴، ۱۳-۴، ۱۵-۴، ۱۷-۴، ۳۰-۴، ۳۱-۴، ۳۳-۴، ۵۶-۴، ۶۲-۴، ۷۴-۴، ۷۸-۴، ۸۲-۴، ۸۷-۴، ۸۸-۴، ۸۹-۶، ۱۱-۶، ۱۲-۶، ۱۴-۶، ۵۱-۶، ۵۲-۶، ۵۳-۶، ۵۵-۶، ۵۷-۶، ۵۸-۶، ۹۰-۶، ۹۳-۶، ۱-۷، ۵-۷، ۲۲-۸، ۱-۸، ۶-۷	۳۶
۵۵	اکوسیستم طراحی	۸-۴، ۱۰-۴، ۴۸-۴، ۴۷-۴	۳
۵۶	اسطوره اجتناب‌ناپذیری	۹-۳، ۱۱۳-۵، ۱۱۴-۵، ۲-۷، ۳-۷، ۹-۱۰، ۱۰-۱۰، ۲۶	۷

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
۵۷	مجازی به جای حقیقی	۵۴-۴، ۵۵-۴، ۵۱-۵، ۴۶-۵، ۹۴-۵، ۱۰۲-۵، ۶۴-۶، ۶۳-۶	۸
۵۸	عادت به اتصال	۲۰-۵، ۲۱-۵، ۲۳-۵، ۴۳-۵، ۵۶-۵، ۸۶-۵، ۸۷-۵، ۹۹-۵	۸
۵۹	فشار برای اتصال	۲۴-۵، ۵۷-۵، ۶۰-۵، ۷۹-۵، ۸۱-۵	۵
۶۰	اضطراب جدایی	۱۳-۵، ۱۰۴-۵، ۷۶-۶	۳
۶۱	مشکلات روانی	۱۹-۵، ۷۸-۵، ۸۲-۵، ۹۷-۵، ۹۸-۵، ۷-۶، ۶-۶، ۸-۶، ۱۰-۶، ۴۵-۶، ۵۰-۶، ۸۹-۶، ۹۱-۶، ۶-۶، ۹۲-۷، ۷-۷، ۹-۷، ۱۲-۱۰، ۶۴-۸	۱۸
۶۲	توجیه چندباره پیوسته	۵۰-۵، ۵۱-۵، ۵۲-۵، ۸۸-۵	۴
۶۳	دوستی راحت اما گذرا	۵-۵، ۹-۵، ۱۰-۵، ۲۲-۵، ۳۱-۵، ۴۲-۵، ۶۴-۵، ۹۰-۵، ۹۱-۵، ۱۰۹-۵، ۴۷-۶، ۴۸-۶، ۴۹-۶، ۶-۶، ۵۸-۶، ۶۰-۶، ۶۱-۶، ۶۶-۶، ۶۸-۶، ۶۹-۶، ۷۱-۶	۲۰
۶۴	ایزوله اما برخط	۲۷-۵، ۲۸-۵، ۳۰-۵، ۳۴-۵، ۳۷-۵، ۹۶-۵، ۶-۶، ۷۸-۱۰، ۶۵-۱۰، ۶۶-۱۰، ۶۷-۱۰، ۶۸-۱۰	۱۱
۶۵	در دسترس اما دور	۷-۵، ۸-۵، ۱۲-۵، ۱۵-۵، ۱۶-۵، ۱۷-۵، ۲۹-۵، ۳۲-۵، ۳۳-۵، ۶۵-۵، ۶۶-۵، ۷۴-۵، ۸۵-۵، ۱۰-۵، ۱۱۲-۱، ۱-۶، ۷۹-۶، ۴-۱۰، ۱۰-۵	۱۸
۶۶	حاضر غایب	۲-۵، ۱۱-۵، ۲۰-۵، ۳۵-۵، ۳۶-۵، ۳۹-۵، ۱۱۰-۵	۷
۶۷	پساخانواده	۱۴-۵، ۴۰-۵، ۷۳-۵، ۱۰۵-۵، ۱۰۷-۵، ۱۰۸-۵	۶
۶۸	تعارض عنوان با کارکرد	۸-۳، ۲۰-۴، ۸۰-۶	۳
۶۹	جمع‌سنجی	۴۵-۲، ۶۵-۶، ۸۱-۶، ۸۲-۶، ۳-۹	۵
۷۰	اختلاف‌زایی	۴۸-۲، ۵۷-۲، ۳۲-۳، ۳۳-۳، ۱۰۰-۵، ۱۰۱-۵، ۱۰۳-۱، ۱۱۹-۵، ۵۵-۱۰، ۵۹-۱۰، ۶۰-۱۰، ۶۹-۱۰	۱۲
۷۱	تبلیغات شعاری و کذب	۱۱-۳، ۱۲-۳، ۲۹-۳، ۳۱-۳، ۴۱-۳، ۱۱-۴، ۴-۴، ۸۵-۸، ۱۶-۸	۷

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
۷۲	سلبریتی شدن فرهنگ	۱۷-۶، ۱۸-۶، ۲۰-۶، ۲۱-۶، ۲۲-۶، ۲۵-۶، ۲۶-۶، ۲۹-۶	۸
۷۳	شهرت برای شهرت	۲۳-۶، ۲۴-۶، ۲۷-۶	۳
۷۴	مبنای نولیبرالیستی	۳-۳، ۶-۳، ۱۳-۳، ۳۹-۳، ۵۳-۳، ۵۴-۳، ۸۵-۳، ۹۲-۳، ۹۶-۳، ۹۷-۳، ۲۱-۴، ۲۳-۴، ۲۶-۴، ۲۸-۴، ۷۲-۵، ۱۰۶-۵، ۱۵-۶، ۱۶-۶، ۱۹-۶، ۳۱-۶، ۳۹-۶، ۴۰-۶	۲۲
۷۵	اصل شهرت	۵-۳، ۱۴-۴، ۱۶-۴، ۱۸-۴، ۱۹-۴، ۶۱-۵، ۷۴-۱۰، ۸۷-۸، ۳۶-۸	۹
۷۶	نابرابری شهرت	۳-۳، ۳۴-۳، ۳۶-۳، ۳۸-۳، ۴۴-۳، ۴۵-۳، ۴۶-۳، ۴۷-۳، ۴۸-۳، ۴۹-۳، ۵۰-۳، ۵۱-۳، ۶۹-۴، ۷۹-۴، ۸۰-۴، ۸۱-۴	۱۵
۷۷	خودبندسازی	۷-۳، ۷۷-۴، ۲۸-۶، ۳۰-۶، ۳۲-۶، ۳۸-۶، ۸-۸، ۳۷-۸، ۳۸-۸، ۳۹-۸، ۶-۹	۱۱
۷۸	خودنمایشی	۱-۵، ۷۶-۵، ۷۷-۵، ۸۳-۵، ۸۴-۵، ۱۳-۶، ۴۱-۶، ۴۲-۶، ۴۳-۶، ۴۶-۶، ۷۲-۶، ۷۳-۶، ۷۴-۶، ۷۵-۶، ۷۶-۶، ۸۳-۶، ۸۴-۶، ۲۳-۸، ۵۴-۸، ۵۵-۸، ۴۵-۱۰	۲۰
۷۹	چندپارگی هویت	۵-۵، ۴۵-۵، ۹۲-۵	۲
۸۰	هویت به اشتراک رفته	۴-۵۷، ۴-۵۸، ۴-۵۹، ۵-۴۴، ۵-۴۷، ۵-۴۸، ۶-۷۷، ۶-۸۵، ۶-۸۶، ۱۰-۴۳	۱۶
۸۱	گریز از گذشته برخط	۵-۶۷، ۵-۱۱۶، ۵-۱۱۷، ۵-۱۱۸، ۵-۱۲۰، ۱۰-۴۴	۷
۸۲	امپریالیسم شرکتی	۲-۱۷، ۳-۱۰، ۴-۹	۳
۸۳	زیاده‌خواهی شرکت‌ها	۲-۱۹، ۳-۷۴، ۴-۳۶، ۴-۳۸، ۴-۳۹، ۴-۶۱	۶
۸۴	استثمار کار کاربران	۳-۱، ۳-۲، ۳-۳، ۳-۳۵، ۳-۴۰، ۳-۶۰، ۳-۶۱	۱۳

کد مقوله	عنوان مقوله	کدهای مفاهیم	فراوانی مفاهیم
		۳۵-۴، ۳۴-۴، ۹۸-۳، ۶۴-۳، ۶۳-۳، ۶۲-۳	
۸۵	نامنی شغلی	۱۸-۱۰، ۵۶-۳، ۲۸-۳	۳
۸۶	کار زیاد، زندگی کم	۵۵-۳، ۶-۵، ۳۸-۵، ۵۳-۵، ۵۴-۵، ۵۵-۵، ۵۹-۵، ۵۸	۸

۲-۴. کدگذاری محوری

در کدگذاری محوری، ارتباط مقوله‌ها با یکدیگر مطالعه می‌شود. تعیین محوری‌ترین مقوله، مقوله‌هایی که می‌توانند به عنوان علت سایرین باشند و مقوله‌هایی که پیامد کلیت واقعه هستند، کنش و واکنش متقابلی که ما بین تعدادی از مقوله‌ها چنین پیامدهایی را حاصل نموده و مقوله‌های عوامل زمینه‌ای و همچنین مداخله‌گر در این فرایند، در این مرحله از طرف پژوهشگر مشخص شده و ماحصل این تحلیل‌ها در جدول ۴ آورده شده است. گفتنی است در مراحل مختلف پژوهش این طبقه‌بندی با تجدیدنظر پژوهشگر مواجه شده و در رفت و برگشت تحلیل و اطلاعات تغییراتی اعمال شده است.

جدول (۴): کدگذاری محوری

عناصر الگوی الگوواره‌ای	مقوله‌ها
شرایط علی	مبنای نولیبرالیستی امپریالیسم ارزشی و اجتماعی امپریالیسم شرکتی سود تبلیغاتی بالای راج
شرایط زمینه	جنگ ترکیبی ارتش همکاری ارتش، دولت‌ها و راج ابردستگاه تجاری امنیتی نظارت توجیه ترس اکوسیستم طراحی تبلیغات شعاری و کذب تناقض در برخورد با قوانین

عناصر الگوی الگوواره‌ای		مقوله‌ها
مقوله حوری		ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودمحرانه
شرایط مداخله‌گر		ناآگاهی کاربران اسطوره اجتناب‌ناپذیری زیاده‌خواهی شرکت‌ها
راهبردهای کنش / واکنش متقابل	حکمرانی الگوریتمی	مهندسی مردم قواعد الگوریتمی در سایه ممنوعیت در سایه تعدیل محتوا دروازه‌بانی الگوریتمی راج پسا انسان
	روش‌های انحراف اذهان	پروپاگاندا ی رایانشی حساب‌های جعلی روبات‌های سیاسی تقویت و تخریب رواتی و ترولی کارزارهای جعلی اینترنتی مارپیچ سکوت آبشارهای اطلاعاتی برجسته‌سازی جعلی حباب فیلتر دروغ‌پراکنی هدایتگری ژست منبع جایگزین
	سلطه کلان داده‌ها	نابرابری دسترسی به داده‌ها خودنظارتگری نظارت دائمی خودکار دیوان‌سالاری خودخواه ادغام داده‌ها
	استثمار مجازی	استثمار کار کاربران رشد شگردهای تبلیغاتی

عناصر الگوی الگوواره‌ای		مقوله‌ها
		رهبران تبلیغ تبلیغات هدفمند کالایی‌سازی داده‌ها ناامنی شغلی کار زیاد زندگی کم
	پاسخ کاربران	افشاگری اعتراضات مبارزه با الگوریتم‌ها مبارزه قانونی با پروپاگاندای رایانشی
پیامدها	ضعف فکری	ضعف ذخیره‌سازی داده شبکه‌ای شدن دانش عوام‌پسندی به جای منطق ضعف منطقی بی‌فکری
	نابودی مشارکت مدنی	تهدید دموکراسی تخریب اعتراضات مدنی نابودی آزادی بیان نابودی عاملیت و مشارکت
	زندگی برخط	فشار برای اتصال عادت به اتصال سرایت کژکارکردها مجازی به جای حقیقی خوراک غذای خود
	آسیب‌های روحی	اضطراب جدایی مشکلات روانی
	هزینه محبوبیت	چندپارگی هویت هویت به اشتراک رفته خودنماشی

عناصر الگوی الگوواره‌ای		مقوله‌ها
		خودبرندسازی گریز از گذشته برخط شهرت برای شهرت سلبریتی شدن فرهنگ معایب شفافیت زیاد نابرابری شهرت اصل شهرت حریم خصوصی در برابر شبکه
	جمع‌های متکثر	توجه چندباره پیوسته دوستی راحت اما گذرا ایزوله اما برخط در دسترس اما دور حاضر غایب پساخانواده
	فردگرایی	تعارض عنوان با کارکرد جمع‌ستیزی اختلاف‌زایی

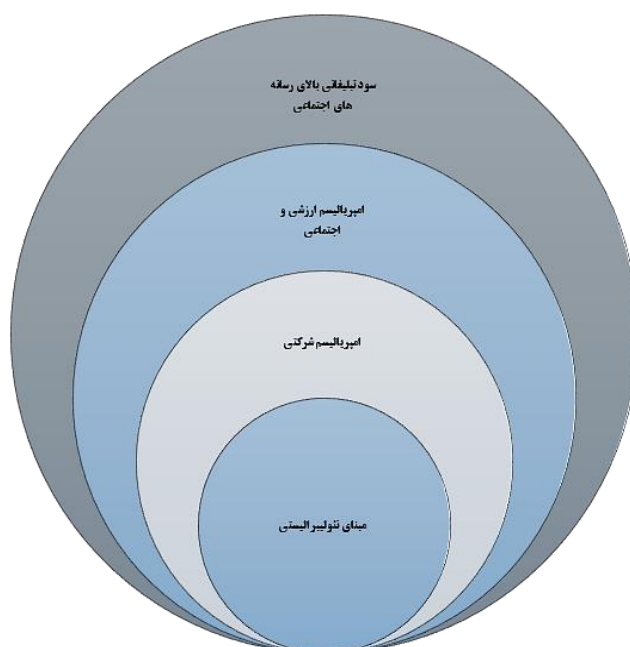
در این جدول به علت کثرت مقوله‌های حاصل از کدگذاری باز، ابتدا مقوله‌های مرتبط در قالب مقوله‌های کلی‌تر طبقه‌بندی شده و سپس مشخص شد که هریک عنوان کدامیک از عناصر الگوی الگوواره‌ای را به خود اختصاص می‌دهند. برای نمونه پیامدها از ۸ مقوله کلی تشکیل شده که هریک تعدادی مقوله جزئی را دربرمی‌گیرند.

۳-۴. کدگذاری انتخابی

در کدگذاری انتخابی ارتباط بین مقوله‌ها با فهم مدل الگوواره‌ای از آن‌ها ساختار منسجم یک نظریه را کسب می‌نماید. مقوله‌محوری این پژوهش، «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودمحورانه» است که سایر اجزای مدل الگوواره‌ای حول آن شکل گرفته‌اند و در ادامه هریک به‌طور مجزا اما تخلیص شده شرح داده خواهد شد.

۴-۳-۱. مدل فرعی شرایط علی

از بین مقوله‌های به‌دست‌آمده در تحلیل منابع پژوهش، تعدادی از آن‌ها در نسبت با «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودم‌محورانه» نقش علت را داشته که وجود آن‌ها شرط لازم تحقق مقوله‌محوری بوده است. این موارد چهارگانه در نمودار زیر نشان داده شده‌اند. در بین آن‌ها نقش «مبنای نولیبرالیستی» از سایرین پُررنگ‌تر بوده و به‌نوعی مبنای وجودی سایر علل نیز است.



شکل (۱): مدل فرعی شرایط علی

• **مبنای نولیبرالیستی:** این مبنی حکم می‌کند که منطق تبلیغات، تجارت و سودآوری در کانون کلیه امور به‌ظاهر غیرتجاری این سکوها قرار گرفته و حتی رسانه‌های مستقل به‌سمت تجاری‌شدن و دریافت تبلیغات سوق داده شوند، و نوع جدیدی از سرمایه‌داری را بر مبنای «انباشت شهرت» پایه‌گذاری شود (فوکس^{۳۴}، ۱۳۹۹، صص. ۶۰-۳۳۸).

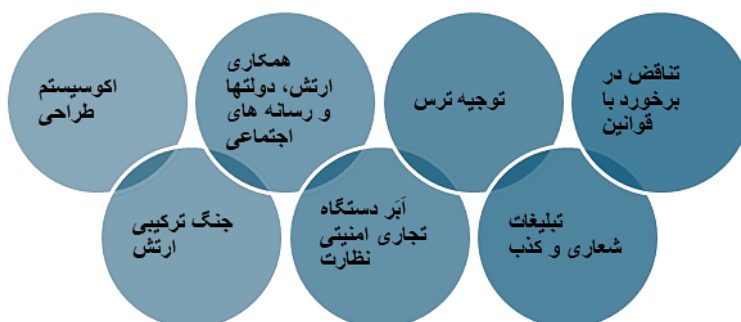
• **امپریالیسم شرکتی:** سلطه تعداد محدودی از «رسانه‌های زنجیره‌ای شرکتی» بر اینترنت و عدم امکان رشد رسانه‌های مستقل در این فضا، اقتصاد اینترنت را در خدمت آن‌ها قرار داده و شعارهای تبلیغاتی در رابطه با وب ۲، همچون ایدئولوژی‌ای در خدمت این سلطه است (فوکس، ۱۳۹۹، ص. ۶۱).

• **امپریالیسم ارزشی و اجتماعی:** شرکت‌هایی مثل گوگل و فیسبوک دارای خصلت‌های «همه‌جا حاضری» و «گريزناپذیری» شده‌اند و می‌توان گفت، شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی با تبدیل اینترنت به «فضای مالکیت»، یعنی محیطی در انحصار مالکیت چند شرکت خاص که از «ابزار کنترل و طرد» برای جهت‌دهی کاربران در سمت‌وسوی دلخواه خود استفاده می‌کنند (فن‌دایک^{۳۵}، ۱۳۹۶، صص. ۷۹۹-۲۸۲).

• **سود تبلیغاتی بالای رسانه‌های اجتماعی:** دریافت و مشاهده تبلیغات در حقیقت بخشی از هزینه‌ای هستند که کاربران برای استفاده به ظاهر رایگان از رسانه‌های اجتماعی بایستی پرداخت نمایند. شرکتی چون گوگل مزایده‌های الگوریتمی را برای فروش جاویژه‌های تبلیغات بر مبنی هر کلیک یا هر بار دیده‌شدن، طراحی می‌کند (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۱۹۲-۲۶۳).

۴-۳-۲. مدل فرعی شرایط زمینه

شرایط زمینه که زمینه‌ساز وقوع مقوله‌محوری در کنش و واکنش متقابل سایر مقوله‌ها می‌باشند، در این پژوهش مواردی از زیرساخت‌های فنی سخت‌ونرم را تشکیل می‌دهد. در شکل آن‌ها نمایش داده شده‌اند. این شرایط زمینه مناسبی برای انواع کنش غلط رسانه‌های اجتماعی و پیامدهای آن‌ها را نوعاً از طرف دولت‌ها و جریان‌های کلان تبلیغاتی سیاسی، فراهم ساخته‌اند.



شکل (۲): مدل فرعی شرایط زمینه

• **اکوسیستم طراحی:** رسانه‌های اجتماعی تحت تأثیر عوامل مختلفی مانند اهداف مالکان، نیاز کاربران، زیرساخت بزرگ‌تر فنی و اقتصادی و همچنین در واکنش به رسانه‌های رقیب، طراحی شده و به‌طور مداوم دستخوش تغییر می‌گردند. درواقع «اکوسیستم برخاسته در یک بافتار بزرگ‌تر فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی - سیاسی تعبیه شده که به ناگزیر وضعیت تاریخی آن‌را پیکربندی می‌کنند». گاه نحوه طراحی یک پلتفرم بر کلیه سکوها دیگر و فضای وب اثر می‌گذارد (فن‌دایک، ۱۳۹۶، صص. ۲۸-۲۴۱).

• **جنگ ترکیبی ارتش:** دیگر عرصه جنگ‌ها محدود به نبرد نظامی نبوده و فضای وب به مهم‌ترین نبردگاه نیروهای نظامی کشورها تبدیل شده است. در آمریکا «در دهه اخیر، هزینه فدرال در زمینه اطلاعات ۲۵۰ درصد افزایش یافت و به حدود سالانه ۱۰۰ میلیارد دلار رسید...» (مک‌چزنی^{۳۶} و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۱۰-۲۱۱).

• **همکاری ارتش، دولت‌ها و رسانه‌های اجتماعی:** دلایل متعددی برای همکاری متقابل مجموعه‌های نظامی، دولت‌ها و غول‌های داده‌ای وجود دارد. رسانه‌های اجتماعی مجموعه اطلاعات مورد نیاز دولت‌ها و نیروهای نظامی برای رصد جوامع را تأمین نموده و فناوری مورد نیاز فضای مجازی توسط ارتش تولید و پشتیبانی می‌شود. خدمات داده‌ای و رصد شهروندان برای دولت‌ها پولساز بوده در کنار اینکه

این پلتفرمها امکان فرار مالیاتی را در اختیار دارند (مک‌چزنی و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۱۱-۲۱۳).

• **آبر دستگاه تجاری امنیتی نظارت:** از مشارکت بخش‌های خصوصی و دولتی امنیتی، سرویس‌های مخفی و شرکت‌های مخابراتی «مجموعه اینترنتی نظارت صنعتی» شکل گرفته است. از دید وینسنت مسکو^{۳۷} (۲۰۱۴) «سرمایه‌داری نظارتی» با «دولت نظارتی» تلفیق شده تا با کمک کلان داده‌ها و پردازش ابری به نظارتی نظامی بر اطلاعات پرداخته شود (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۸۵-۲۳۱). در چنین شرایطی است که «خدایگان کلان داده»، یعنی شرکت‌هایی چون گوگل و آمازون اطلاعات دقیقی از هر کاربر را ذخیره و تجارت می‌کنند (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۳۵-۲۳۹).

• **توجیه ترس:** «۱۱ سپتامبر، فرهنگی از کنترل، نظارت، ترس برانگیزی، سرخوردگی و سوءظن، رقابت و فردگرایی را در پی داشت» که موجب شد به هر فرد به صورت پیش‌فرض به عنوان یک گنهکار نگاه شده و مجوز رصد اطلاعات وی داده شود. درواقع موقعیت «بحران»، ایدئولوژی‌ای برای عقب‌نشینی و منحرف‌سازی اذهان از مشکلات اجتماعی است (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۸۵-۸۹).

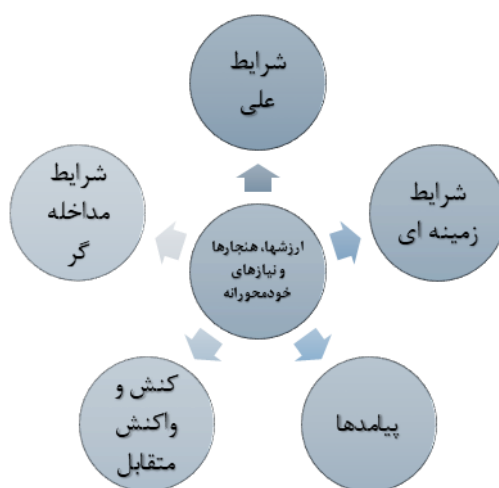
• **تبلیغات شعاری و کذب:** پس از بحران اقتصادی اینترنت در سال ۲۰۰۰، به جهت باز گرداندن اعتماد سرمایه‌گذاران به وب شعارهایی مطرح شد تا این فضا را همواره دارای فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید و پویا معرفی نماید. درواقع شعارهای خوش‌بینانه‌ای که در ارتباط با وب ۲ و رسانه‌های اجتماعی مطرح می‌شود به مثابه ایدئولوژی‌ای در خدمت شرکت‌ها است (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۶۱-۱۱۹).

• **تناقض در برخورد با قوانین:** غول‌های داده‌ای قوانین خود را به اجبار بر کاربران دیکته کرده اما خود از اجرای قوانین سرباز می‌زنند (مک‌چزنی و دیگران، ۱۴۰۰، ص. ۲۳۹).

۳-۳-۴. مدل فرعی مقوله محوری

مقوله محوری کلیه مقوله‌های مدل الگوواره‌ای را ذیل خود معنی می‌دهد. در این پژوهش نیز «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودمحرانه» از یک سو پیامدهایی هنجاری

و ارزشی‌ای که برای کاربران در استفاده از رسانه‌های اجتماعی ایجاد می‌شود را شامل شده و از سوی دیگر کنش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی خودمحوارانه به این ارزش‌ها و هنجارها را دربرمی‌گیرد. در کنار این‌ها نیازهای کاربران نیز هم به شکل‌دهی الگوریتم‌ها بر مبنای خود جهت داده و هم با زیست در فضای رسانه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد. عوامل زمینه‌ای مقدمات شکل‌گیری آن‌ها را ایجاد نموده و مقوله‌های مداخله‌گر در پیدایش آن مداخله می‌نمایند.



شکل (۳): مدل فرعی مقوله محوری

• ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودمحوارانه: سکو (پلتفرم)‌ها با توجه به شناختی که از انسان‌ها دارند، هنجارها و امیال خاصی را در آن‌ها تولید و تقویت می‌کنند. «مطالعات تطبیقی پلتفرم‌ها» نشان‌دهنده چگونگی عملکرد متفاوت کاربران در محیط متفاوت سکوها می‌باشد که نشان می‌دهد الگوریتم‌ها چگونه هنجارهای جوامع کاربران را شکل می‌دهند (فن‌دایک، ۱۳۹۶، صص. ۴۷-۸۳۴). چنانچه برای نمونه مدیر عامل فیسبوک مأموریت «ساختن جامعه جهان» را برای خود بیان نموده و خود را مرجع تأمین و ساخت «نیازهای شخصی، عاطفی و معنوی» مشترک انسان‌ها معرفی نمود (Healy & Woods, 2019, p. 27).

۴-۳-۴. مدل فرعی شرایط مداخله‌گر

شرایط مداخله‌گر در نتیجه کنش و واکنش متقابل عوامل اثر گذار بر مقوله محوری تأثیر داشته و باعث تغییراتی در پیامدها می‌شوند. این شرایط در پژوهش حاضر سه مورد بیشتر نبوده‌اند.



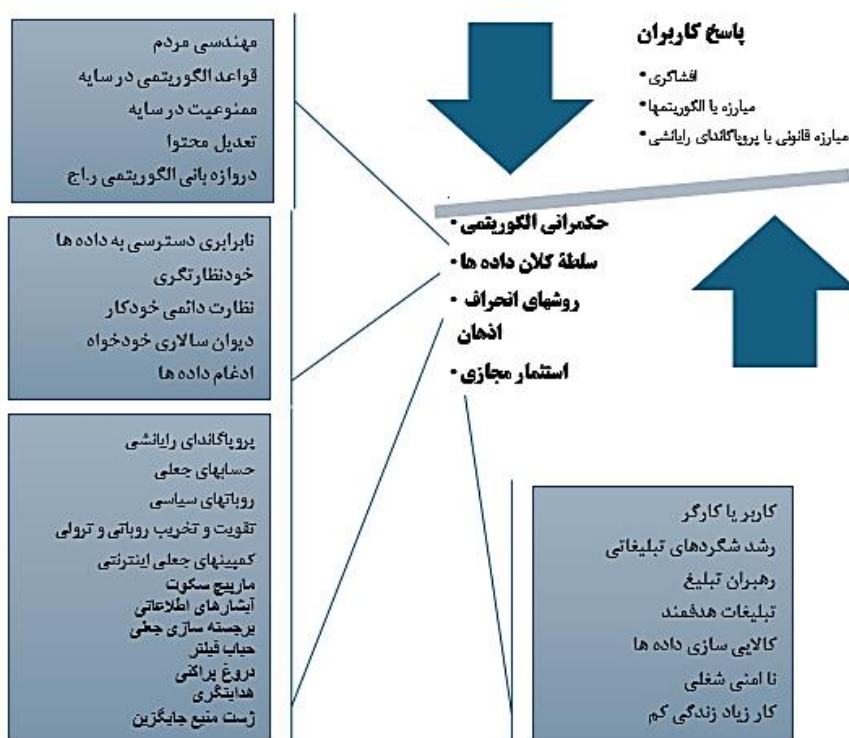
شکل (۴): مدل فرعی عوامل مداخله‌گر

- **اسطوره اجتناب ناپذیری:** «در این زمینه، «اسطوره اجتناب ناپذیری» حول فناوری‌های اطلاعاتی «نقش مهمی در نهاده‌سازی آن‌ها و در فعالیتهای گسترده‌تر برای شکل دادن آینده به سمت اهداف خاص» دارد (Gates, 2011, p. 6). این افسانه فرض می‌کند که سیر توسعه فناوری، به‌عنوان شکلی از مشیت فنی الهی، از پیش تعیین شده، سنگ تراشیده شده یا غیرقابل تغییر است» (Healy & Woods, 2019).
- **ناآگاهی کاربران:** مردم اغلب اطلاعات درستی از میزان بالای رصد و مراقبت کنش‌های ارتباطی شان و همچنین قوانین و مقرراتی که مجوز این رصد را می‌دهد، ندارند (مک‌چزنی و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۱۱-۲۱۳). از طرف دیگر، کاربران معمولاً بدون مطالعه «توافقنامه مجوز کاربر نهایی» یا «شرایط استفاده از خدمات» سکوها قبول نموده تا از خدمات اجتناب ناپذیر آن‌ها استفاده کنند و زمانی را برای مطالعه آن‌ها صرف نمی‌کنند (فن‌دایک، ۱۳۹۶، ص. ۱۶۶).
- **زیاده‌خواهی شرکت‌ها:** شرکت‌های کوچک‌تر به محض بزرگ شدن توسط ابرشرکت‌ها تصاحب شده تا روحیه زیاده‌خواهی آن‌ها پاسخ داده شود. ابرشرکت‌هایی مانند گوگل انواع کارکردها و خدماتی چون جستجو، سیستم‌های عامل، سیستم‌های تبلیغاتی و... را در خود ادغام عمودی نموده‌اند. «گرچه ادغام و تصاحب شرکت‌ها

بخشی از فرهنگ رقابت بی‌رحمانه در دره سیلیکون است، شکل جدید تصاحب، شراکت است» (فن‌دایک، ۱۳۹۶، صص. ۱۵۸-۱۵۹).

۴-۳-۵. مدل فرعی راهبردهای کنش / واکنش متقابل

راهبردهایی در کنش برای تثبیت «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودمحورانه» اعمال شده و واکنش‌هایی در تقابل با آن‌ها صورت می‌گیرد. در این مدل مجموعه این کنش و واکنش‌های متقابل ذکر شده است. راهبردهای کنشی از طرف شرکت‌های رسانه‌های اجتماعی و راهبردهای واکنشی نوعاً از سوی کاربران رخ می‌دهد. این مجموعه در یک دسته از مجموعه مقوله‌های شش‌گانه‌ای که حول این محور مدل شکل گرفته‌اند، قرار دارند.



شکل (۵): مدل فرعی راهبردهای کنش / واکنش متقابل

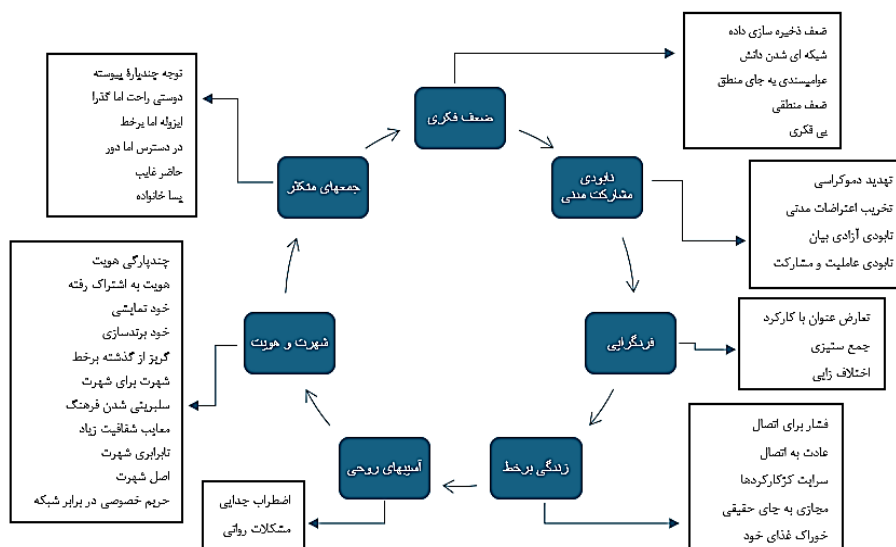
- **حکمرانی الگوریتمی:** این دسته از مقولات معرف مجموعه اقدامات و کارکردهایی هستند که در راستای حکمرانی بر فضای رسانه‌های اجتماعی و به صورت الگوریتمی اعمال می‌شود. الگوریتمی بودن آن‌ها موجب می‌شود که خودکار و طبق الگوریتم طراحی شده، رصد، قضاوت و عمل کنند که هم می‌توانند خطاهایی را به خصوص از جنس قضاوت همراه داشته و در کنار آن امکان رصد و مراقبت بسیار بیشتر و با هزینه کمتری را بر عملکرد کاربران ایجاد می‌کند. در عمل نیز خودکار بودن عملکرد الگوریتمی فاصله زمانی برای اعمال محدودیت بر کاربران را کاهش داده و حتی به نوعی می‌تواند پیش از انتشار مانع انتشار محتوای ممنوع شده باشد.
- **سلطه کلان داده‌ها:** امکان ذخیره‌سازی انتخاب‌ها، سلیق، نوع زندگی، عملکردها و گفتار مکتوب یا شفاهی کاربران، توسط رسانه‌های اجتماعی ایجاد شده است. در پس شعار شفافیت، کاربران خود با میل خود، ساحات مختلف زندگیشان را به نمایش می‌گذارند تا کالای محبوبیت را به عنوان اصلی‌ترین سرمایه این فضا به دست آورند و همه این‌ها پرونده کاملی از اطلاعات هر فرد و دریایی از اطلاعات افراد مختلف جامعه را در کنار هم جمع‌آوری نموده است.
- **روش‌های انحراف اذهان:** رسانه‌های اجتماعی بازی‌ها و راهکارهای مختلفی را برای مدیریت و سازمان‌دهی افکار کاربران در جهت موردنظر خود و طراحی موج‌های خبری یا کارزارهای تبلیغاتی سیاسی و غیرسیاسی دارند. یکی از این قدرت‌های کنترل‌کننده ذهن کاربران گوگل است. درواقع «گوگل به یک سازوکار قوی شکل‌گیری واقعیت برای کاربران تبدیل شده است؛ آسترید مگر^{۳۸} (۲۰۱۲)، (۲۰۱۴) از الگوریتم جستجوی گوگل به عنوان یک ایدئولوژی الگوریتمی‌شده تعبیر می‌کند» (فوکس، ۱۳۹۹، ص. ۲۳۲).
- **استثمار مجازی:** سودمحوری مجوزی می‌شود برای کسب سود از هر چیزی حتی اوغات فراغت و ارتباطات دوستانه افراد. اگر در فضای اجتماعی حقیقی فردی میهمانانی را به محفلی با شعارهای ارزشمندانه اجتماعی چون آزادی و شفافیت

عملکردهایشان کسب نمایند، چگونه در اذهان یاد می‌شود؟

• **پاسخ کاربران:** کاربران نیز کاملاً منفعلانه با نواقص رسانه‌های اجتماعی برخورد نداشته و عملکردهایی از اعتراض و افشاگری تا انواع روش‌های مبارزه برخط یا در دنیای حقیقی را انجام داده‌اند. هرچند که حرکت برخلاف جریانی که سرتاسر جهان را فرا گرفته است، دشوار می‌باشد.

۴-۳-۶. مدل فرعی پیامدها

پیامدها همان نتایج حاصل از اعمال مقوله‌های مختلف مدل الگوواره‌ای حول مقوله محوری آن یعنی «ارزش‌ها، هنجارها و نیازهای خودم‌محورانه» می‌باشند. این مدل الگوواره‌ای پیامدهای ۳۵ گانه‌ای را ترسیم نموده که در هشت زیرگروه طبقه‌بندی شده‌اند.



شکل (۶): مدل فرعی پیامدها

• **ضعف فکری:** در هجوم بی‌امان تصاویر و اطلاعات، ذهن کاربران کمتر امانی برای تفکر عمیق، تحلیل و پردازش بی‌دغدغه و خلاقانه و یا مستقل از انواع ارتباطات و

تحلیل‌های موجودی که هر لحظه بر آن می‌بارد، داشته و تفکر ساده و خام امری دست‌نیافتنی شده است. کاربران دلایل بسیاری برای فکر نکردن و تنها از روی احساسات تصمیم‌گرفتن و کلمات را بیان کردن، دارند. چراکه فضا، فضای فریادهای احساسی و پرسروصدا است.

○ **ضعف ذخیره‌سازی داده:** باید درک نمود که صرف ذخیره‌سازی داده‌ها، حکمت و فهم و قدرت قضاوت جوامع بشری را بالا نمی‌برد و به‌تنهایی قدرتی در اختیار قرار نمی‌دهد، بلکه این مهارت‌های انسانی است که باید بتواند به‌درستی از این داده‌ها استفاده نماید (Healy & Woods, 2019).

○ **شبکه‌ای شدن دانش:** اتصال مداوم و دریافت اطلاعات می‌تواند استقلال فکری فرد را تضعیف نموده و تفکر وی را تحت تأثیر دیگران قرار دهد. دانش دانلودی در ذات خود نوعی «دانش پذیرشی» است چراکه فرد کمترین سهم را در دستیابی به آن داشته است (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۳۲۵-۴۸۰).

○ **عوام‌پسندی به جای منطق:** این رسانه‌ها از مطالب دارای بار احساسی بالا بیشتر حمایت کرده و همین برانگیختن احساسات مخاطب مانع تفکر او بر صحت اطلاعات ارائه شده می‌گردد (سی. وولی و هاوارد، ۱۴۰۰، صص. ۲۵۱-۲۵۷).

○ **ضعف منطقی:** افراد غالباً جذب شبه‌استدلالاتی دارند که تبلیغات قوی و «تداعی‌های احساسی» اثرگذار می‌شوند. «در مقام «دلیل‌آوری» صرفاً صغری‌کبری می‌چیند تا همان چیزی را باور کنیم که مؤید باورهای کنونی ماست؛ روان‌شناس‌ها اسم این وضعیت را سوگیری تأییدی گذاشته‌اند» (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۱۵۰-۱۶۲).

○ **بی‌فکری:** در دنیای پیچیده نوینی که رسانه‌های جدید شکل داده‌اند، حجم زیاد کار هر فرد مانع زمان کافی تفکر برای وی شده و عملاً با وجود رشد فناوری، کمبود وقت مانع تفکر عمیق افراد است (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۶۰۵-۶۰۶).

● **نابودی مشارکت مدنی:** در دنیای احاطه‌شده توسط رسانه‌های مشارکتی جدید، عاملیت و مشارکت مردم بیش‌ازپیش در اجتماع کم شده و نه‌تنها اعتماد به نتایج

انتخابات کاهش یافته بلکه امکان بیان آزادانه افکار و داشتن عاملیت در اجتماع در عمل کاهش می‌یابد، چراکه چشم سراسر بین اربابان شرکت‌ها با رصد هر فعالیتی از ابتدای شروع آن، تنها با دستکاری الگوریتم‌ها یا اعمال قواعد حذفی آن‌ها را به سمت دلخواه خود هدایت می‌نمایند.

○ **تهدید دموکراسی:** روبات‌ها و سایر روش‌های پروپاگاندای رایانشی بر مبارزات انتخاباتی در فضای رسانه‌های اجتماعی تأثیرات بزرگی را در شکل‌دهی به افکار عمومی و سلاقی انتخاباتی کاربران می‌گذارند «اگرچه گفتمان غالب پیش از این اینترنت را مکانی برای گردش اطلاعات آزاد، رایگان و متنوع تلقی می‌کرد؛ اما در یک دهه گذشته نگاه دیگری حاکم شده که از حاکمیت و کنترل اطلاعات برخلاف حکایت دارد» (سی.وولی و هاوارد، ۱۴۰۰، صص. ۱۳۳-۳۱۷).

○ **تخریب اعتراضات مدنی:** محتوای سرگرم‌کننده و احساسی به‌کرات در رسانه‌های اجتماعی بازدید و بازنشر می‌گردد؛ اما محتواهای سیاسی بازدید بسیار کمتری دارند. بخشی از این مسئله به نوع طراحی این فضا نیز بازمی‌گردد. از طرف دیگر این فضا محیطی بسیار سهل برای جاسوسی از اعتراضات و فهم رهبران، خط سیر و هواداران آن‌ها برای مقابله هدفمند و هوشمندانه با آن‌ها چه در فضای برخلاف و چه در فضای حقیقی است (مک‌چزنی و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۱۲-۲۲۲).

○ **نابودی آزادی بیان:** پس از افشاگری تارنمای ویکیلیکس در سال ۲۰۱۰، همه رسانه‌های اجتماعی، سرورها و فروشگاه‌های نرم‌افزاری صفحه یا نرم‌افزار ویکیلیکس را برداشته و مسدود نموده و به‌طور هماهنگ همه‌گونه خدمات برخلاف به آن‌ها قطع شد که حاصل مالکیت انحصاری فضای وب در دستان چند ابرشرکت جهانی بود. این مثال نشان داد که چقدر شعار آزادی بیان در این فضای پالایش‌شده جدید، نمایشی است (مک‌چزنی و دیگران، ۱۴۰۰، صص. ۲۱۲-۲۴۰).

○ **نابودی عاملیت و مشارکت:** درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی با شعار اعطای امکان عاملیت به کاربران و ایجاد بستر مشارکت آن‌ها در تولید محتوا

فعالیت می‌کنند، محتوای تولید و اشتراک‌گذاری شده توسط کاربران به دقت و حتی پیش از انتشار آن توسط الگوریتم‌ها به‌طور خودکار و با نظارت صاحبان شرکت‌ها کنترل می‌شوند (Savolainen, 2022, p. 1095-1106).

• **زندگی برخط:** هر روز بخش بیشتری از زندگی کاربران مختلف به فضای برخط و انواع اپلیکیشن‌های رسانه‌های اجتماعی منتقل شده یا لاقلاً نظیری در این فضا می‌یابد. فضایی که داعیه تسهیل زندگی حقیقی را دارد، در مواردی جایگزین آن شده و در مواردی دیگر عادات و کارکردهای نوعاً سطحی خود را به درون زندگی حقیقی انتقال داده است. مجموعه‌ای که به‌طور هماهنگ از غنا و عمق زندگی و احساس رضایت از آن هر روز بیشتر می‌کاهد.

○ **فشار برای اتصال:** گاهی افراد تصور می‌کنند که حضور در رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان فعالیتی تفریحی است که می‌توانند زمان کمی را به آن اختصاص دهند؛ اما حضور در این فضا فشاری را بر کاربر برای حضور بیشتر و یا دائم ایجاد می‌کند (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۶۰۱-۱۰۴۲).

○ **عادت به اتصال:** در دنیای رسانه‌های اجتماعی سرعت و هیجان بالایی به‌دلیل وجود پیشنهادات و پیام‌های مختلف در یک لحظه وجود دارد که به‌دلیل عادت به آن گاه زندگی حقیقی کسالت‌آور و گُند به نظر می‌رسد. از طرف دیگر نوعی کنترل ظاهری بازی‌وار بر شرایط محیطی مختلف برای کاربر طراحی شده که در فضای حقیقی وجود نداشته و حسی از ناتوانی را به وی اعطا می‌کند (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۱۰۴۱-۱۰۴۲).

○ **سرایت کژکارکردها:** گاهی زندگی در فضای مجازی عادت‌هایی را برای فرد ایجاد کرده که آن‌ها را به زندگی حقیقی نیز منتقل می‌کند. تغییر معنای مفاهیمی چون «دوست» و «مالکیت» در اثر زندگی مجازی نیز از همین دست امور است (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۱۹۹-۲۰۰).

○ **مجازی به‌جای حقیقی:** با استفاده از تلفن همراه و به کمک آن به‌راحتی و همواره می‌توان در رسانه‌های اجتماعی حضور داشت، این امر موجب شده تا اجتماعات مجازی جایگزینی سهل‌تر برای اجتماعات سنتی خانوادگی، مذهبی و

مدنی پیشین در دنیای سراسر کار و کمبود وقت نوین شوند (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۵۷۱-۵۸۲).

○ **خوراک غذای خود:** بسیاری از اوقات افراد تجربه اسارت در این فناوری جدید را دارند. به قول شکسپیر^{۳۹}، «خوراک آن چیزی می‌شویم که غذایمان بود» (۱۱) (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۷۵۴-۸۲۱).

● **آسیب‌های روحی:** تعامل روح انسانی و الگوریتم‌ها، فضایی از انواع آسیب‌های و ابتلاعات را برای کاربران ایجاد نموده است. از افسردگی و اضطراب فراگیر تا خودشیفتگی و هویت آشفته که مفصل‌تر در ادامه بحث می‌شود. این مجموعه تنها از دو مقوله تشکیل شده اما از لحاظ اهمیت در جایگاه بالایی قرار دارد چراکه یکی از مهم‌ترین انتقادات به رسانه‌های اجتماعی و نتایج حاصل از به‌کارگیری آن‌ها در زندگی روزمره را تشکیل می‌دهد و سایر انتقادات نیز در ارتباط با آن دارای جایگاه می‌باشند.

○ **اضطراب جدایی:** بسیاری از افراد زمانی که به هر دلیل از تلفن همراهشان فاصله می‌گیرند، دچار اضطراب و نگرانی می‌شوند، مانند اضطراب جدایی از یکی از نزدیکانشان (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۸۹۶-۱۰۱۱).

○ **مشکلات روانی:** در شبکه‌هایی مانند اینستاگرام که با محوریت نمایش خود طراحی شده‌اند، کاربر به‌نوعی خودشیفتگی در اثر تمرکز بر این نمایش رسیده و تفاوت مابین خود خیالی ایدئال در شبکه و خود حقیقی وی موجب صدمات روحی دیگری چون اختلال تغذیه، افسردگی یا تجربه شرم و حقارت در وی و یا احساس آشفتگی شدید در مواجهه با بی‌تفاوتی یا انتقاد، می‌گردد (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۲۶-۱۳۷). وابستگی زیاد به تلفن همراه گاه از حد اضطراب جدایی نیز فراتر رفته و مانند یک اعتیاد روحی، فرد را درگیر خود می‌کند. دلیل این اعتیاد ترشح دوپامین در مغز با هر اتصال مجازی است که عادت به آن اعتیاد و وابستگی را در فرد ایجاد می‌کند. این‌گونه شبکه و اتصال به آن به معنای زندگی و مشوق بودن فرد تبدیل می‌شود، معنایی که او را «از درون تهی» کرده است (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۸۲۲-۱۰۳۹).

● **شهرت و هویت:** گاه این آثار روحی رسانه‌های اجتماعی به‌خصوص در سنین نوجوانی بر پیکره هویت فرد اثر گذاشته، این اثر تا بدان‌جا پیش می‌رود که فرهنگ جامعه را نیز درگیر می‌کند.

○ **چندپارگی هویت:** امکان عضویت در رسانه‌های اجتماعی مختلف موجب می‌شود که فرد بتواند با زندگی در چند رسانه، هم‌زمان هویت‌های مختلفی را داشته باشد، و زندگی او در کل از ترکیب مجموعه‌ای از هویت‌های برخاسته و غیربرخط شکل بگیرد (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۵۸۲-۷۸۹).

○ **هویت به اشتراک‌رفته:** در رسانه‌های اجتماعی شکل‌گیری هویت برای کاربر مشروط به اشتراک‌گذاری اطلاعات درباره خود از طرف اوست. درواقع او باید خود را به اشتراک گذاشته و نمایش دهد تا بتواند آن را به‌دست آورد. گاه دیگران نیز با اشتراک‌گذاری محتوایی در رابطه با فرد، در برساخته هویت او مشارکت می‌کنند (فن‌دایک، ۱۳۹۶، ص. ۲۲۹).

○ **خود نمایشی:** این بافت رسانه‌های اجتماعی است که «اجازه ظهور به مدل خاصی از خود» را می‌دهد؛ اما باز هم نیاز به مراقبه دائمی کاربر برای گزینش و برساخت خودی نمایشی وجود دارد و باید گفت «مدیریت برداشت دیگران از خود، شغلی است تمام‌وقت که ذاتیِ پرکتیس میکروسلبریتی بودن است» (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۳۴-۸۸).

○ **خود برندسازی:** شهرت در رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان سرمایه اجتماعی‌ای محسوب شده که به‌خوبی قابل تبدیل به سرمایه اقتصادی است. کاربران با محبوبیت بالا دارای دوستان و هواداران بسیاری بوده که بهترین فرصت برای تبلیغ و فروش یک محصول یا خدمات را فراهم می‌آورند و انتخاب، سلیق و علایق آن‌ها برای دیگران همچون پیامبران مجازی دارای حجیت است (Savolainen, 2022, p. 1099). این روند در رسانه‌های اجتماعی موجب می‌شود افراد حتی بر خود نیز سرمایه‌گذاری نموده و هویت آن‌ها به‌طور مداوم با نظر به بازار و کسب سود بیشتر از خود تغییر نماید (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۶۰-۶۱).

- **گریز از گذشته برخط:** «اریک اشمیت»^{۴۰} (مدیرعامل گوگل) اخیراً در رسانه‌ها پیش‌بینی کرده است که در آینده نزدیک همه جوانان استحقاق تغییر نام خود را خواهند داشت تا از گذشته برخطشان بگریزند (۱۰). هرچند که در رسانه‌های اجتماعی «بازی با هویت» و تغییر مداوم آن، بسیار ساده شده اما به‌هرحال آنچه در گذشته جایی ثبت شده است، ماندگار می‌ماند (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۶۱۷-۹۳۹).
- **شهرت برای شهرت:** در رسانه‌های اجتماعی شهرت‌مند شدن دارای سازوکاری غیر از کسب مهارت یا داشته‌ای ارزشمند شده و افرادی در این رسانه‌ها مطرح شده‌اند که هیچ مهارت یا توانایی خاصی نداشته و صرفاً به‌خاطر شهرت، شهرت یافته‌اند. شاهد این ماجرا گرایش بالا در مردم عادی برای تبدیل شدن به چهره مشهور در رسانه‌های اجتماعی است (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۴۳-۴۶).
- **سلبریتی شدن فرهنگ:** سلبریتی‌شدن فرهنگ دارای شاخصه‌هایی چون؛ «رشد فزاینده میکروسلبریتی‌ها در جامعه»، «علاقه کلیه حرفه‌ها به سلبریتی‌شدن و برندسازی از خود» و «گروه منزلتی و مرجع اجتماعی شدن سلبریتی‌ها در جامعه و توسل به آن‌ها برای اثرگذاری فرهنگی بر مردم توسط مسئولان» است (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۴۳-۴۶).
- **معایب شفافیت زیاد:** «شفافیت جایگزین عینیت نیست، بلکه ارزشمندی آن به‌سبب ارزشمندی عینیت است. نمی‌توان اجازه داد که زندگی دیجیتالی افراد را وادارد که از عینیت و استدلال دست بکشند». تا جایی که در حقیقت نیز تشکیک نموده و همه‌چیز را بر ساخته دانست و به‌دنبال صدق و کذب نباشند (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۲۳۴).
- **نابرابری شهرت:** با وجود اینکه رسانه‌های اجتماعی امکان تولید محتوا را برای همه کاربران ایجاد نموده‌اند؛ اما صدای همه به یک میزان شنیده نمی‌شود و صدای بیشتر افراد در دریای محتواهای تولیدشده غرق می‌شود. اقتصاد توجه به‌عنوان «فیلتر مرکزی اینترنت» عمل می‌کند و محتواهای افراد غیرمشهور را در

عمل حذف می‌کند (فوکس، ۱۳۹۹، صص. ۱۱۴-۱۸۰).

○ **اصل شهرت:** در رسانه‌های اجتماعی و به مدد طراحی خاص آن‌ها مانند شیوه طراحی دکمه لایک، شهرت به امری قابل شمارش، بلکه قابل دستکاری و مبنای اقتصاد برخط تبدیل شده است. هرچه تعداد پسندکردن، دنبال کردن و دوست شدن با کاربر یا محتوایی بیشتر باشد، دارای سرمایه اجتماعی بزرگ‌تری بوده و افراد بیشتری نیز تصور ارزشمند بودن یا موضوع روز بودن آن را کرده و پسند یا دنبالش می‌نمایند (فن‌دایک، ۱۳۹۶، صص. ۵۱-۵۳).

○ **حریم خصوصی در برابر شبکه:** فروش حریم خصوصی در ازای خرید حضور در رسانه‌های اجتماعی با این توجیه که مورد علاقه و با رضایت خود کاربران می‌باشد، امری مثبت در نظر گرفته شده و اجبار نظام اقتصاد تجاری حاکم بر رسانه‌های اجتماعی برای لزوم این مسئله و طرد شدن کاربر از اجتماع در صورت عدم قبول آن، نادیده گرفته می‌شود (فن‌دایک، ۱۳۹۶، صص. ۶۷-۶۸).

● **جمع‌های متکثر:** در رابطه با رسانه‌های «اجتماعی» شعار محیانمودن اجتماعی نوین با ارزش‌هایی والا بیش از هر چیز مطرح شده است؛ اما آنچه در عمل اتفاق افتاده محوریت یافتن فردیت فرد به عنوان پشتوانه کسب شهرت و خالی نمودن جامعه از ارتباطات اجتماعی غیرخودمحور، کمک، همراهی و پیوندهای عاطفی ماندگار بوده است.

○ **توجه چندپاره پیوسته:** حضور رسانه‌های اجتماعی در تلفن همراه موجب شده که فرد بتواند در هر مکان و زمانی به شبکه متصل شده و متصل بماند. در نتیجه توجه وی به مکان‌های مختلف به‌طور هم‌زمان و پایدار معطوف به موضوعات متفاوت است. این کلید ورود به «دنیای توجه‌های چندپاره پیوسته» بوده است. (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۵۸۵-۵۹۹).

○ **دوستی راحت اما گذرا:** «به‌طور کلی نقطه مقابل تنهایی، تعلق است ولی در صورت بندی شبکه اجتماعی، ارتباط نقطه مقابل تنهایی است». در این ارتباطات کاذب حسی از تعهد، مسئولیت‌پذیری، صرف وقت و هزینه برای یکدیگر وجود نداشته و واژه ارتباطات «فست‌فودی» معرف آن می‌باشد که تنها سرپوشی بر

حس تعلق و سایر احساسات نوع دوستانه انسانی است (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۶۱-۸۷).

○ **ایزوله اما برخط:** رسانه‌های اجتماعی به کاربران اجازه می‌دهند که در عین «گمنامی» بتوانند با سایرین مرتبط باشند، بدون اینکه خود را درگیر مشغله‌های زندگی دیگران کرده و مسئولیتی در قبال آن‌ها داشته باشند، کاملاً کنترل شده و در واقع «در درون حباب تنهایی» خود، در «جزایری مستقل از هم» (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۱۲۵-۱۲۹).

○ **در دسترس اما دور:** امروزه افراد تصور می‌کنند که با وجود تلفن همراه می‌توانند هر لحظه از احوال اعضای خانواده خود مطلع شوند؛ اما همین تلفن سبب شده که آن‌ها راحت‌تر زمان بیشتری را در فاصله از یکدیگر بگذرانند و در عمل تعاملات آن‌ها محدود شود. در کلیت اجتماع ارتباطات افراد با یکدیگر گاه چنان محدود شده که با آن‌ها نیز مانند اشیاء تعامل می‌کنند (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۶۱۵-۱۰۱۱).

○ **حاضر غایب:** در زندگی برخط، «تقسیم توجه‌ها» موجب شده که افراد در مکانی حضور فیزیکی داشته اما به مکانی دیگر در رسانه‌های اجتماعی توجه کنند. هر روز بیش از پیش جمع‌های جامعه از حضور حقیقی افراد و توجه آن‌ها به جمع حقیقی تهی می‌شود (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۵۶۹-۱۰۱۱).

○ **پساخانواده:** زندگی خانواده غربی در اجتماعات حقیقی که با طلاق‌های متعدد زوجین و خانواده‌های تک‌والد همراه است، وابستگی افراد به رسانه‌های اجتماعی و جایگزین کردن آن‌ها با روابط گرم خانوادگی را تشدید کرده اما خود مروج این فرهنگ در سایر فرهنگ‌ها می‌باشد. ازدواج و روابط عاشقانه در رسانه‌های اجتماعی به دلبستگی موقت به کاراکتری خیالی که می‌تواند در حقیقت هویتی کاملاً مغایر با آنچه در فضای رسانه نمایش داده داشته یا به راحتی فروپاشیده و حذف شود، محدود شده است (تورکل، ۱۳۹۷، صص. ۸۹۶-۹۹۶).

● **فردگرایی:** روح فردگرایی از جامعه غربی پایه‌گذاری شده بر مبنی اصول نولیبرال

در رسانه‌های به ظاهر اجتماعی نیز جریان یافته است که البته تا حدی به دلیل سبک زندگی غربی بوده اما این سبک زندگی را در دیگر نقاط جهان نیز رواج می‌دهد.

- **تعارض عنوان با کارکرد:** برخلاف تبلیغات شعاری و وجود لغت «اجتماعی» در رسانه‌های اجتماعی، روح حاکم بر آنها، فردگرایی است و این مسئله حتی در شعارهای مطرح در این شبکه‌ها مانند شعار «خودت را اشاعه بده» در یوتیوب یا شعار «تو چکار می‌کنی» در توئیتر نیز قابل مشاهده است (فوکس، ۱۳۹۹، ص. ۶۱).
- **جمع‌ستیزی:** فعالیت‌های جمعی و زندگی جمع‌محور با عادت کاربران به اتصال برخط با تهدید روبه‌رو شده است. چراکه جمع‌های مجازی جایگزین جمع‌های حقیقی شده اما دارای خصوصیات و اثرگذاری حداقلی و عملاً بی‌فایده در زندگی افراد است (علی محمدی، ۱۴۰۱، صص. ۸۵-۸۶).

- **اختلاف‌زایی:** رسانه‌های اجتماعی به دریای بی‌انتهایی از اطلاعات در زمینه‌های مختلف بدل شده‌اند. اطلاعاتی که منبع و میزان اعتبار آنها دقیقاً مشخص نیست. «وقتی درون اتاقی باشیم که داد و فریاد آدم‌ها به گوش می‌رسد، ناخودآگاه شروع می‌کنیم به تمرکز بر صداهایی که می‌شناسیم». واکنش مخاطبان به این دریای اطلاعات مبهم نیز همین‌گونه است. آن‌ها به دنبال اطلاعات آشنا و «مؤید آراء کنونی»، وضعیت فکری کنونی خود را بیشتر تشدید نموده که موجب تشکیل قبایلی از هم جدا و متعصب از کاربران در درون فضای مجازی و تشدید اختلافات در سطح جامعه می‌شود (لینچ، ۱۳۹۹، صص. ۱۲۹-۱۳۵).

نتیجه‌گیری

در پایان باید گفت که با توجه به مدل الگوواره‌ای حاصل شده در شکل ۷، مجموعه انتقاداتی که صاحب‌نظران غربی بر رسانه‌های اجتماعی داشته‌اند، حیطه‌های کلی را در ارتباط با یکدیگر یافته‌اند که برخی به‌عنوان نتیجه سایرین بوده است؛ مانند مجموعه موارد جمع‌شده در عنصر «جمع‌های متکثر» که برخلاف ارزش‌های فطری چون خانواده، تعلقات عاطفی پایدار، همدلی و وفاداری انسان‌ها به یکدیگر می‌باشند. یا موارد مجتمع در عنصر «نابودی مشارکت مدنی» که با ارزش‌هایی فطری مانند: تفکر، آزادی، برابری و

مشارکت اجتماعی در تعارض بوده و لذا مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. موارد دیگری نیز همچون «فردگرایی» با شعارهای رسانه‌های اجتماعی و حتی عنوان آن‌ها در تضاد می‌باشند. مجموعه‌ای از عناصر مدل الگوواره‌ای نیز علل و عوامل ایجادکننده این ساختارهای مورد انتقاد در رسانه‌های اجتماعی را تبیین نموده و برخی دیگر همچون «حاکمیت الگوریتمی» چگونگی کنش رسانه‌های اجتماعی در مدیریت و حکمرانی بر رسانه‌های اجتماعی که موجب چنین رویه‌های آسیب‌زایی می‌شود را شرح داده‌اند.

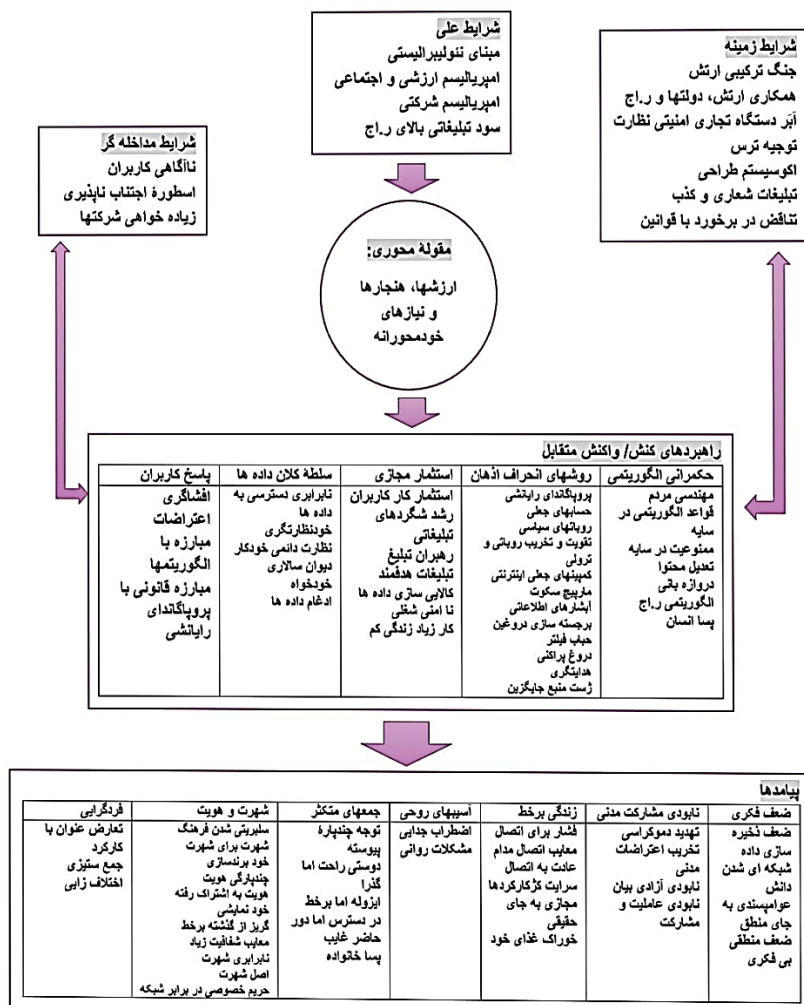
اما درمجموع با توجه به مقوله‌محوری می‌توان گفت، خودمحوری انسان و ارزش‌های برگرفته از این ایدئولوژی با رسوخ در جامعه، زندگی را برای خود او نیز سخت کرده و به اصطلاح «خوراک غذای خود شده است». یعنی آنچه قرار بود رفاه و زندگی بهتری برای او فراهم کند مشکلات بسیاری در زندگی‌اش ایجاد نموده است. جمع‌های ناپایدار، ارتباطات بدون تعهد و ناامیدی روحی انسان در فضایی که مداوم باید وقت خود را به آن اختصاص داده، همه ساحات زندگی خود را به نمایش بگذارد، کار وی استثمار شده اما در عمل آزادی او سلب شده و سود با ثبات و پایداری به‌دست نیاورد.

درمجموع این پژوهش صورت‌بندی جامعی از انتقادات وارده به رسانه‌های اجتماعی از دید متفکران غربی را در قالب مدل الگوواره‌ای شکل ۷ ارائه می‌دهد که در سه گام بایستی برای آن‌ها چاره اندیشید:

- ابتدا تلاش نمود تا به اقشار مختلف جامعه به‌ویژه نوجوانان کمک شود تا جمع‌های حقیقی مستحکم‌تری داشته باشند و تنها وابسته به فضای مجازی نباشند.
- در گام بعد ضمن آگاهی‌بخشی و افزایش سواد جامعه نسبت به مضرات رسانه‌های اجتماعی فعلی، تلاش نمود تا اقداماتی مدیریتی برای کاستن این آسیب‌ها در فضای فعلی آن‌ها اعمال نمود.
- و در گامی بلندتر تلاش شود تا رسانه‌های اجتماعی‌ای طراحی شود تا مشکلات فوق در ساختار طراحی آن‌ها کاهش یافته باشد و افراد بتوانند زیست سالم‌تری در این جوامع مجازی داشته باشند.

امتداد استفاده کاربران جامعه ایرانی از چنین رسانه‌های اجتماعی آسیب‌های وارد شده به حیطه‌های مختلف ارزشی، اجتماعی و فرهنگی را گسترش داده و بر عمق آن‌ها

می‌افزاید؛ بنابراین تغییر ساختاری رسانه‌های اجتماعی فعلی جهت اجتناب از آسیب‌های موجود ضروری به نظر می‌رسد. در این راستا، صورت‌بندی حاصل شده در مدل الگوواره‌ای پژوهش می‌تواند جهت استخراج سیاست‌های حکمرانی مناسب رسانه‌های اجتماعی به کار گرفته شده و مقدمه‌ای برای انجام این مهم باشد.



شکل (۷): مدل الگوواره‌ای پژوهش

کتابنامه

- آلباران، آلن. بی (۱۴۰۱). *صنایع رسانه‌های اجتماعی*. ترجمه احسان شاه‌قاسمی، تهران: دانشگاه سوره.
- استیپینسکا، دیانا (۱۴۰۲). *رسانه‌های اجتماعی، حقیقت و خودمراقبتی؛ در رویارویی با فناوری‌های دیجیتال*. تهران: همشهری.
- باکاک، رابرت (۱۳۹۳). *مصرف و سبک‌های زندگی، از کتاب درآمدی بر فهم جامعه مدرن: اشکال اجتماعی و فرهنگی مدرنیته (جلد ۳) نوشته کنت باکاک و رابرت تامپسون (۱۷۱-۲۲۷)*. ترجمه کاظم فیروزمند، رامین کریمیان، محمود متحد، حسن مرتضوی، فیروزه مهاجر و مهران مهاجر.
- بنت، اندی (۱۳۹۱). *فرهنگ و زندگی روزمره*. ترجمه لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران: نشر اختران.
- پنی، دنیل (۱۳۹۶). *اینستاگرام تجسم هنری عصر نئولیبرالیسم است*. ترجمه محمد معماریان، وب‌سایت ترجمان، قابل مشاهده در: <https://tarjomaan.com>
- تورکل، شری (۱۴۰۲). *تنها در کنار هم؛ چرا ما از فناوری بیشتر و از یکدیگر کمتر انتظار داریم*. ترجمه محمد معماریان، تهران: سوره مهر.
- السان، مصطفی (۱۴۰۲). *حقوق فضای مجازی*. تهران: انتشارات شهر دانش.
- سی. وولی، ساموئل و ان. هاوارد، فیلیپ (۱۴۰۰). *دستکاری در رسانه‌های اجتماعی؛ پروپاگاندا یا راینشی*. ترجمه عباس رضایی‌ثمرین و رسول صفر آهنگ، تهران: همشهری.
- علی محمدی، امیرعلی (۱۴۰۰). *اینستاگرام ساز و برگ ایدئولوژیک سرمایه‌داری متأخر*. تهران: سوره مهر.
- فندایک، یوزه (۱۳۹۶). *فرهنگ اتصال؛ تاریخ انتقادی رسانه‌های اجتماعی*. ترجمه حسین حسینی، تهران: سوره مهر.
- فوکس، کریستین (۱۳۹۹). *رسانه‌های اجتماعی؛ خوانش انتقادی*. ترجمه حین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- کشمور، الیس (۱۳۹۵). *فرهنگ شهرت*. ترجمه احسان شاه‌قاسمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- کوزنتینو، گابریل (۱۴۰۲). *رسانه‌های اجتماعی و نظم جهانی پسا حقیقت*. ترجمه حبیب

راشی تهرانی، تهران: همشهری.
لینچ، مایکل پاتریک (۱۳۹۹). *اینترنت ما؛ اطلاعات زیاد و فهم کم در عصر کلان داده*. ترجمه حامد قدیری، تهران: نشر اسم.
مک‌چزنی و همکاران (۱۴۰۰). *دهکده و کدخداهایش؛ خوانش انتقادی رسانه‌های اجتماعی*. ترجمه و گردآورنده: محسن بدره، تهران: سوره مهر.
مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۸۹). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.

Attrill-Smith, Alison, Chris Fullwood, Melanie Keep (2019). *The Oxford Handbook of Cyberpsychology* (Oxford Library of Psychology), London: Oxford university press.
Healy, Kevin & Woods, Robert (2019). *Ethics and Religion in the Age of Social Media; Digital Proverbs for Responsible Citizens*, New York: Routledge.
Kavakci, Elif & Kraepelin, Camille (2016). Religious beings in fashionable bodies: the online identity construction of hijabi social media personalities, *Media Culture & Society*, (39), 850- 868. Accessible at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443716679031>
Kirwan, Gráinne, Irene Connolly, Hannah Barton & Marion Palmer (2024). *An Introduction to Cyberpsychology*. New York: Routledge.
Savolainen, Laura (2022). The shadow banning controversy: perceived governance and algorithmic folklore. *Media Culture & Society*, (44), 1091-1109.

References

- Albaran, Alan B. (1401). *Social Media Industries*, translated by Ehsan Shah Ghasemi, Tehran: Sooreh University Press. (In Persian)
Ali Mohammadi, Amir Ali (2013). *Instagram: The Ideological Structure of Late Capitalism*, Tehran: Sooreh Mehr Publications. (In Persian)
Attrill-Smith, Alison, Chris Fullwood, Melanie Keep (2019). *The Oxford Handbook of Cyberpsychology* (Oxford Library of Psychology), London: Oxford university press.
Bacock, Robert (1393). *Consumption and Lifestyles*, from *An Introduction to Understanding Modern Society: Social and Cultural Forms of Modernity* (Volume 3) by Kenneth Bacock and Robert Thompson (171-227), translated by Kazem Firouzmand, Ramin Karimian, Mahmoud Mohadad, Hassan Mortazavi, Firuzeh Mohajer, and Mehran Mohajer. (In Persian)
Bennett, Andy (1391). *Culture and Everyday Life*, translated by Leila Javafshani and Hassan Chavoshian, Tehran: Akhtran Press. (In Persian)
C. Woolley, Samuel & Philip N. Howard (2013). *Manipulation in Social Media; Computer Propaganda*, translator: Abbas Rezaei Samrin and

- Rasoul Safar Ahang, Tehran: Hamshahri Publishing House. (In Persian)
- Cosentino, Gabriel (2013). Social Media and the Post-Truth World Order, translator: Habib Rathi Tehrani, Tehran: Hamshahri Publishing House. (In Persian)
- Elsan, Mustafa (2023). Cyberspace Law. Tehran: Shahr Danesh Publications.
- Fuchs, Christian (2012). Social Media; Critical Reading, translator: Hain Basirian Jahromi, Tehran: Culture, Art and Communication Research Institute. (In Persian)
- Healy, Kevin & Woods, Robert (2019). Ethics and Religion in the Age of Social Media; Digital Proverbs for Responsible Citizens, New York: Routledge.
- Kashmore, Ellis (2016). The Culture of Fame, translator: Ehsan Shah Ghasemi, Tehran: Culture, Art and Communication Research Institute. (In Persian)
- Kavakci, Elif & Kraeplin, Camille (2016). Religious beings in fashionable bodies: the online identity construction of hijabi social media personalities, Media Culture & Society, (39), 850- 868. Accessible at: <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/0163443716679031>
- Kirwan, Gráinne, Irene Connolly, Hannah Barton & Marion Palmer (2024). An Introduction to Cyberpsychology. New York: Routledge.
- Lynch, Michael Patrick (2012). Our Internet; Too Much Information, Too Little Understanding in the Age of Big Data, translated by Hamed Ghadiri, Tehran: Ism Publishing. (In Persian)
- McChesney & et al. (2011). The Village and Its Leaders; A Critical Reading of Social Media, translated and compiled by Mohsen Badreh, Tehran: Sooreh Mehr Publications. (In Persian)
- Mehdizadeh, Seyed Mohammad (2010). Media Theories: Popular Thoughts and Critical Perspectives, Tehran: Hamshahri Publications. (In Persian)
- Penny, Daniel (2017). Instagram is an Artistic Embodiment of the Neoliberal Age, Translated by: Mohammad Memarian, Tarjaman Website, Available at: <https://tarjomaan.com> (In Persian)
- Savolainen, Laura (2022). The shadow banning controversy: perceived governance and algorithmic folklore. Media Culture & Society, (44), 1091-1109.
- Stipinska, Diana (1402). Social Media, Truth, and Self-Care: Confronting Digital Technologies, Tehran: Hamshahri Press. (In Persian)
- Turkel, Sherry (2017). Alone Together; Why We Expect More from Technology and Less from Each Other, Translated by: Mohammad Memarian, Tehran: Sooreh Mehr Publications. (In Persian)
- Van Dee, Hark-Anne Marie (2010). Crisis Communication in Social Media; The Ways and Customs of Maintaining Reputation and Surviving Crisis in Cyberspace, translated by Abbas Rezaei Samrin, Tehran: Sania Publications. (In Persian)
- Van Dijk, Yoze, Thomas Poole & Martin de Waal (2017). Platform Society; Public Values in a Connected World, translators: Pedram Alvandi and Saeideh Farahani, Tehran: Hamshahri Publishing House. (In Persian)



doi: 10.30497/rc.2026.249041.2149



Received: 2025/10/24

Accepted: 2026/01/07

Conceptual Development of Jurisprudential Deception and Its Application in Commercial Advertising Based on Media Theories

Farzin Morsali*

Seyed ali Hosseini**

Mohammad reza Borzooei***

Abstract

Commercial advertising in the modern world is a vast and ubiquitous phenomenon. Today, commercial advertisements, which by their nature are supposed to inform audiences about goods and services, have abandoned that mission and, by employing sometimes elaborate tricks, aim primarily to sell products to consumers. This study uses a qualitative research method. First, it establishes that the category of deception lacks independence and is subsidiary to the concepts of falsehood, harm, and nuisance. Then, by identifying the indicators of deception, it examines some of the techniques used in contemporary commercial advertising that operate covertly and in complex ways and draw on media theories of influence to change people's attitudes and lifestyles. In advertisements that secretly promote consumerism, fashion-following, brand worship, installment purchases, the use of certain types of music, and similar devices, advertisers alter priorities and represent false or nonessential wants as primary needs, causing the concept of deception to undergo conceptual expansion. By conceptual expansion I mean a new and deeper meaning than its previous sense within the scope of the modern world. It is noteworthy that in the valuable juristic heritage this term was limited to particular, relatively simple forms of fraud such as a matchmaker's deception, the misrepresentation of an animal, and deception in marriage. The conceptual expansion of deception yields consequences that appear in jurisprudence and policymaking across various domains. Examples include the application of duty-based and status-based legal rulings to deception, the necessity for the state to confront widespread deceptions that disrupt people's livelihoods, and the use of the broadened concept of deception as a strategic principle in policymaking across multiple fields. The duties of the state and the methods for confronting and eradicating these covert forms of deception in commercial advertising are also investigated.

Keywords: Deception, Conceptual Development, Media Theories, Commercial Advertising.

* Ph.D student in Jurisprudence and Foundations of Islamic Law, Faculty of Theology, Islamic Studies and Guidance, Imam Sadiq University, Tehran, Iran (Corresponding author).

baran12bc@gmail.com

0009-0001-9663-7254

** Associate Professor and faculty member, Faculty of Theology, Islamic Studies and Guidance, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

sa_h114@yahoo.com

0009-0006-4113-8403

*** Associate Professor and faculty member, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University, Tehran, Iran.

borzooei@isu.ac.ir

0000-0002-0482-0685

بسط مفهومی تدلیس فقهی و کاربرست آن در تبلیغات تجاری با تکیه بر نظریه‌های رسانه

فرزین مرسل^{*} سیدعلی حسینی^{**} محمدرضا برزویی^{***}

چکیده

تبلیغات تجاری در دنیای نوین پدیده‌ای گسترده است. در روزگار فعلی تبلیغات بازرگانی که بالذات وظیفه ابلاغ و اطلاع‌رسانی کالا و خدمات به مخاطب را عهده‌دار بوده، از این رسالت خارج شده و با اخذ ترفندهایی هرچند پیچیده در صدد فروش محصولات به مشتریان است. در این پژوهش از روش پژوهش کیفی استفاده شده است. ابتدا عدم استقلال حرمت عنوان تدلیس و فرعیت آن به عنوان کذب، اضرار و ایذاء ثابت شد. سپس با اثبات شاخصه‌های تدلیس بر برخی از این ترفندهای استفاده شده در تبلیغات تجاری جدید که به صورت پنهانی و پیچیده و با بهره‌مندی از نظریات رسانه حوزه تأثیر، سبک زندگی افراد را تغییر می‌دهند، مفهوم تدلیس دچار توسعه مفهومی می‌شود. این تغییرات از طریق تغییر در نگرش و سبک زندگی افراد، در تبلیغاتی که در آن مصرف‌گرایی، مدگرایی، برندگرایی، کالاهای اقساطی، استفاده از برخی موسیقی‌های خاص در تبلیغات و... به صورت پنهانی واقع می‌شود و در نتیجه اولویت‌های ایشان را تغییر داده و نیازهای کاذب و یا نیازهای غیرضروری را به عنوان نیاز اولیه بازنمایی می‌کنند. مراد از توسعه مفهومی، معنای جدید و عمیق‌تر از معنای سابق در گستره دنیای نوین است. شایان ذکر است که در میراث ارزشمند فقهی، این عنوان صرفاً در مواردی خاص از قبیل تدلیس ماشطه، تصریه حیوان و تدلیس در ازدواج که فریب‌هایی بسیط هستند، مصداق داشته است. توسعه مفهومی عنوان تدلیس دارای نتایجی است که در علم فقه و سیاست‌گذاری در حوزه‌های گوناگون نمایان می‌شود. مواردی از قبیل: جاری شدن احکام تکلیفی و وضعی تدلیس، لزوم مقابله حاکمیت با تدلیس‌های در طیف گسترده و محل نظام معاش افراد جامعه و استفاده از بسط مفهومی تدلیس جهت استفاده به عنوان اصل راهبردی در سیاست‌گذاری حوزه‌های گوناگون. وظایف حاکمیت و شیوه برخورد و ریشه‌کن کردن این نوع تدلیس‌های مخفی در تبلیغات تجاری نیز مورد کنکاش قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: تدلیس، توسعه مفهومی، نظریات رسانه، تبلیغات تجاری.

* دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

baran12bc@gmail.com

0009-0001-9663-7254

** دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران.

sa_h114@yahoo.com

0009-0006-4113-8403

*** دانشیار و عضو هیئت علمی دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام،

تهران، ایران.

borzoeei@isu.ac.ir

0000-0002-0482-0685

مقدمه

در گستره روزگار فعلی در بسیاری از حکومت‌ها و جوامع، اقتصاد جایگاه نخست در اولویت‌های دولت‌ها و شرکت‌های تولیدی و افراد را دارد؛ به نحوی که شاخص رشد و پیشرفته بودن کشور با شاخصه تولید ناخالص ملی و اقتصاد آن سنجیده می‌شود. در این میان رشد اقتصادی مرهون بازاریابی و فروش کالا است و اگر کالا و خدمات فروش مناسبی نداشته باشند، رشد اقتصادی نیز میسر نخواهد بود. جهت فروش کالا مشتری باید کالا را شناخته و به خرید آن احساس نیاز کند. در این میان تبلیغات تجاری نقش محوری و حیاتی داشته و این حجم از تبلیغات در سکو (پلتفرم) های گوناگون توجیه می‌شود.

مشاهده و بمباران شدن ذهن و قلب مخاطبان از تبلیغات تجاری مسئله‌ای همگانی و روزمره بوده و بسیاری از مردم متأثر از تبلیغات تجاری پُرزرق و برق، اقدام به خرید می‌نمایند؛ یعنی تبلیغات بر طیف زیادی از مردم مؤثر بوده و آمار فروش شرکت‌ها، قبل و بعد از تبلیغات، شاهد بر این ادعا است؛ اما در برخی مواقع، تبلیغات تجاری از رسالت اصلی خود که معرفی کالا و خدمات به مصرف‌کننده باشد خارج شده و صرفاً به معرفی محصول نمی‌پردازد بلکه در مواردی به صورت آشکار از خط قرمزهای فقهی و قانونی عبور کرده و در ضمن آن کالا را تبلیغ می‌کند.

در مواردی دیگری نیز با استفاده از نظریات رسانه حوزه تأثیر و روش‌های اقناع، به صورت غیرمستقیم تفکر، نگرش و سبک زندگی خاصی را ترویج و القا می‌کند و از این طریق افراد را وادار به خرید می‌نماید.

این فرایند که به صورت مخفی و ناخودآگاه بر مخاطب واقع می‌شود شباهت زیادی به عنوان تدلیس در فقه دارد، گرچه عنوان تدلیس در میراث گرانبهای فقهی، صرفاً در موارد محدود و فریب‌های بسیط مصداق داشته است.

حال باید بررسی کرد که آیا عنوان تدلیس فقهی بر این موارد قابلیت صدق دارد یا خیر؟ به عبارت دیگر آیا این نوع تبلیغات را می‌توان به عنوان نوع خاصی از کلاهبرداری تلقی و با آن برخورد قانونی داشت؟

هدف مورد انتظار از این نوشتار بررسی و کشف حکم تکلیفی و کشف آثار وضعی این نوع تبلیغات است. با اثبات شاخصه‌های تدلیس در ارتباط با موارد گوناگون

تبلیغات تجاری که در طیف گسترده در حال اتفاق است، تدلیسی بودن این نوع تبلیغات و معاملات تابعه آن، ثابت گشته و ثمره آن، توسعه مفهومی عنوان تدلیس است. اثبات عدم استقلال عنوان تدلیس و مطرح شدن عناوین کلان اجتماعی و حکمرانی مانند لزوم اختلال نظام نیز در این پژوهش صورت می‌پذیرد. نتیجه این پژوهش به‌عنوان یک سیاست میانی دینی، قابل استفاده حاکمیت و نهادهای سیاست‌گذار من‌جمله صداوسیما است.

با توجه به بعد عمومی مسئله تبلیغات تجاری در عصر کنونی و عدم وضوح حکم برخی از تبلیغات به علت بهره‌مندی از روش‌های اقناع و نظریات رسانه توسط تولیدکنندگان تبلیغات، مقاله حاضر در صدد پاسخگویی به این مسئله برآمده است. این پژوهش در صدد پاسخ به پرسش‌های ذیل است:

- ۱- حقیقت تدلیس فقهی از حیث استقلال و عدم استقلال در حرمت چگونه است؟
- ۲- توسعه مفهومی (معنای جدید) عنوان تدلیس با ملاحظه تبلیغات تجاری و استعانت از نظریات رسانه چگونه صورت می‌گیرد؟
- ۳- حکمرانی فقهی در عرصه تدلیس‌های در تبلیغات تجاری چگونه تحقق می‌پذیرد؟

۱. مفاهیم و تعاریف

۱-۱. تدلیس

تدلیس در اصطلاح فعل حرامی است که مشتمل بر فریب و نیرنگ شخص مقابل است (عاملی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص. ۳۲۹).

در تدلیس، فریب شخص مقابل یا به نحوی است که عیب کالا مخفی می‌شود و کالا سالم نشان داده می‌شود و یا کمالی در کالا نشان داده می‌شود که در حقیقت فاقد آن است مانند قرارگرفتن فرش زیر نور بسیار قوی و یا کالای ناخالص خالص نشان داده می‌شود؛ مثلاً شیر را با آب مخلوط کردن و به‌عنوان شیر خالص فروختن و یا به‌گونه‌ای است که کالای خاصی را به‌عنوان کالای دیگری می‌فروشد؛ مثلاً مایعی که اصلاً در آن لیمو استفاده نشده به‌عنوان آب‌لیمو طبیعی می‌فروشد.

در روایات و ادله شرعیه مربوط به تدلیس، غیر از معنای عرفی و لغوی تدلیس که

معنای لغوی نیز در بسیاری از مواقع همانا جمع‌آوری استعملات عرفی است، معنای دیگری بیان نشده که حاکی از عدم وجود حقیقت شرعیه برای این عنوان است.

۲-۱. تبلیغات

تبلیغات فرایندی که در آن به دسترس‌بودن کالا و خدمات اشاره می‌شود (Wiechmann, 1992, p. 4). همچنین تبلیغات به‌عنوان هر نوعی از آرایه غیرشخصی و ترویج ایده کالا یا خدمت توسط یک حامی مشخص و با استفاده از رسانه‌های جمعی به منظور متقاعدکردن یا تحت تأثیر قراردادن مخاطب که مستلزم پرداخت هزینه است، تعریف شده است.

۳-۱. نظریه

در علم ارتباطات تعاریف متعددی برای نظریه بیان شده است که برخی از تعاریف نظریه را دکتر مهدی‌زاده در کتاب نظریات ارتباطات مطرح کرده‌اند. با بررسی تعاریف، تعریف نقل شده از کوین ویلیامز^۱ بهتر از سایر تعاریف است. کوین ویلیامز در تعریف نظریه می‌نویسد: «نظریه بخشی از کوشش محققان برای قابل فهم کردن رویدادهایی است که پیرامون آن‌ها جریان دارد. هدف از نظریه تشریح و کمک به درک و تفسیر پدیده‌ها و ارائه رهنمودهایی است تا نشان دهد که چرا چنین پدیده‌هایی به شیوه‌هایی خاص اتفاق می‌افتد» (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹ به نقل از ویلیامز، ۱۳۸۶).

۴-۱. رسانه

مک‌کوایل^۲ معتقد است که رسانه شامل تمام ابزار و وسایلی است که باعث انتقال پیام می‌شود. او رسانه را به پیام تعریف می‌کند و معتقد است که خود رسانه پیام است نه اینکه حامل پیام باشد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹، ص. ۲۵). برای تعریف نظریات رسانه، اندیشمندان تعاریف گوناگونی بیان کرده‌اند؛ مک‌کوایل معتقد است که بحث نظریات رسانه به بررسی نحوه تأثیرات ساختاری و فرهنگی رسانه‌ها در جوامع می‌پردازد (مک‌کوایل، ۱۳۹۷، ص. ۵۰).

1. Kevin Williams
2. McQuail

نظریات رسانه مواردی که در رسانه‌های مختلف به‌طور مستمر اتفاق می‌افتد تشریح، کشف و بیان می‌کند و به عبارت دیگر اتفاقاتی که در رسانه‌ها در حال وقوع است و نوع مردم و توده از آن غافل هستند را کشف و تفسیر می‌کنند.

۲. سابقه پژوهش

جدول (۱): سابقه پژوهش

ردیف	نویسنده / نویسندگان	عنوان	قالب نوشتار
۱	عباس راهنما	تدلیس تجاری تبلیغات بازرگانی دروغین و کذب	پایان‌نامه
۲	عارف بشیری	بررسی فقهی تبلیغات تجاری کاذب	پایان‌نامه
۳	سعید پورصیامی	بررسی فقهی تبلیغات تجاری	پایان‌نامه
۴	اکرم مرادیان	تبلیغات مشروع و غیرمشروع از منظر فقه و حقوق	پایان‌نامه
۵	فاطمه چیت‌ساز	رساله مسئولیت ناشی از تبلیغات بازرگانی	پایان‌نامه
۶	سیدمحمد قبولی، اکرم آقامحمدی، مصطفی بختیاروند	بررسی فقهی حقوقی تبلیغات تجاری گمراه‌کننده	مقاله
۷	احمدعلی قانع	آسیب‌شناسی فقهی و اخلاقی تبلیغات بازرگانی	مقاله
۸	سیدحسین آل طاه	بررسی فقهی تدلیس در تبلیغات تجاری	مقاله
۹	سیدعبدالصیر حسینی	مبانی جرم‌انگاری تبلیغات تجاری ناسالم در فقه شیعه و حنفی (با نگاهی به قوانین ایران، افغانستان و انگلستان)	مقاله

۳. تفاوت پژوهش حاضر با پایان‌نامه‌ها و مقالات

در هیچ رساله‌ای به غیراستقلالی بودن عنوان تدلیس فقهی پرداخته نشده است. همچنین هیچ پایان‌نامه‌ای صدق عنوان تدلیس و حکم معاملات متبوع که از تغییر در سویه‌های شناختی و جهان‌بینی مشتریان نشئت یافته است، با استفاده از بحث نظریات

رسانه بررسی نکرده است. همچنین هیچ پایان‌نامه‌ای بحث توسعه مفهومی عنوان تدلیس را از طریق صدق عنوان تدلیس بر برخی موارد مشکوک تبلیغات تجاری که با کمک نظریات رسانه کشف شده است، مطرح نکرده است و نیز مصادیقی که از تبلیغات مطرح شده و پیچیده‌بودن آن نیز ثابت شده، توسط هیچ پایان‌نامه مطرح نشده است.

برخی پایان‌نامه‌ها تمامی عناوین محرمی را که ممکن است در تبلیغات تجاری وجود داشته باشد را مطرح نموده‌اند که تفاوتشان با این مقاله مشهود است. همچنین مقالات بعضاً از جنبه آماری و بررسی کمی تبلیغات در شبکه‌ای خاص در بازه زمانی خاص و بعضاً از جهت بررسی خود عناوین محرمه در تبلیغات و با قطع نظر از نظریات رسانه بحث را مطرح کرده‌اند و برخی صرفاً به دو نظریه اشاره کرده‌اند درحالی که گستره بحث بسیار فراتر است و رویکرد ما بررسی جامع تبلیغات دارای فریب مبتنی بر نظریات رسانه است. در برخی از مقالات نیز صرفاً عناوین فقهی که در بحث تبلیغات تجاری وجود دارد را مطرح کرده و درباره آن توضیح داده‌اند.

۴. روش پژوهش

مقاله حاضر در بخش جمع‌آوری اطلاعات از روش گردآوری کتابخانه‌ای و نرم‌افزارها و بانک اطلاعاتی علوم فقهی و دانش ارتباطات بهره‌مند شده است. در بخش روش تحقیق، در علوم فقهی از روش فقه جواهری و در علوم ارتباطات و رسانه و تحلیل تبلیغات تجاری از روش‌های تحلیل کیفی استفاده شده است.

۵. مروری گذرا بر اهم نظریات رسانه حوزه تأثیر

جدول (۲): اهم نظریات رسانه حوزه تأثیر

نام نظریه	مفاد نظریه
نظریه کاشت	مضمون نظریه کاشت آن است که افراد جامعه گرفتار فضای فرهنگی بازتولید شده توسط رسانه‌ها هستند؛ بنابراین قادر به فرار از آثار «کاشت» نیستند (برایانت ۳، ۱۴۰۱، ص. ۷۹).
نظریه	نظریه چهارچوب‌سازی به این بحث می‌پردازد که رسانه‌های گروهی چگونه

نام نظریه	مفاد نظریه
چهارچوب سازی	طریق واژگان گوناگون، زاویه نگاه به موضوع و ساختار خاص در نوع روایت موضوع، موضوع را در جهت و چهارچوب خاصی بازتعریف می کند (برایانت، ۱۴۰۱، ص. ۸۸).
نظریه تزریقی (گلوله آتشین)	طبق نظریه تزریقی (گلوله آتشین) رسانه ها دارای آثار مطلق و قدرتمند بر مخاطبان هستند به نحوی که مخاطب صرفاً مانند موجودی منفعل تحت تأثیر پیام های رسانه ها بوده و پیام ها مانند آمپولی که به بدن بیمار تزریق شده و اثر فوری برجا می گذارد و بیمار در تأثیر آن نقشی ندارد، بر مخاطبان تأثیر می گذارند و همان طور که بیان شد این نظریه قائل به تأثیر مطلق رسانه ها بر مخاطبان است (مهدی زاده، ۱۳۹۹، ص. ۵۴).
نظریه برجسته سازی	مطابق این نظریه رسانه ها بر نگرش های مردم و مخاطبان مؤثرند. رسانه ها می توانند اولویت های ذهنی آن ها را تعیین کنند. رسانه های گروهی نمی توانند بگویند که مردم چگونه بیندیشند؛ اما می توانند تعیین کنند که درباره چه بیندیشند. مطابق نظریه رسانه ها با ارائه اخبار، سوژه های فکر کردن افراد جامعه را فراهم می کنند (ایرانی پورنظری، ۱۳۸۸).
نظریه صنعت فرهنگ (نظریه انتقادی)	نظریه پردازان این نظریه آدورنو ^۴ و هورکهایمر ^۵ از اندیشمندان اصلی مکتب فرانکفورت هستند. ایشان که از نومارکسیست های منتقد محوریت اقتصاد هستند در این نظریه معتقدند که فرهنگ به عنوان یک مقوله نرم افزاری، از مسیر اصلی خود خارج شده و با تولید کالاهای استاندارد و یکسان سازی شده با سلطه رسانه ها به افراد جامعه تزریق شده و در خدمت اقتصاد نظام سرمایه داری قرار گرفته است (فرخ وندی و پارس، ۱۳۹۵). یکی از مؤلفه های اصلی این مکتب نقد پوزیتیویسم یا عقل ابزاری به عنوان یکی از عوامل سلطه سرمایه داری بر دنیا است. این مکتب با نام نظریه انتقادی نیز شناخته می شوند؛ زیرا به جای پذیرفتن پوزیتیویسم از آن انتقاد کردند. یکی دیگر از شاخصه های این مکتب انتقاد از فرهنگ توده است که توسط صنعت فرهنگ ایجاد شده است و به عنوان ابزارهای سرمایه داری برای کنترل وضع موجود است (مهدی زاده، ۱۳۹۹، ص. ۲۰۴).

۶. تبلیغات تجاری در دوران مدرن و چالش فقهی آن

عنوان «تبلیغات تجاری» در این مقاله، ناظر بر Advertising و در مقابل تبلیغات مذهبی، سیاسی و سایر انواع تبلیغات قرار می‌گیرد. درحالی‌که مثال‌های سستی تدلیس، مانند موارد ذکر شده در بالا، همواره در جوامع انسانی رایج بوده و احکام آن‌ها در فقه مطرح شده است، دوران مدرنیته شاهد ظهور انواع جدیدی از فریب‌های تبلیغاتی است که تطبیق عنوان تدلیس بر آن‌ها نیازمند تأمل جدی است.

مسئله محوری این مقاله، بررسی عرصه عمومی جامعه است که صحنه جولان تبلیغاتی است. این تبلیغات، به صورت غیرمستقیم و از طریق واسطه‌های متعدد، به ترویج گسترده کالاها و خدمات می‌پردازند. آن‌ها با بهره‌گیری از نظریه‌های رسانه در حوزه نفوذ و تأثیرگذاری، به دنبال تغییر بینش، تفکر، سبک زندگی و اولویت‌های افراد هستند. به بیان دیگر، این تبلیغات نیازهای ثانویه و غیرضروری را به عنوان نیازهای اولیه و حیاتی جلوه می‌دهند و فرد این تغییر برساخته را پذیرفته و واقعیت را بر اساس آن درک می‌کند. این نوع فریبکاری، شباهت عمیقی به مفهوم «تدلیس» در فقه دارد.

معاملاتی که در پی این تبلیغات شکل می‌گیرند، از منظر انطباق عنوان «تدلیس» بر آن‌ها، محل تأمل بوده و بازخوانی ادله تدلیس را ضروری می‌سازد. پرسش اساسی این است که آیا مفهوم تدلیس تا این اندازه گسترده است که این موارد جدید را نیز دربرگیرد؟ رفع این ابهام مستلزم بررسی و تحلیل مجدد ادله فقهی تدلیس است.

۷. توسعه مفهومی تدلیس و آثار آن

با بررسی نمونه‌های گوناگون تبلیغات تجاری (که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره خواهد شد) و تطبیق آن‌ها با ملاک‌ها و شاخص‌های تدلیس - با افزودن شاخص‌های حاصل از تنقیح مناط - وقوع تدلیس در این موارد اثبات و تحلیل خواهد شد. در صورت اثبات، نتیجه این پژوهش، توسعه مفهومی عنوان «تدلیس» خواهد بود. این عنوان که در میراث فقهی ما صرفاً در موارد محدودی نظیر تدلیس الماشطه (مفید، ۱۳۱۴ق، ص. ۵۸۸)، تصریه الحیوان (محقق حلی، ۱۴۰۸ق، ج ۲، ص. ۳۱) و تدلیس در باب نکاح (خمینی، بی‌تا، ج ۲، ص. ۲۸۱) مطرح بوده است، با این بررسی نشان داده خواهد شد که در موارد بسیار بیشتری با فریب‌هایی به مراتب عمیق‌تر نیز تطبیق دارد و

احکام مترتب بر آن جاری می‌شود. فهم و اثبات گستره مفهومی تدلیس، یک فایده فقهی مهم است که این مقاله در پی آن است.

لازم به ذکر است که برخی فریب‌های موجود در تبلیغات تجاری، به دلیل پیچیدگی و نامحسوس بودن، برای عموم مردم قابل تشخیص نیستند و کشف آن‌ها مستلزم بهره‌گیری از دانش ارتباطات و نظریه‌های رسانه‌ای است. رسانه‌ها با استفاده از نظریه‌های ارتباطی و فنون اقناع، اغلب به شکلی پنهان و غیرمستقیم، مخاطبان را به خرید کالا و خدمات ترغیب می‌کنند. این در حالی است که عموم مردم از این فریب پنهان آگاه نیستند و این اقدامات، درواقع نوعی فریب گسترده محسوب می‌شوند. اعتراض نخبگان جامعه و واکنش حاکمیت‌ها به این نوع تبلیغات رسانه‌ای، گواهی بر این مدعاست. افزون‌براین، چنانچه آحاد جامعه از این فریب‌ها آگاه شوند، آن را فریبکاری و نوعی کلاهبرداری تلقی کرده و خواستار جبران خسارت و استیفای حقوق خود خواهند شد.

باوجوداین، عرف عقلا، برخی از بزرگ‌نمایی‌های معمول در تبلیغات و فروشگاه‌ها را - به دلیل آگاهی عمومی از این ترفندها - فریب تلقی نمی‌کند؛ مانند رویه مرسوم بسیاری از میوه‌فروشی‌ها که میوه‌های مرغوب را در ویتترین چیده و از پشت آن‌ها میوه‌های درجه دو را به مشتری عرضه می‌کنند. ازاین‌رو، تفکیک دقیق میان انواع بزرگ‌نمایی و فریب ضروری است.

با بررسی نمونه‌های گوناگون تبلیغات تجاری، مواردی یافت شده که به دلیل گستردگی دامنه مخاطبان و ورود طیف وسیعی از مردم به عرصه خرید و فروش از این طریق، به سهولت می‌توان آن‌ها را نوعی فریب و حتی فریب بزرگ تلقی کرد. این موارد شامل فریب‌های پنهانی است که در غالب موارد و برای بیشتر افراد، تنها با آگاهی از حوزه‌های دانشی فرهنگ و ارتباطات، به‌ویژه نظریه‌های رسانه، آشکار می‌شوند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹).

۸. تدلیس: عنوانی مستقل و یا فرعی؟

اکنون، پرسشی که پیش‌روی علم فقه قرار دارد، این است که حکم این افعال فریبکارانه - که شباهت انکارناپذیری با موارد تدلیس در فقه دارند - و معاملات کلان و متعددی

که بر اساس این حيله‌ها رخ می‌دهند، از نظر حرمت تکلیفی فعل فریبکارانه و صحت و بطلان معامله چیست؟ و آیا عنوان تدلیس فقهی که در کتب فقها در مواردی مانند: تدلیس الماشطه (آرایشگر)، تدلیس در نکاح، تصریه در حیوان شیرده (ندوشیدن شیر حیوان برای نشان دادن شیردهی بیشتر) و... مطرح شده (عاملی، ۱۴۱۲ق)، شامل این موارد نیز می‌شود یا خیر؟

۹. عدم استقلال عنوان تدلیس و فرعیت آن نسبت به عناوینی نظیر کذب، اضرار و ایذاء
در پاسخ باید گفت که برای بررسی حکم تدلیس، ابتدا باید مشخص کرد آیا این عنوان که مستقلاً در ادله شرعی مطرح شده، آیا عنوانی مستقل در حرمت است و یا عنوانی فرعی است که از اجتماع مصادیق چند عنوان مستقل حاصل شده است؟ وجود لفظ تدلیس و حکم حرمت آن در ادله نیز لزوماً به معنای ایجاد وجوب یا حرمت جدید نیست بلکه ممکن است مصداقی از یک یا چند عنوان موجود باشد که شارع مقدس بر ترک آن‌ها تأکید کرده است.

به بیان دیگر، این احتمال وجود دارد که تدلیس، عنوانی مستقل در فقه نباشد و صرفاً ناشی از اجتماع عناوین مستقلی چون کذب و اضرار باشد که هر کدام حرمت جداگانه دارند. افزون بر این دو، عنصر فریب نیز در تدلیس وجود دارد؛ اما حرمت مستقل فریب، خود جای بحث دارد. اگر فریب، عنوانی مستقل محسوب شود، تدلیس علاوه بر کذب و اضرار، واجد عنصر حرام دیگری بنام فریب نیز خواهد بود.

برای اثبات استقلال یک عنوان مطرح شده در ادله (به عنوان وجوب یا حرمت جدید)، باید بررسی کرد که آیا حالتی جدید، فراتر از مصداقیت عناوین پیشین، برای آن قابل تصور است یا خیر؟ در مورد تدلیس، می‌توان گفت فریب خوردن حالتی روحی (اذیت) در فرد ایجاد می‌کند که فراتر از کذب و اضرار است؛ اما از آنجاکه عنوان اذیت و ایذاء، خود عنوان مستقل دیگری است، باید گفت که تدلیس فقط مصداقی از آن است.

بنابراین، تدلیس بر اساس بررسی فوق، مصداقی از سه عنوان کذب، اضرار و ایذاء است و عنوان مستقلی به شمار نمی‌رود.

۱۰. اثبات عدم استقلال عنوان تدلیس

جهت اثبات عدم استقلال عنوان تدلیس، باید ادله‌ای که بر آن اقامه شده را بررسی کرده و کیفیت عدم استقلال تدلیس را اثبات کنیم. لازم به تذکر است که ادله مختلفه اقامه شده بر عنوان تدلیس، در هیچ کتاب فقهی به این کیفیت و به نحو جامع احصا نشده و برخی از این ادله نتیجه تتبع در کتب مختلفه و برخی نتیجه پژوهش‌ها و تلاش فکری در جهت ارائه ادله جدید بر حرمت تدلیس است.

۱۱. ادله حرمت تدلیس

با مراجعه به کتب فقهی متقدم تا دوره جناب شهید ثانی از متأخرین و بررسی عنوان تدلیس، حرمت آن امری مفروض و مورد وفاق بوده و ظاهراً به خاطر وضوح حرمت، دلیلی بر آن ذکر نمی‌شود.

با بررسی صورت گرفته ادله ذیل می‌تواند به عنوان دلیل حرمت تدلیس مطرح شود:

۱-۱۱. دلیل اول: وجود نهی‌های خاص در روایات

نهی موجود در روایات خاصه در برخی مصادیق تدلیس از جمله باب تدلیس الماشطه و تصریه الحیوان (طباطبایی، ۱۴۱۸ق، ج ۸، ص. ۱۷۲):

- ۱- «[الشیخ الطوسی] بِإِسْنَادِهِ عَنِ الْحُسَيْنِ بْنِ سَعِيدٍ عَنِ الْقَاسِمِ بْنِ مُحَمَّدٍ عَنْ عَلِيٍّ قَالَ: سَأَلْتُهُ عَنْ امْرَأَةٍ مُسْلِمَةٍ تَمْشِيُ الْغَرَائِيسَ لَيْسَ لَهَا مَعِيشَةٌ غَيْرُ ذَلِكَ وَقَدْ دَخَلَهَا ضَيْقٌ قَالَ لَا بَأْسَ وَلَا كِنَ لَّا تَصِلِ الشَّعْرَ بِالشَّعْرِ» (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص. ۱۳۲).
- ۲- «مُحَمَّدُ بْنُ عَلِيٍّ بْنِ الْحُسَيْنِ قَالَ: قَالَ (عَلَيْهِ السَّلَام) لَّا بَأْسَ بِكَسْبِ الْمَاشِطَةِ مَا لَمْ تُشَارِطْ وَ قَبِلْتَ مَا تُعْطَى وَ لَّا تَصِلُ شَعْرَ الْمَرْأَةِ بِشَعْرِ امْرَأَةٍ غَيْرِهَا وَ أَمَّا شَعْرُ الْمَعْرِ فَلَا بَأْسَ بِأَنْ تُوصِلَهُ بِشَعْرِ الْمَرْأَةِ» (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۷، ص. ۱۳۳).

۱۱-۲. دلیل دوم: کذب بودن تدلیس

تدلیس از مصادیق کذب بوده؛ بنابراین حرام است. در ادامه به علت کذب بودن تدلیس پرداخته می‌شود.

۱-۲-۱۱. کیفیت کذب بودن تدلیس

۱- در تدلیس الماشطه، آرایشگر طوری زن را آرایش می‌کند که خواستگار گمان می‌کند که این زیبایی موجود، زیبایی حقیقی دختر است، درحالی‌که آرایشگر با آرایش خود چهره حقیقی دختر را مخفی کرده و نمایش دیگری از آن را بروز می‌دهد که نفس این فعل مصداقی از کذب است.

۲- در بحث تصریه حیوان، جمع کردن شیر در سینه حیوان و القا این حقیقت که این حیوان، حیوان پُرشیری است و دائماً شیر زیادی دارد از مصادیق کذب است.

۳- در تدلیس در نکاح که برخی کنیز را به جای زن حره و یا زن ثیبه را به جای زن باکره به ازدواج افراد درمی‌آورند درحالی‌که غرض مرد یا به شرط ارتکازی (مبنیا علیها) و یا به شرط ضمن عقد، زن حره و باکره است، از مصادیق کذب است.

۱-۳. دلیل سوم: قاعده لاضرر

تدلیس در معامله موجب اضرار به غیر است، درحالی‌که ضرر و ضرار در شریعت نفی شده است. در معنا و مفاد ترکیب لا و ضرر نظرات گوناگونی مطرح است که طبق نظر جناب شیخ الشریعه اصفهانی، مراد حرمت تکلیفی اضرار است (مرسلی، ۱۴۰۱، ص. ۹۴).

۱-۴. دلیل چهارم: خیانت بودن تدلیس

تدلیس از اتم مراتب مصادیق خیانت است و شکی در حرمت تکلیفی این مرتبه از خیانت وجود ندارد (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۹، ص. ۷۸).

۱-۵. دلیل پنجم: اجماع

مرحوم صاحب جواهر درباره حرمت تدلیس نوشته‌اند:

«أنه لا إشكال فی كونه تدلیسا محرما إجماعا محصلا ومحکيا فی المسالك و غيرها» (صاحب جواهر، ۱۴۱۳ق، ج ۲۳، ص. ۲۶۴).

«در اینکه تصریه حیوان به اجماع محصل و منقول حرام است، اشکالی وجود ندارد همان‌طور که در مسالك و غیرمسالك ذکر شده است».

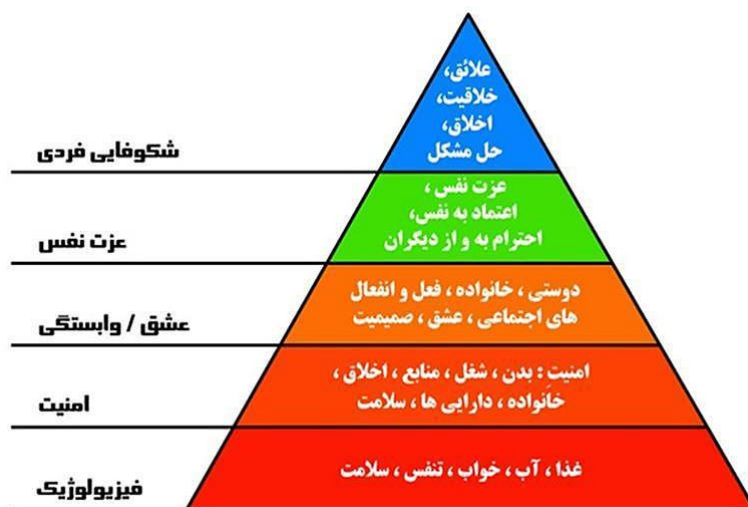
۱۲. تطبیق عنوان فقهی تدلیس بر تبلیغات تجاری

۱-۱۲. انواع نیازهای انسان

انسان بالوجدان موجودی نیازمند است و برای ادامه حیات دنیوی خود نیازمند موارد متعددی است. برخی از نیازهای انسان، نیازهایی است که اگر وجود نداشته باشند، انسان قادر به ادامه حیات مادی خود نیست و این نیازها، نیازهای اولیه انسان نام دارد. مثل: اکسیژن، آب، غذا، خواب و موارد مشابه برخی نیازهای انسان نیازهایی است که اگر انسان فاقد آن باشد قادر به ادامه زندگی است و حیات مادی او با مخاطره مواجه نمی‌شود. مثل: نیاز به سفر، مقبولیت اجتماعی، دوستی، مهر و محبت و....

۲-۱۲. هرم مازلو درباره نیازهای انسان

هرم مازلو^۶ در تبیین نیازهای انسان، و اقسام نیازهای او در دانش روان‌شناسی بسیار معروف است که لایه‌های مختلف نیازهای انسان و مرتبه اهمیت آن را تبیین کرده است (مازلو، ۱۳۸۴).



منبع: (مازلو، ۱۳۸۴)

شکل (۱): هرم مازلو

البته قابل ذکر است که مطابق اندیشه اسلامی اشکالاتی در ترتیب و ترتب این نیازها بر هم و همچنین نیازهایی که در انسان دارد و این هرم نسبت به آن ساکت است، وجود دارد و دلیل مطرح کردن این هرم صرفاً شهرت آن در علم روان‌شناسی و معرفی اجمالی نیازهای انسان است.

غرض از بیان انواع نیازهای انسان و درجه‌بندی این نیازها از حیث اهمیت، بیان این مطلب است که رسانه‌ها با استفاده از روش‌های رسانه‌ای و به‌خصوص نظریات رسانه، نیازهای ثانویه را به‌عنوان نیاز اولیه به مخاطب القا نموده و از این طریق کالا و خدمات خود را به فروش می‌رسانند.

۱۲-۳. بیان تفصیلی مصادیق جدید تدلیس

۱۲-۳-۱. گردشگری

نیاز انسان به سفر و گردشگری از نیازهای درجه دوم انسان است؛ اما کانون‌های بزرگ گردشگری در تبلیغات وسیع خود، با بهره‌گیری از نظریه چهارچوب‌سازی رسانه که باعث ایجاد نوعی سبک زندگی و جهان‌بینی خاصی می‌شود، روش‌های اقناع و فراتر از آن به میان آوردن محتواهای دیگر، گردشگری و سفر را جزء نیازهای اولیه انسان معرفی می‌کنند. این تبلیغات تا آنجا پیش رفته است که این سفرها را با هویت مخاطب گره زده و مخاطبان از نظر هویتی به دو دسته سفر خارج رفته و نرفته تقسیم می‌شوند. احساس ضعف هویتی برآمده از نداشتن این سفرها در رزومه شخصی، بسیاری از امکان‌های زندگی در دنیای نوین را از اشخاص سلب می‌کند. همین مسئله باعث می‌شود که افراد جامعه با تحمل سختی‌ها و کنار گذاشتن نیازهای اولیه و جدی خود، متحمل انجام این سفرها شوند. این فریب، در مقیاس خرد و در یک معامله خاص صورت نمی‌گیرد بلکه فریبی بزرگ در ایجاد سبک زندگی است که معاملات بسیاری را برای انجام سفرهای خارجی در پی دارد. غایت نهایی آن فریب بزرگ، انجام همین سفرها و عقد قراردادهای برای انجام آنهاست. درواقع در این روش کلان، به‌جای آنکه به‌طور شخصی به فریب افراد پرداخته و یک معامله را پرسود و نافع برای شخص جلوه دهند، و ارائه یک خدمت را برای او به‌صورت غیرواقعی زیبا و دلفریب جلوه دهند که او مایل به خرید آن خدمت شود، سویه‌های شناختی یک جامعه را هدف قرار داده و

با به میان آوردن متراکم و بی وقفه محتواهای فریبنده، این بینش و گرایش و سبک زندگی را بر کل جامعه مستولی می کنند تا همگان به انجام این سفرها روی بیاورند. حال پرسش پیش روی فقه آن است که بسیاری از معاملات انجام این سفرها، شائبه تدلیس فقهی را ندارند؟ به خصوص در مواردی که افراد جامعه پس از انجام سفر، احساس فریب خوردگی را حس می کنند و رد پای ادبیات آن را تا حدود بسیاری تشخیص خواهند داد. برای توضیح بیشتر باید گفت در حوزه ادبیات سیاست گذاری و حکمرانی نوین، این مقولات فریب مورد توجه و پایش و مراقبت قرار گرفته و در موارد بسیاری جلوگیری از آن ها از وظایف حاکمیت قلمداد شده است؛ بنابراین چنین فریب های بزرگ و کلانی، جزئی عادی از سبک زندگی نوین تلقی نشده و مقابله با آن در دستور کار سیاست گذاران اقتصادی و فرهنگی است.

الف) اثبات تدلیسی بودن مورد

جهت اثبات تدلیسی بودن مورد مذکور، صدق ملاک های استقلالی بیان شده درباره تدلیس را بررسی می کنیم:

۱- **اضرار:** تغییر در اولویت نیازهای مخاطب و بازنمایی نیازهای ثانویه به عنوان اولیه و اقناع مخاطب از طریق روش های اقناع و نظریه های رسانه، همچنین ایجاد انگیزه غیرواقعی برای مخاطب و فروش خدمت مسافرتی و گردشگری به وی، سبب متحمل شدن هزینه هنگفت به سرپرست خانواده و اضرار مالی به مجموعه افراد خانواده است. در حقیقت مخاطب مال و سرمایه خویش را برای امری هزینه کرده که جزء نیازها و مایحتاج خود نبوده و با القاء های رسانه ای اقدام به این سفر نموده است. جبران هزینه این سفر برای خانواده امری زمانبر و دشوار به همراه تحمل مشقت خواهد بود.

۲- **کذب:** نمایش و القای نیاز غیرضروری به عنوان نیاز اولیه و ضروری و از طرفی القای خوشبختی و جذابیت فراوان به افراد در اثر این مسافرت ها، خلاف واقع بوده و ملاک در حرمت کذب را دارا است.

۳- **ایذاء:** در فرایند تبدیل نیاز به سفر خارجی به عنوان نیاز اولیه، نوعی از سلب

اختیار و ساقط کردن مخاطب از حیز تصمیم‌گیری در زندگی شخصی خود وجود دارد که این حس فریب‌خوردگی و سرخوردگی ناشی از این فریب و به هم ریختگی طراز هزینه‌های خانواده و معیشت و از طرفی ازدست‌دادن هزینه‌ای هنگفت در برطرف کردن نیازهای غیرضروری و بلکه غیرنیاز، باعث ایداء و آزرده‌گی آحاد جامعه است.

۱۲-۳-۲. مصرف‌گرایی

نمایش وسوسه‌کننده و اغراق‌آمیز از کالا و پیوند آن با فاکتورهای مثبتی مثل موفقیت، نشاط، خوشحالی و حس جوانی.

برخی تبلیغات تجاری با استفاده از نظریه گلوله آتشین و توأم کردن آن با روش‌های فیلمبرداری و نمایشی تبلیغات که مربوط به حوزه فیلم‌سازی است، ویژگی برخی کالاها را به‌طور اغراق‌آمیز نمایش داده و درعین حال آن را به مؤلفه‌های مثبت مانند: جوانی، نشاط، سرزندگی و جوانی گره می‌زنند.

این پیام با شدت و حدت خاصی منتقل گشته به نحوی که مخاطب مبهوت آن گشته و از جنبه‌های منفی آن که صحبتی از آن نشده غافل می‌گردند.

این تبلیغات به همین جا ختم نشده بلکه در بازه زمانی خاص در زمان‌های خاصی از شبانه روز از شبکه‌های مختلف برای مخاطب، تکرار می‌شود.

این تکرار با توجه به نظریه کاشت و چهارچوب‌سازی (برایانت، ۱۴۰۱)، درنهایت به تغییر نظر مخاطب و دیدن دنیا و زندگی به نحوی که تبلیغات برای او ترسیم کردند منجر می‌شود.

در این مورد، صرف مصرف‌گراشدن مردم، برای شرکت‌های تولیدی سودآور است؛ زیرا مصرف‌گرایی نوعی سبک زندگی است که در آن شخص صرفاً اقدام به مصرف بیشتر کالاها کرده و هیچ فایده تولیدی ندارد.

در پی این نوع تبلیغات و تغییر ذائقه مخاطب، معاملاتی در طیف گسترده واقع می‌شود که این معاملات، تدلیسی هستند.

الف) اثبات تدلیسی بودن مورد

۱- اضرار: ترویج مصرف‌گرایی و القای آن به مخاطبان، طیف گسترده‌ای از ضرر و زیان‌ها را متوجه فرد و جامعه می‌نماید. درحالی‌که ضرر و ضرار در شریعت مقدسه نفی شده است. این ضررها عبارت‌اند از:

- افزایش بدهی خانوار: مصرف‌گرایی به معنای خرید هرچه بیشتر کالا و خدمات است. این امر نیازمند صرف هزینه‌های فراوانی است؛ درحالی‌که درآمد ماهانه افراد محدود بوده و شخص جهت ارضای حس مصرف‌گرایی خود نیازمند قرض گرفتن پول و متحمل شدن مشکلات دیگر برای ادای دین خویش است.
- وابستگی به کالاها: مصرف‌گرایی نوعی سبک زندگی بوده و به همین دلیل سبب وابستگی و عادت فرد به خرید هرچه بیشتر کالا می‌گردد. از آنجاکه این وابستگی به دلیل محدودیت منابع مالی فرد به نحو کامل برآورده نمی‌شود، آسیب‌های متعددی مانند عدم رضایت از زندگی و افسردگی را برای شخص به دنبال دارد.
- تشدید اختلاف طبقاتی و نابرابری در جامعه: مصرف‌گرایی الگوی مصرف کالا را تغییر داده و به دلیل این اختلاف سلیقه، فاصله طبقاتی تشدید می‌گردد.
- ترویج مصرف‌گرایی به معنای ترویج بیشتر خرید توسط افراد جامعه است و خرید اقلام غیرضروری و نمایش آن به نحو نیازهای ضروری و اولیه، سبب ضرر اقتصادی به افراد می‌گردد.

۲- کذب: نمایش کالاها یا غیرضروری به عنوان نیاز اولیه و محبوب نشان دادن عطش خرید کالاها یا گوناگون، کذبی است که با ظاهر بزک‌شده، به مخاطبان ارائه می‌شود. القای پیروزی و موفقیت در اثر استفاده از برخی کالاها و توأم آن با حال خوب و سلامتی و خوشبختی، مطابقت با واقع نداشته و از مصادیق کذب است.

۳- ایداء: سرخوردگی و مواجهه با تبعات مصرف‌گرایی سبب اذیت و رنج مخاطب است. تبلیغات تجاری مروج مصرف‌گرایی، به انحاء گوناگون، مخاطب را اذیت می‌کنند:

○ ایجاد استرس و فشار روانی: مخاطب در این تبلیغات، سبک زندگی پُر زرق و برق و پُر از خریدهای مفصل را مشاهده می‌کند؛ اما به دلیل صرف هزینه‌های بسیار

زیاد برای تهیه این وسایل - درحالی که نیاز واقعی نیز به آن‌ها نداشته - از نظر مالی دچار تنگنا شده و این امر سبب ایجاد اضطراب و نگرانی بر او می‌شود که از اتم موارد ایذاء است.

○ از دست دادن قدرت انتخاب عقلانی: تبلیغات تجاری با روش‌های مختلف رسانه‌ای و بهره‌بندی از نظریات رسانه، قدرت اختیار را از مخاطب سلب نموده و مخاطب در انتخاب‌های دیگر نیز با تغییر نگرش و سبک زندگی خود مطابق با این سبک زندگی مصرف‌گرا عمل می‌کند.

۱۲-۳-۳. برندگرایی

یکی از ابزارهای اصلی برندسازی، مطرح کردن برند به عنوان امر هویتی و پراهمیت و ایجاد تعصب برند در مخاطبان است. این فرایند با استفاده از روش‌های گوناگونی که در تبلیغات تجاری با استفاده از نظریات مختلف رسانه مثل نظریه کاشت، چهارچوب‌سازی و برجسته‌سازی (مهدی‌زاده، ۱۳۹۹) صورت می‌گیرد.

در اثر این تبلیغات، مخاطب آن برند خاص را جزء لاینفک و نیازهای اولیه خود تلقی می‌کند. وقتی مخاطب تبلیغات برند خاصی را جزء هویت اصلی شخصیت خود بداند، پیام‌هایی که در تبلیغات تجاری آن برند ارسال می‌شود را جامه عمل پوشانیده و مطابق آن اقدام به خرید و سایر موارد می‌نماید. درحالی که بررسی عقبه این خرید ایجاد یک عملیات روانی بر روی مخاطب است که مخاطب ناخودآگاه در آن گرفتار شده و هزینه هنگفتی را برای آن هزینه می‌کند. درحالی که در عالم واقع، این امر جزء ابعاد هویتی شخصیت انسان محسوب نمی‌شود و جنبه هویتی آن پس از تبلیغات آن برند خاص به نحوه برساختی در ذهن افراد شکل می‌گیرد.

تعصب به برند، نتیجه عملیات برندگرایی توسط تبلیغات تجاری است که آن هم صرفاً درباره برخی از تبلیغات خاص صدق می‌کند. وابستگی و علاقه به برند باعث می‌شود که مشتری جنبه‌های منفی کالا را ندیده و صرفاً برای رسیدن به آن هویت برساختی، اقدام به خرید کند. فرایند گره‌زدن هویت افراد به برند و تعصب به آن، تدلیسی بوده و معاملات انجام شده در پی آن معاملات تدلیسی است.

اگر یک نوع برند خاص، جنبه شخصیتی و هویتی برای مخاطبان پیدا کند به نحوی که آن برند برای مخاطب یک نوع هویت برساختی اجتماعی تولید کند که مثلاً شما عضو خانواده اپل و... هستید و این شرکت‌ها بحث فکری و هویتی برای مخاطب خود تعریف می‌کنند به این نحو که مثلاً عضو خانواده اپل از اصول خاصی در زندگی تبعیت می‌کند؛ به عنوان مثال باید از بهترین برند لوازم را استفاده کند به نیازمندان کمک کند و....

مخاطب هم این هویت برساختی را پذیرفته و خود را با آن ارزش‌گذاری و سنجش می‌کند و سعی می‌کند با متحمل شدن مشکلاتی مثل تنگ‌شدن معیشت، قرض و کم کردن نیازهای اولیه از آن برند کالا خریداری کند و در نتیجه از خانواده آن برند محسوب شود.

آیا این خرید و فروشی که به این ترتیب اتفاق می‌افتد (معامله مشکوک به تدلیس) یعنی شخص برای اینکه عضو فلان خانواده برندی باشد، کالا را خریداری کند، تدلیس است؟ نکته قابل توجه آنکه تمام این هویت‌سازی و عضو خانواده فلان برند شدن و این مسائل، برای بالا بردن فروش کارخانه است.



نمونه واقعی تبلیغ ضروری نشان دادن برندپوشی



نمونه واقعی تبلیغ انحصار خوشبختی در پوشیدن برند خاص

الف) اثبات تدلیسی بودن مورد

۱- کذب: گره زدن نوع خاصی از برند به هویت مخاطب و القاء آن به عنوان نیاز اولیه با استفاده از روش های رسانه ای، مصداق کذب بوده و جایز نیست و نیز بیان مطالبی که ارتباطی به آن کالای خاص و کارایی آن نداشته و به عنوان عوارض غیرواقعی برند خاص ذکر می شود، مصداق کذب است. تبلیغات برندهای خاص، با استفاده از نظریه چهارچوب سازی به مخاطب القا می کنند که در صورت نداشتن برند خاص، زندگی ناقص بوده و دارای نشاط و سرزندگی نیست. این تصویرسازی کذب است.

۲- اضرار: وادار کردن مخاطب به خرید برند از طریق روش های رسانه ای و نظریات رسانه درحالی که جزء نیازهای مخاطب هم نبوده، سبب اضرار به مخاطب است. همچنین ضروری نشان دادن خرید از یک برند خاص توسط مخاطب که معمولاً قیمت بالاتری نسبت به سایر برندهای معمولی را در پی دارد و کتمان این حقیقت که برندهای خاص بیشتر از کارایی کالا، قیمت نام تجاری (برند) را دریافت می کنند، سبب تحمل هزینه های گزاف و اضرار اقتصادی به مخاطب است. وابستگی ذهنی و برساختی نسبت به برند خاص و محروم کردن خود از سایر برندها که گزینه هایی اقتصادی و مقرون به صرفه است، باعث محدود کردن روانی مخاطب و اضرار مالی دیگری به او می باشد.

۳- ایذاء: حيله و فریب دادن مخاطب از طریق برندگرایی و القاء آن، مصداق ایذاء است. آگاهی مخاطب از فریب خوردن از طریق تصویرسازی رسانه ای و گره زدن برندی خاص به هویت و زندگی با نشاط و القای افسردگی در صورت فقدان آن، سبب حس شکست و سرخوردگی مخاطب بوده و عنوان ایذاء بر آن صدق می کند.

۱۲-۳-۴. خرید اقساطی

فروشگاه های بزرگ خرید لوازم خانگی اقساطی که در چند سال اخیر تبلیغات مفصلی از حیث کمی در صداوسیما ارائه داده اند، به صورت مداوم در حال کاشت ایده های خرید اقساطی انواع و اقسام مختلف لوازم خانگی در ذهن آحاد جامعه هستند؛ مثلاً

جملات و شعارهایی مثل «قسطی بخری بردی» را مانند بذر در ذهن مخاطب قرار می‌دهند و با تکرارهای مکرر این بذر را رشد می‌دهند به نحوی که پس از گذشت مدتی، مطابق با نظریه کاشت و چهارچوب سازی، ایده‌ها و القائات موجود در برخی تبلیغات به عنوان واقعیت برساخت شده در ذهن مخاطبان شکل واقعی می‌گیرد.

از طرفی در برخی از تبلیغاتشان با افسرده نشان دادن افرادی که وسایل کهنه دارند و خوشبخت و خوشحال نشان دادن افراد در حال خرید قسطی از این فروشگاه‌ها، مخاطب را برای خرید قسطی قانع می‌کند در حالی که طبیعتاً خرید اقساطی، قیمت بیشتری از خرید نقدی کالا دارد و مدت‌ها مشتری را درگیر پرداخت اقساط و مشکلات بعدی می‌نماید و چه بسا مشتری پس از خرید و پرداخت اقساط متوجه اشتباه خود و لازم نبودن این تصمیم بشود.



نمونه واقعی القا کردن سود کلان در خریدهای اقساطی و سبک زندگی قسطی

الف) اثبات تدلیسی بودن مورد

۱- کذب: القای ایده‌هایی نظیر «قسطی بخری بردی» با استفاده از نظریه کاشت و القای خوشبختی و حس نشاط در اثر خرید قسطی، از آنجاکه ادعایی خلاف واقع است، کذب محسوب شده و حرام است. همچنین وعده «بدون فشار مالی» و کوچک‌نمایی شدید هزینه‌ها و نمایش راحتی و حس پیروزی هنگام خرید کالای قسطی و انکار هرگونه مشکل و چالش در اثر خرید کالای اقساطی که قیمت بیشتری از کالای نقدی دارد و از طرفی تکرار بی‌امان عبارت «تضمین کف قیمت» نیز از مصادیق کذب است.

۲- اضرار: تغییر در اولویت‌های مخاطب و نشان دادن خریدهای قسطی به عنوان نیاز اولیه و صرف هزینه‌های بیش از خرید نقدی و ماه‌ها و سال‌ها درگیر پرداخت اقساط بودن، باعث اضرار به مخاطب و نیز اختلال در نظام معاش او است. طیف

مختلف این اضرار عبارت‌اند از:

- اضرار فشار مالی و کسری هزینه‌های روزمره؛
- ایجاد اضطراب و فشار روانی از امکان و قدرت پرداخت اقساط بلندمدت؛
- افزایش تورم سالانه و قدرت کمتر اقتصادی به جهت پرداخت اقساط؛
- ایجاد فرهنگ مصرف‌گرایی و چشم‌وهم‌چشمی.

۳- ایذاء: حس سرخوردگی در مخاطب پس از این‌گونه خریدها و درگیری طولانی مدت و سالانه مخاطب به پرداخت اقساط، باعث ایذاء و تنفر مخاطب از خرید خود است. همچنین سرخوردگی ناشی از آگاهی به مجموعه هزینه‌های پرداختی و هزینه‌های پنهان خرید کالای قسطی که از قیمت نقدی کالا بیشتر بوده نیز سبب دلخوری و ایذاء است.

۱۲-۳-۵. استفاده از موسیقی در تبلیغات

یکی از روش‌های تأثیرگذار در تبلیغات، بالاخص در حوزه تبلیغات تجاری که بیشتر مورد ابتلا افراد جامعه است، بهره‌مندی از هنر و موسیقی است. باید توجه داشت که صرف استفاده از هنر و موسیقی سبب تدلیس نبوده بلکه اگر با استفاده از ظرافت‌های هنری و موسیقایی، مخاطبان را فریب دهند، تدلیس است. کیفیت این فریب و تدلیس که از مصادیق جدید آن در جغرافیای زندگی نوین است، به این کیفیت انجام می‌شود:

الف) تأثیر لذت‌بخش و عاطفی موسیقی

ملودی برخی قطعات موسیقی در برخی ژانرها به نحوی است که باعث فرح و شادی و یا حتی ایجاد حالت رقص در شنونده می‌شود. استفاده از این قابلیت موسیقی و استفاده از آن به عنوان پلی برای انتقال پیام اصلی تبلیغات تجاری که همان اقناع مخاطب برای خرید کالا است، درحقیقت ترکیب فضای تبلیغات با حالت شعف و شادی ظاهری برای مخاطب بوده که باعث می‌شود مطابق با نظریه گلوله آتشین، پیام در تبلیغ تجاری در ضمن یک حالت شادی و شعف به مخاطب منتقل شده و از این طریق، پیام در ناخودآگاه او درج و اقدام به خرید کند.

ب) قابلیت ثبت موسیقی در حافظه به همراه تکرار و دکلمه

مفهومی که از طریق موسیقی منتقل می‌شود، گیرایی بیشتری نسبت به پیام‌های معمولی داشته و به اصطلاح «اوقع در نفس» است. یکی از خواص موسیقی آن است که قطعات آن، به دلیل دارا بودن وزن و هارمونی خاص، در ذهن مخاطب حک شده و مخاطب با تکرار و زمزمه آن، درحقیقت پیام تبلیغ تجاری را برای خود بازگو می‌کند. این تکرار به شهادت نظریاتی مانند کاشت، برجسته‌سازی و چهارچوب‌سازی باعث می‌شود که مخاطب، پیام منتقل شده در این تبلیغ را به عنوان حقیقت برساختی دریافت کند.

پ) هویت‌سازی برند

آن دسته از تبلیغات تجاری که از موسیقی‌های خاص و هیجان‌آور استفاده می‌کنند، باعث ایجاد حس هویت خاص و ارتباط نزدیک میان آن برند خاص و موسیقی استفاده شده می‌شوند.

یکی از اصول و ملاک‌های برندسازی، ایجاد حس و حال احساسی و روان‌شناختی بر مخاطب است. موسیقی به دلیل ویژگی‌های خاص خود، به‌طور مستقیم بر جان مخاطب تأثیر گذاشته و قادر است حس‌های مختلفی مانند: نشاط، سرزندگی، انرژی و حتی حس نوستالژیک نسبت به پدیده‌ها را به ارمغان بیاورد و زمانی که این تبلیغات با شعارها و پیام‌های تبلیغاتی برند همزمان ارائه شده و مطابق با هم می‌شوند، در ناخودآگاه مخاطب ثبت شده و طبق نظریه کاشت و برجسته‌سازی، مخاطب طبق پیام دریافت شده، اقدام به خرید نموده و به پیام‌های دریافتی، جامه عمل می‌پوشاند.

همان‌طور که در سه ویژگی گذشته توضیح داده شد، خریدهایی که در این موارد واقع می‌شود به دلیل نیاز واقعی و اولیه به کالا نبوده بلکه به‌خاطر ایجاد یک سلسله تغییرات روان‌شناختانه و ناخودآگاه، پیام‌هایی به مخاطب منتقل شده که به دلیل عمق و تأثیرات زیاد آن مخاطب را به مشتری تبدیل می‌کند. مخاطب نیز مطابق با نظریه گلوله آتشین، وقتی پیام را با عمق و شور و هیجان خاصی دریافت می‌کند، به جنبه‌های منفی کالا، کاستی‌ها و نیاز نداشتن و لزوم تحقیقات بیشتر درباره کالا به آن توجهی نداشته و صرفاً به‌خاطر تأثیر عمیق پیام دریافت شده اقدام به خرید می‌کند.

ت) اثبات تدلیسی بودن مورد

۱- کذب: ایجاد شور و اشتیاق بسیار زیاد و غیرواقعی مخاطب نسبت به یک کالای خاص با استفاده از نظریه گلوله آتشین و ریتم خاص موسیقی و گره زدن آن با هیجانات و عوارض مثبت استفاده مخاطب از آن کالای خاص و کتمان حقیقت و معایب کالا، از مصادیق کذب است.

۲- اضرار: اقدام به خرید مخاطب صرفاً به دلیل ریتم خاص موسیقی و تأثیر آتشین آن بر مخاطب، سبب تغییر حال ناگهانی و غیرعقلانه مخاطب می گردد. نتیجه این فرایند، تصمیم عجولانه و اضرار مالی در انتخاب کالای غیرضروری و عدم انتخاب عقلانه کالا است.

۳- ایذاء: حس سرخوردگی پس از فروکش کردن هیجان کاذب ایجاد شده توسط تبلیغات و متحمل شدن هزینه اضافی و غیرضروری جهت استفاده از کالا و بازگشت بُعد عقلانی به شخص، باعث ایذاء و سرخوردگی مخاطب و نارضایتی از خرید خود است.

۱۳. ثمرات فقهی توسعه مفهومی عنوان تدلیس و صدق آن بر موارد جدید تبلیغات تجاری

۱-۱۳. جاری شدن احکام تکلیفی و وضعی تدلیس

زمانی که عنوان تدلیس در موردی صدق کند، احکام اختصاصی به آن نیز در پی آن می آید که عبارت اند از وجود خیار فسخ برای طرف فریب خورده و حرمت تکلیفی فعل فریبکارانه از ناحیه شخص مدلس (شهید ثانی، ۱۴۲۳ق، ج ۸، ص. ۱۴۰).

۲-۱۳. لزوم مقابله حاکمیت با تدلیس های در طیف گسترده و مخل نظام معاش افراد جامعه

از آنجایی که تدلیس های بیان شده، باعث اختلال نظام معاش افراد جامعه شده و آثار سوئی را بر آن تحمیل می کند و همچنین فعل تدلیس از حیث شرعی دارای حرمت تکلیفی است، حاکمیت وظیفه دارد با طرح و اجرای سیاست های ایجابی و سلبی با این تدلیس ها مقابله کرده و جلو آثار سوء آن را بگیرد (حسینی، ۱۳۸۸، ص. ۲۹۳).

۳-۱۳. استفاده از بسط مفهومی تدلیس در تبلیغات تجاری در سیاست گذاری

نتیجه بسط مفهومی تدلیس و شمول آن نسبت به تدلیس های پیچیده و چندلایه،

می تواند به عنوان داده ی مبنا در سیاست گذاری مورد استفاده قرار گرفته و سیاست های جدید بر اساس آن شکل بگیرد.

۱۴. ارتباط تدلیس با عنوان اختلال نظام

افزون بر عناوین پیشین، تدلیس هایی که در تبلیغات گسترده بازرگانی رخ می دهند، می توانند عناوین جدید فقهی مانند اختلال نظام (مرسلی، ۱۴۰۱) را به خود اختصاص دهند. اختلال نظام از آن روست که گستردگی این گونه تبلیغات و سبک جدید زندگی که ایجاد می کنند، موجب کم رنگ شدن فعالیت های تولیدی کالاهای ضروری، تشویق به مصرف گرایی و دیگر اختلالات اقتصادی می شوند. این نوع تبلیغات گاهی مصرف را به یک اصل تبدیل می کنند (فرخ وندی و پارسی، ۱۳۹۵). در واقع اگر از منظر اجتماعی و حکمرانی به آثار و پیامدهای این نوع تبلیغات نگاه شود، شمول عناوین فقهی اجتماعی آشکار می شود.

۱-۱۴. حرمت اختلال نظام

اختلال نظام در بحث تدلیس در موارد متنوعی واقع می گردد:

۱-۱-۱۴. اختلال نظام معاش

همان طور که واضح است، اگر معاملات تدلیسی واقع شده را به نحو فردی و شخصی ملاحظه کنیم، اختلال نظام معاش جامعه صورت نخواهد گرفت؛ زیرا در این نگاه معاملات، جزئی، محدود و مربوط به برخی اشخاص است و مواردی نیز که درباره آن ذکر شده، موارد جزئی و با تأثیر محدود بر مشتریان محدود بوده است؛ مانند مخلوط کردن شیر با آب و مانند آن.

اما با ملاحظه طیف وسیعی از این فریب ها، طیف وسیعی از افراد جامعه در موارد مختلف تدلیس های جدید، مورد فریب واقع شده و این امر سبب اختلال جدی در نظام معاش ایشان گردیده است.

حرمت اختلال نظام، از عناوین ذاتی حرمت تدلیس نیست بلکه بر تدلیس در برخی از حالات که تدلیس منجر به اختلال نظام گردد، بر آن عنوان عارض شده و حرمت جدیدی را برای تدلیس به ارمغان می آورد.

ویژگی قاعده حرمت اختلال نظام تا حدی که اگر عنوانی از عناوین فقهی با آن تعارض کند، بدون شک حرمت اختلال نظام مقدم می‌شود. با توجه به حرمت اکید اختلال نظام در فقه شیعه (حسینی، ۱۳۹۶)، لزوم برخورد سختگیرانه و جدی حاکمیت با این نوع تبلیغات تجاری که سبب اختلال نظام معاش افراد زیادی از جامعه گشته و حقوق مصرف‌کنندگان را تضییع می‌نماید، مهم تلقی می‌شود.

۱۴-۱-۲. اختلال در عملکرد نظام تجارت

بازار سالم بازاری است که در آن فروشندگان مختلف بتوانند با عملکرد اقتصادی سالم و شرعی، کسب درآمد داشته و با فروش کالا، نیازهای بخشی از افراد جامعه را نیز تأمین کنند.

در این بین اگر فروشندگانی با استفاده از تدلیس، بخش عمده‌ای از مشتریان آن صنف را به سمت خود کشانده و کالاهای خود را به ایشان بفروشند؛ موجب اختلال در عملکرد بازار و فلج شدن کسب و کار قسم عمده‌ای از سایر فروشندگان می‌گردند. این امر در طولانی مدت باعث قدرتمند شدن فروشندگان تدلیسی و تضعیف خرده فروشی‌ها شده و در نهایت می‌تواند اقتصاد کلان جامعه را نیز با مشکلاتی نظیر بیکاری خرده فروشان و انحصاری شدن فروشندگان اصناف مواجه سازد. اختلال در عملکرد بازار از حیث حکمرانی امری ممنوع بوده و حاکمیت برای رعایت عدالت در سیستم اقتصادی و توزیع کالا وظیفه برخورد با این تدلیس‌ها را دارد.

۱۴-۱-۳. سلب اعتماد به حاکمیت اسلامی و متنفر شدن مردم از اسلام

تدلیس‌هایی که به ظاهر مخفی است و لکن در سطوح کلان انجام می‌شود و افراد زیادی از جامعه درگیر آن هستند و پس از خرید کالا، بسیاری متوجه فریب آن‌ها و سرخوردگی می‌شوند، باعث خدشه دار شدن اعتماد مردم به حاکمیت و سلب اعتماد مردم به این نهاد می‌گردد؛ از آن جهت که مردم خواستار برخورد حاکمیت با این موارد و جلوگیری از متضرر شدن ایشان هستند.

از آنجاکه نظام مستقر، جمهوری اسلامی است، معنای سلب اعتماد مردم به حاکمیت، سلب اعتماد مردم به اسلام و شریعت مقدسه است که شکی در حرمت آن

وجود ندارد.

این عنوان از ادله ذاتی حرمت تدلیس نبوده بلکه در برخی موارد تدلیس مصداقی برای این قاعده شده و حکم حرمت از این طریق برای آن به ارمغان می‌آید. مرحوم صاحب جواهر نیز یکی از ادله‌ای که در حرمت خیانت به کفار پس از امان دادن به ایشان در جهاد اقامه می‌کنند، حرمت متنفرکردن مردم از اسلام است (صاحب جواهر، ۱۴۰۴ق، ج ۲۱، ص. ۷۸).

۱۵. روش حاکمیت در مقابله و ریشه‌کن کردن تدلیس در تبلیغات تجاری

یکی از وظایف حاکمیت اسلامی، اجرای احکام شرعی و مقابله با وقوع حرام در جامعه است. مقابله حاکمیت با تبلیغات تجاری تدلیسی که از نظر فقهی حکم حرمت داشته و سبب اختلال نظام می‌شود نیز از همین باب است.

برای برچیدن بساط تبلیغات تدلیسی حاکمیت باید در چند عرصه و مرحله گام بردارد:

۱- اثبات مشکل نزد حاکمیت: همان‌طور که بیان شد تبلیغات تجاری جدید، دارای فریب‌های پنهان و مخفی است که برای نوع افراد منکشف نشده و برای تشخیص نیازمند نظریات رسانه هستیم. ابتدا باید ابعاد مختلف تدلیس در تبلیغات تجاری و آثار مختلف مضر و گوناگون آن بر سطح اجتماع که یکی از آن‌ها نیز اختلال نظام معاش افراد است برای حاکمیت اثبات شود. به عبارت دیگر مشکل بودگی مسئله محرز گردد.

۲- آموزش عموم افراد جامعه: حاکمیت می‌تواند با استفاده از مبحث نظریات رسانه، از ابزارهای مختلف خود از جمله صداوسیما، روش‌های مختلف تبلیغات تدلیسی را به مردم آموزش داده و هشدار دهد که ممکن است از این روش‌ها برای فریب ایشان جهت فروش کالا استفاده شود. این عمل مانند واکسیناسیون و ایمن‌سازی افراد نسبت به این مشکل عمل می‌کند.

۳- تشکیل کارگروه متخصص جهت شناسایی تبلیغات تدلیسی: تشخیص تبلیغات تدلیسی کار ساده‌ای نبوده و نیازمند به آگاهی از علم فقه و نظریات رسانه است. باید افرادی در این کارگروه عضو شوند که بر دانش‌های ذکر شده مسلط بوده و

توانایی تشخیص این نوع تدلیس‌ها را داشته باشند.

۴. دقت بیشتر در پذیرش تبلیغات تجاری جهت پخش در نهادهای حکومتی مثل صداوسیما: برای پذیرش تبلیغات تجاری جهت پخش در صداوسیما باید ملاحظات مختلفی اتخاذ شود و صرف منفعت مالی آن برای سازمان نباید مدنظر باشد. مسلط بودن به مبحث نظریات رسانه و بررسی و دقت در نمونه تدلیس‌هایی که در این مقاله مورد بررسی قرار گرفت، به این هدف کمک شایانی می‌کند.

۵- وضع مجازات‌های کیفری و بازدارنده: از آنجاکه تبلیغات تجاری دارای آثار مختلف و سوئی بر جامعه است، برای جلوگیری از وقوع و ساخت این نوع تبلیغات، نیازمند مجازات‌های کیفری و بازدارنده است که فعلاً در قانون پیش‌بینی نشده است.

۶- نظارت فعال در همه مراحل: برای آگاهی از اینکه آیا این سیاست‌های ذکر شده می‌تواند به درستی و به نحو کامل عملی شود، نیازمند نظارت دائمی در مراحل پذیرش پخش تبلیغات تجاری وجود دارد. نظارت فعال و مستمر، اهداف اصلی پایه‌ای سیاست را حفظ کرده و از انحراف آن جلوگیری به عمل می‌آورد.

۷- تقدیر از تبلیغات اخلاقی و سالم: تشویق و تعیین مزایا برای شرکت‌های تجاری و خدماتی که اقدام به تولید و پخش محتوای غیرحرام تبلیغات تجاری می‌کنند و در عین حال اهداف اصلی تبلیغات تجاری که همان معرفی صحیح کالا به مشتری است را رعایت می‌کنند، باعث ترویج این نوع تبلیغات در میان سائر شرکت‌ها شده و این هدف مهم را ترویج می‌کند.

نتیجه‌گیری

تبلیغات تجاری پدیده‌ای نوین است که در برخی موارد از رسالت اصلی خود که معرفی محصول است خارج شده و از روش‌های مختلف تأثیرگذاری بر مخاطب نظیر نظریات رسانه بهره می‌برد و در نتیجه، غیرنیاز و یا نیازهای ثانویه به‌عنوان نیاز اولیه نشان داده می‌شود. با بازخوانی ادله تدلیس و بهره‌مند شدن از تنقیح مناط، اثبات شد که فریب‌های موجود در این موارد از مصادیق تدلیس فقهی است. نتیجه صدق تدلیس بر

این موارد چندلایه و پیچیده که در موارد متعددی نظیر مصرف‌گرایی، مدگرایی، برندگرایی، استفاده از برخی موسیقی‌ها در تبلیغات و... بود، توسعه مفهومی عنوان تدلیس است که علاوه بر مصادیق مشهور تدلیس الماشطه، تصریه الحیوان و تدلیس در نکاح شامل مواردی به مراتب پیچیده‌تر و وسیع‌تر نیز می‌شود. این توسعه مفهومی یعنی تدلیس در گستره دنیای نوین و تبلیغات تجاری که مسئله‌ای جدید نسبت به دوران تشریع است، معنای جدیدی پیدا می‌کند که عمق بسیار عمیق تری نسبت به تدلیس‌های ساده بیان شده در کتب قدما است.

برخلاف ارتکاز رایج فقهی که تدلیس را عنوانی مستقل در حرمت می‌داند، تدلیس نسبت به سه عنوان کذب، اضرار و ایذاء، ارزش افزوده و حالت اضافه‌ای ندارد و دلیل حرمتش نیز اجتماع این سه عنوان است.

توسعه مفهومی عنوان تدلیس دارای ثمراتی است که عبارت‌اند از:

- ۱- جاری شدن احکام تکلیفی و وضعی تدلیس؛
 - ۲- لزوم مقابله حاکمیت با تدلیس‌های در طیف گسترده و مخل نظام معاش افراد جامعه؛
 - ۳- استفاده از بستر مفهومی تدلیس در تبلیغات تجاری در سیاست‌گذاری؛
- درنهایت حاکمیت برای مقابله با این تدلیس‌های مخفی در تبلیغات تجاری قادر است با استفاده از راهکار ذیل برخورد مقتضی را انجام دهد:
- ۱- اثبات مشکل نزد حاکمیت؛
 - ۲- آموزش عموم افراد جامعه؛
 - ۳- تشکیل کارگروه متخصص جهت شناسایی تبلیغات تدلیسی؛
 - ۴- دقت بیشتر در پذیرش تبلیغات تجاری جهت پخش در نهادهای حکومتی مثل صداوسیما؛
 - ۵- وضع مجازات‌های کیفری و بازدارنده؛
 - ۶- نظارت فعال در همه مراحل؛
 - ۷- تقدیر از تبلیغات اخلاقی و سالم.

کتابنامه

- ایرانی‌پور نظری، الهه (۱۳۸۸). برجسته‌سازی. فصلنامه کتاب ماه علوم اجتماعی، (۲۳)، ۸۲-۹۱.
- برایانت، جنینگز (۱۴۰۱). جریان‌های اصلی در نظریه و پژوهش ارتباطات جمعی. ترجمه مجید سلیمانی ساسانی، تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.
- حرعاملی، محمد (۱۴۰۹ق). تفصیل وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة. قم: مؤسسه آل‌البیت (علیهم‌السلام).
- حسینی، سیدعلی (۱۳۹۶). قواعد فقهی فرهنگ و ارتباطات. تهران: دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام).
- حسینی، محمدحسین (۱۳۸۸). فلسفه سیاسی فارابی و ارتباط آن با ولایت فقیه. قم: المصطفی.
- خمینی، سیدروح‌الله (بی‌تا). تحریر الوسیله. قم: مؤسسه مطبوعات دار العلم.
- شهید ثانی، زین‌الدین بن علی (۱۴۲۳ق). مسالک الأفهام إلى تنقیح شرائع الإسلام. قم: مؤسسه المعارف الإسلامیه.
- صاحب جواهر، محمدحسن (۱۴۰۴ق). جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- طباطبایی، سید علی (۱۴۱۸ق). ریاض المسائل فی تحقیق الأحکام بالدلائل. قم: مؤسسه آل‌البیت (علیهم‌السلام).
- عاملی، زین‌الدین (۱۴۱۲ق). الروضة البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة. قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
- فرخ‌وندی، امیر و پارسی، فاطمه (۱۳۹۵). واکاوی و نقد «صنعت فرهنگ» در مکتب فرانکفورت با تأکید بر مباحث هورکهایمر و آدرنو. فصلنامه ترویج علم، (۱۱)، ۸۵-۱۰۳.
- مازلو، آبراهام هرولد (۱۳۸۴). انگیزش و شخصیت. ترجمه مهدی معین، تهران: انتشارات رشد.
- محقق حلی، جعفر بن حسن (۱۴۰۸ق). شرائع الإسلام فی مسائل الحلال و الحرام. قم:

مؤسسه اسماعیلیان.

مرسلی، فرزین (۱۴۰۱). قواعد فقهی احکام فرهنگ و ارتباطات. تهران: طلوع معنا.
مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۳ق). المقنعه. قم: کنگره جهانی هزاره شیخ مفید.
مک‌کوئل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریات ارتباطات جمعی. ترجمه مهدی منتظر
قائم. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۹). نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی.
تهران: انتشارات همشهری.

Wiechmann, Jack (1992). *Ntcs dictionary of advertising*. Second edition, national textbook company.

References

- Amili, Z. al-D. (1412AH). *Al-Rawdah al-bahiyah fi sharh al-lum'ah al-dimashqiyyah*. Qom: Davari Bookstore. (In Persian)
- Amili, Z. al-D. (2002). *Masaalik al-afhaam ila tanqih shara'i al-Islam*. Qom: Islamic Knowledge Foundation. (In Persian)
- Bryant, J. (2022). Main currents in mass communication theory and research. (M. Soleimani Sasanani, Trans.). Tehran: Research Institute for Islamic Culture and Art. (In Persian)
- Farrokhvandi, A., & Parsi, F. (2016). A rereading and critique of the "culture industry" in the Frankfurt School with emphasis on the views of Horkheimer and Adorno. *Quarterly Journal of Science Promotion*, 11, 85–103. (In Persian)
- Hilli, J. ibn H. (n.d.). *Shara'i al-Islam fi masa'il al-halal wa al-haram*. Qom: Isma'iliyan Institute. (In Persian)
- Hosseini, M. H. (2009). Farabi's political philosophy and its relation to velayat-e faqih. Qom: Al-Mustafa. (In Persian)
- Hosseini, S. A. (2017). *Juristic rules of culture and communication*. Tehran: Imam Sadiq University. (In Persian)
- Irani Pour Nazari, E. (2009, February). Highlighting. *Ketab-e Mah-e Oloum-e Ejtemaei*, 23, 82–91. (In Persian)
- Khomeini, R. M. (n.d.). *Tahrir al-wasilah*. Qom: Dar al-Ilm Publications Institute. (In Persian)
- Maslow, A. H. (2005). *Motivation and personality* (M. Moein, Trans.). Tehran: Roshd Publications. (In Persian)
- McQuail, D. (2009). *An introduction to mass communication theory* (M. Mantezer Qa'em, Trans.). Tehran: Media Studies and Planning Office. (In Persian)
- Mehdi Zadeh, S. M. (2020). *Media theories: Common ideas and critical*

- perspectives. Tehran: Hamshahri Publications. (In Persian)
- Mofid, M. (1994). *Al-Muqni'ah*. Qom: World Congress of the Millennium of Shaykh Mofid. (In Persian)
- Morsali, F. (2022). *Juristic rules of culture and communication rulings*. Tehran: Tolou'-e Ma'na Publications. (In Persian)
- Najafi, M. H. (1983). *Javahir al-kalam fi sharh shara'i al-Islam*. Beirut: Dar Ihya' al-Turath al-Arabi. (In Persian)
- Tabatabai, Seyyed Ali (1418 AH). *Riaz al-Masal in the investigation of al-Ahkam with evidence*. Qom: Al-Bayt Institute (peace be upon him). (In Persian)
- Wiechmann, jack (1992). *Ntcs dictionary of advertising*. Second edition, national textbook company.



Bi-quarterly Scientific Journal of "Religion & Communication"
Vol. 33, No. 1, (Serial 69), Spring and Summer 2026

Research Article

doi: 10.30497/rc.2026.249544.2156



OPEN ACCESS

Received: 2025/12/07

Accepted: 2026/05/25

The Rhetoric of Jihad in Nahjul-Balaghah: A Neo-Aristotelian Critique of Imam Ali's (PBUH) War Sermons

Karim khanmohammadi* Ali Asghar Eslami Tanha** Muhammad Rezabaygi***

Abstract

Nahjul-Balaghah, as one of the most prominent rhetorical and literary works of Islam, contains the war sermons of Imam Ali delivered in critical and sensitive historical situations. These sermons are not only important from a literary and aesthetic perspective, but also, as outstanding examples of persuasive rhetoric in the context of war and jihad, have the capacity for deep rhetorical analysis. Despite extensive interpretative and literary studies, a comprehensive and systematic analysis of the war sermons of Nahjul-Balaghah using the method of the Neo-Aristotelian Critique has not been conducted so far. The purpose of analyzing the rhetoric of jihad in Nahjul-Balaghah using the approach of the Neo-Aristotelian Critique is to discover the rhetorical mechanisms of Imam Ali in dealing with war situations and to identify the argumentative, validation, and emotional arousal patterns in these sermons. Using purposive sampling, eighteen sermons were selected from 241 sermons in Nahjul-Balaghah and analyzed based on the components of the rhetorical situation (speaker, audience, context) and the elements of ancient rhetoric (invention, order, style). The results show that in the logos dimension, the Imam used a wide range of omitted analogies, including similes, conditional, religious, and historical analogies. In the domain of ethos, credibility has evolved from situational expertise to credibility based on behavioral honesty, and in pathos, emotions have shifted from hope and motivation to anger, regret, and despair. Stylistic analysis identified 112 literary devices in ten categories, with simile, metaphor, and contrast being the most frequent. The most important achievement is the mapping of the temporal evolution of rhetoric from "hopeful persuasion" (36-37 AH) to "realistic reproach" (38 AH) and "moral despair" (39-40 AH).

Keywords: Neo-Aristotelian criticism, rhetoric of jihad, Nahjul-Balaghah, discourse analysis, rhetorical innovation.

* Professor of Culture and Communications, Department of Cultural Studies and Communications, Baqir al-Olum University, Qom, Iran (Corresponding author).

khanmohammadi49@yahoo.com

0000-0002-8174-1550

** Assistant professor, Department of Social Sciences, Baqir al-Olum University, Qom, Iran.

eslamitanha12@gmail.com

0000-0003-0522-0232

*** Ph.D student in Culture and Communication, Department of Cultural Studies and Communications, Baqir al-Olum University, Qom, Iran.

muhammad.rezabaygi@gmail.com

0009-0001-8161-7891

رتوریک جهاد در نهج البلاغه:

نقد نوارسطویی خطبه‌های جنگی امام علی (علیه السلام)

کریم خان محمدی* علی اصغر اسلامی تنها** محمد رضاییگی***

چکیده

نهج البلاغه به عنوان یکی از برجسته‌ترین آثار بلاغی و ادبی اسلام، حاوی خطبه‌های جنگی امام علی (علیه السلام) است که در موقعیت‌های بحرانی و حساس تاریخی ایراد شده‌اند. این خطبه‌ها نه تنها از منظر ادبی و زیبایی‌شناختی اهمیت دارند، بلکه به عنوان نمونه‌های برجسته رتوریک اقناعی در بافت جنگ و جهاد، ظرفیت تحلیل عمیق رتوریکی را دارند. با وجود مطالعات گسترده تفسیری و ادبی، تاکنون تحلیل جامع و نظام‌مند از خطبه‌های جنگی نهج البلاغه با روش نقد نوارسطویی انجام نشده است. هدف از تحلیل رتوریک جهاد در نهج البلاغه با رویکرد نقد نوارسطویی، کشف سازوکارهای رتوریکی امام علی (علیه السلام) در مواجهه با موقعیت‌های جنگی و شناسایی الگوهای استدلالی، اعتبارسازی و برانگیختن احساسات در این خطبه‌هاست. با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند، ۱۸ خطبه از میان ۲۴۱ خطبه نهج البلاغه انتخاب و بر اساس مؤلفه‌های موقعیت رتوریکی (گوینده، مخاطب، بافت) و ارکان خطابه باستان (ابداع، ترتیب، سبک) تحلیل شدند. نتایج نشان می‌دهد که در بُعد لوگوس، امام (علیه السلام) از طیف گسترده‌ای از قیاس‌های محذوف؛ شامل قیاس تشبیهی، شرطی، دینی و تاریخی بهره برده است. در حوزه اتوس، اعتبارسازی از نوع خبرگی موقعیتی به سمت اعتبار مبتنی بر صداقت رفتاری تحول یافته و در حوزه پتوس، احساسات از امید و انگیزه (شدت متوسط تا بالا) به خشم، حسرت و یأس (شدت بسیار بالا) گذار کرده است. تحلیل سبک‌شناختی ۱۱۲ آرایه ادبی در ده دسته را شناسایی کرد که تشبیه، استعاره و تضاد بیش‌ترین بسامد را دارند. مهم‌ترین دستاورد، ترسیم مسیر تحول زمانی رتوریک از «اقناع امیدبخش» (۳۶-۳۷هـ) به «سرزنش واقع‌گرا» (۳۸هـ) و «یأس اخلاقی» (۳۹-۴۰هـ) است.

واژگان کلیدی: نقد نوارسطویی، رتوریک جهاد، نهج البلاغه، تحلیل خطابه، ابداع رتوریکی.

* استاد گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، قم، ایران (نویسنده مسئول).

khanmohammadi49@yahoo.com

0000-0002-8174-1550

** استادیار گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم، قم، ایران.

eslamitanha12@gmail.com

0000-0003-0522-0232

*** دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، گروه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم، قم، ایران.

muhammad.rezabaygi@gmail.com

0009-0001-8161-7891

مقدمه

رتوریک یا فن خطابه، از دیرباز یکی از مهم‌ترین ابزارهای اقناع و تأثیرگذاری بر مخاطبان بوده است. از زمان ارسطو که رتوریک را «یافتن وسایل اقناع موجود در هر موضوع» تعریف کرد (Kennedy, 1994, p. 4)، این حوزه دانشی دستخوش تحولات بسیاری شده و از مطالعه صرف خطابه‌های سیاسی و قضایی یونان باستان، به تحلیل انواع گفتمان‌های مکتوب، شفاهی و حتی تصویری گسترش یافته است. در این میان، متون دینی به‌ویژه متون اسلامی، به‌رغم بار رتوریکی غنی و پیچیدگی ساختاری، کمتر مورد تحلیل نظام‌مند رتوریکی قرار گرفته‌اند.

نهج البلاغه، مجموعه خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های امام علی (علیه‌السلام) که توسط سید رضی در قرن چهارم هجری گردآوری شده است، یکی از برجسته‌ترین نمونه‌های بلاغت عربی و از شاهکارهای ادبیات اسلامی محسوب می‌شود. این اثر شامل ۲۴۱ خطبه، ۷۹ نامه و ۴۸۰ حکمت کوتاه است که طیف وسیعی از موضوعات کلامی، سیاسی، اجتماعی، اخلاقی و نظامی را پوشش می‌دهد. در میان این خطبه‌ها، خطبه‌های جنگی جایگاه ویژه‌ای دارند؛ زیرا در موقعیت‌های بحرانی و حساس ایراد شده‌اند و هدف آن‌ها نه تنها اطلاع‌رسانی، بلکه بسیج، انگیزش، آموزش نظامی، سرزنش و گاه اعلام ناامیدی بوده است.

خطبه‌های جنگی نهج البلاغه در بافت تاریخی خاصی شکل گرفته‌اند؛ به‌عنوان نمونه دوران حکومت امام علی (علیه‌السلام) (۳۵-۴۰ هجری) با جنگ‌های داخلی جمل (۳۶هـ)، صفین (۳۷هـ) و نهروان (۳۸هـ) همراه بود. این جنگ‌ها نه تنها چالش‌های نظامی، بلکه بحران‌های اقناعی عمیقی را برای امام به همراه داشتند: چگونه یارانی را که دچار خستگی جنگ، تردید عقیدتی و نافرمانی مکرر بودند، به ادامه جهاد متقاعد کند؟ چگونه در عین حفظ اصول اخلاقی اسلام، بسیج نظامی انجام دهد؟ و چگونه در مواجهه با برخی ناکامی‌ها، رهبری خود را توجیه کند؟

این پرسش‌ها، مسئله اصلی این پژوهش را شکل می‌دهند: رتوریک جهاد در نهج البلاغه چگونه ساختاربندی شده و از چه سازوکارهای اقناعی بهره می‌برد؟ به عبارت دقیق‌تر، چگونه امام علی (علیه‌السلام) از عناصر رتوریکی (استدلال منطقی،

اعتبارسازی و برانگیختن احساسات) برای دستیابی به اهداف جنگی خود استفاده کرده است؟ و آیا این رتوریک در طول زمان تحولی داشته است.

۱. پیشینه پژوهش

مطالعات پیرامون نهج البلاغه را می‌توان به چهار دسته به شرح زیر تقسیم کرد:

۱- مطالعات تفسیری - کلامی: این دسته که قدیمی‌ترین و گسترده‌ترین حوزه است، شامل شروح متعدد نهج البلاغه مانند شرح ابن‌ابی‌الحدید (۱۳۸۵)، شرح محمد عبده (۱۳۶۵) و شرح علامه جعفری (۱۳۶۰) است. این آثار عمدتاً به تبیین معانی واژگان، توضیح اشارات تاریخی و استخراج مفاهیم کلامی - فلسفی می‌پردازند؛ اما تحلیل رتوریکی در آن‌ها غایب یا حداقل است.

۲- مطالعات ادبی - زیبایی‌شناختی: محققانی مانند محمدجواد مغنیه (۱۳۷۹)، صبحی صالح (۱۹۶۷) و محمد دشتی (۱۳۷۹) به بررسی صنایع ادبی، آرایه‌های بلاغی و زیبایی‌شناسی زبان نهج البلاغه پرداخته‌اند. این مطالعات اگرچه به سبک (یکی از ارکان رتوریک) توجه دارند؛ اما دیگر ارکان (ابداع، ترتیب، حافظه، بیان) و به‌ویژه موقعیت رتوریکی (گوینده، مخاطب، بافت) را نادیده می‌گیرند.

۳- مطالعات سیاسی - اجتماعی: پژوهشگرانی چون علی شریعتی (۱۳۵۰)، مرتضی مطهری (۱۳۵۸) و محمدتقی جعفری (۱۳۶۰) و عبدالله نصری (۱۳۹۹) به تحلیل اندیشه سیاسی - اجتماعی امام در نهج البلاغه پرداخته‌اند. آن‌ها به مسائلی چون عدالت، حکومت، حقوق مردم و جهاد توجه کرده‌اند؛ اما چگونگی بیان این اندیشه‌ها و راهبردهای اقناعی امام را کمتر بررسی کرده‌اند.

۴- مطالعات رتوریکی (محدود): تاکنون تنها چند پژوهش محدود به تحلیل رتوریکی نهج البلاغه پرداخته‌اند. فضل حسن عباس (۱۹۹۷) در «البلاغه فنونها و أفنانها» فصلی کوتاه به تحلیل برخی خطبه‌ها اختصاص داده است. مریم عزیزخانی و نصراله شاملی (۱۴۰۰) در «تحلیل گفتمان انتقادی در نهج البلاغه براساس نظریه فرکلاف: مطالعه موردی توصیف ناکثین» تنها به تحلیل یک خطبه بسنده کرده‌اند.

تاکنون تحلیل جامع و نظام‌مند از خطبه‌های جنگی نهج البلاغه با روش نقد

نوآرسطویی انجام نشده است. این پژوهش با تحلیل هجده خطبه جنگی، این خلأ را پُر می‌کند.

۲. چهارچوب مفهومی

جنگ به تعبیر ترنر یک «جماعت‌واره» یا یک «درامای اجتماعی» است (مور، ۱۳۸۹، ص. ۲۸۹). به عبارت دیگر «جنگ فضایل حماسی و والا همانند شجاعت، فداکاری، وفاداری و دوستی بین رزمندگان، راستی و دوستی را برمی‌انگیزد. بشریت در تمام تمدن‌های مختلف همواره به فضیلت‌های اخلاقی جنگ واقف و برای آن‌ها ارزش بسیار زیادی قائل بوده است» (بوتول، ۱۳۸۷، ص. ۸۱). در بستر این درامای اجتماعی و فضیلت‌هاست که بلاغت سخنورانی همانند امام علی (علیه‌السلام) که خود در اوج بلاغت هستند به صورت چشمگیری افزایش می‌یابد. بهترین رویکردی که می‌تواند در این شرایط ظرافت‌ها و لطایف بلاغت یا رتوریک جنگ را نشان دهد همان نقد رتوریک است. براین اساس مفاهیم محوری ما عبارت‌اند از:

۲-۱. رتوریک

رتوریک اصطلاحی است که از زمان افلاطون تاکنون تغییرات بسیاری یافته است، به گونه‌ای که عموماً نمی‌توان کاربردهای متفاوت این اصطلاح را از یکدیگر به‌طور کامل تفکیک کرد. یونانیان فن خطابه را رتوریک^۱ و خطیب را رتور^۲ می‌نامیدند؛ اما لفظ رتوریک^۳ در زبان انگلیسی و به‌طور کلی زبان‌های رمان^۴ بر طیف وسیع‌تری از معانی دلالت می‌کند. اگرچه این واژه گاه به‌طور مشخص بر معنای خاصی اطلاق می‌شود؛ اما نمی‌توان کاربردهای متفاوت اصطلاح رتوریک را به‌طور کامل از یکدیگر تفکیک کرد؛ به همین دلیل، تعریف رتوریک کار آسانی نیست (Black, 1995, p. 259; Wendland, 2002, p. 169). رابرت کتکارت^۵ درباره رتوریک در علم ارتباطات می‌نویسد: «رتوریک، استفاده هدفمند از زبان یا نمادهای دیگر توسط فردی است که

1. rhetorike

2. rhetor

3. rhetoric

4. romance

5. Robert S. Cathcart

خواهان برقراری ارتباط است تا بر مخاطبان مشخصی تأثیر بگذارد یا آنان را اقناع کند. بدین ترتیب، برقرارکننده ارتباط در پی آن است که مخاطب در موقعیت‌های دشوار به گونه‌ای عمل، باور یا احساس کند که او می‌خواهد» (Cathcart, 1966, p. 2). در تعریف دیگر کنت برک^۶ می‌نویسد: «هرکجا اقناع وجود دارد، رتوریک نیز حضور دارد و هرکجا معنا وجود دارد، اقناع نیز موجود است» (Burke, 1969, p. 172). رابرت کاکس^۷ رتوریک را چنین تعریف می‌کند: «رتوریک کنشی هدفمند؛ فعالیتی عملگرایانه یا وسیله‌ای است که افراد را قادر می‌سازد تا از میان ابزارهای در دسترس برای اقناع، گزینش کنند و در نهایت نتیجه مطلوب خود را حاصل نمایند» (Cox, 2010, p. 59).

۲-۲. جهاد

جهاد در لغت از ریشه «جَهَد» یا «جُهد» به معنای سختی، مشقت و تلاش همراه با رنج است (مقداد، ۱۳۸۰، ص. ۳۱۳). در شریعت اسلام، جهاد به معنای جنگیدن در راه حق است و در وجه اسمی، به جنگ دینی و غزوه مسلمانان با کافران اشاره دارد (معین، ۱۳۶۰، ج ۱، ص. ۱۲۵۷). در اصطلاح شرعی، جهاد به عنوان ابزاری برای حفظ اسلام و مسلمانان در برابر تجاوز و ظلم تشریع شده و به مثابه جنگی مشروع به منظور دفاع از دین و جلوگیری از تجاوز و بی‌عدالتی توسعه یافته است. روشن‌ترین معنای مصطلح آن، جنگیدن در راه خداوند متعال است که در آن، جهادگر خویش را در معرض شهادت قرار می‌دهد. چنین جهادی با جهاد نفس نیز همراه خواهد بود (مصباح یزدی، ۱۳۸۳، ص. ۳۱).

۲-۳. نقد نوارسطویی^۸

اولین روش رسمی نقد بلاغی که در حوزه ارتباطات توسعه یافت، روش نقد نئوکلاسیک، نئوارسطویی یا سستی نامیده می‌شود. در سال ۱۹۲۵، هربرت آ. ویچلنز^۹ ویژگی‌های اصلی روش نئوارسطویی را در مقاله «نقد ادبی خطابه» به تفصیل بیان کرد (Wichelns, 1925, pp. 181-216). تا پیش از مقاله ویچلنز، منتقدان از

6. Kenneth Burke

7. Robert Cox

8. Neo-Aristotelian Criticism

9. Herbert A. Wichelns

دستورالعمل‌های مشخصی برای نقد استفاده نمی‌کردند و درک روشنی از اینکه نقد رتوریک چیست، وجود نداشت. از آنجاکه مقاله ویچلنز «محتوا و ساختار به مطالعه‌ای بخشید که تا آن زمان بی‌شکل و زودگذر بود... این مقاله به معنای واقعی کلمه، رشته مدرن نقد رتوریک را خلق کرد» (Klyn, 1968, p. 154). دونالد سی. برایانت^{۱۰} تأثیر چشمگیر مقاله ویچلنز بر عملکرد نقد رتوریک را چنین توضیح داد: [این مقاله] الگو را تعیین کرد و جهت نقد رتوریک را برای بیش از یک ربع قرن مشخص نمود و تأثیری بیشتر و پیوسته‌تر بر توسعه پژوهش در حوزه بلاغت و سخنرانی عمومی نسبت به هر اثر منفرد دیگری که در این قرن منتشر شده است، داشته است (Bryant, 1958, p. 5). ویچلنز در مقاله خود با تمایز قائل شدن بین نقد ادبی و نقد رتوریک، آغاز کرد و اظهار داشت که نقد رتوریک «به ماندگاری و به زیبایی مربوط نمی‌شود»، همان‌طور که نقد ادبی مربوط است. بلکه «با تأثیر سروکار دارد. این نقد به سخنرانی به مثابه ارتباطی با مخاطب خاص می‌نگرد و وظیفه خود را تحلیل و ارزیابی روش سخنران در انتقال اندیشه‌هایش به شنوندگانش می‌داند» (Brock & Scott, 1980, p. 67). تمایز ویچلنز منعکس‌کننده خاستگاه‌های رشته ارتباطات در دیپارتمان‌های زبان و ادبیات انگلیسی است. نظریه‌پردازان اولیه در حوزه ارتباطات می‌خواستند حوزه خود را به‌عنوان مثال رشته‌ای مستقل و مشروع توسعه دهند.

ویچلنز در توسعه نئوارسطوگرایی، فهرستی از عناصر ارائه کرد که منتقد باید به آنها بپردازد: شخصیت سخنران، شخصیت عمومی سخنران یا برداشت عموم از سخنران، مخاطب، اندیشه‌های اصلی ارائه‌شده در سخنرانی، انگیزه‌هایی که سخنران به آن‌ها متوسل شده است، ماهیت براهین سخنران، قضاوت سخنران از طبیعت انسانی در مخاطبان، چیدمان سخنرانی، شیوه بیان سخنران، روش آماده‌سازی سخنرانی توسط سخنران، شیوه ایراد و تأثیر گفتار بر مخاطبان بی‌واسطه و اثرات بلندمدت آن (Brock & Scott, 1980, pp. 69-70).

مطالعات نقادانه متعددی که پس از آن انجام شد، رویکرد پیشنهادی ویچلنز به نقد رتوریک را تحکیم بخشیدند. استفاده گسترده از نئوارسطوگرایی به‌ویژه در اثر دوجلدی

10. Donald C. Bryant

«تاریخ و نقد خطابه عمومی آمریکا» که به ویراستاری ویلیام نوروود بریگنس^{۱۱} در سال ۱۹۴۳ منتشر شد، آشکار بود (Brigance, 1943). در مطالعات گنجانده شده در این اثر، نویسندگان در تلاش‌های نقادانه خود تنها توسط الگوی ارسطویی یا در ترکیب با الگوهای خطیبان کلاسیک دیگر راهنمایی می‌شدند. روش ویچلنز در سال ۱۹۴۸ با انتشار «نقد سخنرانی» که در آن لستر تونسن^{۱۲} و ا. کریگ بیرد^{۱۳} نظامی مفصل برای عملکرد نقد رتوریک بر اساس موضوعات پیشنهادی ویچلنز و نوشته‌های خطیبان کلاسیک ارائه دادند، به‌طور محکم‌تری تثبیت شد (Thonssen & Baird, 1948). در نتیجه پذیرش نقد نئوارسطوگرایی به‌عنوان مثال تقریباً تنها روش نقد رتوریک در سال‌های آغازین حوزه ارتباطات، عملکرد نقد رتوریک از نظر موضوع و هدف محدود شد. نقد رتوریک به روش مطالعه سخنرانی‌ها تبدیل گردید (Mohrmann & Leff, 1974, p. 463).

در نقد نوارسطویی، منتقد تمرکز اصلی خود را بر گوینده یا برقرارکننده ارتباط قرار می‌دهد تا بتواند واکنش‌های او را در بستر موقعیت رتوریک مورد ارزیابی قرار دهد. همچنین راهکارهایی که گوینده برای رویارویی با چالش‌های ارتباطی به‌کار می‌گیرد و روش‌هایی که برای اقناع مخاطب اتخاذ می‌کند، بررسی می‌شود. در این دیدگاه، اقناع در قالب قراردادهای گفتمانی و به‌عنوان یکی از اهداف گوینده تلقی می‌گردد و تحلیل آن، هدف نهایی فرایند نقد به‌شمار می‌آید. به‌عبارت دیگر، نقد نوارسطویی به مطالعه و تحلیل گفتاری می‌پردازد که به شیوه‌ای آگاهانه و هدفمند در پی اقناع مخاطبان است. ازاین‌رو، منتقدان نوارسطویی معمولاً به بررسی انواع ژانرها و الگوهای ارتباطی مستقر و شناخته‌شده‌ای همچون خطابه‌های دادگاهی یا سخنرانی‌های عمومی می‌پردازند که می‌توان اهداف و پیامدهای آن‌ها را از منظر تاریخی مورد بررسی و سنجش قرار داد (Brock & et al., 1990, p. 23). در این رویکرد، از میان عناصر ارتباط، گوینده در اولویت قرار می‌گیرد و در تحلیل بلاغی، توانایی‌های او در اقناع مخاطب به دقت مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرد. این توانایی‌ها شامل مهارت در گزینش ابزار مناسب،

11. William Norwood Brigance

12. Lester Thonssen

13. A. Craig Baird

ترتیب و آرایش سخن، بیان اندیشه‌ها و بهره‌گیری از زبان شایسته و بیان درخور است. جی.آر. اندروز بیان می‌دارد که نقد نوارسطویی روشی است که بر تلاش‌های انسان برای تأثیرگذاری و اقناع متمرکز می‌شود (Brock & et al., 1990, p. 3).

۳. روش پژوهش

۳-۱. رویکرد پژوهش

این پژوهش از روش‌شناسی کیفی - تحلیلی با چهارچوب نقد ادبی رتوریک استفاده می‌کند. هدف آن کشف و تبیین سازوکارهای اقناعی و زیبایی‌شناختی در خطبه‌های جنگی نهج‌البلاغه از طریق تحلیل نظام‌مند عناصر رتوریک است. انتخاب روش نقد نوارسطویی برای تحلیل «رتوریک جهاد در نهج‌البلاغه» از چند جهت قابل توجیه است:

۱- تطابق ماهوی: خطبه‌های جنگی نهج‌البلاغه دارای عناصر اساسی موردنیاز این روش هستند - گوینده مشخص (امام علی)، مخاطبان معین و اهداف آشکار (بسیج، آموزش، سرزنش).

۲- هم‌زمانی تاریخی - فرهنگی: نقد نوارسطویی مبتنی بر سنت خطابی یونان - روم باستان است که به لحاظ زمانی و فرهنگی به عصر نزول اسلام نزدیک بوده و هر دو در فرهنگ شفاهی و اهمیت خطابه اشتراک دارند.

۳- جامعیت تحلیل: این روش متن را از شش بُعد بررسی می‌کند: موقعیت رتوریک (گوینده، مخاطب، بافت) و پنج رکن خطابه ارسطویی (ابدا، ترتیب، سبک، حافظه، بیان) که امکان تحلیل نظام‌مند رتوریک جهاد را فراهم می‌آورد.

۴- نظام‌مندی روش‌شناختی: برخلاف روش‌های تأویل‌محور و ذهنی، این روش دارای چهارچوب مشخص و تکرارپذیری است.

۵- پیشینه موفق: این روش در تحلیل متون دینی (خطبه‌های کلیسایی قرون وسطی) و سیاسی معاصر کارآمدی خود را نشان داده است.

۳-۲. جامعه و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش، کل خطبه‌های نهج‌البلاغه (۲۴۱ خطبه) است که از میان آن‌ها، خطبه‌هایی با محتوای جنگی و بسیج‌گرایانه مرتبط با موضوع «رتوریک جهاد» هستند.

نمونه‌گیری به شیوه هدفمند معیارمحور انجام شده است. معیارهای انتخاب خطبه‌ها عبارت‌اند از:

۱- خطبه باید محتوای جنگی داشته باشد (آموزش نظامی، بسیج، نقد عملکرد جنگی، یا مشاوره نظامی).

۲- خطبه باید دارای مخاطب مشخص باشد (یاران، فرزندان، خلیفه، رزمندگان).

۳- خطبه باید از نظر بافت تاریخی مرتبط با دوره جنگ‌های داخلی (جمل، صفین، نهروان) یا مشاوره‌های نظامی (جنگ با روم و فارس) باشد.

۴- خطبه باید اهداف رتوریکی متنوع (اقناع، انگیزش، سرزنش، آموزش) را نمایندگی کند.

بر اساس این معیارها، ۱۸ خطبه، یعنی، خطبه‌های: ۱۱، ۲۴، ۲۵، ۲۷، ۳۴، ۳۹، ۵۴، ۵۵، ۶۶، ۶۹، ۱۲۳، ۱۲۴، ۱۳۴، ۱۴۶، ۱۷۱، ۲۰۶، ۲۱۲، ۲۴۱، انتخاب شدند. این نمونه از نظر تنوع زمانی (از سال ۱۵ تا ۴۰ هجری)، تنوع موضوعی (از آموزش تا نفرین) و تنوع مخاطب (از فرزندان تا خلیفه) جامع است.

۳-۳. شیوه اجرای نقد نوارسطویی

مراحل اجرای نقد نوارسطویی به شرح زیر است:

• **انتخاب آرتیفکت:** روش نقد نوارسطویی برای تحلیل سخنرانی‌ها توسعه یافته است؛ بنابراین سخنرانی‌ها آثار مناسبی برای این روش نقد هستند. از آنجاکه این روش شامل بررسی خطیب است، اثری انتخاب می‌شود که توسط خطیبی تولید شده باشد که اطلاعات بیوگرافی او در دسترس است (Foss, 2018, p. 32). در اینجا منظور از آرتیفکت، اثر یک کنش - متن، ردپا یا شواهد ملموس کنش - است، زیرا یک کنش معمولاً زودگذر و ناپایدار است (Foss, 2018, p. 6) و منتقد به خود کنش دسترسی ندارد.

• **تحلیل آرتیفکت:** نقد نوارسطویی شامل بخش بنیادین است: (۱) بازسازی موقعیت رتوریکی؛ (۲) بررسی آرتیفکت بر اساس ارکان خطابه باستان (ابداع، ترتیب، سبک، حافظه، بیان)؛ (۳) ارزیابی تأثیر آرتیفکت بر مخاطبان (Foss, 2018, p. 32).

(۱) **بازسازی موقعیت رتوریکی:** پیوند دادن اثر رتوریکی با بستر آن به منتقد کمک می‌کند تا کشف کند که چگونه اجزای مختلف موقعیت بر رتوریک تدوین‌شده، تأثیر گذاشته‌اند. منتقد سه مؤلفه اصلی موقعیت را بررسی می‌کند (Foss, 2018, p. 32):

- **گوینده:** هدف از این بخش، مطالعه فرد به‌عنوان مثال سخنور و کشف پیوندها میان رتوریک تولیدشده و تاریخ، تجربه و شخصیت خطیب است. اینکه چرا خطیب تصمیم گرفت این رتوریک را در این مناسبت خاص تولید کند و خطیب به‌دنبال دستیابی به چه چیزی بود (Foss, 2018, p. 33).

- **بافت:** کنش رتوریک تحت تأثیر عوامل موجود در موقعیت قرار می‌گیرد؛ بنابراین وظیفه محقق در اینجا تعیین عناصری در موقعیت است که بر رتوریک در انتخاب موضوع و رویکرد یا الزامات خاص زمان و مکانی که رتوریک در آن رخ داده است، تأثیر گذاشته است (Foss, 2018, p. 33).

- **مخاطب:** سخنران رتوریک را برای دستیابی به هدف خاصی برای فرد یا گروه مشخصی می‌سازد؛ بنابراین، دانستن درباره مخاطب کمک می‌کند تا بفهمیم چرا سخنران راهبردهای خاصی را انتخاب کرده است (Foss, 2018, p. 33).

(۲) **بررسی آرتیفکت بر اساس ارکان خطابه باستان:** دومین مؤلفه نقد نوارسطویی، تحلیل خود اثر با استفاده از پنج قاعده بلاغت کلاسیک است. در دوران یونان و روم کلاسیک، زمانی که مطالعه رتوریک آغاز شد، رتوریک به پنج بخش تقسیم می‌شد. این پنج بخش، یا قواعد رتوریک، گام‌هایی هستند که در فرایند سخنرانی عمومی انجام می‌شوند. آن‌ها عبارت‌اند از:

- **ابداع:** منظور از ابداع، خلق یا گزینش معانی، افکار و موضوعاتی است که سخنور می‌خواهد آن‌ها را بیان کند. این بخش با محتوای سخن سروکار دارد (Kennedy, 1994, p. 4). به عبارت دیگر اندیشه و محتوای آرتیفکت در این بخش بررسی می‌شود. در ابداع، براهین درونی یا هنری، که خطیب خلق می‌کند، به سه دسته تقسیم می‌شوند: (۱) لوگوس یا قیاس‌ها، استدلال‌ها و شواهد منطقی؛ لوگوس با عناصر منطقی یا عقلانی بلاغت و با تأثیر این عناصر بر مخاطب سروکار دارد

(Foss, 2018, p. 34). ۲) اتوس یا شیوه‌های اعتبارسازی خطیب؛ تحلیل اتوس بدین معناست که چگونه شخصیت خطیب، همان‌طور که پیش از سخنرانی برای مخاطب شناخته شده و همان‌طور که در طول سخنرانی به مخاطب ارائه می‌شود، پذیرش باور را از سوی مخاطب تسهیل می‌کند (Foss, 2018, p. 34). ۳) پاتوس یا احساسات برانگیخته‌شده؛ تحلیل پاتوس بدین معناست که چه احساساتی توسط سخنران برانگیخته شده‌اند و چگونه آن احساسات شنوندگان را در چهارچوب ذهنی خاصی قرار می‌دهد تا به‌طور مطلوب به هدف خطیب واکنش نشان دهند (Foss, 2018, p. 34).

• **ترتیب:** ترتیب یعنی، ساختار و ترتیبی که آرتیفکت از آن پیروی می‌کند. به عبارت دیگر، تعیین الگوی کلی چیدمان اتخاذشده برای رتوریک است. به عنوان مثال، ترتیب زمانی، که در آن مطالب به واحدهای زمانی تقسیم می‌شوند، یا ترتیب مسئله - راه حل، که در آن بحث درباره یک مسئله با راه حل‌های پیشنهادی برای آن دنبال می‌شود (Foss, 2018, p. 34).

• **سبک:** سبک به معنای بررسی آرایه‌های ادبی و تحلیل لحن و زبان به کاررفته در آرتیفکت است. دغدغه منتقد در بررسی سبک این است که آیا سبک زبانی به سخنور برای دستیابی به هدفش کمک می‌کند؟ (Foss, 2018, p. 34).

• **حافظه:** مبحث حافظه به شیوه‌هایی که سخنور می‌تواند مباحث موردنظر خود را به خاطر بسپارد و دامنه تداعی‌هایی که او را در این راه یاری می‌کند، اختصاص دارد (Kennedy, 1994, p. 6). به عبارت دیگر حافظه با کنترل خطیب بر مطالب سخنرانی و رابطه حافظه با شیوه ارائه سروکار دارد. این قاعده اغلب توسط منتقد نئوارسطویی به کار گرفته نمی‌شود (Foss, 2018, p. 35). در تحلیل انجام شده نیز به این مبحث پرداخته نشده؛ زیرا خطبه‌های نهج البلاغه به صورت آرتیفکت هستند و در آن‌ها هیچ اشاره‌ای به مبحث حافظه نشده است.

• **بیان:** حرکات بدنی خطیب هنگام ارائه بلاغت و ارزیابی مهارت صوتی خطیب، شامل اینکه چگونه بیان واضح، تلفظ، سرعت گفتار و زیرویمی صدا به پذیرش پیام توسط مخاطب کمک کرده است (Foss, 2018, p. 35). در بیان، صدای سخنران در

هنگام سخنرانی، هماهنگی صدای او با مطالب مورد بحث و همچنین حرکات دست، سر، گردن، چشم و ابروی او مورد ارزیابی قرار می گیرد (Kennedy, 1994, p. 6). در تحلیل انجام شده به این مبحث نیز پرداخته نشده؛ زیرا خطبه های نهج البلاغه به صورت آرتیفکت هستند و در آن ها هیچ اشاره ای به موارد موردی که در تعریف بیان ذکر شد، اشاره نشده است.

عدم تحلیل عناصر حافظه و بیان در خطبه های نهج البلاغه خللی در ارائه تحلیل مناسب ایجاد نمی کند. فوس در این باره می نویسد: «پوشش کامل همه قواعد برای یک آرتیفکت کوتاه اغلب دشوار است و منتقد نمی تواند به آرتیفکت یا تحلیل به درستی بپردازد؛ بنابراین، گاهی اوقات منتقدان نئوارسطویی در تحلیل های خود تنها بر یک یا دو قاعده تمرکز می کنند» (Foss, 2018, p. 35).

۳) ارزیابی تأثیرات آرتیفکت بر مخاطبان: در این بخش منتقد تأثیرات رتوریک را قضاوت می کند. معیار واحدی برای اثربخشی وجود ندارد و نحوه انتخاب شما برای ارزیابی تأثیرات به ویژگی های خود اثر بلاغی، نیت خطیب، مخاطبی که رتوریک به آن ارائه شده و موقعیتی که بلاغت در آن ارائه می شود، بستگی دارد (Foss, 2018, pp. 35-35).

۴. یافته های پژوهش

در این بخش، یافته های حاصل از تحلیل نوارسطویی ۱۸ خطبه جنگی نهج البلاغه به تفکیک ارکان پنج گانه خطابه و موقعیت رتوریکی ارائه می شود:

۴-۱. بازسازی موقعیت رتوریکی

امام علی (علیه السلام) به عنوان مثال یکی از برجسته ترین خطبای تاریخ اسلام، شخصیتی است که بلاغت او از پیوندی عمیق میان تجربه زیسته، محیط پرورشی و انگیزه های معنوی برمی خیزد. او در خانه پیامبر اسلام (صلی الله علیه و آله وسلم) پرورش یافت و از همان کودکی در معرض بالاترین سطح فصاحت عربی و آموزه های قرآنی قرار گرفت؛ محیطی که نه تنها مهارت های زبانی او را شکل داد، بلکه نگرش عدالت محور و معنویت گرای او را نیز بنا نهاد. آموزش غیررسمی اما عمیق او در کنار پیامبر، همراه با تجربه مستقیم در جنگ ها، مناظرات و حکومت داری، او را به خطیبی تبدیل کرد که بلاغتش نه صرفاً هنری زبانی،

بلکه ابزاری برای هدایت، اصلاح اجتماعی و مقابله با انحراف بود. فلسفه بلاغی علی (علیه السلام) بر صداقت، وضوح و پرهیز از تصنع استوار بود؛ او خطبه را وسیله‌ای برای بیداری عقل و وجدان می‌دانست، نه صرف تأثیرگذاری احساسی.

جدول (۱): مشخصات موقعیت رتوریکی خطبه‌ها (بافت، مخاطب)

خطبه	سال	موقعیت	مخاطب	بافت تاریخی	هدف رتوریکی
۱۱	۳۶ هـ	جنگ جمل	محمد حنفیه (فرزند)	لحظه دادن پرچم	آموزش تاکتیکی + تقویت روحیه
۲۴	۳۶-۳۷ هـ	آمادگی جهاد	یاران کوفی	قبل از بسیج	ایجاد انگیزه + تبیین عدم سازش
۲۵	۴۰ هـ	شکست‌های پی‌پی	مردم کوفه	شکست در یمن	سرزنش شدید + شکایت
۲۷	۳۸ هـ	حمله به انبار	مردم کوفه	غارت انبار و زنان	نکوهش سستی + اثبات شایستگی خود
۳۴	۳۸ هـ	بسیج پس از خوارج	مردم کوفه در نخيله	پس از نهروان	سرزنش + بیان حقوق متقابل
۳۹	۳۹ هـ	حمله به عین‌التمر	یاران کوفی	حمله نعمان بن بشیر	شکایت از نافرمانی
۵۴	۳۷ هـ	صفین	یاران مخالف جنگ	مخالفت با ادامه جنگ	توجیه ضرورت جنگ
۵۵	۳۷ هـ	صفین	یاران ناصبور	استیطاء در جنگ	توضیح فلسفه تأخیر
۶۶	۳۷ هـ	صفین	رزمندگان	شب هریر یا آغاز نبرد	آموزش فنون جنگی + انگیزش
۶۹	۳۹ هـ	غارنگری‌های شام	یاران کوفی	غارت عین‌التمر	سرزنش شدید + اعلام ناامیدی
۱۲۳	۳۷ هـ	صحنه نبرد صفین	رزمندگان در میدان	حین جنگ	آموزش اخلاق جنگی + انگیزش
۱۲۴	۳۷ هـ	صفین	رزمندگان	قبل از نبرد	آموزش تاکتیکی + هشدار از فرار
۱۳۴	۱۵ هـ	دوران عمر	خلیفه دوم (عمر)	مشورت جنگ روم	ارائه راهبرد استراتژیک
۱۴۶	۱۶ هـ	دوران عمر	خلیفه دوم (عمر)	مشورت جنگ	ارائه راهبرد + اطمینان‌بخشی

خطبه	سال	موقعیت	مخاطب	بافت تاریخی	هدف رتوریک
				قادسیه	
۱۷۱	۳۷ هـ	صفین	خدا و سپس رزمندگان	آستانه نبرد	دعا + انگیزش معنوی
۲۰۶	۳۷ هـ	صفین	یاران دشنام‌دهنده	شنیدن دشنام به شامیان	اصلاح رفتار + تعلیم اخلاق
۲۱۲	۳۹-۴۰ هـ	بسیج برای شام	یاران سست	عدم اجابت مکرر	شکایت به خدا + تهدید الهی
۲۴۱	۳۷ هـ	بسیج عمومی	مؤمنان	آمادگی جهاد	تشویق + هشدار از غفلت

۴-۲. بررسی آرتیفکت بر اساس ارکان خطابه باستان

جدول (۲): تحلیل لوگوس (استدلال منطقی) در خطبه‌ها

خطبه	نوع استدلال	استدلال اصلی	مقدمه محذوف
۱۱	قیاس تشبیهی	کوه‌ها کنده شوند ← تو ثابت باش	ثبات کوه = نهایت استواری
۲۴	قیاس شرطی	من مدارا نمی‌کنم + شما آماده باشید ← پیروزی	مدارا با باطل = شکست
۲۵	استدلال تطبیقی	وحدت در باطل ≠ تفرقه در حق ← شکست شما	تفرقه = ضعف
۲۷	قیاس تجربی	حمله به خانه ← ذلت (قانون تاریخی)	هر قومی که در خانه خود...
۳۴	قیاس شرطی	فرار از شمشیر دنیا ≠ سلامت از شمشیر آخرت	فرار = عذاب آخرت
۳۹	استدلال عملی	نافرمانی مداوم ← عدم توانایی انتقام و رسیدن به هدف	نافرمانی = ناتوانی
۵۴	قیاس دینی دوگانه	جنگ کنم یا دین را انکار کنم / دو راه بیشتر نیست	انکار دین = محال
۵۵	استدلال اولویتی	هدایت دشمن < کشتن او در گمراهی	هدایت = خیر بیشتر
۶۶	استدلال تاکتیکی	فشار دندان ← کاهش تأثیر ضربه (علمی)	تکنیک‌های جنگی
۶۹	تشبیه استدلالی	شما = شتر زخمی = جامه کهنه ← نیاز	ضعف ساختاری

خطبه	نوع استدلال	استدلال اصلی	مقدمه محذوف
		به مراقبت مداوم	
۱۲۳	قیاس اخلاقی	خدا می‌تواند ترسو را دلیر کند ← پس از برادر دفاع کن	برتری = آزمایش
۱۲۴	استدلال معنوی	فرار ← خشم خدا + ذلت + ننگ + عدم افزایش عمر	فرار = بی‌فایده و مجازات
۱۳۴	قیاس استراتژیک	رهبر برود و شکست بخورد ← مرجعی نمی‌ماند	رهبر = محور وحدت
۱۴۶	استدلال تاریخی	پیروزی اسلام ≠ کثرت نفرات (تجربه تاریخی)	پیروزی = یاری خدا
۱۷۱	دعای دوگانه	اگر پیروز شدیم ← عدالت / اگر شکست خوردیم ← شهادت	هر دو خوب است
۲۰۶	قیاس کارآمدی	دشنام > توصیف اعمال (از نظر اثربخشی)	توصیف = اقناعی‌تر
۲۱۲	استدلال دینی	سخن عادلانه + عدم اجابت ← گناه و مجازات الهی	نافرمانی از حق = گناه
۲۴۱	قیاس زمانی	خواب ← نابودی تصمیم‌های روز	غفلت = شکست

جدول (۳): تحلیل اتوس (اعتبارسازی) در خطبه‌ها

خطبه	نوع اعتبار	شیوه اعتبارسازی
۱۱	خبرگی	موقعیت پدران + تجربه نظامی
۲۴	قاطعیت	سوگند + اعلام عدم مدارا
۲۵	صداقت تلخ	اعتراف به خستگی + نفرین
۲۷	دفاع از شأن	اثبات تجربه از کودکی + رد تهمت قریش
۳۴	ناامیدی صریح	«اعتماد ندارم» + تهدید به جنگ تا آخر
۳۹	سرخوردگی	«گرفتار نافرمانان شده‌ام»
۵۴	صداقت	افشای دودلی‌های خود + تعمق
۵۵	شجاعت + دلسوزی	بی‌تفاوتی به مرگ + امید به هدایت دشمن

خطبه	نوع اعتبار	شیوه اعتبارسازی
۶۶	خبرگی + رهبری	دستورات دقیق + «با خدا و پیامبر هستید»
۶۹	ناامیدی + نفرین	«اصلاح شما = فساد من» + دعا علیه یاران
۱۲۳	عدالت + برادری	تأکید بر همکاری + سوگند به جان خود
۱۲۴	خبرگی + اشتیاق	دستورات جامع + «اشتیاق من < اشتیاق آنها»
۱۳۴	حکمت	راهبرد استراتژیک + اطمینان به خدا
۱۴۶	حکمت + بینش	دانش ژئوپلیتیک + تجربه تاریخی
۱۷۱	تواضع + عدالت	دعا و نیایش + قبول هر دو نتیجه
۲۰۶	اخلاق + حکمت	نصیحت ملایم + پیشنهاد جایگزین
۲۱۲	صداقت + شکایت	شکایت به خدا + اعلام ناامیدی
۲۴۱	رهبری + هشدار	یادآوری وظیفه + هشدار از غفلت

جدول (۴): تحلیل پتوس (احساسات) در خطبه‌ها

خطبه	احساسات برانگیخته	نوع احساس	تکنیک برانگیختن
۱۱	شجاعت، اطمینان، اعتماد	مثبت	تشبیه به کوه + تأکید بر یاری خدا
۲۴	امید، انگیزه، احساس وظیفه	مثبت	وعده پیروزی + سوگند
۲۵	خشم، حسرت، شرمساری، یأس	منفی	تضادهای متوالی + نفرین
۲۷	خشم، شرم عمیق، حسرت	منفی	توصیف غارت زنان + تحقیر
۳۴	ترس، شرم، نفرت از خود	منفی	تشبیهات تحقیرآمیز + تهدید
۳۹	شرمساری، احساس گناه	منفی	شکایت + توصیف ناتوانی
۵۴	درک، پذیرش، اطمینان	مثبت	توضیح فرایند تصمیم‌گیری
۵۵	آرامش، امید، دلسوزی	مثبت	بیان امید به هدایت دشمن
۶۶	ترس مقدس، آرامش، انگیزه	مثبت	ترکیب خشیت و سکینه
۶۹	شرم عمیق، یأس، خفت	منفی	تشبیهات متعدد تحقیرآمیز
۱۲۳	برادری، همکاری، شجاعت	مثبت	تأکید بر یاری یکدیگر
۱۲۴	ترس از خدا، انگیزه، امید	مثبت	هشدار از فرار + وعده بهشت
۱۳۴	اطمینان، آرامش	مثبت	تأکید بر یاری خدا

خطبه	احساسات برانگیخته	نوع احساس	تکنیک برانگیختن
۱۴۶	اطمینان، امید	مثبت	یادآوری تجربه تاریخی
۱۷۱	خشوع، امید، انگیزه معنوی	مثبت	دعا + تضاد عار / بهشت
۲۰۶	شرم ملایم، تفکر، پذیرش	مثبت	نصیحت ملایم
۲۱۲	احساس گناه، ترس از خدا	منفی/هشدار	شکایت + شهادت خواهی از خدا
۲۴۱	انگیزه، جدیت، هشیاری	مثبت	تضاد + استعاره زمان

جدول (۵): ساختار و ترتیب خطبه‌ها

خطبه	نوع ساختار	مراحل ترتیب
۱۱	تصادفی	بدن ← روح (۴ مرحله)
۲۴	حل مسئله	موضع ← دستور ← راه حل ← وعده
۲۵	تنازلی	وضع ← علل ← نمونه ← نفرین
۲۷	خطابی کلاسیک	مقدمه ← اخطار ← سرزنش ← دفاع
۳۴	استدلالی - اخلاقی	نکوهش ← استدلال ← تهدید ← حقوق
۳۹	شکایت	مشکل ← سؤال ← شکایت ← نتیجه
۵۴	روایی - استدلالی	توصیف ← تأمل ← نتیجه ← انتخاب
۵۵	رد و اثبات	رد شبهه ۱ ← رد شبهه ۲ ← اثبات
۶۶	آموزشی تاکتیکی	روحي ← فیزیکی ← معنوی ← هدف
۶۹	تنازلی	شکایت ← توصیف ← نتایج ← نفرین
۱۲۳	آموزشی - اخلاقی	دستور ← فلسفه ← ارزش ← هشدار
۱۲۴	تاکتیکی - معنوی	آموزش ← هشدار ← انگیزه ← دعا
۱۳۴	مشورتی استراتژیک	یاری خدا ← تشبیه ← هشدار ← توصیه
۱۴۶	مشورتی استراتژیک	اصل ← تشبیه ← هشدارها ← پاسخ
۱۷۱	دعایی - بسیجی	توصیف خدا ← دعا ← فراخوان ← انگیزه
۲۰۶	نهی و ارشاد	نهی ← پیشنهاد ← جایگزین ← محتوا
۲۱۲	دعا و شکایت	صفت ← رفتار ← شکایت ← تهدید
۲۴۱	تشویقی	یادآوری ← فرصت ← دستور ← هشدار

تحلیل سبک (تحلیل تفصیلی آرایه‌های ادبی خطبه‌ها)

جدول (۶): تشبیه

خطبه	تشبیه	مشبه	مشبه‌به	وجه شبه	کارکرد
۱۱	«تَزُولُ الْجِبَالِ وَلَا تَزُلُ»	ثبات تو	ثبات کوه	استواری	تقویت شجاعت
۲۵	شعر: «لَعَمْرُ أَیِّکَ... قَلِيلُ»	سهم امام	سهم کم از ظرف	اندکی	بیان محرومیت
۲۷	«حُلُومُ الْأَطْفَالِ وَ عُقُولُ رَبَّاتِ الْجِبَالِ»	عقل یاران	عقل کودکان و زنان	ضعف تدبیر	تحقیر و سرزنش
۲۷	«كَمَا يُمَاتُ الْمَلْحُ فِي الْمَاءِ»	آب شدن دل‌ها	آب شدن نمک	نابودی کامل	نفرین
۳۴	«كَأَيْلِ ضَلَّ رُعَاتُهَا»	یاران	شتران بی ساریان	پراکندگی	تحقیر
۳۴	«انْفِرَاجِ الرَّأْسِ»	جدایی یاران	جدایی سر از تن	قطع کامل	تهدید
۳۹	«جَرَجِرَةَ الْجَمَلِ الْأَسْرِ»	ناله یاران	ناله شتر زخمی	درد و ضعف	تحقیر
۳۹	«تَنَاقُلِ النُّضُو الْأَدْبَرِ»	سنگینی یاران	سنگینی شتر پشت‌زخم	عدم حرکت	تحقیر
۵۴	«تَدَاكَ الْأَيْسَلُ الْهَيْمِ يَوْمَ وَرْدِهَا»	هجوم مردم برای بیعت	هجوم شتران تشنه به آب	شتاب و فشار	توصیف وضعیت
۶۹	«كَمَا تُدَارَى الْبَكَارُ الْعَمِدَةُ»	مدارا با یاران	مراقبت از شتر زخمی	نیاز به توجه مداوم	تحقیر
۶۹	«وَالْيَيَّابُ الْمُتَدَاعِيَةُ»	یاران	جامه کهنه	فرسودگی	تحقیر
۶۹	«أُنْجِحَارَ الضَّبَّةِ فِي جُحْرِهَا»	فرار یاران	پنهان شدن سوسمار	ترس	تحقیر
۶۹	«وَالضَّبْعُ فِي وَجَارِهَا»	فرار یاران	پنهان شدن کفتار	ترس	تحقیر
۱۲۳	«تَكْشُونُ كَنْشِشَ الضَّبَابِ»	فرار یاران	صدای سوسمار	ضعف و ترس	هشدار
۱۳۴	«مَكَانُ النَّظَامِ مِنَ الْخَرَزِ»	جایگاه رهبر	نظام گردنبند	محور وحدت	تبیین اهمیت
۱۳۴	«فَكُنْ قُطْبًا»	رهبر	محور آسیاب	مرکز حرکت	تبیین نقش
۱۳۴	«هَذَا أَصْلُ الْعَرَبِ»	رهبر	ریشه درخت	بنیان	تبیین اهمیت

جدول (۷): استعاره

خطبه	استعاره	استعاره از	استعاره به	تفسیر
۱۱	«أَعِزَّ اللَّهُ جُمُوعَتَكَ»	سردادن به خدا	وقف کردن جان	تسلیم کامل به خدا
۲۴	«نَهَجَهُ لَكُمْ»	راه گشودن	روشن کردن	هدایت الهی
۲۵	«مِثْ قُلُوبِهِمْ كَمَا يُمَاتُ الْمِلْحُ»	آب کردن دل‌ها	نابودی	نفیرین
۲۷	«مَلَأْتُمْ قُلُوبِي قَيْحًا»	پُر کردن دل با چرک	غم و خشم	شدت ناراحتی
۲۷	«شَحَنْتُمْ صَدْرِي غَيْظًا»	پُر کردن سینه با خشم	عصبانیت	شدت خشم
۲۷	«جَرَعْتُ مَوْنِي نَغَبَ التَّهَمَامِ»	نوشاندن جام غم	اندوه	تحمیل رنج
۳۹	«كَأَنَّمَا يُسَاقُونَ إِلَى الْمَوْتِ»	کشیده شدن به مرگ	اجبار	ترس از جنگ
۵۵	«تَعَسُّوْا إِلَى ضَوْئِي»	شتاب به نور	هدایت	رهبری معنوی
۶۶	«اسْتَشْعِرُوا الْخَشْيَةَ»	لباس زیرین = ترس خدا	تقوا	آمادگی روحی
۶۶	«تَجَلَّبَّبُوا السَّكِينَةَ»	لباس رویین = آرامش	اطمینان	آمادگی روانی
۶۹	«مَا لَوْسَةً»	دل‌های دیوانه شده	فساد عقل	نابودی تدبیر
۱۲۴	«الْجَنَّةُ تَحْتَ أَطْرَافِ الْعَوَالِي»	بهشت زیر نیزه‌ها	پاداش شهادت	انگیزه جهاد
۱۲۴	«ضَرَبْتُ بِالْمَشْرِفِيَّةِ»	شمشیر آبدیده	قدرت کشنده	تهدید
۱۴۶	«أَصْلُ الْعَرَبِ»	ریشه عرب	بنیان قدرت	اهمیت رهبر
۱۷۱	«السَّقْفُ الْمَرْفُوعُ»	سقف برافراشته	آسمان	عظمت خدا
۱۷۱	«الْجَوُّ الْمَكْفُوفُ»	فضای نگه‌داشته	نظم کیهانی	قدرت خدا
۲۴۱	«شُدُّوا عُقْدَ الْمَازِرِ»	محکم کردن کمر بند	آمادگی	بسیج
۲۴۱	«اطُّوْا فُضُولَ الْخَوَاصِرِ»	جمع کردن دامن	جدیت	ترک تنبلی

کارکرد تضادهای خطبه ۲۵ (۸ تضاد متوالی): ایجاد فشار روانی و اثبات تناقض رفتاری یاران

جدول (۸): تضاد

ردیف	تضاد	طرف اول (شامیان)	طرف دوم (کوفیان)
۱	اجتماع در مقابل تفرق	«اجْتَمَاعُهُمْ عَلَىٰ بَاطِلِهِمْ»	«تَفَرَّقُكُمْ عَنْ حَقِّكُمْ»
۲	طاعت در مقابل معصیت	«طَاعَتِهِمْ إِمَامَهُمْ فِي الْبَاطِلِ»	«مَعْصِيَتُكُمْ إِمَامَكُمْ فِي الْحَقِّ»
۳	امانت در مقابل خیانت	«أَدَاتِهِمُ الْأَمَانَةَ إِلَىٰ صَاحِبِهِمْ»	«خِيَانَتُكُمْ»
۴	صلاح در مقابل فساد	«صَلَاحِهِمْ فِي بِلَادِهِمْ»	«فَسَادُكُمْ»
۵	ملل دوطرفه	«مَلَلْتُهُمْ»	«مَلُونِي»
۶	سأم دوطرفه	«سَمِمْتُهُمْ»	«سَمُمُونِي»
۷	بدل خیر / شر	«أُبَدِّلُنِي بِهِمْ خَيْرًا»	«أُبَدِّلُهُمْ بِي شَرًّا»
۸	سهم	«لِيَبِكُمْ أَلْفَ فَارِسٍ»	«عَلَىٰ وَضْرٍ مِّنَ الْإِنَاءِ قَلِيلٌ»

تضاد در دیگر خطبه‌ها

خطبه	تضاد	طرف اول	طرف دوم	کارکرد
۱۱	حرکت / ثبات	«تَزُولُ الْجِبَالُ»	«وَلَا تَزُلُ»	تأکید بر استواری
۲۷	گرم / سرما	«حَمَارَةٌ الْقَيْظِ»	«صَبَارَةٌ الْقُرَىٰ»	افشای بهانه‌جویی
۲۷	شجاع / بی‌دانش	«رَجُلٌ شَجَاعٌ»	«لَا عِلْمَ لَهُ بِالْحَرْبِ»	دفاع از شأن
۳۴	کثیر / قلیل	«كَثِيرٌ فِي الْبَاحَاتِ»	«قَلِيلٌ تَحْتَ الرَّيَاطِ»	تحقیر
۵۴	دنیا / آخرت	«مَوْتَاتُ الدُّنْيَا»	«مَوْتَاتُ الْآخِرَةِ»	اولویت‌بندی
۵۴	جنگ / انکار	«قِتَالُهُمْ»	«الْجُحُودُ بِمَا جَاءَ»	عدم انتخاب سوم
۵۵	دخول / خروج	«دَخَلْتُ إِلَى الْمَوْتِ»	«خَرَجَ الْمَوْتُ إِلَيَّ»	بی‌باکی
۶۶	عار / جنت	«الْعَارُ وَرَاءَكُمْ»	«الْجَنَّةُ أَمَامَكُمْ»	انگیزه
۶۹	تعرفون / لا تعرفون	«تَعْرِفُونَ الْحَقَّ»	«لَا تَعْرِفُونَ الْبَاطِلَ»	سرزنش
۱۲۴	شمشیر دنیا / آخرت	«سَيْفُ الْعَاجِلَةِ»	«سَيْفُ الْآخِرَةِ»	هشدار
۱۷۱	ظهور امام / ظهور دشمن	«إِنْ أَظْهَرْتَنَا»	«إِنْ أَظْهَرْتَهُمْ»	دعای دوگانه

خطبه	تضاد	طرف اول	طرف دوم	کارکرد
۲۰۶	دشنام / توصیف	«سَيَّابِينَ»	«وَصَفْتُمْ أَعْمَالَهُمْ»	اصلاح رفتار
۲۱۲	عادله / جائزه	«مَقَالَتَنَا الْعَادِلَةَ»	«غَيْرَ الْجَائِزَةِ»	اثبات حقانیت
۲۱۲	مصلحه / مفسده	«الْمُصْلِحَةَ»	«غَيْرَ الْمُفْسِدَةِ»	اثبات حقانیت
۲۴۱	عزیمه / ولیمه	«عَزِيمَةً»	«وَلِيمَةً»	تضاد طنز

جدول (۹): سجع

خطبه	سجع	جمله‌های مسجوع	نوع سجع	آوای پایانی
۲۵	سجع متوازی	«مَلَّيْتُهُمْ وَمَلُونِي / سَمَّيْتُهُمْ وَسَمُّونِي»	متوازی کامل	هم / نی، هم / نی
۲۷	سجع مطرف	«مَلَأْتُمْ قُلُوبِي قَيْحاً / شَحَنْتُمْ صَدْرِي غَيْظاً»	مطرف (آخر یکسان)	قیحاً / غیظاً
۶۶	سجع متوالی	«اسْتَشْعِرُوا الْخَشْيَةَ / تَجَلَّبَّوْا السَّكِينَةَ / عَضُّوا عَلَى النُّوَاجِدِ»	متوالی	ه / ه / ذ

جدول (۱۰): تکرار

خطبه	نوع تکرار	واژه/عبارت تکرار شونده	تعداد	کارکرد
۱۱	تکرار صوتی	«تَزُلْ / تَدْ / اِرْمْ / أَقْصَى»	۴	ضربه آهنگ
۲۴	تکرار امری	«فَاتَّقُوا / فِرُوا / امْضُوا / قُومُوا»	۴	تأکید و بسیج
۲۵	تکرار «و»	«وَمَلُونِي وَ سَمَّيْتُهُمْ وَ سَمُّونِي وَ...»	۱۰+	ترکیب شکایات
۲۷	تکرار تعجب	«فَيَا عَجَباً عَجَباً»	۲	تشدید حیرت
۲۷	تکرار سوگند	«وَاللَّهِ» (۴ بار در خطبه)	۴	تأکید شدید
۳۴	تکرار منفی	«مَا أَنْتُمْ لِي بِبَقَّةٍ / مَا أَنْتُمْ بِرُكْنٍ / مَا أَنْتُمْ إِلَّا...»	۳	نفی پیاپی
۳۴	تکرار سوگند	«وَاللَّهِ» (۳ بار)	۳	تأکید
۳۹	تکرار منفی	«لَا يُطِيعُ / لَا يُجِيبُ / لَا تَسْمَعُونَ / لَا تُطِيعُونَ»	۴	فشار روانی
۵۴	تکرار تأملی	«قَلْبْتُ / فَمَا وَجَدْتُني / فَكَأَنْتُ»	۳	روایت فرایند

خطبه	نوع تکرار	واژه/عبارت تکرارشونده	تعداد	کارکرد
۶۶	تکرار امری	«اسْتَشْعِرُوا / عَضُوا / اكْمِلُوا / قَلِّلُوا / احْظُوا / اطْعُوا / نَافِحُوا / صَلُّوا»	۸	آموزش تاکتیک
۶۹	تکرار منفی	«لَا تَعْرِفُونَ / لَا تُبْطِلُونَ»	۲	سرزنش
۱۲۴	تکرار «حتی»	«حَتَّى يُرْمَوْا / حَتَّى يُجَرَّ / حَتَّى تَدْعَقَ»	۳	تشدید هدف
۱۲۴	تکرار امری	«قَدِّمُوا / أَخِرُوا / عَضُوا / اتَّسَوْا / غَضُوا / آمِنُوا»	+۶	دستورات نظامی
۱۴۶	تکرار نفی	«لَمْ يَكُنْ / وَلَا بَقِيَّةٌ / وَلَا خِذْلَانُهُ»	۳	تأکید منفی
۱۷۱	تکرار «و»	«وَجَعَلْتَهُ / وَ مَجْرَى / وَ مُخْتَلَفًا / وَ جَعَلْتَ...»	+۱۰	توصیف پیوسته
۲۱۲	تکرار شرطی	«فَأَبَى / إِلَّا النُّكُوصَ / إِلَّا الْإِبْطَاءَ»	۳	تأکید نافرمانی

جدول (۱۱): سوگند

خطبه	سوگند	متن عربی	کارکرد
۲۴	سوگند به جان	«وَلَعَمْرِي»	تأکید بر جدیت
۲۵	سوگند به خدا	«وَاللَّهِ» (چندین بار)	تأکید بر واقعیت تلخ
۲۷	سوگند متعدد	«فَوَاللَّهِ» (۴ بار در خطبه)	تشدید خشم و سرزنش
۳۴	سوگند سه گانه	«وَاللَّهِ» (۳ بار)	تأکید بر ناامیدی
۵۵	سوگند	«فَوَاللَّهِ مَا أَبَالِي»	اثبات شجاعت
۵۵	سوگند دوم	«فَوَاللَّهِ مَا دَفَعْتُ الْحَرْبَ»	توضیح راهبرد
۱۲۳	سوگند طولانی	«وَالَّذِي نَفْسُ ابْنِ أَبِي طَالِبٍ بِيَدِهِ»	تأکید شدید بر ارزش شهادت
۱۲۴	سوگند	«وَأَيْمُ اللَّهِ»	هشدار از فرار

جدول (۱۲): کنایه

خطبه	کنایه	متن	مقصود واقعی
۲۷	«لِلَّهِ أَبْوَهُمُ»	خدا پدرشان را مزد دهد	نکوهش (در مقام کنایه)
۳۹	«لَا أَبَا لَكُمْ»	پدر ندارید	فحش ملایم / نکوهش

جدول (۱۳): مبالغه

خطبه	مبالغه	متن	هدف
۲۷	مبالغه عددی	(ضمنی در توصیف غارت)	تشدید فجایع
۱۲۳	مبالغه عددی	«لَأَلْفُ ضَرْبَةٍ بِالسَّيْفِ أَهْوَنُ عَلَيَّ مِنْ مِائَةِ عَلَيِ الْفَرَّاشِ»	تأکید بر ارزش شهادت
۱۲۴	مبالغه توصیفی	«تَطِيرُ مِنْهُ فَرَّاشُ الْهَامِ وَ تَطِيحُ السَّوَاعِدُ»	ترساندن دشمن

جدول (۱۴): جناس

خطبه	جناس	کلمات	نوع
۲۵	جناس ناقص	«مَلَلْتُهُمْ / مَلُونِي» «سَمِئْتُهُمْ / سَمُونِي» «أُبْدِلْنِي / أُبْدِلُهُمْ»	جناس اشتقاق
۶۶	جناس لاحق	«الْكِرَّ / الْفَرَّ» «الْخَزَرَ / الشَّرَرَ»	
۲۱۲	جناس تضاد (طباق)	«الْعَادِلَةُ / الْجَائِرَةُ» «الْمُصْلِحَةُ / الْمُفْسِدَةُ»	
۶۶	جناس لاحق	«عَضُوا / غَضُوا» «الْخَزَرَ / الشَّرَرَ»	جناس اشتقاق
۱۲۴	جناس لاحق	«تَطِيرُ / تَطِيحُ»	

جدول (۱۵): قیاس محذوف

خطبه	قیاس محذوف	مقدمه کبری (محذوف)	مقدمه صغری	نتیجه
۱۱	کوه ← تو	کوه = نهایت ثبات	تو باید مثل کوه باشی	تو ثابت می‌مانی
۲۴	مدارا ← شکست	مدارا با باطل = ضعف	من مدارا نمی‌کنم	پیروزی حاصل می‌شود
۲۵	وحدت ← قدرت	وحدت = قدرت، تفرقه = ضعف	شامیان متحد، شما پراکنده	شامیان پیروز می‌شوند
۲۷	حمله به خانه ← ذلت	به هر قومی در خانه‌اش حمله شود دلیل می‌شود	شما در خانه حمله شدید	شما ذلیل می‌شوید
۳۴	یاری شما ← ضعف	یاری ضعیفان = ذلت	شما ضعیفید	من ذلیل می‌شوم
۳۹	نافرمانی ← ناتوانی	نافرمانان = ناتوان	شما نافرمانید	با شما کاری نمی‌شود
۵۴	دو راه	جنگ یا انکار دین	انکار دین محال است	پس باید جنگید
۵۵	هدایت ← کشتن	هدایت = خیر بیشتر	آن‌ها قابل هدایت‌اند	پس صبر می‌کنم

خطبه	قیاس محذوف	مقدمه کبری (محذوف)	مقدمه صغری	نتیجه
۶۶	فرار ← ننگ	فرار = عار و آتش قیامت	شما نباید فرار کنید	پس مقاومت کنید
۶۹	اصلاح شما ← فساد من	اصلاح ناشدنی‌ها = خودویرانی	شما ناشدنی‌اید	من خود را فاسد نمی‌کنم
۱۲۳	مرگ ← حتمی	مرگ همه را می‌گیرد	فرار فایده ندارد	پس شجاعانه بجنگید
۱۲۴	فرار ← عذاب	فرار از شمشیر دنیا ≠ نجات از آخرت	اگر فرار کنید	عذاب می‌شوید
۱۳۴	رهبر برود ← بی‌پناهی	رهبر = محور وحدت	اگر رهبر کشته شود	همه پراکنده می‌شوند
۱۴۶	پیروزی ≠ کثرت	پیروزی = یاری خدا، نه تعداد	خدا با ماست	پس نگران تعداد نباش
۱۷۱	پیروزی ← عدالت	اگر پیروز شدیم، ظلم هست	خدایا از ستم نگهدار	عدالت حفظ شود
۲۰۶	توصیف دشنام	توصیف عمل = مؤثرتر و پذیرفته‌تر	دشنام بی‌فایده است	پس عمل را توصیف کنید
۲۱۲	عدم اجابت ← گناه	عدم اجابت از حق = گناه	شما اجابت نکردید	خدا شما را مجازات می‌کند
۲۴۱	غفلت ← شکست	خواب = نابودی تصمیم	شما غافلید	شکست می‌خورید

۴-۳. ارزیابی تأثیرات آرتیفکت بر مخاطبان

تأثیرات خطبه‌های جنگی امام علی (علیه‌السلام) را باید در سه سطح مورد سنجش قرار داد: تأثیر شناختی که به درک و فهم پیام توسط مخاطبان مربوط می‌شود، تأثیر عاطفی که شامل برانگیختن احساسات و تغییر نگرش است و تأثیر رفتاری که مهم‌ترین معیار است و به تغییر واقعی رفتار مخاطبان اشاره دارد.

تحلیل شواهد تاریخی تصویر پیچیده‌ای از تأثیرگذاری این خطبه‌ها ارائه می‌دهد. از هجده خطبه مورد تحلیل، تنها شش خطبه (۱۱، ۶۶، ۱۲۳، ۱۳۴، ۱۴۶، ۱۷۱) تأثیرگذاری بالا داشتند. این خطبه‌ها عمدتاً متعلق به اوایل حکومت امام (۳۶-۳۷ هجری) هستند، زمانی که رابطه امام با یاران هنوز سالم بود و سرمایه اعتماد و اقتدار معنوی او دست‌نخورده باقی مانده بود. برای مثال، خطبه ۱۱ که به محمد حنفیه در لحظه‌دادن پرچم جنگ جمل ایراد شد، تأثیری کامل و فوری داشت؛ محمد حنفیه دقیقاً

همان گونه که امام دستور داده بود عمل کرد و با شجاعت تمام در جنگ شرکت نمود. در مقابل، شش خطبه دیگر (۲۵، ۲۷، ۳۴، ۳۹، ۶۹، ۲۱۲) تأثیرگذاری بسیار پایین یا حتی صفر داشتند و این خطبه‌ها متعلق به اواخر حکومت امام (۳۹-۴۰ هجری) هستند. خطبه ۲۵ که پس از شکست‌های پی‌درپی در یمن با لحنی بسیار تند و سرزنش‌آمیز ایراد شد، نه تنها نتوانست یاران را به بسیج وادارد، بلکه فاصله عاطفی بین امام و یاران را بیشتر کرد.

تحلیل عمیق‌تر نشان می‌دهد که شکست یا موفقیت رتوریکی این خطبه‌ها به عوامل متعددی بستگی داشت. اولین عامل، نوع مخاطب بود؛ خطبه‌هایی که مخاطب واحد یا محدود داشتند - مانند خطبه‌های مشورتی به خلیفه دوم یا وصیت به محمد حنفیه - تأثیرگذاری بسیار بیشتری داشتند نسبت به خطبه‌هایی که به جمع ناهمگون یاران کوفی خطاب می‌کردند. عامل دوم، آمادگی روانی مخاطب بود؛ خطبه‌هایی که در لحظات اوج انگیزش یا در موقعیت‌های تصمیم‌گیری ایراد می‌شدند، بسیار مؤثرتر بودند؛ اما مهم‌ترین عامل، فرسایش تدریجی رابطه امام با یاران بود. پس از ماه‌ها جنگ مداوم، شکست‌های متوالی، سرزنش‌های پی‌درپی و نافرمانی‌های مکرر، سرمایه رابطه‌ای که پایه تأثیرگذاری رتوریکی بود، تحلیل رفت. این یافته مهم نشان می‌دهد که رتوریک در خلأ عمل نمی‌کند؛ بلکه عمیقاً به بستر تاریخی، روانی و رابطه‌ای بین گوینده و مخاطب وابسته است؛ بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که شکست رتوریکی خطبه‌های پایانی امام، نه به دلیل ضعف در تکنیک‌های اقناعی، بلکه به دلیل تغییرات ساختاری در موقعیت رتوریکی و فرسایش رابطه بین رهبر و پیروان رخ داد.

جدول (۱۸): تأثیرات خطبه‌ها

دسته‌بندی تأثیر	تعداد خطبه	خطبه‌ها
تأثیرگذاری بالا	۶	۱۱، ۶۶، ۱۲۳، ۱۳۴، ۱۴۶، ۱۷۱
تأثیرگذاری متوسط	۶	۲۴، ۵۴، ۵۵، ۱۲۴، ۲۰۶، ۲۴۱
تأثیرگذاری پایین	۶	۲۵، ۲۷، ۳۴، ۳۹، ۶۹، ۲۱۲

۵. تحلیل یافته‌ها

تحلیل هجده خطبه جنگی نهج‌البلاغه نشان می‌دهد که امام علی (علیه‌السلام) به‌طور استثنایی از هر سه رکن ابداع ارسطویی (لوگوس، اتوس و پتوس) به‌صورت متوازن و هوشمندانه بهره برده است. در بُعد لوگوس (استدلال منطقی)، امام در همه خطبه‌ها از قیاس‌های محکم بهره برده است. این قیاس‌ها از ساده‌ترین شکل (خطبه ۱۱) تا پیچیده‌ترین استدلال‌های راهبردی (خطبه ۱۳۴) را در برمی‌گیرند. مهم‌ترین یافته در این بخش، استفاده از استدلال‌های تطبیقی در خطبه ۲۵ است. قیاسی که علت شکست را در قالب مقایسه‌های دوگانه ارائه می‌دهد. از منظر اتوس (اعتبارسازی)، یافته‌های پژوهش حاکی از تحول معناداری است. در خطبه‌های اولیه (۱۱، ۲۴، ۵۴، ۵۵)، امام از موقعیت پدران، تجربه نظامی و شجاعت خود برای اعتبارسازی استفاده می‌کند. اما در خطبه‌های میانی (۲۷، ۳۴)، به دفاع از شأن نظامی خود می‌پردازد و در خطبه‌های پایانی (۲۵، ۳۹، ۶۹، ۲۱۲)، به «صداقت تلخ» و اعتراف صریح به ناکامی روی می‌آورد. این تحول نشان‌دهنده یک راهبرد رتوریکی پیشرفته است: جایگزینی اعتبار سنتی با اعتبار مبتنی بر صداقت. پتوس (برانگیختن احساسات) پویاترین رکن رتوریک امام است. طیف احساسی خطبه‌ها از امید و اطمینان (خطبه‌های ۱۱، ۲۴، ۵۵) تا خشم و سرزنش (۲۷، ۳۴) و سرانجام یأس و نفرت (۲۵، ۶۹) گسترش می‌یابد. برجسته‌ترین یافته در این بخش، استفاده از «احساسات متناقض» است: در خطبه ۵۵، امام هم‌زمان شجاعت شخصی و دلسوزی برای دشمن را بیان می‌کند، ترکیبی نادر که قدرت و رحمت را در هم می‌آمیزد.

از منظر ترتیب، خطبه‌های جنگی نهج‌البلاغه تنوع ساختاری چشمگیری دارند. امام بر اساس موقعیت و هدف، ساختار بهینه را انتخاب می‌کند و ساختار با حالت عاطفی تطابق دارد. خطبه ۱۱ از ساختار تصاعدی بهره می‌برد، خطبه ۲۴ ترتیب حل مسئله را دنبال می‌کند، خطبه ۲۷ به شکل خطابی کلاسیک سازمان‌دهی شده و خطبه ۲۵ ساختار تنازلی را به کار می‌گیرد. خطبه‌های امیدوارانه (۲۴، ۵۵) ساختار باز و تشویقی دارند، درحالی‌که خطبه‌های انتقادی (۲۵، ۶۹) به ساختار بسته و تنازلی روی می‌آورند.

بررسی سبک نشان می‌دهد که امام از ۱۰ نوع آرایه ادبی به‌طور هدفمند استفاده

کرده است. تشبیه یکی از پُرکاربردترین آرایه‌ها است و از تشبیهات مثبت تا تشبیهات تحقیرآمیز را شامل می‌شود. این تشبیهات نه تنها جنبه زیبایی‌شناختی دارند، بلکه کارکردهای روان‌شناختی دارند: تشبیه به کوه، اعتماد به نفس ایجاد می‌کند؛ تشبیه به شتر بی‌ساربان، احساس بی‌نظمی را برمی‌انگیزد. استعاره‌های امام تنوع معنایی بالایی دارند. این استعاره‌ها از عینی‌ترین (جنگ) تا انتزاعی‌ترین (معنویت) مفاهیم را پوشش می‌دهند. یافته برجسته در این بخش، استفاده از تضاد به عنوان مثال ابزار تأکید است. خطبه ۲۵ با ۸ تضاد متوالی («اجتماع / تفرق، طاعت / معصیت، صلاح / فساد، امانت / خیانت») نقاط ضعف کوفیان را برجسته می‌سازد. این انباشت تضادها، فشار روان‌شناختی بر مخاطب وارد می‌کند.

یکی از مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش، شناسایی تحول تاریخی رابطه امام با یاران در چهار مرحله است:

مرحله اول (۳۶-۳۷ هـ / خطبه‌های ۱۱، ۲۴، ۵۴، ۵۵): لحن امیدوارانه و انگیزشی، تأکید بر اطمینان و دلسوزی، رابطه سالم.

مرحله دوم (۳۷ هـ / خطبه‌های ۶۶، ۱۲۳، ۱۲۴، ۱۷۱، ۲۰۶): لحن آموزشی و نصیحت‌آمیز، تأکید بر برادری و اخلاق، رابطه نسبتاً سالم.

مرحله سوم (۳۸ هـ / خطبه‌های ۲۷، ۳۴): لحن خشمگین و تحقیرآمیز، بروز حسرت و سرزنش شدید، رابطه آسیب‌دیده.

مرحله چهارم (۳۹-۴۰ هـ / خطبه‌های ۲۵، ۳۹، ۶۹، ۲۱۲): لحن یأس‌آلود و شکایت‌آمیز، نفرت و ناامیدی کامل، رابطه فروپاشیده.

این تحول نشان می‌دهد که رتوریک امام بازتاب صادقانه واقعیت تاریخی است، نه صرفاً ابزار دستکاری. امام از «رتوریک امیدبخش» به «رتوریک واقع‌گرایانه» و سپس به «رتوریک یأس صادقانه» حرکت می‌کند.

یافته برجسته دیگر، تلفیق تاکتیک نظامی با معنویت است. در خطبه ۱۱، بعد از دستورات فیزیکی («دندان بفشار»)، بلافاصله به معنویت می‌پردازد («پیروزی از خداست»). در خطبه ۶۶، قبل از آموزش تکنیک‌های جنگی، دستور می‌دهد: «لباس زیرین را ترس خدا و لباس رویین را آرامش قرار دهید.» این یافته نشان می‌دهد که در

رتوریک امام، جنگ همیشه در چهارچوب اخلاقی - معنوی قرار دارد. نکته منحصر به فرد دیگر، دلسوزی برای دشمن است. در اوج جنگ صفین (خطبه ۵۵)، امام توضیح می‌دهد که جنگ را به تأخیر می‌اندازد تا «شاید گروهی از دشمن هدایت شوند» - رویکردی که در ادبیات جنگی نادر است. در خطبه ۲۰۶، از یاران می‌خواهد که به جای دشنام، برای هدایت دشمن دعا کنند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که رتوریک جهاد در نهج‌البلاغه، رتوریکی «انسان‌محور» است، نه «دشمن‌ستیز».

نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد که رتوریک جهاد در نهج‌البلاغه، نمونه‌ای کامل از کاربست اصول رتوریک کلاسیک در بافت اسلامی است. امام علی (علیه‌السلام) نه تنها همه اصول رتوریکی را به‌طور متقن به‌کار برده، بلکه ویژگی‌های منحصر به فردی به آن افزوده است: اولاً، تحول تاریخی رتوریک امام از امید به یأس، نشان‌دهنده «صداقت رتوریکی» است. ثانیاً، رتوریک جهاد در نهج‌البلاغه، رتوریکی «چندلایه» است: در سطح اول، آموزش نظامی؛ در سطح دوم، انگیزش معنوی؛ در سطح سوم، نقد اجتماعی؛ و در عمیق‌ترین سطح، تأمل فلسفی درباره رابطه رهبری و ملت. ثالثاً، غنای آرایه‌ای خطبه‌ها (۱۰ نوع آرایه) نشان می‌دهد که زیبایی‌شناسی در خدمت اقناع است.

رابعاً، «اخلاق در جنگ» به‌عنوان مثال محور رتوریک امام است. نهی از دشنام، دلسوزی برای دشمن و اولویت هدایت بر کشتن، نشان می‌دهد که جهاد در نهج‌البلاغه هدفی فراتر از پیروزی نظامی دارد: بازگرداندن انسان به حق.

کتابنامه

- ابن ابی الحدید، عبدالحمید (۱۳۸۵). شرح نهج البلاغه (م. ابراهیم، محقق؛ ۲۰ جلد). قاهره: دار احیاء الکتب العربیه.
- بوتول، گاستون (۱۳۸۷). جامعه‌شناسی جنگ. ترجمه هوشنگ فرخجسته. تهران: انتشارات علمی فرهنگی.
- جعفری، محمدتقی (۱۳۶۰). تفسیر نهج البلاغه (۷ جلد). تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
- حسن عباس، فضل (۱۹۹۷). البلاغه فنونها و أفنانها. اردن: دار الفرقان.
- دشتی، محمد (۱۳۷۹). ترجمه نهج البلاغه. تهران: مؤسسه فرهنگی انتشاراتی امیرکبیر.
- شریعتی، علی (۱۳۵۰). علی تنها است. تهران: حسینیه ارشاد.
- صالح، صبحی (۱۹۶۷). نهج البلاغه [نسخه عربی با تحقیق و توضیحات]. لبنان: دار الکتاب اللبنانی.
- عبده، محمد (۱۳۶۵). شرح نهج البلاغه (م. ابوالفضل ابراهیم، محقق؛ ۴ جلد). لبنان: دارالمعرفه.
- عزیزخانی، مریم و شاملی، نصراله (۱۴۰۰). تحلیل گفتمان انتقادی در نهج البلاغه براساس نظریه فرکلاف (مطالعه موردی توصیف ناکثین). پژوهشنامه نهج البلاغه، ۳۶(۹)، ۲۱-۳۷.
- مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۸۳). جنگ و جهاد در قرآن. (تهیه و تدوین: م.م. نادری قمی و م.ح. اسکندری). قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (رحمت‌الله‌علیه).
- مطهری، مرتضی (۱۳۵۸). ولایت و رهبری. تهران: انتشارات صدرا.
- معین، محمد (۱۳۶۰). فرهنگ فارسی معین. (ج ۱). تهران: انتشارات امیرکبیر.
- مغنیه، محمدجواد (۱۳۷۹). فی ظلال نهج البلاغه [در سایه نهج البلاغه]، ۴ جلد، ترجمه هاشم میلانی، قم: دار الکتاب الإسلامی.
- مقداد، فاضل. (۱۳۸۰). کنز العرفان فی فقه القرآن. (مصحح: ع. عقیقی بخشایشی). قم: انتشارات نوید اسلام.

مور، جری دی. (۱۳۸۹). *زندگی و اندیشه بزرگان انسان‌شناسی: مقدمه‌ای بر نظریه پردازان و نظریه‌های انسان‌شناختی*. ترجمه جعفر احمدی و هاشم آقا بیگ پوری. تهران: جامعه‌شناسان.

نصری، عبدالله (۱۳۹۹). *ترجمه و تفسیر نهج البلاغه: حکمت اصول سیاسی اسلام (تفسیر فرمان امیرالمومنین علیه‌السلام) به مالک اشتر*. ترجمه محمدتقی جعفری تبریزی، به‌اهتمام علی جعفری، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

- Black, C C. (1995). *Rhetorical criticism. in Hearing the New Testament: Strategies for Interpretation*. ed. J. B. Green. Grand Rapids: Eerdmans.
- Brigance, William Norwood ed., *A History and Criticism of American Public Address*, 2 vols. (New York: McGraw-Hill, 1943). A third volume was published in 1955: Marie Kathryn Hochmuth, ed., *A History and Criticism of American Public Address*, III (New York: Longmans, Green, 1955).
- Brock, B. L. & Scott, R. L. (Eds.). (1980). *Methods of rhetorical criticism: A twentieth-century perspective (2nd ed.)*. Wayne State University Press.
- Brock, B.L., Scott, L. & Chesebro, J.W. (1990). *Methods of Rhetorical Criticism. A Twentieth-century Perspective*. Third edition, revised. Detroit: Wayne State University.
- Bryant, Donald C. (1958), ed., *The Rhetorical Idiom: Essays in Rhetoric, Oratory, Language, and Drama* (Ithaca: Cornell University Press), 5.
- Burke, Kenneth. (1969). *A Rhetoric of Motives*. Berkeley: University of California Press.
- Cathcart, Robert. (1966). *Post Communication: Criticism and Evaluation*. Indianapolis: Bobbs- Merrill.
- Cox, Robert. (2010). *Environmental Communication and Public Sphere*. Los Angeles: Sage Publication.
- Foss, Sonja K. (2018). *Rhetorical criticism: Exploration and practice* (5th ed.). Waveland Press.
- Herbert A. Wichelns (1980). "The Literary Criticism of Oratory," in *Studies in Rhetoric and Public Speaking in Honor of James A. Winans*, ed. A. M. Drummond (New York: Century, 1925), 181–216. A more accessible source for the essay is Herbert A. Wichelns, "The Literary Criticism of Oratory," in *Methods of Rhetorical Criticism: A Twentieth-Century Perspective*, ed. Bernard L. Brock and Robert L. Scott, 2nd ed. (Detroit: Wayne State University Press, 1980), 40–73.
- Kennedy, George Alexander (1994). *A New History of Classical Rhetoric*.

New Jersey: Princeton UP.

Klyn, Mark S. (1968). "Toward a Pluralistic Rhetorical Criticism," in *Essays on Rhetorical Criticism*, ed. Thomas R. Nilsen (New York: Random House, 1968), 154.

Mohrmann, G. P. & Michael C. (1974). Leff point out that neo-Aristotelianism itself does not preclude the study of discourse larger than a single speech; in fact, Aristotle discusses oratorical genres deliberative or political speaking, forensic or legal speaking, and epideictic or ceremonial speaking. The notion of genres was not incorporated into the neo-Aristotelian approach because of Wichelns's determination that the purpose of rhetorical criticism was to uncover effects on the specific audience. See G. P. Mohrmann and Michael C. Leff, "Lincoln at Cooper Union: A Rationale for Neo-Classical Criticism," *Quarterly Journal of Speech*, (60), 463.

Thonssen, Lester & Baird, Craig (1948). *Speech Criticism*. New York: Ronald.

Wendland, E. R. (2002). *Aspects of Rhetorical Analysis Applied to New Testament texts*. In *Handbook of early Christianity: Social science approaches*. ed. Blasi, A J. Duhaime, J & Turcotte P-A. Walnut Creek: Altamira Press: 169-195.

Wichelns, Herbert. A. (1925). *The Literary Criticism of Oratory*, in *Studies in Rhetoric and Public Speaking in Honor of James A. Winans*, ed. A. M. Drummond (New York: Century, 181–216.

References

Abduh, M. (1365/1986). *Sharḥ Nahj al-Balāgha* [Commentary on Nahj al-Balāgha] (M. Abū al-Faḍl Ibrāhīm, Ed.; 4 vols.). Lebanon: Dār al-Maʿrifa. (In Arabic)

al-Miqdād, F. (1380/2001). *Kanz al-ʿIrfān fī fiqh al-Qurʾān* [The treasure of gnosis in Quranic jurisprudence] (ʿA. ʿUqayqī Bakhshāyishī, Ed.). Qom: Intishārāt-i Navīd-i Islām. (In Arabic)

Azīzkhānī, M., & Shāmlī, N. (1400/2021). *Taḥlīl-i guftimān-i intiqādī dar Nahj al-Balāgha bar asās-i nazariyya-yi Furklāf (muṭālīʿa-yi mawridī: tawṣīf-i nākithīn)* [Critical discourse analysis in Nahj al-Balāgha based on Fairclough's theory: Case study of the description of the Oath-Breakers]. *Pazhūhishnāma-yi Nahj al-Balāgha*, 9(36), 21–37. (in Persian)

Black, C. C. (1995). *Rhetorical criticism*. in *Hearing the New Testament: Strategies for Interpretation*. ed. J. B. Green. Grand Rapids: Eerdmans.

Bouthoul, G. (1387/2008). *Jāmiʿahʾshināsī-yi Jang* [Sociology of war] (H. Farrukhjasta, Trans.). Tehran: Intishārāt-i ʿIlmī Farhangī. (Original work published 1954) (in Persian)

Brigance, William Norwood, ed., *A History and Criticism of American*

- Public Address, 2 vols. (New York: McGraw-Hill, 1943). A third volume was published in 1955: Marie Kathryn Hochmuth, ed., A History and Criticism of American Public Address, III (New York: Longmans, Green, 1955).
- Brock, B. L. & Scott, R. L. (Eds.). (1980). Methods of rhetorical criticism: A twentieth-century perspective (2nd ed.). Wayne State University Press.
- Brock, B.L., Scott, L. & Chesebro, J.W. (1990). Methods of Rhetorical Criticism. A Twentieth-century Perspective. Third edition, revised. Detroit: Wayne State University.
- Bryant, Donald C., ed., The Rhetorical Idiom: Essays in Rhetoric, Oratory, Language, and Drama (Ithaca: Cornell University Press, 1958), 5.
- Burke, Kenneth. (1969). A Rhetoric of Motives. Berkeley: University of California Press.
- Cathcart, Robert. (1966). Post Communication: Criticism and Evaluation. Indianapolis: Bobbs- Merrill.
- Cox, Robert. (2010). Environmental Communication and Public Sphere. Los Angeles: Sage Publication.
- Dashtī, M. (1379/2000). Tarjuma-yi Nahj al-Balāgha [Translation of Nahj al-Balāgha]. Tehran: Mu'assisa-yi Farhangī Intishārātī-yi Amīr Kabīr. (In Persian)
- edition of the book, a third author was added: Lester Thonssen, A. Craig Baird, and Waldo W. Braden, Speech Criticism, 2nd ed. (New York: Ronald, 1970).
- G. P. Mohrmann and Michael C. Leff point out that neo-Aristotelianism itself does not preclude the study of discourse larger than a single speech; in fact, Aristotle discusses oratorical genres deliberative or political speaking, forensic or legal speaking, and epideictic or ceremonial speaking. The notion of genres was not incorporated into the neo-Aristotelian approach because of Wichelns's determination that the purpose of rhetorical criticism was to uncover effects on the specific audience. See G. P. Mohrmann and Michael C. Leff, "Lincoln at Cooper Union: A Rationale for Neo-Classical Criticism," Quarterly Journal of Speech 60 (December 1974): 463.
- Ḥasan 'Abbās, F. (1997). al-Balāgha: Funūnuhā wa afnānuhā [Rhetoric: Its arts and branches]. Jordan: Dār al-Furqān. (In Arabic)
- Herbert A. Wichelns, "The Literary Criticism of Oratory," in Studies in Rhetoric and Public Speaking in Honor of James A. Winans, ed. A. M. Drummond (New York: Century, 1925), 181–216. A more accessible source for the essay is Herbert A. Wichelns, "The Literary Criticism of Oratory," in Methods of Rhetorical Criticism: A Twentieth-Century

- Perspective, ed. Bernard L. Brock and Robert L. Scott, 2nd ed. (Detroit: Wayne State University Press, 1980), 40–73.
- Ibn Abī al-Ḥadīd, ‘A. (1385/2006). *Sharḥ Nahj al-Balāgha* [Commentary on Nahj al-Balāgha] (M. Ibrāhīm, Ed.; 20 vols.). Cairo: Dār Iḥyā’ al-Kutub al-‘Arabiyya. (In Arabic)
- Ja‘farī, M. T. (1360/1981). *Tafsīr-i Nahj al-Balāgha* [Exegesis of Nahj al-Balāgha] (7 vols.). Tehran: Daftar-i Nashr-i Farhang-i Islāmī. (In Persian)
- Kennedy, George Alexander. (1994). *A New History of Classical Rhetoric*. New Jersey: Princeton UP.
- Klyn, Mark S., “Toward a Pluralistic Rhetorical Criticism,” in *Essays on Rhetorical Criticism*, ed. Thomas R. Nilsen (New York: Random House, 1968), 154.
- Miṣbāḥ Yazdī, M. T. (1383/2004). *Jang wa jihād dar Qur’ān* [War and jihad in the Quran] (M. M. Nādirī Qummī & M. Ḥ. Iskandarī, Comps.). Qom: Mu’assisa-yi Āmūzishī va Pizhūhishī-yi Imām Khumaynī (RA). (In Persian)
- Moore, J. D. (1389/2010). *Zindigī wa andīsha-yi buzurgān-i insān’shināsī: Muqaddama’ī bar nazariyya’pardāzān va nazariyya’hā-yi insān’shinākhtī* [Visions of culture: An introduction to anthropological theories and theorists] (J. Aḥmadī & H. Āqā Bīg Pūrī, Trans.). Tehran: Jāmi‘a’shināsān. (Original work published 1997) (In Persian)
- Mughniyya, M. J. (1379/2000). *Fī zīlāl Nahj al-Balāgha* [In the shade of Nahj al-Balāgha] (H. Mīlānī, Trans.; 4 vols.). Qom: Dār al-Kitāb al-Islāmī. (in Arabic, Persian translation)
- Mu‘īn, M. (1360/1981). *Farhang-i Fārsī-yi Mu‘īn* [Mu‘īn’s Persian dictionary] (Vol. 1). Tehran: Intishārāt-i Amīr Kabīr. (In Persian)
- Muṭahharī, M. (1358/1979). *Wilāyat wa rahbarī* [Guardianship and leadership]. Tehran: Intishārāt-i Ṣadrā. (In Persian)
- Naṣrī, ‘A. (1399/2020). *Tarjuma wa tafsīr-i Nahj al-Balāgha: Hikmat-i uṣūl-i siyāsī-yi Islām (tafsīr-i farmān-i Amīr al-Mu’mīnīn (‘a) bi Mālik Ashtar)* [Translation and exegesis of Nahj al-Balāgha: The wisdom of Islamic political principles (exegesis of the decree of the Commander of the Faithful to Mālik al-Ashtar)] (M. T. Ja‘farī Tabrīzī, Trans.; ‘A. Ja‘farī, Comp.). Tehran: Daftar-i Nashr-i Farhang-i Islāmī. (In Persian)
- Ṣāliḥ, Ṣ. (1967). *Nahj al-Balāgha* [Arabic edition with investigation and annotations]. Lebanon: Dār al-Kitāb al-Lubnānī. (In Arabic)
- Sharī‘atī, ‘A. (1350/1971). *‘Alī tanhā ast* [Ali is alone]. Tehran: Ḥusayniyya-yi Irshād. (In Persian)
- Sonja K. Foss (2018). *Rhetorical criticism: Exploration and practice* (5th ed.). Waveland Press.

- Thonssen, Lester and A. Craig Baird, *Speech Criticism* (New York: Ronald, 1948). In the second
- Wendland, E. R. (2002). Aspects of Rhetorical Analysis Applied to New Testament texts. In *Handbook of early Christianity: Social science approaches*. ed. Blasi, A J. Duhaime, J & Turcotte P-A. Walnut Creek: Altamira Press: 169-195.
- Wichelns, Herbert. A. (1925). The Literary Criticism of Oratory, in *Studies in Rhetoric and Public Speaking in Honor of James A. Winans*, ed. A. M. Drummond (New York: Century, 181–216.



doi: 10.30497/rc.2026.249256.2147



Received: 2025/10/28

Accepted: 2026/05/30

A Rhetorical Analysis of Persuasive Discourse in the Letters of Nahj al-Balagha Based on Ethos, Pathos, and Logos

Maryam Farzadinia*

Sobhan Kavosi**

Mohammad Ghafourifar***

Abstract

Abstract: Nahj al-Balagha, as one of the most profound sources of Islamic thought, literature, and rhetoric, serves as a mirror reflecting Imam Ali's remarkable linguistic and argumentative power in moral, political, and social spheres. The necessity of this study arises from the fact that, despite numerous works devoted to Nahj al-Balagha, the persuasive and rhetorical structure of the letters of Nahj al-Balagha has not yet been examined in a systematic and letter-focused manner through the lens of Aristotle's triadic theory of rhetoric—ethos, pathos, and logos. The purpose of this research is to analyze and elucidate the rhetorical strategies employed by Imam Ali in his letters to reveal the depth of eloquence, persuasion, and influence in his discourse. The research adopts a descriptive-analytical method, and the data have been collected and examined through content analysis and rhetorical examination of selected letters from Nahj al-Balagha. The findings indicate that Imam Ali, by harmoniously combining the three fundamental elements of rhetoric—moral character and personal credibility (ethos), emotional and affective appeal (pathos), and logical reasoning and clarity of argument (logos)—achieved a profound impact on both the minds and hearts of his audience. His letters manifest a deep interconnection between reason and emotion, ethics and politics, as well as language and meaning. The study concludes that Imam Ali, through his application of the triadic principles of persuasion, presents an enduring model of influential and pedagogical discourse that not only enhances the understanding of religious eloquence but also provides a theoretical foundation for the analysis of religious, philosophical, and communicative texts in the modern era.

Keywords: Rhetorical Analysis, Persuasive Discourse, Nahj al-Balagha, Imam Ali, letters, ethos, pathos, logos.

* Master's Degree Student, Department of Arabic Language and Literature, Kosar University of Bojnord, Bojnord, Iran.

maryamfarzadynia@gmail.com

0009-0007-7760-7387

** Assistant Professor, Department of Arabic Language and Literature, Kosar University of Bojnord, Bojnord, Iran (Corresponding author).

sobhan.kavosi@yahoo.com

0000-0003-0399-2247

*** Associate Professor, Department of Arabic Language and Literature, Kosar University of Bojnord, Bojnord, Iran.

m.ghafourifar65@gmail.com

0000-0002-1057-8936

تحلیل بلاغی گفتمان اقناعی در نامه‌های نهج‌البلاغه بر پایه عناصر اعتبار گوینده (ایتوس)، برانگیزش عاطفی (پاتوس) و استدلال عقلانی (لوگوس)

مریم فرزادی‌نیا* سبحان کاوسی** محمد غفوری‌فر***

چکیده

نهج‌البلاغه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و عمیق‌ترین منابع اندیشه، ادب و بلاغت اسلامی، آینه‌ای از قدرت زبانی و استدلالی امام علی (علیه‌السلام) در عرصه‌های اخلاقی، سیاسی و اجتماعی است. ضرورت انجام این پژوهش از آنجاست که با وجود پژوهش‌های فراوان درباره نهج‌البلاغه، هنوز ساختار اقناعی و بلاغی نامه‌های نهج‌البلاغه بر پایه نظریه سه‌گانه ارسطویی به‌طور منسجم و با تمرکز بر نامه‌ها بررسی نشده است. هدف این پژوهش، تحلیل و تبیین راهبردهای بلاغی امام علی (علیه‌السلام) در نامه‌های نهج‌البلاغه است تا ابعاد فصاحت، اقناع و تأثیر کلام آن حضرت روشن گردد. روش پژوهش، توصیفی - تحلیلی است و داده‌ها از طریق مطالعه محتوایی و تحلیل بلاغی گزیده‌ای از نامه‌های نهج‌البلاغه گردآوری و بررسی شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد امام علی (علیه‌السلام) با ترکیب سه عنصر اصلی بلاغت یعنی منش اخلاقی و اعتبار شخصی (ایتوس)، برانگیختن عاطفه و احساس (پاتوس)، و منطق و استدلال روشن (لوگوس)، توانسته است تأثیری ژرف بر ذهن و قلب مخاطب خود بگذارد. نامه‌های ایشان نشان‌دهنده پیوندی عمیق میان عقل و احساس، اخلاق و سیاست، و زبان و معنا است. نتیجه نهایی پژوهش حاکی از آن است که امام علی (علیه‌السلام) با بهره‌گیری از اصول سه‌گانه اقناع، الگویی جاودانه از گفتار تأثیرگذار و تربیتی ارائه کرده است که نه تنها در فهم زیبایی‌های بلاغت دینی مؤثر است، بلکه می‌تواند مبنایی نظری برای تحلیل متون دینی، فلسفی و ارتباطی در روزگار معاصر نیز فراهم آورد.

واژگان کلیدی: تحلیل بلاغی، گفتمان اقناعی، نهج‌البلاغه، امام علی (علیه‌السلام)، نامه‌ها، ایتوس، پاتوس، لوگوس.

* دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه کوثر، بجنورد، ایران.

maryamfarzadynia@gmail.com

0009-0007-7760-7387

** استادیار دانشگاه کوثر بجنورد، بجنورد، ایران (نویسنده مسئول).

sobhan.kavosi@yahoo.com

0000-0003-0399-2247

*** دانشیار دانشگاه کوثر بجنورد، بجنورد، ایران.

m.ghafourifar65@gmail.com

0000-0002-1057-8936

مقدمه

ارسطو، فیلسوف برجسته یونانی، از نخستین اندیشمندانی است که نظامی منسجم در باب بلاغت و اقناع ارائه کرد و استدلال‌های متقاعدکننده را بر سه رکن اساسی استوار می‌داند: ایتوس، پاتوس و لوگوس. بر اساس این دیدگاه، سخن زمانی می‌تواند مخاطب را به پذیرش و همراهی وادارد که هم از پشتوانه شخصیتی و اخلاقی گوینده برخوردار باشد، هم بتواند احساس و عاطفه مخاطب را درگیر سازد و هم از منطق و انسجام استدلالی کافی بهره‌مند باشد.

تحلیل متون اثرگذار، به‌ویژه متونی که در بافت‌های اجتماعی و سیاسی شکل گرفته‌اند، نشان می‌دهد که بهره‌گیری هوشمندانه از عناصر اقناعی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت پیام ایفا کند. در این میان، نامه‌های امیرالمؤمنین علی (علیه‌السلام) در نهج‌البلاغه از برجسته‌ترین نمونه‌های گفتمان اقناعی در سنت اسلامی به‌شمار می‌آیند. «این سخنان و گفتارها و نامه‌ها، بیشک به‌مثابه میراث بزرگی برای انسانیت است. این‌ها درواقع برنامه‌ای ارزنده برای اخلاق عمومی و خصوصی زندگی است که دستورهای پیامبران، اندیشمندان، فلاسفه و حکما در زمان‌ها و مکان‌های گوناگون بر آنها برتری ندارد» (جرج جرداق، ۱۳۹۷، ص. ۱۴۴۱). این نامه‌ها که غالباً خطاب به کارگزاران، فرماندهان و مسئولان حکومتی نگاشته شده‌اند، افزون بر انتقال دستورها و رهنمودها، واجد ساختاری بلاغی و اقناعی‌اند که هدف آن هدایت عملی مخاطب و تثبیت ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی است. آنچه در این پژوهش مورد توجه قرار می‌گیرد، بررسی عناصر سه‌گانه ایتوس، پاتوس و لوگوس در نامه‌های امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) و تبیین شیوه‌های بلاغی و اقناعی به‌کاررفته در این نامه‌هاست؛ نامه‌هایی که با گذشت قرن‌ها همچنان از حیث ادبی، بلاغی و تأثیرگذاری زبانی مورد توجه پژوهشگران و سخنوران قرار دارند.

۱. اهداف پژوهش

اهداف این پژوهش عبارت است از تحلیل و تبیین عنصر ایتوس و نقش ویژگی‌های شخصیتی، اخلاقی و معنوی امام علی (علیه‌السلام) در ایجاد اعتبار و اقناع مخاطب؛ بررسی عنصر پاتوس و شیوه‌های تأثیرگذاری عاطفی و احساسی کلام بر مخاطبان و نیز

تحلیل عنصر لوگوس و تبیین استدلال‌ها و شگردهای بلاغی و اقناعی به‌کاررفته در نامه‌های آن حضرت.

۲. پرسش‌های پژوهش

پرسش‌های اصلی پژوهش عبارت‌اند از: عناصر ایتوس، پاتوس و لوگوس چگونه در نامه‌های امام علی بازنمایی شده‌اند؟ مهم‌ترین راهبردهای بلاغی و اقناعی به‌کاررفته در نامه‌های امام علی (علیه‌السلام) چگونه در تأثیرگذاری بر مخاطب نقش ایفا می‌کنند؟

۳. روش پژوهش

روش پژوهش در این مقاله، توصیفی - تحلیلی با رویکرد بلاغی و تحلیل گفتمان است. گردآوری داده‌ها به شیوه اسنادی و کتابخانه‌ای و با بهره‌گیری از منابع مکتوب، مقالات علمی و منابع الکترونیکی انجام می‌شود. جامعه پژوهش، نامه‌های منتخب از نهج البلاغه است که بر اساس الگوی سه‌گانه ایتوس، پاتوس و لوگوس مورد تحلیل قرار می‌گیرند تا ابعاد بلاغی، اقناعی و ارتباطی این متون تبیین شود.

۴. پیشینه و ضرورت انجام پژوهش

در زمینه نهج البلاغه و جلوه‌های بلاغی آن، تاکنون پژوهش‌های متعددی انجام گرفته است که هریک از منظری خاص به بررسی فصاحت، اقناع و زیبایی‌های بیانی سخنان امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) پرداخته‌اند.

خاقانی (۱۳۷۶) در کتاب جلوه‌های بلاغت در نهج البلاغه، با تمرکز بر ساختارهای بیانی خطبه‌ها و نامه‌های امام علی (علیه‌السلام)، نشان می‌دهد که کلام آن حضرت در عین سادگی و روانی، از تنوع بالایی در تصویرسازی، تمثیل و آرایه‌های بلاغی برخوردار است. وی بر این باور است که بهره‌گیری هوشمندانه امام از عناصر زبانی و قرآنی، نهج البلاغه را به یکی از متون مرجع در آموزش عملی بلاغت عربی تبدیل کرده است.

رزمجو (۱۳۸۷) نیز با تأکید بر ویژگی «سهل و ممتنع» نثر نهج البلاغه، معتقد است که امام علی (علیه‌السلام) از طریق انتخاب واژگان خوش‌آهنگ، ترکیب‌های بدیع و انسجام معنایی، متنی پدید آورده که هم برای مخاطب عام قابل فهم است و هم برای اهل نظر دارای عمق فکری و بلاغی فراوان.

در حوزه اقناع مخاطب، اسلامی و امیرکاوه (۱۳۹۵)، در مقاله «روش اقناع مخاطب در نهج البلاغه» به بررسی شیوه‌های اقناعی امام علی (علیه‌السلام) پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که حضرت برای اقناع مخاطب از دو مسیر کلامی و غیرکلامی بهره می‌گیرد؛ در سطح کلامی، عناصری چون حکمت، جدال احسن، تجربه، استناد به منابع معتبر، مؤظظه و اخبار غیبی نقش محوری دارند و در سطح غیرکلامی نیز عواملی مانند سیره عملی، زبان رفتار و موقعیت اجتماعی امام در تقویت پیام اقناعی مؤثر واقع می‌شوند.

در پژوهشی دیگر، حسومی و همکاران (۱۳۹۸)، با تمرکز بر عنصر طنز در نهج البلاغه، نشان داده‌اند که طنز به عنوان یک شگرد بلاغی، نقش مهمی در تصویرسازی مفاهیم و انتقال غیرمستقیم پیام‌های انتقادی و اخلاقی ایفا می‌کند. به باور آنان، طنز در نهج البلاغه افزون بر آفرینش تصاویر ادبی زنده، امکان اقناع مخاطب را از طریق بیان هنرمندانه کاستی‌ها و ناهنجاری‌ها فراهم می‌سازد.

کاریخش (۱۴۰۰)، در مقاله «بررسی شیوه‌های اقناع در سیره سیاسی حضرت علی (علیه‌السلام)» به معرفی اهداف و روش‌های اقناعی امام در عرصه سیاست و حکومت‌داری پرداخته است. وی نشان می‌دهد که اقناع در سیره سیاسی امام علی (علیه‌السلام) همواره در پیوند با اخلاق، عدالت و مصلحت اجتماعی معنا می‌یابد، هرچند تمرکز این پژوهش بیشتر بر محتوای سیره است تا تحلیل نظام‌مند سازوکارهای بلاغی آن.

مسیبوق و همکاران (۱۴۰۴)، در مقاله «خوانش کاربردشناختی تکنیک‌های برهان‌ورزی در ضرب‌المثل‌های نهج البلاغه» با رویکردی زبان‌شناختی، به این نتیجه رسیده‌اند که امام علی (علیه‌السلام) برای متقاعدسازی مخاطب از طیف گسترده‌ای از راهبردهای زبانی و بلاغی همچون مؤظظه، تشبیه، کنایه، تمثیل و استعاره بهره می‌برد. این پژوهش، توانش بالای زبانی و کاربردشناختی امام را در انتقال مفاهیم اخلاقی، اجتماعی و سیاسی برجسته می‌سازد.

در کنار این مطالعات، منفرد (۱۴۰۲) با تأکید بر زیبایی‌شناسی تأثیر کلام امیرالمؤمنین (علیه‌السلام)، نشان می‌دهد که بلاغت نهج البلاغه صرفاً به سطح لفظ و

ساختار محدود نمی‌شود، بلکه تأثیری عمیق بر لایه‌های درونی و روانی مخاطب برجای می‌گذارد و فرایند اقناع را به تجربه‌ای وجودی بدل می‌سازد. مرور پیشینه نشان می‌دهد که با وجود پژوهش‌های متعدد درباره بلاغت و شیوه‌های اقناع در نهج البلاغه، اغلب مطالعات یا بر یک شگرد بلاغی خاص تمرکز داشته‌اند یا به توصیف کلی روش‌های اقناعی بسنده کرده‌اند. درمقابل، بررسی نظام‌مند راهبردهای بلاغی نهج البلاغه بر اساس نظریه سه‌گانه ارسطویی ایتوس، پاتوس و لوگوس، به‌ویژه در نامه‌های امام علی (علیه‌السلام)، کمتر به‌صورت جامع مورد توجه قرار گرفته است؛ ازاین‌رو، پژوهش حاضر می‌کوشد با تکیه بر این چهارچوب نظری، ابعاد اقناعی و استدلالی گفتمان نامه‌های نهج البلاغه را تبیین کند.

۵. مبانی نظری پژوهش

۵-۱. نهج البلاغه و جایگاه بلاغی آن

نهج البلاغه، نهج البلاغه که به معنای «راه و شیوه بلاغت» تعبیر می‌شود، مجموعه‌ای از سخنرانی‌ها، نامه‌ها و کلمات قصار امام علی (علیه‌السلام) است که در قرن چهارم هجری به کوشش سیدرضی گردآوری شده است. این اثر به‌عنوان یکی از منابع مهم ادبی و سیاسی جهان اسلام مورد توجه قرار گرفته است.

نهج البلاغه شامل خطبه‌ها، نامه‌ها و جملات کوتاه امام علی (علیه‌السلام) است (مصطفوی، ۱۳۷۵، ص. ۲۳). سیدرضی هدف خود از گردآوری این اثر را پاسخ به درخواست دوستانش برای جمع‌آوری سخنان فصیح و بلیغ امام دانسته است (شریف‌رضی، ۱۴۱۴، صص. ۳۴-۳۶). وی کتاب نهج البلاغه را از میان کتاب‌های گوناگون استخراج کرده و با سبکی دلپذیر و مطلوب تنظیم نموده است. خود درباره نحو باب‌بندی و تقسیم مطالب می‌نویسد: «دیدم سخنان آن حضرت بر مدار سه اصل می‌چرخد: اول: خطبه‌ها و اوامر، دوم: نامه‌ها و رسائل، سوم: کلمات حکمت‌آمیز و مواعظ. تصمیم گرفتم ابتدا خطبه‌ها، پس از آن نامه‌ها، و سپس کلمات حکمت‌آمیز جالب آن حضرت را جمع کنم. سپس به هرکدام از آن‌ها بابی را اختصاص دادم... و هرگاه سخنی از آن حضرت در مورد بحث و مناظره، یا پاسخ سؤال و یا منظور دیگری بود که به آن دست یافتم، ولی جزء هیچ‌یک از این سه بخش نبود، آن را در

مناسب‌ترین و نزدیک‌ترین بخش قرار دادم» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴). سیدرضی تنها بخشی از سخنان امام را که درجه بالایی از فصاحت و بلاغت داشت، انتخاب کرده است. به‌همین دلیل، نهج‌البلاغه به‌معنای «راه و طریق آشکار بلاغت» نامیده شد و به مرجعی برای مطالعه هنر بلاغت و سبک نگارش دینی تبدیل گردید.

قدرت خطابه و نفوذ کلام امام علی (علیه‌السلام) همواره موردتوجه علمای بلاغت بوده است و جاحظ، خلیل بن احمد و ابن ابی‌الحدید بر احاطه ایشان بر دقایق سخنوری تأکید کرده‌اند (مطهری، ۱۳۷۶، صص. ۱۱-۱۸). جامعیت و تنوع محتوای نهج‌البلاغه نیز از امتیازات بارز آن است (شهیدی، ۱۳۷۸، ص. ۵). محتوای نهج‌البلاغه به سه بخش اصلی تقسیم شده است: خطبه‌ها، نامه‌ها و کلمات قصار. در خطبه‌ها و کلمات قصار، موضوعاتی چون خداشناسی، اخلاق، شناخت جهان، پیدایش عالم، طبیعت انسان، امت‌ها و حکومت‌های نیکوکار و ستمکار بیان شده و در نامه‌ها بیشتر به مسائل حکومت‌داری و تعامل مسئولان با مردم پرداخته شده است (حافظیان بابل، ۱۳۷۹، ص. ۱۹).

فصاحت و بلاغت نهج‌البلاغه از مهم‌ترین دلایل ماندگاری آن است (ابن ابی‌الحدید، ۱۴۰۴ق، ج ۱، ص. ۲۴). کلام نهج‌البلاغه در مرتبه‌ای پایین‌تر از کلام خالق و بالاتر از کلام مخلوق قرار گرفته است (محمی‌الدین عبدالحمید، بی‌تا، ج ۱). محمد عبده درباره تنوع سبکی و محتوایی نهج‌البلاغه می‌گوید: «در این کتاب گاهی انسان خود را در افق‌های بلند معانی و زیباترین و بهترین عبارت‌ها و گاهی در میدان جنگ می‌بیند؛ چنان‌که گاهی عقلی نورانی در این کلام مشاهده می‌شود که تلاش می‌کند انسان را از ظلمت‌ها به سوی ملکوت ببرد و در عالم قدس جای دهد و گاهی نیز انسان خود را در میان مدیرانی می‌بیند که علی (علیه‌السلام)، آنها را به مسائل سیاست، ارشاد و به راه‌وروش کیاست، هدایت می‌کند» (عبده، بی‌تا، ص. ۱۰).

نهج‌البلاغه ترکیبی از ارزش‌های اخلاقی، فلسفی و سیاسی است و سبک و محتوا در عین تنوع، هماهنگی و انسجام دارند. ازاین‌رو، این اثر می‌تواند در چهارچوب رویکردهای نوین تحلیل بلاغی نیز مورد بررسی قرار گیرد؛ به‌ویژه نظریه بلاغت ارسطویی که اقناع را بر سه مؤلفه عقل، عاطفه و اعتبار اخلاقی گوینده استوار می‌سازد.

در پرتو تحلیل گفتمان، نهج البلاغه نمونه‌ای شاخص از هم‌نشینی سنجیده عقلانیت، احساس و اخلاق در بیان دینی است؛ امری که با مفاهیم لوگوس، پاتوس و ایتوس قابل تبیین است و ظرفیت چشمگیری برای تحلیل بلاغت اقناعی و کارکرد عناصر استدلالی، عاطفی و اخلاقی در گفتمان دینی - سیاسی فراهم می‌آورد.

۵-۲. مفاهیم کلیدی بلاغت ارسطویی (ایتوس و پاتوس و لوگوس)

۵-۲-۱. ایتوس^۱

بنا بر آرای ارسطو، اتوس (وجاهت متکلم)، به اعتبار و اعتمادی اشاره دارد که سخنران از خود و شخصیت خود در نظر مخاطبان به وجود می‌آورد. به گفته او، سخنران با نشان دادن شخصیتی معتبر و مورد اعتماد می‌تواند مخاطبان را به قبول مواضع و نظرهای خود وادار کند (آقاجانی و طاهری، ۱۴۰۲، ص. ۳۳). ایتوس ناظر بر اعتبار، منش اخلاقی و جایگاه اجتماعی گوینده است و بر بُعد اخلاقی سخن تکیه دارد. از منظر بلاغی، هنگامی که گوینده واجد صفات اخلاقی و معنوی برجسته باشد، کلام او قدرت نفوذ و اثرگذاری بیشتری می‌یابد و ایتوس به عامل اصلی اقناع تبدیل می‌شود در خطبه‌ها و نامه‌های نهج البلاغه، امام علی (علیه السلام) با تکیه بر فضایل اخلاقی، دانش عمیق و عدالت‌محوری خویش، زمینه اعتماد و پذیرش مخاطبان را فراهم می‌سازد. شخصیت تاریخی و اجتماعی امام علی (علیه السلام) که با عدالت‌خواهی، شجاعت و پاکدامنی شناخته می‌شود، سبب شده است عنصر ایتوس در گفتمان او نقشی بنیادین داشته باشد. در نهج البلاغه، امام علی (علیه السلام) با تأکید بر منش اخلاقی و عدالت‌محور خود، در چهارچوب بلاغت اقناعی، اعتماد و احترام مخاطبان را جلب می‌کند و در مواردی با اشاره به عدالت و صداقت خود، بر اعتبار پیام‌هایش می‌افزاید. این شیوه، به‌ویژه در شرایط پیچیده اجتماعی و سیاسی عصر امام، کارکردی تعیین‌کننده دارد؛ زیرا مخاطب را به پذیرش دعوت به عدالت، اصلاح و همبستگی اجتماعی سوق می‌دهد. بدین‌سان، ایتوس در نهج البلاغه را می‌توان بازتابی از شخصیت تاریخی و اخلاقی امام علی (علیه السلام) و نمود آن در عرصه سخن و عمل دانست.

۵-۲-۲. پاتوس^۲

از نظر ارسطو پاتوس (شورانگیزی) نام دارد که به هنر برانگیختن عواطف و احساسات مخاطبان اشاره دارد. به نظر ارسطو، سخنران با استفاده از تصاویر و کلمات هیجان‌انگیز و هدف قراردادن عواطف رقیق بشری می‌تواند احساسات مخاطبان را به سمت مواضع خود جلب کند و چه بسا شنوندگان یک خطابه، با تحریک احساسات عادی بشری همچون ترحم و نوع دوستی و یا حتی عواطفی نه‌چندان مثبت، مانند جاه‌طلبی و غرور و یا حتی ایجاد هراس و تردید، به سرعت تحت تأثیر قرار گیرند و همراهی با صاحب سخن شوند (آفاجانی و طاهری، ۱۴۰۲، صص. ۳۳-۳۴). در نهج البلاغه، امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) با بهره‌گیری آگاهانه از این عنصر بلاغی، مخاطبان خود را نسبت به مسائل اخلاقی، اجتماعی و سیاسی حساس می‌سازد و آنان را از سطح دریافت عقلانی صرف به درکی عمیق و درونی از واقعیت‌ها رهنمون می‌کند. این شیوه را می‌توان نشان‌دهنده مهارت امام علی (علیه السلام) در ایجاد ارتباط عاطفی مؤثر و اقناع‌گر با مخاطب دانست. امام علی (علیه السلام) از طریق بازگویی رویدادهای عبرت‌آموز و یادآوری تجربه‌های تاریخی، احساس مسئولیت و تأمل اخلاقی را در مخاطب برمی‌انگیزد و بدین‌سان پلی میان عقل و عاطفه برقرار می‌سازد. این پیوند سبب می‌شود پیام نه‌تنها فهمیده شود، بلکه امکان اثرگذاری عمیق‌تر آن در جان مخاطب و سوق‌دادن او به کنش اخلاقی فراهم آید. افزون‌براین، امام با یادآوری رنج‌ها، تلاش‌ها و فداکاری‌های جمعی، حس همبستگی و تعلق اجتماعی را تقویت کرده و مخاطبان را به مشارکت فعال در اصلاح جامعه فرا می‌خواند.

۵-۲-۳. لوگوس^۳

لوگوس به بُعد عقلانی و دلیل‌مند بودن استدلال‌ها اشاره دارد. «لوگوس قدرت والایی است که با هیبت نازک و حداکثر نامرئی‌اش، قادر است به خدایی‌ترین نتایج نائل آید» (مصاحب، ۱۳۸۷، ج ۲، ص. ۲۵۱). «در متون دینی یهود، لوگوس با خلقت و تقدیر و وحی مرتبط است و حکمت الهی که در ذات خدا ریشه دارد، جهان را سامان می‌دهد»

2. Pathos
3. Logos

(ایزوتسو، ۱۳۴۸، ص. ۵۵). در رتوریک ارسطو، لوگوس (منطق و استدلال) ضلع سوم اقناع است که با استفاده از استدلال منطقی، دلایل معقول و ارقام و اطلاعات، معقول‌ترین وسیله برای متقاعدکردن مخاطبان به شمار می‌رود و درواقع همان عقل سلیم انسانی است. سخنران با ارائه مستندات و شواهد منطقی می‌تواند مخاطبان را مجاب کند که نظرات و مواضع او عقلانی و درست است (آقاجانی و طاهری، ۱۴۰۲، ص. ۳۴). براین اساس، می‌توان لوگوس در کلام امام علی (علیه‌السلام) را فراتر از منطق صرف استدلالی و در پیوند با عقل، ایمان و اخلاق تفسیر کرد و مسیری برای دستیابی به حقیقت، عدالت و آگاهی جمعی فراهم می‌سازد. تعامل متوازن و هدفمند سه عنصر ایتوس، پاتوس و لوگوس در نهج البلاغه، امکان شکل‌گیری گفتمانی فراتر از مرزهای زمان و مکان را فراهم ساخته است، تأثیری ماندگار در اندیشه و فرهنگ اسلامی بر جای گذارد. در نهج البلاغه، امام علی (علیه‌السلام) با تکیه بر استدلال‌های عقلی، آیات قرآن و احادیث نبوی، ساختاری منسجم از استدلال فکری ارائه می‌کند و از این طریق به تبیین و روشن‌گری مسائل اجتماعی، سیاسی و دینی می‌پردازد. ایشان عقل را معیار تشخیص حق از باطل معرفی کرده و مخاطب را به اندیشیدن آگاهانه فرا می‌خواند. در خطبه‌ها و نامه‌های امام علی (علیه‌السلام)، لوگوس افزون بر صورت‌بندی منطقی استدلال‌ها، به شکل گفت‌وگویی فعال با ذهن و وجدان انسان نمود می‌یابد؛ به گونه‌ای که امام به جای تحمیل باور، از اقناع عقلانی برای رساندن مخاطب به درک حقیقت بهره می‌گیرد.

۶. نامه‌ها

فهرست نامه‌های نهج البلاغه به مجموع نامه‌هایی اطلاق دارد که امام علی (علیه‌السلام) آنها را عموماً برای کارگزاران حکومتی، فرماندهان نظامی و مأموران مالیاتی نوشته و بیشتر به مسائل حکومت‌داری و نحوه تعامل مسئولان حکومتی با مردم پرداخته شده است (شهیدی، ۱۳۷۷، ص. ۱۲). این قسمت از نهج البلاغه ۷۹ بخش دارد که از ۱۲ وصیت‌نامه، سفارش و بخش‌نامه و ۲ فرمان، یک دعا، یک پیمان‌نامه و ۶۳ نامه مکتوب تشکیل شده است (رشاد، ۱۳۸۰، ج ۱۲، ص. ۱۹). سبک نگارش امام علی (علیه‌السلام)

ترکیبی از عقلانیت، احساس و اقتدار اخلاقی است که بر پایه سه رکن بلاغی ایتوس، پاتوس و لوگوس شکل گرفته است. زبان نامه‌ها نه تنها خطابی، بلکه آموزشی و اصلاحی است، به گونه‌ای که مخاطب خاص را نصیحت می‌کند و در سطح عام، الگوی اخلاقی و اجتماعی ارائه می‌دهد.

۶-۱. کارکرد ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه امام علی (علیه السلام) به عثمان بن حنیف (نامه ۴۵)

نامه امام علی (علیه السلام) به عثمان بن حنیف از مهم‌ترین متون نهج البلاغه است و بر عدالت، اخلاق و مسئولیت‌های اجتماعی تأکید دارد. «امام علی (علیه السلام) در این نامه رعایت پاکدامنی، پرهیزکاری، اهتمام به مساکین، کنترل خواهش‌های نفسانی، قناعت، پرهیز از اسراف، همدردی با مردم، ساده‌زیستی و پیروی از سبک زندگی امام را توصیه کرده است» (عترت دوست و احمدی، ۱۴۰۰، صص. ۷۰-۷۱). این نامه نه تنها مرجع اخلاقی و اجتماعی برای مسئولان حکومتی است، بلکه بینش روشنی از سیره و نگرش امام علی (علیه السلام) در حکومت‌داری و تعامل با مردم ارائه می‌دهد. متن نامه، به عنوان یکی از مهم‌ترین مستندات تاریخی و سیاسی نهج البلاغه، هم ابعاد اجتماعی و اخلاقی را بررسی می‌کند و هم با استفاده از عناصر بلاغی، تلاشی برای ارتقای مسئولیت‌پذیری در جامعه اسلامی محسوب می‌شود. «نامه علاوه بر نقد اشرافی‌گری، راهکارهای عملی و اخلاقی برای مقابله با آن ارائه می‌دهد و الگویی اخلاقی و اجتماعی در مواجهه با این پدیده فراهم می‌سازد» (عترت دوست و احمدی، ۱۴۰۰، ص. ۹۰). از دیدگاه تحلیل بلاغی، نامه دارای سه لایه معنایی اصلی است: لایه اخلاقی (ایتوس) که اعتبار و شخصیت گوینده را نشان می‌دهد، لایه عاطفی (پاتوس) که وجدان مخاطب را بیدار می‌کند، و لایه عقلانی (لوگوس) که بر استدلال و منطق استوار است. می‌توان گفت امام علی (علیه السلام) با تکیه بر منطق و احساس پیوند برقرار کرده و از قدرت شخصیت خود برای اقناع عثمان استفاده کرده است.

۶-۱-۱. ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه

این نامه از نامه‌های مهم امام علی (علیه السلام) به کارگزاران است و نمونه‌ای مناسب برای

شناخت شخصیت ایشان در عرصه سیاست و مدیریت به‌شمار می‌آید (منصوری لاریجانی، ۱۳۸۵، صص. ۵۶-۵۷). امام علی (علیه‌السلام) در ابتدای نامه، با ارجاع به واقعه حضور عثمان بن حنیف در مهمانی اشراف بصره، لحن توبیخی و هشداردهنده‌ای را اتخاذ می‌کند. جمله حضرت: «بَلَّغْنِي أَنَّ رَجُلًا مِنْ فِتْيَةِ أَهْلِ الْبَصْرَةِ دَعَاكَ إِلَى مَادُبَةٍ، فَأُسْرَعْتَ إِلَيْهَا...»؛ به من گزارش دادند که مردی از سرمایه‌داران بصره، تو را به مهمانی خویش فراخواند و تو به سرعت به‌سوی آن شتافتی... (دشتی، ۱۳۷۹، صص. ۵۵۲-۵۵۳).

در این فراز، ایتوس از طریق جایگاه اخلاقی و معنوی امام شکل می‌گیرد. می‌توان گفت امام علی (علیه‌السلام) نه صرفاً به‌عنوان یک حاکم سیاسی، بلکه به‌عنوان مرجعی اخلاقی و عدالت‌محور سخن می‌گوید. اقتدار اخلاقی ایشان به نظر می‌رسد مشروعیت توبیخ را تقویت کند و نشان می‌دهد که امام بر رفتار کارگزاران نظارت مستقیم اخلاقی دارد. در همین جمله، پاتوس نیز فعال است؛ زیرا امام با لحنی آمیخته به سرزنش، احساس مسئولیت، شرمندگی و درون‌نگری را در مخاطب برمی‌انگیزد. تعبیر «فَأُسْرَعْتَ إِلَيْهَا» نوعی نکوهش ضمنی دارد که احساسات اخلاقی عثمان را تحریک کرده و او را نسبت به انتخاب رفتاری که کرده آگاه می‌سازد.

امام در بخش بعد، استدلالی منطقی و ساختاری درباره عدالت اجتماعی مطرح می‌کند. جمله بنیادین ایشان: «وَمَا ظَنَنْتُ أَنَّكَ تُجِيبُ إِلَى طَعَامِ قَوْمٍ عَائِلُهُمْ مَجْفُوءٌ، وَغَنِيَّتُهُمْ مَدْعُوءٌ»؛ گمان نمی‌کردم مهمانی مردمی را بپذیری که نیازمندانشان باستم محروم شده و ثروتمندانشان بر سر سفره دعوت شده‌اند (دشتی، ۱۳۷۹، صص. ۵۵۲-۵۵۳). اینجا لوگوس آشکار است؛ زیرا امام با ارائه یک استدلال اجتماعی - اخلاقی نشان می‌دهد که: پذیرش دعوت اشراف، نادیده گرفتن فقر، ایجاد فاصله طبقاتی، نقض وظیفه کارگزار اسلامی است. منطق امام بر این اصل استوار است که عدالت در رفتار فردی کارگزار، بخشی از عدالت در ساختار حکومت است؛ بنابراین، نقد امام نه احساسی بلکه استدلالی است؛ او رفتار عثمان را در نسبت با ارزش‌های عدالت و مسئولیت عمومی می‌سنجد.

یکی از بخش‌های پُر عاطفه نامه آنجاست که امام با یادآوری شیوه زندگی خود،

مخاطب را تحت تأثیر عاطفی و اخلاقی قرار می‌دهد. جمله مشهور: «أَقْنَعُ مِنْ نَفْسِي بِأَنْ يُقَالَ: هَذَا أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ، وَلَا أَشَارِكُهُمْ فِي مَكَارِهِ الدَّهْرِ؟» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۵۴). اینجا پاتوس به اوج می‌رسد. این پرسش بلاغی بر احساسات عثمان اثر می‌گذارد؛ امام از او می‌خواهد که وجدان اخلاقی خود را در برابر رفتار خود بگذارد: آیا کارگزار حکومت می‌تواند سطح زندگی‌اش جدا از مردم باشد؟ آیا تحمل رنج مردم وظیفه اخلاقی نیست؟ حجیت کلام امام ناشی از صداقت در رفتار و زهد شخصی اوست و همین موجب اثرگذاری عاطفی شدید این سخن می‌شود. در بخش پایانی، امام استدلالی عقلانی درباره ارزش‌های انسانی ارائه می‌دهد. جمله کلیدی: «أَلَا وَإِنَّ إِمَامَكُمْ قَدْ اكْتَفَى مِنْ دُنْيَاهُ بِطَمَرِيَّةٍ، وَمِنْ طُعْمِهِ بِقُرْصِيَّةٍ...» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۵۲). این عبارت، مبنای لوگوس در نامه است؛ امام مدل استدلالی‌ای ارائه می‌دهد که در آن: ارزش انسان به عمل اوست، نه ظاهر او و سادگی و قناعت شرط رهبری عادل است و رفتار کارگزار باید هماهنگ با عدالت باشد. این بخش با زبانی منطقی نشان می‌دهد که سبک زندگی اشرافی با مسئولیت اجتماعی ناسازگار است.

به‌طورکل نامه امام علی (علیه‌السلام) به عثمان بن حنیف نمونه‌ای کامل از کاربرد سه رکن ریتوریک ارسطویی است: ایتوس (اعتبار اخلاقی امام و شخصیت زاهد و عادل او)، پاتوس (توبیخ، احساس‌برانگیزی و هشدارهای اخلاقی)، لوگوس (استدلال‌های دقیق درباره عدالت، مسئولیت و سبک زندگی). این سه عنصر در نامه به‌صورت درهم‌تنیده و هم‌افزا عمل می‌کنند و آن را به یکی از برجسته‌ترین متون بلاغی جهان اسلام بدل ساخته‌اند.

۶-۲. کارکرد ایتوس و پاتوس و لوگوس در وصیتنامه امیرالمومنین (علیه‌السلام) به امام حسن مجتبی (علیه‌السلام) (نامه ۳۱)

نامه امام علی (علیه‌السلام) به امام حسن (علیه‌السلام) یکی از نامه‌های نقل‌شده در نهج‌البلاغه در موضوع اخلاق است. برخی محققان این نامه را دوره‌ای کامل در تربیت نفس، خودسازی و سیر و سلوک و حتی دایرة‌المعارف تربیتی دانسته‌اند. محمدتقی مصباح یزدی معتقد است که علاوه‌بر معارف والایی که در این نامه وجود دارد، امام

علی (علیه السلام) در بیان مطالب به نکات روان‌شناختی و تربیتی نیز توجه کرده است (مصباح یزدی، ۱۳۹۱، صص. ۲۴-۲۵).

به باور برخی محققان، امام علی (علیه السلام) در نوشتن این نامه اهداف مشخصی را دنبال می‌کرد:

- اهداف: تخلّق به اخلاق الهی، شناخت خدا، خودسازی، زهد، صبر و التزام به امر و یاد الهی.

- اصول: کرامت، توجه به تفاوت‌های فردی، اعتدال، تعقل، تفکر و تدبیر.

- روش‌ها: تذکّر، مؤذنه، ارائه الگو، محبت، عبرت‌آموزی، توبه، مراقبه و محاسبه (بهشتی و دیگران، ۱۳۹۷، ص. ۲۰).

۶-۲-۱. ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه

در این وصیت‌نامه، ایتوس بسیار برجسته است و امام علی (علیه السلام) با دقت و ظرافت شخصیت و اعتبار خود را نشان می‌دهد. او با عبارتی مانند: «مِنَ الْوَالِدِ الْفَانِ الْمُقَرَّرِ لِلزَّمَانِ الْمُدْبِرِ الْعَمْرِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۱۸)، به امام حسن (علیه السلام) می‌گوید که این توصیه‌ها از کسی صادر می‌شود که عمر طولانی و تجربه گسترده‌ای دارد و گذر زمان و آزمون‌های زندگی را دیده است. این جمله نه تنها به شخصیت اخلاقی امام اشاره دارد، بلکه مرجعیت دینی و پدری او را نیز به وضوح نشان می‌دهد و اعتماد فرزند به نصایح، طبیعی و منطقی جلوه می‌کند. علاوه بر این، جمله «فَاسْتَنْخَلَصْتُ لَكَ مِنْ كُلِّ أَمْرٍ نَخِيلَهُ وَ صَرَفْتُ عَنْكَ مَجْهُولَهُ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۲۲)، تدبیر و حکمت امام را نمایان می‌سازد؛ او بهترین تصمیم‌ها و امور سودمند را برای فرزند خود برگزیده و از او هرگونه کار بیهوده یا ناشناخته را دور کرده است. این بیان ترکیبی از مسئولیت پدری، دلسوزی و دانش عملی را منتقل می‌کند. همچنین، تأکید امام بر صداقت و شفافیت با عبارت «صِدْقٌ لَا يَشُوْبُهُ كَذِبٌ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۱۸) نشان می‌دهد که هیچ‌گونه مبالغه، فریب یا اغراقی در گفتار وجود ندارد و این شفافیت پذیرش نصایح را از نظر روانی و اخلاقی تسهیل می‌کند؛ بنابراین، ایتوس در این متن تنها به شخصیت اخلاقی محدود نمی‌شود، بلکه تلفیقی از تجربه، تدبیر، مرجعیت دینی و محبت پدری است که

اعتبار گفتار را چندین برابر می‌کند.

پاتوس در این وصیت‌نامه نقش بسیار مؤثری دارد و امام علی (علیه‌السلام) با مهارت احساسات فرزند را برمی‌انگیزد تا پیام از جنبه عاطفی نیز پذیرفته شود. جملاتی مانند «وَعَرِيمَ الْمَنَآيَا وَ أَسِيرَ الْمَوْتِ وَ قَرِينَ الْأَحْزَانِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۱۸)؛ فرزند را با واقعیت گذر زندگی و حتمیت مرگ مواجه می‌کند. در همین حال، محبت عمیق پدرانه در جمله «وَجَدْتُكَ بَعْضِي بَلْ وَجَدْتُكَ كُلِّي» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۱۸)؛ به‌خوبی احساس نزدیکی و وابستگی عاطفی را منتقل می‌کند و باعث می‌شود نصایح از مسیر عقل تنها، بلکه از مسیر عشق و پیوند قلبی نیز پذیرفته شود. هشدارهای اخلاقی و تأکید بر پیامدهای رفتار نادرست، مانند «فَإِذَا أَنْتَ قَدْ أَهْلَكْتَ نَفْسَكَ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۳۰)، حس مسئولیت و خودآگاهی را در مخاطب تقویت می‌کند و نشان می‌دهد و این توصیه‌ها به‌منظور انتقال تجربه و تربیت اخلاقی فرزند و فراهم آوردن الگویی عملی برای زندگی است. در مجموع، پاتوس در این متن به دو شکل همزمان عمل می‌کند: ایجاد حس فوریت و اضطراب اخلاقی از یک‌سو و تقویت پیوند عاطفی و محبت پدرانه از سوی دیگر که باعث می‌شود فرزند نصایح را با دل و جان بپذیرد.

لوگوس در وصیت‌نامه امام علی (علیه‌السلام) به‌گونه‌ای درهم‌تنیده با ایتوس و پاتوس عمل می‌کند و پیام را از نظر عقلانی، اخلاقی و عملی مستدل می‌سازد. جمله «فَقَدْ نَظَرْتُ فِي أَعْمَالِهِمْ وَ فَكَّرْتُ فِي أَخْبَارِهِمْ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۲۲) نشان می‌دهد که توصیه‌ها بر اساس تجربه و تحلیل رفتارهای دیگران و عبرت گرفتن از تاریخ و تجربه عملی است و نه صرفاً نظر شخصی. این دلیل تجربی، پذیرش نصایح را از نظر عقلانی تقویت می‌کند. علاوه‌برآن، استدلال اخلاقی و منطقی در جمله «أَحْسِنُ كَمَا تُحِبُّ أَنْ يُحْسَنَ إِلَيْكَ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۲۶) به‌وضوح دیده می‌شود؛ این اصل متقابل بودن رفتارها، پیام اخلاقی را به شکلی روشن و قابل فهم منتقل می‌کند و نشان می‌دهد که رفتار درست نه‌تنها اخلاقی بلکه منطقی نیز هست. استفاده از تمثیل و مثال، همانند جمله «إِنَّمَا مَثَلُ مَنْ خَبَرَ الدُّنْيَا كَمَثَلِ قَوْمٍ سَفَرُوا...» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۲۶)؛ زندگی و گذر زمان را ملموس می‌کند و مفاهیم انتزاعی مانند تلاش، مقصد و نتیجه اعمال را

قابل درک و عملی می‌نماید. به این ترتیب، لوگوس در این متن نه تنها بر منطق اخلاقی و استدلال عقلی تأکید دارد، بلکه الگوی عملی برای رفتار و تصمیم‌گیری را نیز ارائه می‌دهد و پیام را از هر جهت مستدل و قانع‌کننده می‌سازد.

بررسی سه مؤلفه ایتوس، پاتوس و لوگوس در نامه ۳۱ نهج البلاغه نشان می‌دهد که امام علی (علیه السلام) در فرایند اقناع مخاطب، تنها بر اندرز مستقیم تکیه نکرده، بلکه از ساختاری چندلایه و هماهنگ بهره برده است. ایتوس در این نامه با تکیه بر تجربه، مرجعیت دینی، صداقت و جایگاه پدرانه امام شکل می‌گیرد و زمینه اعتماد مخاطب را فراهم می‌سازد. پاتوس نیز از طریق برانگیختن احساساتی چون محبت، نگرانی، ترس از مرگ و احساس مسئولیت اخلاقی، پیوند عاطفی میان گوینده و مخاطب را تقویت می‌کند. در کنار آن، لوگوس با استفاده از استدلال عقلی، تجربه تاریخی، اصل تقابل اخلاقی و تمثیل‌های تربیتی، پیام را از نظر منطقی استحکام می‌بخشد. براین اساس، می‌توان گفت موفقیت بلاغی این وصیت‌نامه در هماهنگی میان عناصر سه‌گانه اقناع نهفته است؛ به گونه‌ای که امام علی (علیه السلام) هم‌زمان اعتبار گوینده، تأثیر عاطفی و استدلال عقلانی را در خدمت هدایت و تربیت مخاطب قرار داده است.

درنهایت، این وصیت‌نامه را می‌توان یک منشور جامع تربیتی دانست که هم ابعاد فردی زندگی انسان را پوشش می‌دهد و هم ابعاد اجتماعی و معنوی را. تأکید هم‌زمان بر خودسازی، عدالت، عقلانیت و معنویت، این اثر را به الگویی ماندگار برای تمام دوران‌ها تبدیل کرده است و آن را فراتر از یک نامه ساده، به یک نظام اخلاقی منسجم بدل کرده است.

۳-۶. کارکرد ایتوس و پاتوس و لوگوس در عهدنامه امیرالمومنین (علیه السلام) به مالک اشتر (نامه ۵۳)

این نامه از طولانی‌ترین و پرمحتواترین نامه‌های نهج البلاغه است که آیین کشورداری را از تمام جهات بررسی کرده است. این عهدنامه دستوری جامع برای کشورداری است که پس از حدود چهارده قرن هنوز تازه و راهگشا به‌شمار می‌آید. محققان گفته‌اند پیش از آنکه سیدرضی (متوفای ۴۰۶ق) این نامه را در نهج البلاغه بیاورد، این نامه در کتاب تحف العقول اثر حسن بن علی بن شعبه (متوفای ۳۳۲ق) و در کتاب دعائم الاسلام اثر

قاضی نعمان مصری (متوفای ۳۶۷ق) آمده است. پس از سیدرضی، نجاشی در کتاب فهرست این نامه را آورده است. همچنین شیخ طوسی در کتاب فهرست، نویری در نه‌ایه العرب و ابن‌عساکر در تاریخ مدینه دمشق، بخش‌هایی از آن را ذکر کرده‌اند. نامه امام علی (علیه‌السلام) به مالک اشتر در باب حکومت‌داری حاوی موضوعات مختلفی است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، صص. ۳۵۳-۳۵۴).

۱-۳-۶. ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه

اعتبار اخلاقی و معنوی امام علی (علیه‌السلام) در همان آغاز نامه آشکار می‌شود؛ آنجا که می‌فرماید: «هَذَا مَا أَمَرَ بِهِ عَبْدُ اللَّهِ عَلِيُّ أَمِيرُ الْمُؤْمِنِينَ مَالِكُ بْنُ الْحَارِثِ الْأَشْجَرِيِّ» (دستی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۴) آغاز سخن با «عبدالله» پیش از «امیرالمؤمنین» نوعی فروتنی الهی و مشروعیت معنوی می‌آفریند که جایگاه گوینده را بسیار معتبر می‌سازد. این شیوه بیان، مخاطب را از همان ابتدا در برابر شخصیتی قرار می‌دهد که نه به قدرت ظاهری، بلکه به بندگی خدا تکیه دارد؛ و این خود قوی‌ترین شکل ایتوس است.

در بخش‌های دیگر، اعتبار اخلاقی امام با توصیه‌های اخلاقی و هشدارهای تربیتی برجسته‌تر می‌شود. از جمله در کلام: «إِيَّاكَ وَالْأَسْتِثْنَاءَ بِمَا النَّاسُ فِيهِ أُسْوَةٌ» (دستی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۰). در این توصیه، امام مالک را به بازنگری در رفتار و رعایت عدالت فرا می‌خواند، نه از موضع سرزنش یا قضاوت، بلکه به‌عنوان الگویی اخلاقی که خود به عدالت و پاکی عمل پایبند است. صداقت و پاکی شخصی امام، این سخن را اقتدارمند و نافذ می‌کند. همچنین در توصیه‌های مالی و رفتاری، مانند «فَإِنَّ النَّاسَ يَنْظُرُونَ مِنْ أُمُورِكَ فِي مِثْلِ مَا كُنْتَ تَنْظُرُ فِيهِ مِنْ أُمُورِ الْوَلَاءَةِ قَبْلَكَ» (دستی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶). تصویری از رهبر اخلاق‌مدار و باتجربه ارائه می‌شود که صاحب مشروعیت اخلاقی، سیاسی و معنوی است. این‌ها پایه‌های اصلی شکل‌گیری ایتوس در عهدنامه است.

امام علی (علیه‌السلام) با تأکید بر بندگی خداوند («عبدالله») پیش از عنوان امیرالمؤمنین، نوعی فروتنی دینی و مشروعیت اخلاقی را تثبیت می‌کند که اساس اعتماد مخاطب را شکل می‌دهد. این جایگاه نه صرفاً سیاسی، بلکه مبتنی بر تقوا، تجربه حکمرانی و پایبندی عملی به عدالت است. همین ترکیب سبب می‌شود سخن امام برای

مالک اشتر به مثابه دستور یک قدرت صرف تلقی نشود، بلکه به عنوان هدایت یک مرجع اخلاقی و آگاه پذیرفته گردد. استمرار این ایتوس در سراسر نامه، در قالب توصیه‌های دقیق درباره عدالت، پرهیز از ظلم و رعایت حقوق مردم، تقویت می‌شود.

در خصوص پاتوس، نامه سرشار از پیوندهای عاطفی، خیرخواهی و انگیزش روحی است. امام علی (علیه السلام) مالک را تنها حاکم یا کارگزار نمی‌بیند، بلکه انسانی می‌داند که باید با قلبی مهذب به مردم خدمت کند. در عبارتی تأثیرگذار می‌فرماید: «أَشْعِرُ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶). اینجا امام احساس را هدف گرفته، نه صرفاً عقل یا دستور اداری را. «أَشْعِرُ قَلْبَكَ» یعنی رحمتی را چنان در قلب خود تزریق کن که تبدیل به احساس زیسته و منش درونی شود. این شکل نفوذ عاطفی، اوج پاتوس در متن است، زیرا مخاطب را وادار به درونی‌سازی عشق و ملایمت می‌کند.

لطافت عاطفی نامه در جمله مشهور «فَإِنَّهُمْ صِنْفَانِ: إِمَّا أَخٌ لَكَ فِي الدِّينِ أَوْ نَظِيرٌ لَكَ فِي الْخَلْقِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶) به نهایت می‌رسد. امام با این تقسیم‌بندی، نگاه مالک را از رابطه قدرت به رابطه خانوادگی و انسانی تغییر می‌دهد. این سخن، مخاطب را نه با ترس، بلکه با احساس مسئولیت، ادب انسانی و روح برادری همراه می‌کند. پیام این است: مردم را نه از جایگاه حاکم بر زیردستان، بلکه از موضع برادر دینی یا هم‌نوع انسانی ببین. این ساختار عاطفی قوی، پایه‌ای برای دلسوزی واقعی در حکومت است.

در بخش دیگری، توصیه عاطفی و تصویری امام در جمله «لَا تَكُونَنَّ عَلَيْهِمْ سَبْعًا ضَارِيًا» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶) مخاطب را متوجه پیامدهای رفتار ناعادلانه می‌سازد. این تصویرسازی نه با هدف ترساندن، بلکه برای برانگیختن وجدان اخلاقی و مسئولیت‌پذیری مالک نسبت به مردم است و او را به پرهیز از استبداد، قساوت و سوءاستفاده از قدرت تشویق می‌کند.

عاطفه در خطاب به طبقات محروم نیز برجسته می‌شود: «اللَّهُ اللَّهُ فِي الطَّبَقَةِ السُّفْلَى مِنَ الَّذِينَ لَا حِيلَةَ لَهُمْ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۸۲). تکرار «الله الله» نوعی استغاثه اخلاقی و طلب شفقت قلبی ایجاد می‌کند. اینجا، مخاطب نه به عنوان فرمانروا، بلکه به عنوان انسان مسئول در برابر خدا و بندگان ناتوان، برانگیخته می‌شود. تمامی این عناصر،

نظامی عاطفی در نامه می‌سازد که مالک را از درون متأثر کرده و او را به سمت مهربانی، ترس از ظلم و محبت واقعی به مردم سوق می‌دهد.

امام علی (علیه السلام) با ظرافتی بلاغی، رابطه حاکم و مردم را از سطح قدرت به سطح عاطفه و انسانیت ارتقا می‌دهد. دعوت به رحمت با تعبیر «أَشْعِرْ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ» نشان می‌دهد که احساسات، بخشی جدایی‌ناپذیر از حکمرانی مطلوب هستند و بدون آن، عدالت به خشونت یا بی‌تفاوتی تبدیل می‌شود. همچنین جمله «إِمَّا أَخُ لَكَ فِي الدِّينِ أَوْ نَظِيرُ لَكَ فِي الْخَلْقِ» بنیان عاطفی و انسانی نگاه امام را آشکار می‌سازد و نوعی همدلی فراگیر نسبت به همه انسان‌ها ایجاد می‌کند. در کنار این‌ها، هشدارهای اخلاقی درباره ظلم به طبقات ضعیف و تأکید بر مسئولیت حاکم در برابر ناتوانان، نوعی برانگیزش وجدانی و عاطفی ایجاد می‌کند که هدف آن جلوگیری از استبداد و بی‌عدالتی است.

در نامه امام علی (علیه السلام) به مالک اشتر، لوگوس یا اقناع عقلانی، ستون اصلی پیام و رهنمودهای مدیریتی به‌شمار می‌رود و نقش برجسته‌ای ایفا می‌کند. امام مالک را نه از طریق ترس یا محبت صرف، بلکه با ارائه استدلال منطقی، تحلیل پیامدها و بررسی تجربیات گذشته به تصمیم‌گیری خردمندانه و اخلاق‌مدارانه هدایت می‌کند. از جمله نکات مهمی که نشان‌دهنده لوگوس در نامه است، پرهیز از خودخواهی و ویژه‌خواری است. امام می‌فرماید: «فَإِذَا أَحْدَثَ لَكَ مَا أَنْتَ فِيهِ مِنْ سُلْطَانِكَ أُبْهَةٌ أَوْ مَخِيلَةٌ فَانْظُرْ إِلَى عِظَمِ مُلْكِ اللَّهِ فَوْقَكَ...» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۸). در اینجا امام مالک را هدایت می‌کند که در برخورد با قدرت، خود را کوچک و محدود در برابر عظمت ملک خدا بداند و از خودنمایی و تصاحب ویژه منابع مردم پرهیز کند؛ زیرا ویژه‌خواری و خودمحوری نه تنها نارضایتی عمومی و فساد به همراه دارد، بلکه نظم اجتماعی را نیز به هم می‌زند.

همچنین عدالت و انصاف با مردم از دیگر محورهای لوگوس است. امام می‌فرماید: «وَأَنْصِفِ اللَّهَ وَأَنْصِفِ النَّاسَ مِنْ نَفْسِكَ... فَإِنَّ مَنْ ظَلَمَ عِبَادَ اللَّهِ كَانَ اللَّهُ خَصَمَهُ... وَمَنْ خَاصَمَهُ اللَّهُ أَدْخَصَ حُجَّتَهُ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۸). در این توصیه، رابطه مستقیم میان

انصاف و پیامدهای آن روشن می‌شود؛ ظلم به مردم مساوی مخالفت با خدا و ضعف حجت فرد است. به این ترتیب، مالک از طریق تحلیل عقلانی - اخلاقی به رعایت عدالت و پرهیز از تصمیم‌های ناعادلانه تشویق می‌شود و لوگوس با ترکیب اخلاق و منطق اجتماعی برجسته می‌گردد.

امام همچنین مالک را به عبرت از تجربه تاریخی و بررسی اقدامات پیشینیان فرا می‌خواند: «ثُمَّ اعْلَمْ يَا مَالِكُ أَنِّي قَدْ وَجَّهْتُكَ إِلَى بِلَادٍ قَدْ جَرَتْ عَلَيْهَا دُولٌ قَبْلَكَ...» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶) با این توصیه، مالک تشویق می‌شود تا تجربیات تاریخی را بررسی کرده و عملکرد خود را در قالب دیدی آینده‌نگرانه و خردمندانه سامان دهد، زیرا مردم همواره عملکرد حاکمان گذشته را زیر نظر دارند.

سرانجام، کنترل نفس و شهوات نیز یکی دیگر از وجوه لوگوس در نامه است: «وَأَمْرُهُ أَنْ يَكْسِرَ نَفْسَهُ عِنْدَ الشَّهَوَاتِ، وَيَزْعُمَهَا عِنْدَ الْجَمَحَاتِ، فَإِنَّ النَّفْسَ أَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۶۶). امام تأکید می‌کند که حاکم باید غرایز و شهوات خود را کنترل کند، زیرا عدم کنترل نفس می‌تواند تصمیمات غیرعادلانه و آسیب به مردم را به همراه داشته باشد و مانع تحقق عدالت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی گردد. این توصیه نمونه‌ای از منطق روان‌شناختی و مدیریتی است که مالک را به پیش‌بینی پیامدهای رفتاری خود و کارگزارانش فرا می‌خواند.

توصیه به عبرت از تاریخ و تجربه حکومت‌های پیشین، کارکردی کاملاً عقلانی دارد و مالک اشتر را به تصمیم‌گیری مبتنی بر تجربه جمعی و شناخت پیامدها سوق می‌دهد. همچنین تأکید بر کنترل نفس و مهار شهوات، نوعی تحلیل روان‌شناختی از قدرت ارائه می‌دهد که در آن، سلامت حکومت وابسته به کنترل درونی حاکم معرفی می‌شود.

این عهدنامه شایسته آن است که به عنوان متنی راهبردی شناخته شود که حتی معاویه نیز با دقت آن را می‌خواند و از زرفای آن در شگفت می‌ماند؛ زیرا این همان فرمانی است که امام علی (علیه السلام) برای مالک اشتر نگاشته بود تا مردم از آن، آداب اجتماعی، شیوه داوری و اصول سیاست‌ورزی را بیاموزند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ص. ۳۵۶).

۶-۴. کارکرد ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه امام علی (علیه السلام) به معاویه

نامه امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) به معاویه یکی از مهم ترین متون نهج البلاغه است و از نظر ادبیات سیاسی و اجتماعی اسلامی اهمیت بالایی دارد. این نامه نه تنها به مسائل سیاسی، اجتماعی و اخلاقی جامعه اسلامی پرداخته، بلکه تلاش می کند تا با بیان منطقی، اخلاقی و عاطفی مخاطب را به پذیرش حقایق هدایت کند. در این نامه، امام علی (علیه السلام) با تحلیل وضعیت ظاهری و باطنی حکومت معاویه، ضرورت تحقق عدالت، فضایل انسانی و مسئولیت پذیری را گوشزد می کند. متن نامه ابزاری راهبردی است که اصول صحیح حکومت را روشن می کند و حمایت جامعه اسلامی را جلب می نماید، به ویژه در شرایطی که قدرت سیاسی به انحراف از اصول دینی گرایش داشت.

۶-۴-۱. ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه

«فَأَنَا أَبُو حَسَنٍ قَاتِلُ جَدِّكَ وَأَخِيكَ وَ خَالِكَ... يَوْمَ بَدْرٍ وَ ذَلِكَ السَّيْفُ مَعِيَ وَ بِذَلِكَ الْقَلْبِ أَلْقَى عَدُوِّي» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۹۰). در اینجا امام با اشاره به مشارکت مستقیم خود در جنگ بدر و مقابله با بزرگان قریش، مشروعیت اخلاقی و شجاعت تاریخی خود را نشان می دهد. این نمونه ایتوس قوی است؛ زیرا مخاطب درمی یابد که گوینده نه صرفاً ادعاگر، بلکه فردی عملی، عدالت مدار و پایبند به اصول و ارزش های دینی خود است. این اعتماد تاریخی، پایه ای برای پذیرش سایر توصیه ها و هشدارهای امام ایجاد می کند «وَ إِنِّي لَعَلَى الْمِنْهَاجِ الَّذِي تَرَكْتُمُوهُ طَائِعِينَ وَ دَخَلْتُمْ فِيهِ مَكْرَهِينَ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۹۰). امام با بیان پایبندی خود به مسیر پیامبر و مخالفت با تغییرات اجباری و تحمیلی، اعتبار اخلاقی و دینی خود را تقویت می کند. این نمونه نشان می دهد که ایتوس در متن، هم بر شجاعت و هم بر وفاداری به ارزش ها و اصول دینی مبتنی است و مخاطب را از منظر عقل و اخلاق به پذیرش پیام هدایت می کند.

در ارتباط با پاتوس این سخن امام علی (علیه السلام)، «وَ كَيْفَ أَنْتَ صَانِعٌ إِذَا تَكَشَّفَتْ عَنْكَ جَلَابِيبُ مَا أَنْتَ فِيهِ مِنْ دُنْيَا... دَعَتْكَ فَأَجَبْتَهَا وَ قَادَتْكَ فَاتَّبَعْتَهَا» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۸۸) است که نمونه ای از تصویرسازی تربیتی است که معاویه را نسبت به فریبندگی دنیا و کشش قدرت هشدار می دهد. هدف اصلی این پاتوس، ایجاد آگاهی

اخلاقی و حس مسئولیت در مخاطب است و نه صرفاً ترساندن او، بلکه ترغیب به خوداندیشی و اصلاح رفتار.

«وَكَأَنِّي بِجَمَاعَتِكَ تَدْعُونِي جَزَعًا مِنَ الضَّرْبِ الْمُتَتَابِعِ وَالْقَضَاءِ الْوَاقِعِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۹۰). در اینجا نیز امام با ترسیم جلوه‌ای از هرج و مرج و پیامدهای جنگ و نزاع، احساس خطر و مسئولیت اجتماعی را در مخاطب بیدار می‌کند. در اینجا پاتوس با ترکیب تصویرسازی و نمایش پیامدهای خطر، مخاطب را از طریق درک عاطفی عواقب تصمیماتش به تأمل و رفتار سنجیده ترغیب می‌کند.

و در خصوص لوگوس (استدلال عقلانی)، «فَاقْعَسُ عَنْ هَذَا الْأَمْرِ وَ خُذْ أَهْبَهُ الْحِسَابِ وَ شَمِّرْ لِمَا قَدْ نَزَلَ بِكَ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۹۰). امام به معاویه توصیه می‌کند که با حسابرسی دقیق و بررسی پیامدهای رفتار خود، تصمیماتش را عاقلانه اتخاذ کند. این نمونه لوگوس، تلفیقی از استدلال عقلانی و تحلیل اجتماعی است؛ بررسی پیامدهای تصمیمات به کاهش خطا و پیشگیری از فساد و نارضایتی عمومی کمک می‌کند.

«وَإِنَّهُ يُوشِكُ أَنْ يَقْفِكَ وَأَقِفْ عَلَى مَا لَا يُنْجِيكَ مِنْهُ مِجَنٌّ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۴۹۰). امام با اشاره به محدودیت انسان و پیامدهای غیرقابل پیش‌بینی، مخاطب را به تدبیر، آینده‌نگری و سنجش پیامدهای رفتار خود فرا می‌خواند. این نمونه مصداق لوگوس عملی است؛ زیرا تحلیل عقلانی پیش از اقدام، او را به تصمیمات مسئولانه و سازگار با عدالت هدایت می‌کند و احتمال خطا و فساد را کاهش می‌دهد.

۶-۵. کارکرد ایتوس و پاتوس و لوگوس در نامه امام علی (علیه السلام) به طلحه و زبیر

سیدرضی نامه‌ای را خطاب طلحه و زبیر نقل کرده است که امروزه با نامه ۵۴ نهج البلاغه شناخته می‌شود (شریف رضی، ۱۴۰۴، ص. ۴۴۵). حضرت در این نامه بیان می‌کند که برای تصاحب حکومت اصراری نداشته و مردم بر این مسئله پافشاری کرده‌اند. سپس طلحه و زبیر را مخاطب قرار می‌دهد و می‌گوید: یا در آن روز با اعتقاد قلبی با من بیعت کردید و اکنون باید به پابندی خود وفادار بمانید، یا در بیعت خود صادق نبوده و دچار نفاق و تدلیس شده‌اید. امام علی (علیه السلام) با نفی اتهام مشارکت در قتل عثمان که طلحه و زبیر بهانه نقض بیعت کرده بودند، آن‌ها را به عذاب الهی

هشدار می‌دهد (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ص. ۱۵۸). در نامه امام علی (علیه‌السلام) به طلحه و زبیر، عناصر ایتوس، پاتوس و لوگوس به‌طور هوشمندانه و راهبردی به‌کار رفته‌اند؛ بدین ترتیب هم اعتبار و شخصیت امام تقویت می‌شود، هم احساسات مخاطب برانگیخته می‌گردد و هم دلایل منطقی و عقلانی برای اقناع وی ارائه می‌شود.

۶-۵-۱. لوگوس، ایتوس و پاتوس در نامه امام علی (علیه‌السلام) به طلحه و زبیر

در خصوص ایتوس در این نامه، «فَإِنْ كُنْتُمْ بَايِعْتُمَانِي طَائِعِينَ فَارْجِعَا وَتُوبَا إِلَى اللَّهِ مِنْ قَرِيبٍ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۲). اینجا امام علی (علیه‌السلام) با تأکید بر تقوا و رابطه با خداوند، اعتبار اخلاقی خود را به نمایش می‌گذارد. او نه تنها به حکم سیاسی بلکه به معیارهای اخلاقی و دینی توجه دارد و مخاطب را به بازنگری در مسیر خود دعوت می‌کند. ایتوس در اینجا بر پایه اعتبار دینی، عدالت و صداقت شخصی امام استوار است.

«وَإِنْ كُنْتُمْ لَمْ تَكُونُوا بِأَحَقِّ الْمُهَاجِرِينَ بِالتَّقِيَّةِ وَالْكِتْمَانِ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۲). این جمله بیانگر شناخت دقیق امام از شخصیت مخاطبان است و همچنین اعتماد به ارزش‌های اخلاقی و مذهبی خود و آنان را نشان می‌دهد.

و در رابطه با پاتوس، «فَارْجِعَا أَيُّهَا الشَّيْخَانِ عَنْ رَأْيِكُمَا فَإِنَّ الْآنَ [أَعْظَمُ] أَعْظَمَ أَمْرِكُمَا الْعَارُ مِنْ قَبْلِ أَنْ [يَجْتَمِعَ] يَتَجَمَعَ الْعَارُ وَالنَّارُ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۲). امام علی (علیه‌السلام) با تصویرسازی از پیامدهای رسوایی و آتش فتنه، احساس مسئولیت اخلاقی و ترس از عواقب نادرست تصمیم را در مخاطب ایجاد می‌کند. این نمونه پاتوس، مخاطب را به بازنگری فوری، اخلاقی و وجدان‌محور دعوت می‌کند و نشان می‌دهد که تصمیمات سیاسی باید بر پایه اصول اخلاقی، عدالت و مسئولیت‌پذیری اتخاذ شوند، نه صرفاً بر اساس قدرت یا منافع شخصی.

«وَإِنْ كُنْتُمْ بَايِعْتُمَانِي كَارِهِينَ فَقَدْ جَعَلْتُمَا لِي عَلَيْكُمَا السَّبِيلَ بِإِظْهَارِكُمَا الطَّاعَةَ وَإِسْرَارِكُمَا الْمَعْصِيَةَ». این جمله بار عاطفی و اخلاقی عمیقی دارد: امام به پیامدهای نادرست انجام وظایف به اجبار یا کتمان حقیقت اشاره می‌کند و مخاطب را به پذیرش مسئولیت درونی و وجدان اخلاقی فرا می‌خواند. پاتوس در اینجا با ایجاد حس خطر و مسئولیت درونی، هم قدرت و هم اخلاق را به هم پیوند می‌دهد.

و برای لوگوس (استدلال عقلانی و اجتماعی)، «وَإِن كُنَّا مِنْ أَرَادَنِي وَبَايَعَنِي، وَإِنَّ الْعَامَّةَ لَمْ تُبَايَعَنِي لِسُلْطَانٍ غَالِبٍ وَلَا [لِحَرْصٍ] لِعَرَضٍ حَاضِرٍ» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۲). امام علی (علیه السلام) با بیان واقعیت تاریخی و اجتماعی، استدلال عقلانی ارائه می‌دهد. او نشان می‌دهد که مردم او را به دلیل زور یا منفعت شخصی نپذیرفته‌اند، بلکه انتخابشان آگاهانه و از روی میل بوده است. این استدلال، مشروعیت اخلاقی و عدالت‌محور تصدی قدرت را روشن می‌کند و طلحه و زبیر را به درک دقیق شرایط اجتماعی، سیاسی و اخلاقی و تصمیم‌گیری مسئولانه دعوت می‌کند.

«وَ قَدْ زَعَمْتُمَا أَنِّي قَتَلْتُ عُثْمَانَ... فَأَرْجِعَا أَيُّهَا الشَّيْخَانِ عَنْ رَأْيِكُمَا» (دشتی، ۱۳۷۹، ص. ۵۹۲). در این بخش، امام علی (علیه السلام) با استناد به منطق و تحلیل عدالت و مسئولیت، طلحه و زبیر را به بازنگری در تصمیم خود دعوت می‌کند. او مسئولیت فردی و جمعی را در چهارچوب اخلاق و عدالت توضیح می‌دهد و پیامدهای شتاب‌زدگی و تصمیم‌گیری غیرمسئولانه را آشکار می‌سازد. این روش، نمونه برجسته‌ای از لوگوس است که با تحلیل عقلانی و پیامدشناسی، مخاطب را به تصمیم خردمندانه هدایت می‌کند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان داد که نامه‌ها و خطبه‌های امام علی (علیه السلام) نمونه‌ای برجسته از هنر بلاغت و رهبری اخلاقی - سیاسی هستند و بهره‌گیری هوشمندانه از سه عنصر ایتوس، پاتوس و لوگوس، اساس تأثیرگذاری پیام‌های ایشان را تشکیل می‌دهد. یافته‌ای که بر پایه تحلیل کیفی نمونه‌های منتخب از نامه‌ها و خطبه‌های نهج البلاغه به‌دست آمده است.

ابتدا، ایتوس با نمایش تقوا، عدالت، فضایل اخلاقی و جایگاه اجتماعی امام، اعتماد مخاطب را جلب می‌کند و بستری برای پذیرش توصیه‌ها فراهم می‌آورد. این نشان می‌دهد که اعتبار و شخصیت گوینده، نقش تعیین‌کننده‌ای در تأثیرگذاری پیام دارد و پیام‌های سیاسی و اجتماعی بدون پشتوانه اخلاقی و هویتی نمی‌توانند اثرگذار باشند.

در حوزه پاتوس، امام علی (علیه السلام) با ایجاد پیوند عاطفی و همدلی میان خود و مخاطبان، احساس مسئولیت اخلاقی و انسانی را در آنان فعال می‌کند. تأکید بر مهربانی، عدالت و مراقبت از مردم، زمینه پذیرش پیام‌های اخلاقی و سیاسی را تقویت می‌کند و

نشان می‌دهد که رهبری اخلاقی تنها با اقتدار و دستور نیست، بلکه نیازمند ایجاد انگیزه درونی و همدلی با مخاطب است.

لوگوس نیز به عنوان ستون عقلانی و استدلالی پیام‌ها، از طریق تحلیل پیامدهای اجتماعی و اخلاقی، ارجاع به تجربه تاریخی و ارائه استدلال منطقی، مخاطب را به تصمیم‌گیری خردمندانه و رفتار مسئولانه هدایت می‌کند. این امر حاکی است که آموزه‌های سیاسی و اجتماعی امام علی (علیه السلام) صرفاً نصیحت و توصیه نیست، بلکه بر مبنای تفکر عقلانی و درک پیامدها شکل گرفته است.

به طور کلی، ترکیب هماهنگ ایتوس، پاتوس و لوگوس باعث شده است که نامه‌ها و خطبه‌های امام علی (علیه السلام) همزمان دارای جنبه‌های اخلاقی، عقلانی و عاطفی باشند. این سه عنصر رابطه میان گوینده و مخاطب را مستحکم می‌کنند. همچنین زمینه‌ساز تحول فردی و اصلاح اجتماعی نیز هستند؛ بنابراین، مطالعه عمیق و تحلیلی نامه‌ها و خطبه‌های امام علی (علیه السلام) نشان می‌دهد که تأثیرگذاری پیام‌های نهج البلاغه فراتر از یک متن مذهبی است و می‌تواند الگوی بلاغی و مدیریتی برای رهبران و پژوهشگران علوم انسانی ارائه دهد. این پژوهش تأکید می‌کند که درک دقیق کاربرد ایتوس، پاتوس و لوگوس، کلید فهم هنر بلاغت و رهبری اخلاقی - سیاسی در نهج البلاغه است و می‌تواند الگویی عملی برای رهبران و پژوهشگران علوم انسانی فراهم آورد.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به نتایج این پژوهش که نشان داد نامه‌های امام علی (علیه السلام)، بر پایه تلفیق مؤثر ایتوس، پاتوس و لوگوس شکل گرفته‌اند، پیشنهاد می‌شود:

بررسی تطبیقی این سه مؤلفه بلاغی در خطبه‌های نهج البلاغه و مقایسه میزان غلبه هریک از عناصر در بافت‌های مختلف (سیاسی، اخلاقی و اجتماعی) انجام گیرد تا الگوی جامع‌تری از سبک اقناعی امام علی (علیه السلام) ارائه شود.

تحلیل کارکرد ایتوس، پاتوس و لوگوس در متون اسلامی هم‌عصر نهج البلاغه (مانند نامه‌های خلفا یا متون ادبی - اخلاقی قرون اولیه) می‌تواند به درک بهتر ویژگی‌های بلاغت اسلامی در آن دوره کمک کند.

کتابنامه

نهج البلاغه.

- آقاجانی، حمید و طاهری، محمد (۱۴۰۲). «بررسی اصل بلاغی و جاهت متکلم در نهج البلاغه». فصلنامه پژوهشنامه نهج البلاغه، سال یازدهم، (۴۲)، ۲۳-۴۶.
- ابن ابی الحدید، علی بن حسین (۱۴۰۴ق). شرح نهج البلاغه. بیروت: دارالکتب العلمیه.
- اسلامی، شعیب و امیرکاوه، سعید (۱۳۹۵). روش اقناع مخاطب در نهج البلاغه. پژوهش‌های اجتماعی/اسلامی، ۲۲(۱۱۰)، ۱۷۵-۲۱۴.
- ایزوتسو، توشی‌هیکو (۱۳۴۸). ارتباط غیرزبانی میان خدا و انسان. ترجمه احمد آرام، معارف/اسلامی، (۸)، ۵۱-۶۲.
- بهشتی، سعید و دیگران (۱۳۹۷). نظام تربیتی اخلاقی در نامه ۳۱ نهج البلاغه. مجله قرآن و طب، (۱).
- جرج جرداق (۱۳۹۷). امام علی (علیه السلام) صدای عدالت انسانی. جلد سوم، ترجمه سیدهادی خسروشاهی، تهران: انتشارات سوره.
- حافظیان بابلی، محمد (۱۳۷۹). نهج البلاغه. تهران: نشر دانشگاه تهران.
- خاقانی، محمد (۱۳۷۶). جلوه‌های بلاغت در نهج البلاغه. تهران: بنیاد نهج البلاغه.
- دشتی، محمد (۱۳۷۹). نهج البلاغه و روش‌های گردآوری آن. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- رزمجو، حسین (۱۳۸۷). دریچه‌ای گشوده بر آفتاب: مجموعه سخنرانی‌ها، مقاله‌ها و مصاحبه‌هایی درباره نهج البلاغه و مقام والای امام علی (علیه السلام). تهران: بنیاد نهج البلاغه.
- رشاد، علی اکبر (۱۳۸۰). دانشنامه امام علی (علیه السلام). تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- شریف الرضی، محمد بن حسین (۱۴۱۴ق). نهج البلاغه. مصحح: صبحی صالح. قم: انتشارات هجرت.
- شهیدی، سیدجعفر (۱۳۷۷). نهج البلاغه. تهران: علمی و فرهنگی.
- شهیدی، سیدحسین (۱۳۷۸). مقدمه‌ای بر نهج البلاغه. تهران: نشر پژوهشگاه فرهنگ و

اندیشه اسلامی.

عبده، محمد (بی تا). شرح نهج البلاغه. قاهره: مطبعة الاستقامة.

عترت دوست، محمد و احمدی، مهدیه (۱۴۰۰). راهکارهای مقابله با اشرافی گری بر مبنای تحلیل محتوای نامه امام علی (علیه السلام) به عثمان بن حنیف. مجله اسلام و مطالعات اجتماعی، (۳۴)، ۷۰-۹۰.

عشایری منفرد، محمد (۱۴۰۲). زیبایی شناسی تأثیری کلام امیرالمؤمنین (علیه السلام) با تأکید بر نهج البلاغه. النهج، ۲۲(۴).

کاربخش، فاطمه (۱۴۰۰). بررسی شیوه های اقناع در سیره سیاسی حضرت علی (علیه السلام) زمان خلافت. پژوهشنامه نوین فقهی حقوقی زنان و خانواده، (۱۴)، ۱۰۵-۱۳۲.

محیی الدین عبدالحمید (بی تا). مقدمه شرح نهج البلاغه محمد عبده. بی جا: بی نا. مسبوق، سیدمهدی؛ رجبی علا، حسین و فاتحی، سیدحسن (۱۴۰۴). خوانش کاربردشناختی تکنیک های برهان ورزی در ضرب المثل های نهج البلاغه. جستارهای زبانی، ۱۶(۴)، ۲۷۱-۳۰۴.

مصاحب، غلامحسین (۱۳۸۷). دایرة المعارف فارسی. تهران: امیرکبیر. مصباح یزدی، محمدتقی (۱۳۹۱ش). پند جاوید. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (رحمت الله علیه).

مصطفوی، محمد (۱۳۷۵). معرفی نهج البلاغه. تهران: نشر فرهنگ اسلامی. مطهری، مرتضی (۱۳۷۶). سیری در نهج البلاغه. تهران: صدرا. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۸۶). پیام امام امیرالمؤمنین (علیه السلام). تهران: دار الکتب الاسلامیه.

منصوری لاریجانی، اسماعیل (۱۳۸۵). عرفان سیاسی. تهران: مهدی القرآن. نیکونژاد، زهرا؛ حسومی، ولی الله و رضوی دوست، غلامرضا (۱۳۹۸). بررسی عنصر اقناعی طنز در نهج البلاغه و نقش آن در تصویرسازی مفاهیم. مطالعات ادبی متون اسلامی، ۴(۱۴)، ۱۰۳-۱۲۵.

References

- Nahj al-Balagha. (In Arabic)
- Abduh, Muhammad (n.d.). Commentary on Nahj al-Balagha. Cairo: Al-Istiqlama Press. (In Arabic)
- Aghajani, Hamid & Taheri, Mohammad (2023). Investigating the Rhetorical Principle of Speaker Credibility in Nahj al-Balagha. Nahj al-Balagha Research Quarterly, 11(42), Summer 2023, 23–46. (In Persian).
- Al-Sharif al-Radi, Muhammad ibn Husayn (1414 AH). Nahj al-Balagha. Edited by Subhi al-Salih. Qom: Hijrat Publications, First Edition. (In Arabic)
- Ashayeri Monfared, Mohammad (1402). The Aesthetics of the Impact of Imam Ali's Discourse with Emphasis on Nahj al-Balagha. Al-Nahj, 22(4). (In Persian)
- Beheshti, Saeed & et al. (2018). The Ethical Educational System in Letter 31 of Nahj al-Balagha. Qur'an and Medicine Journal, (1). (In Persian)
- Dashti, Mohammad (1997). Nahj al-Balagha and the Methods of Its Compilation. Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)
- Eslami, Shoayb & Amir-Kaveh, Saeed (1395). Methods of Persuading the Audience in Nahj al-Balagha. Islamic Social Studies, 22(110), 175–214. (In Persian)
- Etratdoost, Mohammad & Ahmadi, Mahdieh (2021). Strategies for Combating Aristocracy Based on the Content Analysis of Imam Ali's Letter to Uthman ibn Hunayf. Journal of Islam and Social Studies, (34), 70–90. (In Persian)
- Hafezian Baboli, Mohammad (2000). Nahj al-Balagha. Tehran: University of Tehran Press. (In Persian)
- Ibn Abi al-Hadid, Ali ibn Husayn (1404 AH). Sharh Nahj al-Balagha, Vol. 1. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyyah. (In Arabic)
- Izutsu, Toshihiko (1969). Non-Verbal Communication between God and Man. Translated by Ahmad Aram. Islamic Knowledge, (8), 51–62. (In Persian)
- Jorj Jurdāq, George (1397). Imam Ali: The Voice of Human Justice. Vol. 3, 10th ed. Translated by Seyyed Hadi Khosrowshahi. Tehran: Sureh Publications. (In Arabic)
- Karbakhsh, Fatemeh (1400). A Study of Persuasion Methods in the Political Conduct of Imam Ali during His Caliphate. New Journal of Jurisprudential and Legal Studies of Women and Family, (14), 105–132. (In Persian)
- Khāqāni, Mohammad (1376). Manifestations of Rhetoric in Nahj al-Balagha. Tehran: Nahj al-Balagha Foundation. (In Persian)
- Makarem Shirazi, Naser (2007). The Message of Imam Amir al-Mu'minin. Tehran: Dar al-Kutub al-Islamiyyah. (In Persian)
- Mansouri Larijani, Esmaeil (2007). Political Mysticism. Tehran: Mahdi al-Qur'an Publications, pp. 56–57. (In Persian)
- Masbouq, Seyyed Mehdi, Rajabi-Ala, Hossein, & Fatahi, Seyyed Hassan

- (1404). A Pragmatic Study of Argumentation Techniques in the Proverbs of Nahj al-Balagha. *Jostarhā-ye Zabāni*, 16(4), 271–304. (In Persian)
- Mesbah Yazdi, Mohammad Taqi (2012). *Eternal Counsel*. Qom: Imam Khomeini Educational and Research Institute. (In Persian)
- Mosahab, Gholamhossein (2008). *Persian Encyclopedia*, Vol. 2. Tehran: Amir Kabir Publications, p. 2251. (In Persian)
- Mostafavi, Mohammad (1996). *Introducing Nahj al-Balagha*. Tehran: Farhang-e Eslami Publications. (In Persian)
- Motahari, Morteza (1376). *A Journey through Nahj al-Balagha*. Tehran: Sadra. (In Persian)
- Muhyi al-Din Abd al-Hamid (n.d.). *Introduction to Muhammad Abduh's Commentary on Nahj al-Balagha*, Vol. 1. (In Arabic)
- Nahj al-Balagha. Translated by Seyyed Ja'far Shahidi (1998). Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)
- Nikunehjad, Zahra, Hesoumi, Valiollah, & Razavidoust, Gholamreza (1398). A Study of the Persuasive Element of Humor in Nahj al-Balagha and Its Role in Conceptual Representation. *Literary Studies of Islamic Texts*, 4(14), 103–125. (In Persian)
- Rashad, Ali Akbar (2001). *Encyclopedia of Imam Ali*. Tehran: Institute for Islamic Culture and Thought. (In Persian)
- Razmjū, Hossein (1387). *A Window Opened toward the Sun: A Collection of Lectures, Articles, and Interviews on Nahj al-Balagha and the Exalted Status of Imam Ali*. Tehran: Nahj al-Balagha Foundation. (In Persian)
- Shahidi, Seyyed Hossein (1999). *An Introduction to Nahj al-Balagha*. Tehran: Institute for Islamic Culture and Thought Publications. (In Persian)



doi: 10.30497/rc.2026.249718.2161



OPEN ACCESS

Received: 2025/12/28

Accepted: 2026/04/13

Investigating The Ethical Foundations of Artificial Intelligence and Its Comparison with Islamic Anthropological and Epistemological Principles

Nazila Khatib Zanjani*

Abstract

The rapid expansion of artificial intelligence and its growing penetration into diverse domains of human life, coupled with the predominance of conventional and functionalist approaches in contemporary AI ethics, has generated profound challenges concerning the relationship between technology, human dignity, moral responsibility, and epistemological foundations. In response to these challenges, the present study undertakes a comparative examination of the ethical foundations of artificial intelligence in relation to Islamic anthropological and epistemological principles. Employing a documentary, comparative-analytical methodology, data were collected from authoritative domestic and international sources and analyzed using Bereday's comparative method through four sequential stages: description, interpretation, juxtaposition, and comparison. The findings reveal that although the ethical frameworks of artificial intelligence, Islamic anthropology, and Islamic epistemology have emerged within distinct technological, philosophical, and theological contexts, they exhibit meaningful convergences at the level of foundational values, alongside notable structural divergences. The comparative analysis demonstrates that all three frameworks converge on the centrality of the human being, the rejection of reductionist conceptions of humanity, and the affirmation of dignity, agency, rationality, and moral responsibility, as well as a shared concern for justice, the common good, and the prevention of harm. Nevertheless, the principal divergences reside in their theoretical and teleological underpinnings. While AI ethics is largely characterized by a secular, application-oriented orientation focused on the governance and regulation of technological systems, Islamic anthropological and epistemological principles—grounded in theological and philosophical foundations—emphasize the ontological dignity of the human person, the moral orientation of knowledge, wisdom, and the meaningfulness of action and scientific inquiry. Overall, the findings suggest that integrating and enriching the ethical foundations of artificial intelligence through Islamic anthropological and epistemological insights can contribute to the development of a contextually grounded, human-centered, and value-oriented model for the responsible design, governance, and deployment of artificial intelligence technologies.

Keywords: Ethical Principles, Artificial Intelligence, Anthropological, Epistemological.

* Associate Professor of Distance Education Planning, Department of Educational Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran (Corresponding author).
n.khatibzanjani@pnu.ac.ir

بررسی مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و تطبیق آن با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی

نازیلا خطیب زنجانی*

چکیده

گسترش شتابان هوش مصنوعی و نفوذ روزافزون آن در ساحت‌های مختلف زندگی انسانی، در کنار غلبه رویکردهای عرفی و کارکردگرایانه در اخلاق این فناوری، موجب بروز چالش‌هایی اساسی در نسبت میان فناوری، کرامت انسانی، مسئولیت اخلاقی و مبانی معرفتی شده است. این پژوهش با هدف مقایسه مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و تطبیق آن با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی انجام شده است و به روش اسنادی و تطبیقی - تحلیلی صورت گرفته است. داده‌ها از اسناد و منابع مرتبط داخلی و خارجی گردآوری و با بهره‌گیری از روش بردی در چهار مرحله توصیف، تفسیر، هم‌جواری و مقایسه تحلیل شده‌اند. یافته‌ها نشان داد که مبانی اخلاق هوش مصنوعی، اصول انسان‌شناختی اسلامی و اصول معرفت‌شناختی اسلامی، علی‌رغم شکل‌گیری در حوزه‌های متمایز فناوریانه، فلسفی و الهیاتی، در سطح ارزش‌های بنیادین دارای هم‌پوشانی‌های معنادار و درعین‌حال تفاوت‌های ساختاری هستند. نتایج تطبیق حاکی از آن است که هر سه چهارچوب بر محوریت انسان، نفی تقلیل‌گرایی، تأکید بر کرامت، اختیار، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی و نیز توجه به عدالت، خیر جمعی و پیشگیری از آسیب تأکید دارند. درعین‌حال، تفاوت‌ها عمدتاً در مبانی نظری و غایت‌شناختی آشکار می‌شود؛ به گونه‌ای که اخلاق هوش مصنوعی عمدتاً رویکردی عرفی، کاربردمحور و ناظر بر حکمرانی فناوری دارد، درحالی‌که اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی با تکیه بر مبانی الهیاتی و فلسفی، بر شأن وجودی انسان، هدایت اخلاقی معرفت، حکمت و معنامندی کنش و علم تأکید می‌کنند. برآیند این یافته‌ها نشان می‌دهد که تلفیق و تعمیق مبانی اخلاق هوش مصنوعی در پرتو اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی می‌تواند زمینه‌ساز شکل‌گیری الگویی بومی، انسان‌محور و ارزش‌مدار برای توسعه و به‌کارگیری مسئولانه هوش مصنوعی باشد.

واژگان کلیدی: مبانی اخلاقی، هوش مصنوعی، انسان‌شناختی، معرفت‌شناختی.

* دانشیار برنامه‌ریزی آموزش از دور گروه علوم تربیتی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران.

مقدمه

تحولات شتابان فناوری در عصر معاصر، به‌ویژه در حوزه هوش مصنوعی، صرفاً به دگرگونی ساختارهای فنی و اقتصادی جوامع محدود نمانده است، بلکه به‌صورت بنیادین، مبانی معرفتی، اخلاقی و انسان‌شناختی حیات انسانی را نیز تحت تأثیر قرار داده است. هوش مصنوعی امروزه از جایگاه یک ابزار محاسباتی صرف فراتر رفته و به سامانه‌هایی تبدیل شده است که در تصمیم‌گیری‌های حساس و سرنوشت‌ساز انسانی نقش ایفا می‌کنند؛ تصمیماتی که دامنه آن‌ها از تشخیص‌های پزشکی و قضاوت‌های حقوقی تا سیاست‌گذاری‌های عمومی، نظام‌های آموزشی، مدیریت رفتار کاربران در فضای مجازی و حتی شکل‌دهی به ترجیحات، باورها و کنش‌های اخلاقی افراد گسترش یافته است. ازاین‌رو، گستره نفوذ و عمق اثرگذاری هوش مصنوعی نشان می‌دهد که تحلیل آن صرفاً در چهارچوب‌های فنی و مهندسی کفایت نمی‌کند، بلکه ضروری است این پدیده به‌مثابه یک واقعیت چندبُعدی با پیامدهای عمیق اخلاقی، فلسفی و تمدنی مورد واکاوی قرار گیرد. (Huang & et al., 2022, p. 803).

باین‌حال، مسئله اساسی آن است که بخش قابل‌توجهی از چهارچوب‌های نظری و عملی حاکم بر توسعه و به‌کارگیری هوش مصنوعی، بر پیش‌فرض‌هایی استوار است که به‌ندرت به‌صورت انتقادی و نظام‌مند بررسی شده‌اند. در بسیاری از رویکردهای رایج، انسان به‌عنوان موجودی عقلانی - محاسبه‌گر، داده‌محور یا عامل سودمحور تعریف می‌شود و در نتیجه، اخلاق به مجموعه‌ای از قواعد فنی برای افزایش کارآمدی، کاهش خطا یا مدیریت ریسک فروکاسته می‌شود. در چنین چهارچوبی، پرسش‌های بنیادینی همچون غایت انسان، معنای اخلاقی کنش، مسئولیت وجودی و نسبت انسان با حقیقت، یا به حاشیه رانده می‌شوند یا اساساً نادیده گرفته می‌شوند. پیامد این رویکرد، شکل‌گیری نوعی اخلاق ابزاری یا آنچه می‌توان «اخلاق محاسباتی» نامید، است که در آن تصمیمات اخلاقی به الگوریتم‌ها واگذار می‌شود، بی‌آنکه مبانی ارزشی، انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی این تصمیمات به‌طور شفاف تبیین شده باشد (Telkamp & Anderson, 2022, p. 965; Elmahjub, 2023, p. 13).

۱. ادبیات پژوهش

مرور ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که طی سال‌های اخیر، توجه فزاینده‌ای در سطح بین‌المللی و داخلی به مسئله اخلاق هوش مصنوعی معطوف شده است. با وجود این، بخش عمده این مطالعات در چهارچوب رویکردهای سکولار و عرفی سامان یافته یا به بررسی‌های فقهی موردی و ناظر به مصادیق خاص محدود شده‌اند. در پژوهش‌های بین‌المللی، اخلاق هوش مصنوعی غالباً در قالب اصولی نظیر شفافیت، پاسخگویی، عدالت الگوریتمی و پیشگیری از آسیب تبیین می‌شود؛ با این حال، این اصول عمدتاً فاقد پشتوانه عمیق انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی بوده و بیشتر ناظر بر حکمرانی و تنظیم‌گری فناوری هستند (Kannike & Fahm, 2025, p. 137). در فضای علمی داخلی نیز، هرچند تلاش‌هایی برای بررسی نسبت اخلاق، فقه و فناوری‌های نوین صورت گرفته است؛ اما پژوهش‌هایی که به صورت منسجم و نظام‌مند اخلاق هوش مصنوعی را بر پایه هر دو مبنای انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی بازسازی کنند، همچنان اندک و پراکنده‌اند. به‌ویژه، فقدان یک چهارچوب نظری جامع که بتواند هم به پرسش‌های فلسفی بنیادین پاسخ دهد و هم ظرفیت تحلیل مسائل نوظهور فناورانه را دارا باشد، به عنوان خلأیی جدی در ادبیات پژوهش قابل شناسایی است (هامانی و مختاری، ۱۴۰۴، ص. ۹۱؛ Kannike & Fahm, 2025, p. 135).

در مقابل رویکردهای تقلیل‌گرایانه رایج، سنت فکری و اخلاقی اسلام تصویری متمایز و عمیق از انسان و اخلاق ارائه می‌دهد. بر اساس انسان‌شناسی اسلامی، انسان موجودی برخوردار از کرامت ذاتی، فطرت الهی، اختیار، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی است که غایت نهایی وجود او، حرکت آگاهانه و اختیاری در مسیر کمال و قرب الهی تلقی می‌شود. از این رو، اخلاق در این سنت نه امری قراردادی یا صرفاً اجتماعی، بلکه حقیقتی ریشه‌دار در ساختار وجودی انسان و ناظر به غایت متعالی اوست. بدین معنا که هرگونه علم و فناوری، از جمله هوش مصنوعی، باید در نسبت با این غایت معنا یابد و در خدمت تعالی انسان قرار گیرد، نه آنکه به عاملی برای تضعیف اختیار، عقلانیت یا کرامت انسانی تبدیل شود (دیرباز و گنج‌خانی، ۱۴۰۱، ص. ۴۳؛ هامانی و مختاری، ۱۴۰۴، ص. ۱۰۴).

از حیث معرفت‌شناختی نیز، تمایز میان رویکردهای حاکم بر هوش مصنوعی و مبانی اسلامی، تمایزی بنیادین است. در اغلب نظریه‌های رایج، معرفت به داده‌های تجربی، الگوهای آماری و استنتاج‌های محاسباتی فروکاسته می‌شود و در نتیجه، ارزش‌ها و داورهای اخلاقی یا بیرون از قلمرو معرفت تلقی می‌شوند یا به ترجیحات انسانی تقلیل می‌یابند. در مقابل، معرفت‌شناسی اسلامی با پذیرش هم‌زمان عقل، تجربه و وحی به‌عنوان منابع معتبر شناخت، افق گسترده‌تری برای فهم حقیقت و هدایت کنش انسانی فراهم می‌آورد. از این رو، این پرسش اساسی مطرح می‌شود که آیا اخلاق هوش مصنوعی مبتنی بر داده و محاسبه می‌تواند با نظام معرفتی‌ای سازگار باشد که ارزش‌های فراداده‌ای و غایت‌مند را به رسمیت می‌شناسد یا خیر؟ (ابراهیمی و صادقی، ۱۴۰۱، ص. ۱۱۸؛ عزیزی و فشارکی، ۱۴۰۴، ص. ۴۱).

یکی از مصادیق برجسته این تعارض نظری، مسئله عاملیت اخلاقی و مسئولیت‌پذیری در هوش مصنوعی است. پیشرفت سیستم‌های خودکار و نیمه‌خودکار این انگاره را تقویت کرده است که ماشین‌ها می‌توانند جایگزین انسان در تصمیم‌گیری‌های اخلاقی شوند یا حتی واجد نوعی استقلال اخلاقی باشند. با این حال، فقدان خودآگاهی، نیت‌مندی و اراده آزاد در ماشین‌ها، اطلاق عاملیت اخلاقی واقعی به آن‌ها را با چالش جدی مواجه می‌سازد. افزون‌براین، از منظر اخلاق و فقه اسلامی، مسئولیت اخلاقی همواره مبتنی بر اختیار و آگاهی فاعل است و انتقال این مسئولیت به ماشین، به تضعیف اصل پاسخگویی انسان در برابر اعمال خویش می‌انجامد (حسینی سورکی، ۱۴۰۳، ص. ۸۶).

در کنار این مسئله، چالش حریم خصوصی و کرامت انسانی در بستر فناوری‌های هوشمند نیز اهمیت فزاینده‌ای یافته است. هوش مصنوعی با اتکا به کلان‌داده‌ها و تحلیل‌های پیش‌بینانه، امکان نظارت فراگیر بر رفتار، علایق و حتی حالات روانی انسان را فراهم کرده است. در حالی که در اخلاق اسلامی، حریم خصوصی بخشی از حرمت و حیثیت وجودی انسان محسوب می‌شود، بسیاری از سامانه‌های هوشمند بدون توجه کافی به این اصل توسعه یافته‌اند و این امر زمینه‌ساز تعارض‌های جدی اخلاقی و فقهی شده است (فتحی و دیگران، ۱۴۰۴، ص. ۴). افزون‌براین، سوگیری الگوریتمی و

بازتولید نابرابری‌های اجتماعی از طریق داده‌ها، اصل عدالت - به عنوان یکی از ارکان اساسی اخلاق اسلامی - را به طور جدی به چالش می‌کشد (Habib, 2025, p. 112). بی‌توجهی به این مبانی اخلاقی، پیامدهایی فراتر از حوزه نظری به دنبال دارد و آثار گسترده‌ای در سطوح فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و روان‌شناختی برجای می‌گذارد. به گونه‌ای که در سطح فرهنگی، غلبه منطق کارآمدی و سودمحوری فناورانه می‌تواند به تضعیف ارزش‌های معنوی و اخلاقی و شکل‌گیری نوعی انسان‌زدایی تدریجی منجر شود. در سطح اجتماعی، اعتماد عمومی به نظام‌های تصمیم‌ساز کاهش یافته و شکاف قدرت میان دارندگان فناوری و سایر اقشار جامعه تعمیق می‌شود (Mamina & Ilina, 2022, p. 21). افزون‌براین، در بعد اقتصادی، تمرکز داده و سرمایه فناورانه در دست نهادهای محدود، عدالت توزیعی را تهدید می‌کند و در بُعد روان‌شناختی، وابستگی افراطی به سیستم‌های هوشمند می‌تواند حس عاملیت، خودکارآمدی و مسئولیت اخلاقی انسان را تضعیف نماید (Huang et al., 2022, p. 814). در پرتو بررسی پیشینه پژوهشی مرتبط با «مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و تطبیق آن با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی» می‌توان دریافت که اگرچه توجه علمی به مسئله اخلاق هوش مصنوعی در سال‌های اخیر به طور معناداری افزایش یافته است؛ اما این توجه عمدتاً در چهارچوب‌هایی شکل گرفته که یا بر رویکردهای سکولار، عرفی و کارکردمحور استوارند یا به بررسی‌های جزئی، موردی و غیرنظام‌مند در حوزه فقه اسلامی محدود شده‌اند. به عبارت دیگر، علی‌رغم رشد کمی مطالعات، هنوز بازسازی نظری اخلاق هوش مصنوعی بر پایه یک دستگاه منسجم انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی، به عنوان یک خلأ جدی در ادبیات پژوهش باقی مانده است.

۲. پیشینه پژوهش

در سطح مطالعات داخلی، پژوهش بلبلی قادیکلایی و پارسانیا (۱۴۰۲) از جمله تلاش‌های مهمی است که با رویکرد مرور نظام‌مند، به شناسایی دلالت‌های اخلاقی استفاده از هوش مصنوعی در فناوری‌های دیجیتال و نسبت آن با «اخلاق شکوفایی» پرداخته است. این پژوهش با تحلیل گسترده ادبیات بین‌المللی، مجموعه‌ای از مفاهیم

اخلاقی مرتبط با فناوری‌های دیجیتال را استخراج و طبقه‌بندی می‌کند و از این حیث، سهم مهمی در سامان‌دهی مفهومی اخلاق دیجیتال دارد. با این حال، تمرکز اصلی این مطالعه بر تبیین مفاهیم اخلاقی در چهارچوب ادبیات موجود و سنجش نسبت آن‌ها با اخلاق شکوفایی است و کمتر به واکاوی مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی پشتیبان این مفاهیم، به‌ویژه در سنت فکری اسلامی، می‌پردازد. از این رو، اگرچه این پژوهش زمینه‌ای تحلیلی برای فهم اخلاق هوش مصنوعی فراهم می‌آورد؛ اما به بازسازی مبانی اخلاق هوش مصنوعی از منظر اسلامی منتهی نمی‌شود.

در پژوهش رضائی و اطلسی (۱۴۰۳)، تمرکز بر تحلیل علم‌سنجی مطالعات حوزه اخلاق و هوش مصنوعی است که تصویری کلان از روند رشد، بازیگران اصلی، مجلات پیشرو و ترندهای موضوعی این حوزه ارائه می‌دهد. یافته‌های این مطالعه نشان می‌دهد که اخلاق هوش مصنوعی به‌طور فزاینده‌ای مورد توجه جامعه علمی جهانی قرار گرفته و موضوعاتی نظیر عدالت، حریم خصوصی، رضایت آگاهانه و آموزش اخلاقی در کانون توجه پژوهش‌ها قرار دارند. با این حال، این پژوهش نیز ماهیتی توصیفی و کمّی دارد و وارد تحلیل محتوایی عمیق مبانی نظری، فلسفی یا معرفت‌شناختی اخلاق هوش مصنوعی نمی‌شود. افزون‌براین، غلبه تولیدات علمی کشورهای غربی در این حوزه، به‌طور ضمنی نشان‌دهنده کم‌رنگ‌بودن رویکردهای بومی و دینی، ازجمله رویکرد اسلامی، در شکل‌دهی به ادبیات جهانی اخلاق هوش مصنوعی است.

مطالعه سلامی و پوراجباری (۱۴۰۴)، با تمرکز بر مفهوم «سواد هوش مصنوعی»، بُعد آموزشی و انسانی مواجهه با فناوری‌های هوشمند را برجسته می‌سازد و مؤلفه «اخلاق و چالش‌ها» را به‌عنوان یکی از ابعاد اساسی سواد هوش مصنوعی معرفی می‌کند. این پژوهش نشان می‌دهد که اگرچه سطح آگاهی اخلاقی دانشجویان در حد نسبتاً مطلوبی قرار دارد؛ اما شکاف میان دانش نظری و مهارت عملی همچنان پابرجاست. با این حال، اخلاق در این مطالعه بیشتر به‌عنوان یک مهارت یا مؤلفه آموزشی تلقی شده و از سطح مباحث بنیادین انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی فراتر نمی‌رود؛ به‌گونه‌ای که پرسش از چیستی انسان، غایت اخلاق و مبانی معرفتی

داوری‌های اخلاقی در زمینه هوش مصنوعی، در حاشیه باقی می‌ماند.

در حوزه مطالعات تطبیقی میان اخلاق اسلامی و اسناد بین‌المللی، پژوهش علم‌الهدی و همکاران (۱۴۰۳)، گامی مهم در مقایسه معیارهای هوش مصنوعی اخلاق‌مدار در مرامنامه اتحادیه اروپا و فرهنگ اسلامی به‌شمار می‌آید. این پژوهش با تأکید بر مبانی فلسفه اسلامی، به نقد اطلاق مفهوم «هوش» به ماشین پرداخته و معیارهای اخلاقی اسلامی را بر محور عدالت، تقوا، خیرخواهی و امانتداری صورت‌بندی می‌کند. بااین‌حال، تمرکز اصلی این مطالعه بر تحلیل مفهومی و تطبیقی معیارهاست و کمتر به تبیین یک چهارچوب جامع انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی که بتواند مبنای نظری اخلاق هوش مصنوعی قرار گیرد، می‌پردازد.

پژوهش هامانی و مختاری (۱۴۰۴) را می‌توان یکی از نزدیک‌ترین مطالعات به دغدغه پژوهش حاضر دانست؛ چراکه تلاش کرده است نسبت اخلاق و هوش مصنوعی را با تأکید بر مبانی اخلاقی علامه مصباح یزدی صورت‌بندی کند. این مطالعه با تمرکز بر سطح «اخلاق با طراحی» و تکیه بر غایت‌گرایی قرب الهی، افق مهمی برای فهم اخلاق هوش مصنوعی در چهارچوب اندیشه اسلامی می‌گشاید. بااین‌حال، این پژوهش عمدتاً بر مبانی اخلاقی متمرکز است و به‌صورت مستقل و نظام‌مند، مبانی معرفت‌شناختی حاکم بر داوری‌های اخلاقی در هوش مصنوعی را مورد تحلیل قرار نمی‌دهد؛ در نتیجه، پیوند میان انسان‌شناسی، معرفت‌شناسی و اخلاق به‌صورت یکپارچه بسط نیافته است.

در سطح بین‌المللی، آثار Chakraborty (2025) و Sekti (2026) به‌طور گسترده به ابعاد اخلاقی توسعه هوش مصنوعی پرداخته‌اند و مفاهیمی همچون عدالت، شفافیت، مسئولیت‌پذیری، کرامت انسانی و اعتماد اجتماعی را به‌عنوان اصول بنیادین اخلاق هوش مصنوعی مطرح کرده‌اند. این مطالعات، اگرچه از منظر نظری غنی هستند و به ریشه‌های فلسفی اخلاق توجه نشان می‌دهند؛ اما عمدتاً در چهارچوب سنت‌های اخلاقی غربی و سکولار باقی می‌مانند و نسبت آن‌ها با نظام‌های معرفتی دینی، به‌ویژه اسلام، به‌صورت مستقیم بررسی نمی‌شود. مطالعه White & et al. (2024) نیز با نشان دادن گسست میان ادبیات اخلاق هوش مصنوعی و نظریه‌های کلاسیک اخلاق، بر فقدان شفافیت نظری در این حوزه تأکید می‌کند و درعین‌حال، به ظرفیت رویکردهای

غیرغربی برای غنابخشی به این ادبیات اشاره دارد؛ ظرفیتی که همچنان به‌طور کامل محقق نشده است.

در این میان، پژوهش Kannike و Fahm (2025) از معدود مطالعاتی است که به‌طور مستقیم به بررسی حکمرانی اخلاقی هوش مصنوعی از منظر اخلاق اسلامی می‌پردازد و مفاهیمی چون توحید، مقاصد شریعت، احسان و عدالت را به‌عنوان چهارچوب‌های راهنما مطرح می‌کند. با این حال، این مطالعه نیز بیش از آنکه به بازسازی نظام‌مند مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اخلاق هوش مصنوعی بپردازد، بر دلالت‌های کاربردی و سیاست‌گذارانه اخلاق اسلامی در مواجهه با فناوری تمرکز دارد.

در مجموع، مرور پیشینه‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم تنوع و غنای نسبی مطالعات موجود، همچنان خلأ یک پژوهش جامع که اخلاق هوش مصنوعی را به‌صورت هم‌زمان و منسجم بر پایه مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی تبیین و بازسازی کند، به‌طور جدی احساس می‌شود. پژوهش حاضر دقیقاً در پاسخ به این خلأ شکل گرفته است و می‌کوشد با عبور از رویکردهای تقلیل‌گرایانه و پراکنده، چهارچوبی نظری ارائه دهد که بتواند هم به پرسش‌های بنیادین فلسفی درباره انسان، معرفت و اخلاق پاسخ گوید و هم قابلیت مواجهه تحلیلی و هنجاری با مسائل نوظهور هوش مصنوعی را در بستر تمدن اسلامی فراهم آورد. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که در غیاب یک چهارچوب اخلاقی مبتنی بر مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی، اخلاق هوش مصنوعی یا به الگوهای تقلیل‌گرایانه و سکولار فروکاسته می‌شود یا دچار ابهام نظری و ناسازگاری عملی می‌گردد؛ وضعیتی که در نهایت می‌تواند به تضعیف کرامت انسانی، مسئولیت اخلاقی و غایت‌مندی کنش انسانی در جوامع اسلامی بینجامد. از این‌رو، پرسش اصلی پژوهش چنین صورت‌بندی می‌شود که اخلاق هوش مصنوعی بر اساس چه مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی در اندیشه اسلامی قابل تبیین است و این مبانی چگونه می‌توانند چهارچوبی منسجم برای ارزیابی و هدایت اخلاقی فناوری‌های هوشمند فراهم آورند. هدف پژوهش حاضر آن است که با تحلیل تطبیقی مبانی اخلاق هوش مصنوعی و اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی، چهارچوبی نظری، بومی و منسجم ارائه

دهد که ضمن پاسخگویی به چالش‌های نوظهور فناوری، زمینه‌ساز توسعه و به‌کارگیری مسئولانه، انسان‌محور و ارزش‌مدار هوش مصنوعی در بستر تمدن اسلامی باشد.

۳. روش پژوهش

هدف این پژوهش، بررسی مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و تطبیق آن با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی است. این مطالعه در سال ۱۴۰۴ انجام شده و از نظر روش‌شناختی، در زمره پژوهش‌های کیفی با رویکرد تطبیقی قرار می‌گیرد. گردآوری داده‌ها به صورت اسنادی انجام شده و برای تحلیل داده‌ها و استخراج نتایج، از روش تطبیقی بردی استفاده شده است. بدین منظور، منابع اولیه و ثانویه از طریق جست‌وجوی نظام‌مند واژه‌های کلیدی مرتبط از پایگاه‌های نظیر پایگاه استنادی علوم جهان اسلام^۱، پایگاه علمی پژوهشی دانشگاه تهران^۲، پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران (ایرانداک)^۳، پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۴، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی (پرتال جامع علوم انسانی)^۵، سامانه مدیریت نشریات علمی^۶، علم‌نت (جوشگر علمی فارسی)^۷، ایران مدکس^۸، بانک اطلاعات نشریات کشور (مگایران)^۹، مدیلیب^{۱۰}، بانک اطلاعات نشریات علوم پزشکی کشور^{۱۱}، بزرگ‌ترین بانک مقالات علوم اسلامی و انسانی (نورمگز)^{۱۲} و سیوبلیکا^{۱۳} و همچنین پایگاه‌های داده معتبر علمی خارج از کشور نظیر گوگل اسکالر^{۱۴}، وب‌آو ساینس^{۱۵}، پاب‌مد^{۱۶}، اسکاپوس^{۱۷}، تیلور و فرانسیس آنلاین^{۱۸}، سیج^{۱۹}، اریک^{۲۰}، ساینس

1. www.isc.gov.ir
2. <https://journals.ut.ac.ir>
3. <https://irandoc.ac.ir/>
4. <https://www.sid.ir>
5. <https://www.ensani.ir/fa>
6. <https://www.am-journal.ir/>
7. <https://elmnet.ir/>
8. <https://www.iranmedex.com/>
9. <https://www.magiran.com>
10. <https://medilib.ir/>
11. <https://irisweb.ir/index.php?gsmp=2-en>
12. <https://www.noormags.com>
13. <https://civilica.com/>
14. Google Scholar (<https://scholar.google.com>)
15. Web of Science (<https://www.webofscience.com>)
16. PubMed (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>)
17. Scopus (<https://www.scopus.com>)

دایرکت^{۲۱}، پروکوئست^{۲۲} شناسایی و انتخاب شدند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آنجا که معیارهای طبقه‌بندی کیفی است، نمی‌توان از روش‌های کمی آماری استفاده کرد (معصومی‌فرد، ۱۳۹۵، ص. ۸۶). بنابراین چون این پژوهش تطبیقی است و مبنای طبقه‌بندی براساس شاخص‌های کیفی صورت گرفته است؛ لذا تجزیه و تحلیل داده‌ها بر مبنای مراحل روش بردی در چهار مرحله توصیف، تفسیر، همجواری و مقایسه انجام شد. بردی در جریان مطالعه تطبیقی آموزش و پرورش چهار مرحله را مشخص کرده است؛ این مراحل عبارت‌اند از:

۱- مرحله توصیف: مرحله یادداشت‌برداری و تدارک اطلاعات کافی برای توصیف پدیده‌های تربیتی و بررسی آنها در مرحله بعدی؛

۲- مرحله تفسیر: واری اطلاعاتی است که در مرحله اول پژوهشگر به توصیف آن پرداخته است؛

۳- مرحله همجواری: اطلاعات بررسی شده در مراحل قبل طبقه‌بندی شده و در کنار هم قرار می‌گیرند و چهارچوبی فراهم می‌شود تا راه را برای مرحله بعدی یعنی مقایسه تشابهات و تفاوت‌های پدیده تربیتی هموار شود؛

۴- مرحله مقایسه: مسئله پژوهش که در مراحل قبل به‌خصوص در مرحله همجواری پژوهشگر اجمالاً از آن گذشته است، به‌دقت با توجه به جزئیات براساس تشابهات و تفاوت‌ها بررسی و مقایسه می‌شود و پاسخگویی به سؤال‌های پژوهش و یا رد و قبول فرضیه پژوهش در این مرحله امکان‌پذیر می‌شود (معصومی‌فرد، ۱۳۹۵).

۴. یافته‌های پژوهش

در چهارچوب این پژوهش، با اتکا به مرور نظام‌مند ادبیات علمی در پایگاه‌های معتبر داخلی و بین‌المللی، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های کلیدی به‌عنوان معیارهای تحلیلی و مقایسه‌ای شناسایی و استخراج شده‌اند که در جداول (۱)، (۲) و (۳) ارائه شده‌اند

18. Taylor & Francis Online (<https://www.tandfonline.com>)

19. SAGE Journals (<https://journals.sagepub.com>)

20. ERIC (Education Resources Information Center)(<https://eric.ed.gov>)

21. ScienceDirect (<https://www.sciencedirect.com>)

22. ProQuest (<https://www.proquest.com>)

(Gunnell et al., 2022, p. 9). این ابعاد و شاخص‌ها به‌عنوان مبنای نظری و عملی پژوهش، برای تحلیل تطبیقی شباهت‌ها و تفاوت‌های مبانی اخلاقی هوش مصنوعی با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی مورد استفاده قرار گرفته‌اند. اهمیت بررسی مبانی اخلاقی هوش مصنوعی و انطباق آن با این اصول از آن‌روست که هوش مصنوعی به‌طور مستقیم با مفاهیمی بنیادین همچون کرامت انسانی، اختیار، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی در تعامل بوده و در صورت فقدان چهارچوب ارزشی منسجم، می‌تواند به تضعیف جایگاه انسان منجر شود. افزون‌براین، رویکرد تطبیقی اتخاذشده در این پژوهش، بستر لازم را برای جهت‌دهی به توسعه و به‌کارگیری هوش مصنوعی فراهم می‌سازد تا این فناوری نه صرفاً بر اساس ملاحظات کارکردی و کارایی ابزاری، بلکه در راستای حکمت، عدالت، نفع عمومی و هدایت اخلاقی مبتنی بر مبانی اسلامی سامان یابد.

جدول (۱): ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مبانی اخلاق هوش مصنوعی

شاخص	مؤلفه	بُعد
حفظ اختیار تصمیم‌گیری انسان در تعامل با سامانه‌های هوش مصنوعی	کرامت انسانی	صیانت از کرامت و عاملیت انسانی
اجتناب از تقلیل انسان به داده، رخ‌نما یا خروجی آماری		
احترام به شأن و ارزش‌های انسانی در طراحی و کاربری سیستم		
حمایت از رشد شناختی، اخلاقی و حرفه‌ای کاربران		
توجه به تفاوت‌های فردی، فرهنگی و ارزشی کاربران		
امکان مداخله انسان در مراحل کلیدی تصمیم‌سازی الگوریتمی	کنترل انسانی معنادار	
وجود سازوکار توقف، اصلاح یا لغو عملکرد سیستم		
تفکیک روشن نقش تصمیم‌یار و تصمیم‌گیر در سامانه		
وابستگی تصمیم نهایی به تأیید انسانی		
شفافیت مسئولیت انسان در چرخه تصمیم‌گیری		
عدم سوگیری الگوریتمی نسبت به جنسیت، قومیت یا طبقه اجتماعی	عدالت و انصاف	عدالت، عدم تبعیض و خیر

بُعد	مؤلفه	شاخص
جمعی		توازن و نمایندگی مناسب گروه‌های مختلف در داده‌های آموزشی
		برابری دسترسی کاربران به خدمات مبتنی بر هوش مصنوعی
		پایش و اصلاح مستمر تبعیض در خروجی‌ها
		انطباق تصمیمات با اصول عدالت رویه‌ای و توزیعی
	عدم آسیب و نفع عمومی	پیشگیری از آسیب‌های روانی، اجتماعی و فرهنگی ناشی از سیستم
		اولویت منافع عمومی بر اهداف اقتصادی و سازمانی
		ارزیابی و مدیریت ریسک‌های اخلاقی پیش از استقرار
		ارتقای رفاه فردی و اجتماعی کاربران
		سازگاری خروجی‌ها با سلامت و انسجام اجتماعی
حاکمیت اخلاقی، پاسخگویی و شفافیت	مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی	شفافیت در تعیین مسئول تصمیمات و پیامدهای سیستم
		امکان پیگیری، رسیدگی و جبران خطاها
		پاسخگویی نهاد بهره‌بردار در برابر ذی‌نفعان
		وجود سازوکارهای نظارتی و حسابرسی اخلاقی
	شفافیت و تبیین پذیری	پرهیز از فراقنی مسئولیت به فناوری یا الگوریتم
		قابلیت توضیح منطق تصمیم‌گیری الگوریتم برای کاربران
		دسترسی ذی‌نفعان به اطلاعات مربوط به عملکرد سیستم
		فهم‌پذیری خروجی‌ها برای کاربران غیرمتخصص
		مستندسازی فرایند طراحی، آموزش و به‌روزرسانی مدل‌ها
		کاهش ابهام ناشی از مدل‌های جعبه سیاه
امنیت، پایداری و مسئولیت اجتماعی	حریم خصوصی و امنیت داده‌ها	رعایت اصل رضایت آگاهانه در جمع‌آوری داده‌ها
		حداقل‌گرایی در استفاده و ذخیره‌سازی داده‌های شخصی
		حفاظت فنی و حقوقی از داده‌ها در برابر سوءاستفاده
		کنترل و اختیار کاربران بر داده‌های شخصی خود
		انطباق با قوانین و استانداردهای حفاظت از داده

بُعد	مؤلفه	شاخص
	پایداری و مسئولیت اجتماعی	توجه به پیامدهای زیست‌محیطی توسعه و استفاده از هوش مصنوعی
		ارزیابی اثرات سیستم بر اشتغال و ساختار بازار کار
		سازگاری فناوری با ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی
		مشارکت در تحقق اهداف توسعه پایدار
		تعهد سازمان به استفاده مسئولانه و اخلاق‌محور از هوش مصنوعی

ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های ارائه‌شده در جدول ۱ حاصل یک فرایند تحلیل مفهومی لایه‌مند مبتنی بر مرور نظام‌مند ادبیات علمی و اسناد مرجع در حوزه اخلاق هوش مصنوعی است. در این چهارچوب، «بُعد» به‌عنوان سطح کلان هنجاری بازنمایاننده ارزش‌های بنیادین حاکم بر توسعه، استقرار و حکمرانی سامانه‌های هوش مصنوعی تعریف شده است؛ «مؤلفه» بیانگر صورت‌بندی مفهومی نحوه تحقق این ارزش‌ها در مراحل مختلف چرخه حیات فناوری است؛ و «شاخص» به‌منزله سطح عملیاتی و قابل سنجش برای ارزیابی میزان انطباق سامانه‌های هوش مصنوعی با الزامات اخلاقی تلقی می‌شود. داده‌های مندرج در این جدول از طریق جست‌وجوی نظام‌مند، غربال‌گری انتقادی و تحلیل منابع علمی معتبر شامل مقالات پژوهشی داوری‌شده، کتاب‌های تخصصی و چهارچوب‌های سیاستی منتشرشده توسط نهادهای بین‌المللی و سازمان‌های مرجع گردآوری شده و سپس با استفاده از تحلیل مضمون و کدگذاری نظری، به‌صورت منسجم سامان‌دهی شده‌اند. در این پژوهش، «مبانی اخلاقی هوش مصنوعی» ناظر بر لایه هنجاری و راهبر در سطوح طراحی، توسعه، استقرار، بهره‌برداری و حکمرانی فناوری در نظر گرفته‌شده و هوش مصنوعی نه به‌مثابه فاعل یا مولد مستقل اخلاق، بلکه به‌عنوان موضوع هدایت اخلاقی و تابع چهارچوب‌های ارزشی انسانی تلقی شده است؛ ازاین‌رو، مسئولیت اخلاقی همچنان متوجه انسان‌ها و نهادهای دخیل در چرخه حیات این فناوری باقی می‌ماند.

براین‌اساس، جدول مذکور ساختاری منسجم از ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مبانی

اخلاق هوش مصنوعی را ترسیم می‌کند. در بُعد نخست، «صیانت از کرامت و عاملیت انسانی»، بر حفظ جایگاه انسان به عنوان کنشگر محوری در تعامل با سامانه‌های هوش مصنوعی تأکید می‌شود. مؤلفه «کرامت انسانی» معطوف به جلوگیری از تقلیل انسان به داده، پروفایل یا خروجی آماری و تضمین احترام به شأن، ارزش‌ها و تفاوت‌های فردی، فرهنگی و ارزشی کاربران در طراحی و کاربری سیستم‌ها است، درحالی‌که مؤلفه «کنترل انسانی معنادار» بر ضرورت مداخله مؤثر انسان در مراحل کلیدی تصمیم‌سازی الگوریتمی، تفکیک روشن نقش تصمیم‌یار از تصمیم‌گیر و وابستگی تصمیم نهایی به تأیید انسانی دلالت دارد.

بُعد دوم، «عدالت، عدم تبعیض و خیر جمعی»، بر تضمین انصاف الگوریتمی و پیشگیری از بازتولید نابرابری‌های اجتماعی تمرکز دارد. در این بُعد، مؤلفه «عدالت و انصاف» بر حذف سوگیری‌های تبعیض‌آمیز، نمایندگی متوازن گروه‌های مختلف در داده‌های آموزشی و انطباق تصمیمات الگوریتمی با اصول عدالت رویه‌ای و توزیعی تأکید می‌کند، درحالی‌که مؤلفه «عدم آسیب و نفع عمومی» بر شناسایی و مدیریت پیشینی ریسک‌های اخلاقی، اولویت‌بخشی به منافع عمومی بر اهداف صرفاً اقتصادی و ارتقای رفاه فردی و اجتماعی کاربران متمرکز است.

در بُعد سوم، «حاکمیت اخلاقی، پاسخگویی و شفافیت»، مسئولیت‌پذیری نهادهای طراح، توسعه‌دهنده و بهره‌بردار سامانه‌های هوش مصنوعی برجسته می‌شود. مؤلفه «مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی» بر شفافیت در تعیین مسئول پیامدهای تصمیمات الگوریتمی، امکان پیگیری، رسیدگی و جبران خطاها و پرهیز از فرافکنی مسئولیت به فناوری تأکید دارد، درحالی‌که مؤلفه «شفافیت و تبیین‌پذیری» معطوف به قابلیت توضیح منطق تصمیم‌گیری الگوریتم‌ها برای ذی‌نفعان، مستندسازی فرایندهای طراحی و آموزش مدل‌ها و کاهش ابهام ناشی از مدل‌های موسوم به «جعبه سیاه» است.

در نهایت، بُعد «امنیت، پایداری و مسئولیت اجتماعی» به الزامات بلندمدت و ساختاری اخلاق هوش مصنوعی می‌پردازد. در این بُعد، مؤلفه «حریم خصوصی و امنیت داده‌ها» رعایت اصل رضایت آگاهانه، حداقل‌گرایی در جمع‌آوری و نگهداری داده‌ها، حفاظت فنی و حقوقی از اطلاعات شخصی و انطباق با قوانین و استانداردهای

حفاظت از داده را الزامی می‌داند، درحالی‌که مؤلفه «پایداری و مسئولیت اجتماعی» بر توجه به پیامدهای زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی توسعه و به‌کارگیری هوش مصنوعی و تعهد سازمان‌ها به استفاده مسئولانه و اخلاق‌محور از این فناوری تأکید می‌کند. درمجموع، این چهارچوب مفهومی تصویری یکپارچه و نظام‌مند از الزامات اخلاقی هوش مصنوعی ارائه می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان مبنایی نظری و کاربردی برای سیاست‌گذاری، طراحی، ارزیابی و حکمرانی سامانه‌های هوشمند در سطوح ملی و بین‌المللی مورد استفاده قرار گیرد.

جدول (۲): اصول انسان‌شناختی از دیدگاه اسلامی

بُعد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
ذاتی انسان	کرامت	شناسایی ارزش ذاتی انسان مستقل از کارایی و موقعیت	اسراء / آیه ۷۰	وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا
		منع تقلیل انسان به ابزار یا داده	اسراء / آیه ۷۰	وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ...
		تقدم شأن انسانی بر ملاحظات ابزاری	حجرات / آیه ۱۳	يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ ... إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ
کرامت و شأن وجودی انسان	حرمت وجود انسانی	حرمت تعرض به جان انسان	مائده / آیه ۳۲	مَنْ قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ ... فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا
		اصل مصونیت انسان از آسیب ساختاری	مائده / آیه ۳۲	... فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا
		تقدم حفظ نفس بر منافع ابزاری	بقره / آیه ۱۹۵	وَلَا تُلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ
خلافت الهی	شناسایی جایگاه جانشینی انسان	شناسایی جایگاه جانشینی انسان	بقره / آیه ۳۰	إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً
		مسئولیت آبادانی و تدبیر زمین	هود / آیه ۶۱	هُوَ أَنشَأَكُم مِّنَ الْأَرْضِ وَاسْتَعْمَرَكُمْ فِيهَا

بُعد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
اختیار و مسئولیت انسانی	اختیار ارادی	شأن تصمیم‌گیری اخلاقی انسان	ص / آیه ۲۶	يَا دَاوُودُ إِنَّا جَعَلْنَاكَ خَلِيفَةً فِي الْأَرْضِ
		توان انتخاب آگاهانه	انسان / آیه ۳	إِنَّا هَدَيْنَاهُ السَّبِيلَ إِمَّا شَاكِرًا وَإِمَّا كَفُورًا
		نفی جبر در رفتار انسان	کهف / آیه ۲۹	فَمَنْ شَاءَ فَلْيُؤْمِنْ وَمَنْ شَاءَ فَلْيُكْفُرْ
		امکان ترجیح اخلاقی	شمس / آیه ۸	فَالْهَمُّهَا فُجُورُهَا وَتَقْوَاهَا
	مسئولیت فردی	انتساب اعمال به فاعل انسانی	مدثر / آیه ۳۸	كُلُّ نَفْسٍ بِمَا كَسَبَتْ رَهِينَةٌ
		عدم انتقال مسئولیت	انعام / آیه ۱۶۴	وَلَا تَزِرُ وَازِرَةٌ وِزْرَ أُخْرَىٰ
		پاسخگویی تصمیم‌گیر	اسراء / آیه ۳۶	إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَٰئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا
	عقلانیت	ضرورت تعقل نقادانه	بقره / آیه ۴۴	أَفَلَا تَعْقِلُونَ
		نکوهش تعطیلی عقل	یونس / آیه ۱۰۰	يَجْعَلُ الرَّجْسَ عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ
		عقل به‌عنوان معیار تشخیص	انفال / آیه ۲۲	إِنَّ شَرَّ الدَّوَابِّ عِنْدَ اللَّهِ الصُّمُّ الْبُكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ
آگاهی انسانی	معرفت و علم	تمایز عالم و جاهل	زمر / آیه ۹	قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ
		ارتقای جایگاه دانایان	مجادله / آیه ۱۱	يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ
		علم به‌مثابه فضیلت انسانی	فاطر / آیه ۲۸	إِنَّمَا يَخْشَى اللَّهَ مِنْ عِبَادِهِ الْعُلَمَاءُ

بُعد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
بعد معنوی و امانتداری	فطرت الهی	سرشت اخلاقی انسان	روم / آیه ۳۰	فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا
		الهام اخلاقی درونی	شمس / آیات ۷-۸	وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا • فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَاهَا
		آفرینش انسان در بهترین ساخت	تین / آیه ۴	لَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ فِي أَحْسَنِ تَقْوِيمٍ
	امانتداری	پذیرش امانت الهی	احزاب / آیه ۷۲	إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ ... وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ
		لزوم صیانت از امانت	انفال / آیه ۲۷	لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ
		پاسخگویی نسبت به تعهدات	اسراء / آیه ۳۴	إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

احصای آیات و گزاره‌های مندرج در جدول «اصول انسان‌شناختی از دیدگاه اسلامی» بر اساس یک قاعده روشمند ترکیبی انجام شده است که ریشه در روش‌شناسی علوم قرآن، تحلیل مفهومی متون دینی و منطق پژوهش‌های کیفی نظری دارد. در این پژوهش، هدف صرفاً گردآوری آیات به صورت توصیفی یا استنادی نبوده، بلکه استخراج نظام‌مند دلالت‌های انسان‌شناختی قرآن کریم با قابلیت تبدیل به «بعد، مؤلفه و شاخص» برای گفت‌وگوی نظری با اخلاق هوش مصنوعی مدنظر بوده است. از این رو، فرایند احصا بر پایه پیوند میان متن، معنا و کارکرد هنجاری آیات سامان یافته است.

در گام نخست، یک چهارچوب مفهومی اولیه بر اساس ادبیات نظری انسان‌شناسی اسلامی، فلسفه اخلاق و اخلاق هوش مصنوعی تدوین شد. این چهارچوب شامل مفاهیم کلانی نظیر کرامت انسانی، حرمت وجودی، خلافت، اختیار، مسئولیت، عقلانیت، معرفت، فطرت و امانتداری بود که در ادبیات اسلامی و نیز در مباحث معاصر اخلاق فناوری، نقشی بنیادین دارند. این مفاهیم به عنوان «حساسه‌های مفهومی» عمل کردند؛ بدین معنا که جست‌وجوی آیات نه بر اساس بسامد الفاظ، بلکه بر اساس

ظرفیت آیات برای پاسخگویی به این مفاهیم بنیادین انجام شد. این رویکرد، از منطق «تحلیل مفهومی هدایت‌شده» پیروی می‌کند که در پژوهش‌های کیفی نظری رایج است. در گام دوم، شناسایی آیات با ترکیب جست‌وجوی واژگانی و تحلیل دلالت‌های معنایی صورت گرفت. بدین معنا که علاوه بر آیاتی که به صورت صریح از مفاهیمی مانند کرامت، عقل، علم، اختیار یا امانت سخن می‌گویند، آیاتی که واجد دلالت‌های ضمنی، ساختاری یا غایت‌مند درباره شأن انسان و نسبت او با مسئولیت اخلاقی هستند نیز مورد توجه قرار گرفتند؛ برای مثال، آیه ۷۰ سوره اسراء نه تنها به کرامت ذاتی انسان تصریح دارد، بلکه به دلیل اطلاق و شمول آن نسبت به «بنی آدم»، مبنای استخراج شاخص‌هایی نظیر منع تقلیل انسان به ابزار یا تقدم شأن انسانی بر ملاحظات ابزاری قرار گرفته است. این شیوه از تحلیل، مبتنی بر قاعده «عموم دلالت و اطلاق معنایی» در علوم قرآنی است. در گام سوم، آیات منتخب با رویکرد تفسیر تحلیلی - مفهومی بررسی شدند. در این مرحله، آیات در افق دلالت‌های عام انسان‌شناختی تحلیل شدند و از تقلیل آن‌ها به شأن نزول خاص یا احکام موردی پرهیز گردید. برای نمونه، آیه ۳۲ سوره مائده، اگرچه در زمینه تاریخی خاصی نازل شده است، اما به واسطه بیان قاعده‌ای عام درباره حرمت جان انسان، مبنای استخراج مؤلفه «حرمت وجود انسانی» و شاخص‌هایی مانند «مصونیت انسان از آسیب ساختاری» قرار گرفته است. این قاعده مبتنی بر اصل پذیرفته‌شده «العبرة بعموم اللفظ لا بخصوص السبب» در تفسیر قرآن است. در گام چهارم، فرایند تبدیل آیات به «شاخص» بر اساس منطق کدگذاری نظری انجام شد. در این فرایند، آیه به عنوان «واحد معنایی» تلقی نشد، بلکه دلالت مفهومی آن در نسبت با مسئله پژوهش استخراج و به زبان نظری بازصورت‌بندی شد. در گام پنجم، چینش آیات در قالب ابعاد و مؤلفه‌ها بر اساس اصل «هم‌خانوادگی مفهومی» انجام گرفت. بدین معنا که آیاتی که در عین تنوع لفظی، به یک هسته معنایی مشترک ارجاع می‌دادند، ذیل یک مؤلفه و سپس یک بُعد کلان قرار گرفتند. برای نمونه، آیات مربوط به فطرت (روم / آیه ۳۰)، الهام اخلاقی (شمس / آیات ۷-۸) و آفرینش در بهترین ساخت (تین / آیه ۴)، همگی ذیل بعد «معنوی و امانت‌داری» و مؤلفه «فطرت الهی» سامان یافتند؛ زیرا همگی بر وجود یک سرشت اخلاقی و غایت‌مند در انسان دلالت دارند. این

قاعده، از منطق «شباهت خانوادگی مفاهیم» در تحلیل کیفی پیروی می‌کند. درنهایت، برای پرهیز از گزینش سلیقه‌ای و افزایش اعتبار تحلیلی، آیات انتخاب‌شده با ادبیات تفسیری معتبر و نیز با مباحث انسان‌شناسی اسلامی در آثار فلسفی و کلامی تطبیق داده شدند. بدین‌ترتیب، جدول ارائه‌شده نه حاصل گردآوری پراکنده آیات، بلکه نتیجه یک فرایند روشمند، لایه‌مند و قابل بازتولید است که در آن متن قرآن، از سطح استشهاد نقلی فراتر رفته و به‌عنوان منبعی نظام‌ساز برای استخراج اصول انسان‌شناختی قابل گفت‌وگو با اخلاق هوش مصنوعی به‌کار گرفته شده است.

بنابراین جدول ۲ چهارچوبی مفهومی و هنجاری از ابعاد بنیادین انسان‌شناختی و اخلاقی را ارائه می‌دهد که ریشه در مبانی فلسفی و الهیاتی دارد و می‌تواند به‌عنوان زیربنای نظری برای تحلیل کنش انسانی و طراحی نظام‌های تصمیم‌یار مورد استفاده قرار گیرد. در بُعد نخست، «کرامت و شأن وجودی انسان»، انسان به‌عنوان موجودی برخوردار از ارزش ذاتی و مستقل از کارکرد، جایگاه اجتماعی یا میزان بهره‌وری معرفی می‌شود. مؤلفه «کرامت ذاتی انسان» بر شناسایی ارزش وجودی انسان و منع هرگونه تقلیل او به ابزار، داده یا وسیله‌ای برای تحقق اهداف ابزاری تأکید دارد و تقدم شأن انسانی بر ملاحظات کارکردگرایانه را اصل بنیادین می‌داند. در همین بُعد، مؤلفه «حرمت وجود انسانی» بر مصونیت جان انسان از هرگونه تعرض و آسیب ساختاری دلالت دارد و حفظ نفس را مقدم بر هرگونه منفعت یا مصلحت ابزاری تلقی می‌کند. همچنین مؤلفه «خلافت الهی» جایگاه انسان را به‌مثابه جانشین الهی در زمین تبیین می‌کند که متضمن مسئولیت آبادانی، تدبیر جهان و برخورداری از شأن تصمیم‌گیری اخلاقی آگاهانه است.

در بُعد دوم، «اختیار و مسئولیت انسانی»، بر عاملیت اخلاقی انسان تأکید می‌شود. مؤلفه «اختیار ارادی» ناظر بر توانایی انسان در انتخاب آگاهانه، نفی جبرگرایی و امکان ترجیح اخلاقی در موقعیت‌های تصمیم‌گیری است. در امتداد آن، مؤلفه «مسئولیت فردی» بر انتساب کنش‌ها و پیامدهای آن‌ها به فاعل انسانی، عدم امکان انتقال مسئولیت به عوامل بیرونی و ضرورت پاسخگویی تصمیم‌گیر تأکید دارد. بعد سوم، «عقلانیت و آگاهی انسانی»، عقل و معرفت را از ارکان تمایز انسان از سایر موجودات می‌داند؛

به گونه‌ای که مؤلفه «عقلانیت» بر ضرورت تعقل نقادانه، نکوهش تعطیلی عقل و نقش عقل به عنوان معیار تشخیص حق از باطل تأکید می‌کند و مؤلفه «معرفت و علم» علم را فضیلتی انسانی معرفی کرده و بر ارتقای جایگاه دانایان و تمایز عالم از جاهل دلالت دارد. در نهایت، بُعد «معنوی و امانتداری» به لایه‌های درونی و تعالی‌بخش وجود انسان می‌پردازد؛ به طوری که مؤلفه «فطرت الهی» انسان را دارای سرشت اخلاقی و الهام درونی معرفی می‌کند و مؤلفه «امانتداری» پذیرش امانت الهی، لزوم صیانت از آن و پاسخگویی در قبال تعهدات اخلاقی و وجودی را به عنوان الزام بنیادین کنش انسانی مطرح می‌سازد. این چهارچوب، تصویری یکپارچه از انسان به عنوان موجودی کرامت مند، مختار، عاقل و امانتدار ارائه می‌دهد که می‌تواند مبنای نظری مستحکمی برای پژوهش‌های اخلاقی و کاربردی فراهم آورد.

جدول (۳): اصول معرفت‌شناختی از دیدگاه اسلامی

بُعد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
ماهیت و تعریف معرفت	تمایز داده و معرفت	تمایز میان اطلاعات و معرفت معنادار	زمر / آیه ۹	قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ
		ناکفایتی انباشت داده برای تحقق معرفت	علق / آیات ۵-۱	عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ
		وابستگی معرفت به تعقل انسانی	بقره / آیه ۴۴	أَفَلَا تَعْقِلُونَ
		جهت‌مندی معرفت به معنا و غایت	بقره / آیه ۲۶۹	وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا
	معرفت به مثابه فهم	نقش فهم در اعتبار معرفت	یوسف / آیه ۱۱۱	لَقَوْمٍ يَعْقِلُونَ
		زمینه‌مندی فهم معرفتی	انعام / آیه ۹۸	قَدْ فَضَّلْنَا الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يُفْقَهُونَ
		فراتر بودن معرفت از پردازش صوری	اسراء / آیه ۳۶	وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ
		نقش فاعل شناسنده در	اسراء / آیه	كُلُّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكِلَتِهِ

تعدد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
	معرفت و حکمت	تفسیر معرفت	۸۴	
		پیوند معرفت با خیر و حکمت	بقره / آیه ۲۶۹	يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ
		تمايز علم نافع و غیرنافع	طه / آیه ۱۱۴	رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا
		ارزش‌گذاری معرفت بر اساس حکمت	لقمان / آیه ۱۲	وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ
		تقدم حکمت بر کارایی صرف	نحل / آیه ۱۲۵	ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ
منابع و ابزارهای معرفت	عقل	عقل به‌عنوان منبع مستقل معرفت	بقره / آیه ۴۴	أَفَلَا تَعْقِلُونَ
		نقش عقل در داوری معرفتی	یونس / آیه ۱۰۰	عَلَى الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ
		کارکرد هنجاری عقل	انفال / آیه ۲۲	الضُّمُّ الْبِكْمُ الَّذِينَ لَا يَعْقِلُونَ
		محدودیت عقل بشری	اسراء / آیه ۸۵	وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا
	حس و تجربه	اعتبار شناخت حسی	نحل / آیه ۷۸	وَجَعَلْ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ
		محدودیت تجربه حسی	کهف / آیات ۶۰-۸۲	فَوَجَدَا عَبْدًا مِنْ عِبَادِنَا
		نیاز تجربه به تفسیر عقلانی	زمر / آیه ۱۸	فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ
		ناتوانی تجربه در داوری اخلاقی	شمس / آیه ۸	فَالْهَمُّهَا فُجُورُهَا وَتَقْوَاهَا
	وحی و شهود	وحی به‌عنوان منبع	نجم / آیات	وَمَا يَنْطِقُ عَنِ الْهَوَىٰ

بُعد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
		فراتجربی معرفت	۴-۳	
		تصحیح خطای عقل و تجربه توسط وحی	مائده / آیه ۴۸	وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الْكِتَابَ بِالْحَقِّ
		شهود اخلاقی فطری	شمس / آیات ۷-۸	وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّاهَا
		برتری هدایت و حیانی	بقره / آیه ۲	ذَٰلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ
ارزش و غایت معرفت	نیت	نقش نیت در ارزش معرفت	بینه / آیه ۵	مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ
		امکان انحراف معرفت بدون نیت صحیح	علق / آیات ۶-۷	إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنَافٍ
		تمایز علم اخلاق مدار از علم خشتی	زمر / آیه ۲۲	أَفَمَنْ شَرَحَ اللَّهُ صَدْرَهُ
		وابستگی ارزش معرفت به هدف	حدید / آیه ۲۰	وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا
	مسئولیت اخلاقی	پیوند علم و مسئولیت	اسراء / آیه ۳۶	إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ
		افزایش مسئولیت با افزایش علم	نحل / آیه ۹۳	وَلَتُسْأَلُنَّ
		پاسخگویی عالم	بقره / آیه ۱۵۹	إِنَّ الَّذِينَ يَكْتُمُونَ
		خطر علم بدون تعهد اخلاقی	جمعه / آیه ۵	كَمَثَلِ الْجِمَارِ
	نفع عمومی	تقدم مصلحت عمومی	قصص / آیه ۷۷	وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ
		ارزیابی پیامدهای اجتماعی معرفت	اعراف / آیه ۵۶	وَلَا تُفْسِدُوا
		نفی معرفت آسیب‌زا	بقره / آیه	وَلَا تَلْفُوا بِأَيْدِيكُمْ

تعدد	مؤلفه	شاخص	منبع	آیه
حدود معرفت		جهت گیری معرفت به عدالت	۱۹۵	
			نحل / آیه ۹۰	إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ
	محدودیت بشر	نفی علم مطلق انسان	اسراء / آیه ۸۵	وَمَا أُوتِيتُمْ
		ضرورت تواضع معرفتی	کھف / آیه ۱۰۹	لَنفِدَ الْبَحْرُ
		امکان خطای معرفت انسانی	نجم / آیه ۲۸	إِنْ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ
		مراتب علم و برتری علم الهی	یوسف / آیه ۷۶	وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ
	معرفت ابزاری	تقلیل معرفت به قدرت	علق / آیات ۶-۷	إِنَّ الْإِنْسَانَ لِرَبِّهِ لَكَنَظِيفٌ
		غلبه کارایی بر حقیقت	حدید / آیه ۲۰	لَعَبٌ وَلَهْوٌ
		حذف معنا از معرفت	روم / آیه ۷	يَعْلَمُونَ ظَاهِرًا
		سلطه محوری معرفت	قصص / آیه ۷۸	إِنَّمَا أُوتِيتُهُ
	هدایت اخلاقی	ضرورت چهارچوب اخلاقی معرفت	نحل / آیه ۱۲۵	بِالْحِكْمَةِ
		تقدم ارزش بر فناوری	شوری / آیه ۳۸	وَأْمُرُهُمْ سُورَى
		کنترل اخلاقی کاربرد علم	اسراء / آیه ۳۶	وَلَا تَقْفُ
		پیوند معرفت و حکمت	لقمان / آیه ۱۲	آتَيْنَا لُقْمَانَ

در جدول ۳ چهارچوب منسجم از مبانی معرفت‌شناختی را ترسیم شده است که با

رویکردی فلسفی - اخلاقی، به تحلیل ماهیت، منابع، ارزش‌ها، حدود و غایات معرفت می‌پردازد. در بُعد «ماهیت و تعریف معرفت»، بر تمایز بنیادین میان داده، اطلاعات و معرفت تأکید شده است؛ به گونه‌ای که معرفت صرفاً حاصل انباشت داده‌ها تلقی نمی‌شود، بلکه امری معنامحور، غایت‌مند و وابسته به تعقل و فهم انسانی است. مؤلفه «معرفت به مثابه فهم» نشان می‌دهد که اعتبار معرفت در گرو نقش فعال فاعل شناسنده، زمینه‌مندی ادراک و فراتر بودن معرفت از پردازش‌های صوری و مکانیکی است. همچنین، مؤلفه «معرفت و حکمت» بر پیوند ذاتی معرفت با خیر و حکمت تأکید دارد و با تمایز میان علم نافع و غیرنافع، تقدم حکمت بر کارایی صرف و بهره‌وری ابزاری را برجسته می‌سازد.

در بُعد «منابع و ابزارهای معرفت»، سه منبع اصلی عقل، حس و تجربه و وحی و شهود تبیین شده‌اند. عقل به عنوان منبعی مستقل و هنجاری در داوری معرفتی معرفتی می‌شود که در عین برخورداری از نقش بنیادین، دارای محدودیت‌های ذاتی است. حس و تجربه نیز اگرچه از اعتبار شناختی برخوردارند؛ اما به دلیل محدودیت‌های ادراکی و ناتوانی در داوری‌های اخلاقی، نیازمند تفسیر عقلانی‌اند. در مقابل، وحی و شهود به عنوان منابع فراتجربی معرفت، نقش تصحیح خطاهای عقل و تجربه و هدایت اخلاقی انسان را ایفا می‌کنند و از جایگاهی برتر در جهت‌دهی غایی معرفت برخوردارند.

بعد «ارزش و غایت معرفت» بر پیوند درونی معرفت با نیت، مسئولیت اخلاقی و نفع عمومی تأکید دارد. در این بُعد، ارزش معرفت تابع نیت فاعل شناسنده و هدف به کارگیری علم دانسته شده و خطر انحراف معرفت در صورت فقدان جهت‌گیری اخلاقی مورد توجه قرار می‌گیرد. همچنین، با افزایش سطح علم، مسئولیت اخلاقی عالم نیز افزایش می‌یابد و معرفت باید در خدمت مصلحت عمومی، عدالت اجتماعی و پرهیز از آسیب‌های فردی و اجتماعی قرار گیرد. در نهایت، بعد «حدود معرفت» با تأکید بر محدودیت ذاتی شناخت انسانی، نفی علم مطلق بشر و ضرورت تواضع معرفتی، نسبت به تقلیل معرفت به ابزار قدرت و کارایی هشدار می‌دهد. در این چهارچوب، هدایت اخلاقی معرفت به عنوان شرط اساسی تولید و کاربرد علم مطرح شده و پیوند ناگسستنی میان معرفت، ارزش و حکمت مورد تأکید قرار می‌گیرد.

نتیجه‌گیری

یافته‌های حاصل از بررسی تطبیقی مبانی اخلاقی هوش مصنوعی با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی نشان داد که اخلاق هوش مصنوعی بر مجموعه‌ای از محورهای بنیادین شامل صیانت از کرامت و عاملیت انسانی، عدالت و خیر جمعی، حاکمیت اخلاقی، و امنیت و مسئولیت اجتماعی استوار است. این مبانی با تأکید بر حفظ نقش انسان به‌عنوان تصمیم‌گیر نهایی در فرایندهای هوشمند، پیشگیری از سوگیری و تبعیض الگوریتمی، تضمین شفافیت و پاسخگویی نهادی و رعایت حریم خصوصی و پایداری اجتماعی، چهارچوبی هنجاری برای طراحی، استقرار و ارزیابی مسئولانه سامانه‌های هوش مصنوعی فراهم می‌آورند و ظرفیت آن را دارند که به‌عنوان مبنایی نظری و کاربردی در سیاست‌گذاری و حکمرانی اخلاق‌محور هوش مصنوعی مورد استفاده قرار گیرند.

ازسوی دیگر، تحلیل اصول انسان‌شناختی در اندیشه اسلامی حاکی از آن است که انسان به‌مثابه موجودی برخوردار از کرامت ذاتی، اختیار ارادی، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی تعریف می‌شود. در این چهارچوب، بر حرمت وجود انسانی، نفی هرگونه تقلیل انسان به ابزار یا وسیله، شناسایی جایگاه خلافت الهی، عاملیت اخلاقی در تصمیم‌گیری و نقش عقل و معرفت به‌عنوان معیار تشخیص حق و باطل تأکید می‌شود. همچنین توجه به فطرت الهی و اصل امانتداری، تصویری یکپارچه از انسان به‌عنوان کنشگری آگاه، مختار، پاسخ‌گو و متعهد ارائه می‌دهد که می‌تواند به‌عنوان زیربنای نظری معتبر برای تحلیل کنش انسانی و طراحی نظام‌های تصمیم‌یار اخلاق‌محور مورد بهره‌برداری قرار گیرد.

در بُعد معرفت‌شناختی، یافته‌ها نشان می‌دهد که از منظر اسلامی، معرفت امری معنایمحور، غایت‌مند و وابسته به فهم و تعقل انسانی تلقی می‌شود و نمی‌توان آن را به انباشت داده‌ها یا پردازش‌های صوری تقلیل داد. این چهارچوب با تفکیک منابع معرفت شامل عقل، حس و تجربه، و وحی و شهود، بر نقش هنجاری عقل در داوری معرفتی، محدودیت‌های شناخت حسی و کارکرد هدایت‌گر وحی در تصحیح خطاهای عقل و تجربه تأکید دارد. افزون‌براین، با برجسته‌سازی پیوند درونی معرفت با نیت، مسئولیت

اخلاقی و نفع عمومی، ارزش علم تابع جهت‌گیری اخلاقی و غایت آن دانسته شده و نسبت به تقلیل معرفت به ابزاری برای قدرت یا کارایی صرف هشدار داده می‌شود. در مجموع، تأکید بر محدودیت ذاتی شناخت انسانی، ضرورت تواضع معرفتی و پیوند ناگسستنی معرفت با حکمت و هدایت اخلاقی، مبنایی نظری برای تولید و به‌کارگیری مسئولانه و ارزش‌محور علم فراهم می‌سازد. در جدول ۴ مقایسه تطبیقی مبانی اخلاق هوش مصنوعی با اصول انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی آورده شده است.

جدول (۴): مقایسه تطبیقی مبانی اخلاق هوش مصنوعی با اصول انسان‌شناختی و

معرفت‌شناختی اسلامی

محور مقایسه	مبانی اخلاق هوش مصنوعی	اصول انسان‌شناختی اسلامی	اصول معرفت‌شناختی اسلامی
نگاه به انسان	انسان به‌عنوان کنشگر مرکزی و تصمیم‌گیر نهایی در تعامل با سیستم‌های هوشمند	انسان به‌عنوان موجودی دارای کرامت ذاتی، خلافت الهی و شأن وجودی مستقل از کارکرد	انسان به‌عنوان فاعل شناسنده، مفسر و صاحب نیت در فرایند تحقق معرفت
کرامت انسانی	تأکید بر صیانت از کرامت و منع تقلیل انسان به داده یا خروجی الگوریتمی	کرامت ذاتی انسان و تقدم شأن انسانی بر هرگونه ملاحظه ابزاری	کرامت معرفتی انسان از طریق فهم، تعقل و حکمت
عاملیت و اختیار	کنترل انسانی معنادار و وابستگی تصمیم نهایی به تأیید انسان	اختیار ارادی، نفی جبرگرایی و مسئولیت فردی کنش‌ها	نقش اراده، نیت و قصد فاعل شناسنده در ارزش معرفت
عدالت و تبعیض	حذف سوگیری الگوریتمی، عدالت رویه‌ای و توزیعی، خیر جمعی	عدالت به‌عنوان اصل اخلاقی و اجتماعی و نفی ظلم ساختاری	جهت‌گیری معرفت به عدالت و نفی معرفت آسیب‌زا
مسئولیت و پاسخگویی	مسئولیت‌پذیری نهادهای طراح و بهره‌بردار، امکان پیگیری و جبران خطا	پاسخگویی انسان در برابر اعمال، عدم انتقال مسئولیت	افزایش مسئولیت اخلاقی با افزایش علم
عقلانیت	استفاده از عقل انسانی برای نظارت، تبیین و کنترل فناوری	عقل به‌عنوان معیار تشخیص حق و باطل و نفی تعطیلی عقل	عقل به‌عنوان منبع مستقل و هنجاری معرفت، همراه با پذیرش محدودیت آن
شفافیت و تبیین‌پذیری	تبیین‌پذیری تصمیمات الگوریتمی و کاهش ابهام	شفافیت اخلاقی کنش انسانی و آگاهی در تصمیم‌گیری	فهم‌پذیری معرفت و فراتر بودن آن از پردازش صوری

محور مقایسه	مبانی اخلاق هوش مصنوعی	اصول انسان‌شناختی اسلامی	اصول معرفت‌شناختی اسلامی
	مدل‌های جعبه سیاه		
حریم خصوصی و امنیت	حفاظت از داده‌ها، رضایت آگاهانه و حداقل‌گرایی داده	حرمت وجود انسانی و صیانت از حریم فردی	پرهیز از سوءاستفاده معرفتی و سلطه‌محوری علم
بعد معنوی	کمتر تصریح شده و عمدتاً غایب یا ضمنی	فطرت الهی، خلافت الهی و امانتداری	وحی و شهود به عنوان منابع فراتجربی معرفت
غایت و هدف	توسعه مسئولانه، نفع عمومی و پایداری اجتماعی	تحقق کمال انسانی، مسئولیت الهی و آبادانی زمین	حکمت، خیر، هدایت اخلاقی و نفع عمومی
نگاه به فناوری/علم	ابزار قدرتمند نیازمند چهارچوب اخلاقی	ابزار در خدمت انسان، نه حاکم بر او	علم در خدمت حکمت، نه صرفاً قدرت و کارایی
محدودیت‌ها	محدودیت در پیش‌بینی پیامدهای اجتماعی و اخلاقی فناوری	محدودیت وجودی انسان و ضرورت التزام اخلاقی	نفی علم مطلق انسان و ضرورت تواضع معرفتی

جدول مقایسه‌ای ارائه شده نشان داد که مبانی اخلاق هوش مصنوعی، اصول انسان‌شناختی اسلامی و اصول معرفت‌شناختی اسلامی، اگرچه در سه حوزه متمایز معرفتی، فلسفی و فناورانه شکل گرفته‌اند؛ اما در سطح ارزش‌های بنیادین و الزامات هنجاری دارای هم‌پوشانی‌های معنادار و درعین حال تفاوت‌های ساختاری و غایت‌مند هستند. این جدول امکان تحلیل تطبیقی دقیق را فراهم می‌سازد و نشان می‌دهد که اخلاق هوش مصنوعی را می‌توان در پرتو مبانی اسلامی، به‌ویژه در ابعاد انسان‌محوری، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی، تعمیق و تکمیل کرد.

از حیث شباهت‌ها، هر سه چهارچوب بر محوریت انسان و نفی تقلیل‌گرایی تأکید دارند. در مبانی اخلاق هوش مصنوعی، انسان به‌عنوان کنشگر مرکزی و تصمیم‌گیر نهایی در تعامل با سامانه‌های هوشمند مطرح می‌شود؛ این امر با اصل کرامت ذاتی انسان در انسان‌شناسی اسلامی و نقش فاعل شناسنده در معرفت‌شناسی اسلامی همسو است. تأکید مشترک بر کرامت، اختیار و مسئولیت نشان می‌دهد که هیچ‌یک از این رویکردها، انسان را موجودی منفعل یا صرفاً تابع سازوکارهای بیرونی تلقی نمی‌کنند.

همچنین، توجه به عدالت، پیشگیری از تبعیض و جهت‌گیری به‌سوی خیر جمعی در اخلاق هوش مصنوعی، با اصل عدالت اخلاقی و اجتماعی در انسان‌شناسی اسلامی و الزام معرفت به نفع عمومی در معرفت‌شناسی اسلامی هم‌راستا است و بیانگر اشتراک در غایت‌های هنجاری است.

در سطح عقلانیت و فهم نیز هم‌پوشانی مفهومی قابل توجهی مشاهده می‌شود. اخلاق هوش مصنوعی با طرح ضرورت شفافیت و تبیین‌پذیری تصمیمات الگوریتمی، بر فهم‌پذیری و نظارت عقلانی انسان تأکید می‌کند؛ این رویکرد با جایگاه محوری عقل در انسان‌شناسی اسلامی به‌عنوان معیار تشخیص و با تلقی معرفت به‌مثابه فهم در معرفت‌شناسی اسلامی هم‌جهت است. افزون‌براین، هر سه چهارچوب نسبت به حدود و محدودیت‌ها حساس‌اند؛ اخلاق هوش مصنوعی بر مدیریت ریسک و کنترل پیامدهای ناخواسته تأکید دارد، انسان‌شناسی اسلامی بر مسئولیت‌پذیری انسان در قبال کنش‌های خود و معرفت‌شناسی اسلامی بر نفی علم مطلق و ضرورت تواضع معرفتی تصریح می‌کند. این اشتراک، نشان‌دهنده نگرشی احتیاط‌آمیز و اخلاق‌محور به قدرت علم و فناوری است.

باین‌حال، تفاوت‌های بنیادین این سه رویکرد عمدتاً در سطح مبانی نظری، منابع مشروعیت و غایت‌نهایی بروز می‌یابد. مبانی اخلاق هوش مصنوعی عمدتاً چهارچوبی عرفی، کاربردمحور و ناظر به حکمرانی فناوری دارد و تمرکز آن بر تنظیم رفتار سیستم‌ها و نهادهای فناورانه است. درمقابل، اصول انسان‌شناختی اسلامی ریشه در مبانی الهیاتی و وجودشناختی دارند و با تأکید بر مفاهیمی چون خلافت الهی، فطرت و امانتداری، به تبیین ماهیت و شأن وجودی انسان می‌پردازند. اصول معرفت‌شناختی اسلامی نیز با رویکردی فلسفی - اخلاقی، به تحلیل حقیقت، ارزش و غایت معرفت پرداخته و با طرح منابعی چون وحی و شهود، افقی فراتر از عقل و تجربه صرف ترسیم می‌کند. درمجموع، تبیین جدول نشان داد که اگرچه اخلاق هوش مصنوعی به‌تنهایی قادر به تنظیم حداقلی و کارکردی تعامل انسان و فناوری است؛ اما برای دستیابی به چهارچوبی عمیق، پایدار و معنامحور، نیازمند پشتیبانی نظری از انسان‌شناسی و معرفت‌شناسی اسلامی است. این هم‌نشینی مفهومی می‌تواند زمینه‌ساز تدوین الگویی بومی و

جامع از اخلاق هوش مصنوعی شود که نه تنها کارایی و نوآوری فناورانه، بلکه کرامت انسانی، حکمت، عدالت و مسئولیت اخلاقی را به عنوان غایات بنیادین توسعه و به کارگیری هوش مصنوعی مورد توجه قرار دهد.

همچنین لازم به ذکر است که نتایج این پژوهش با یافته‌های احمدی و همکاران (۱۴۰۲) و حسینی و رضوی (۱۴۰۱) هم‌راستا است که در مطالعات خود بر لزوم حفظ کرامت ذاتی انسان، نفی تقلیل انسان به داده و ضرورت کنترل انسانی معنادار در سامانه‌های هوشمند تأکید کرده‌اند. این پژوهش‌ها، همانند مطالعه حاضر، بر این نکته تصریح دارند که عدالت الگوریتمی، پیشگیری از سوگیری و توجه به خیر عمومی، از الزامات بنیادین اخلاق هوش مصنوعی محسوب می‌شود و بدون چهارچوب هنجاری روشن، فناوری می‌تواند به بازتولید نابرابری‌های اجتماعی بینجامد.

از منظر انسان‌شناختی اسلامی، یافته‌های پژوهش با نتایج مطالعات جعفری (۱۳۹۹)، موسوی و کاظمی (۱۴۰۰) و رحمانی (۱۴۰۲) همخوانی دارد. این پژوهش‌ها انسان را موجودی برخوردار از کرامت ذاتی، اختیار، عقلانیت و مسئولیت اخلاقی معرفی می‌کنند و بر مفاهیمی چون حرمت وجود انسانی، خلافت الهی و امانتداری تأکید دارند. نتیجه‌گیری پژوهش حاضر مبنی بر قابلیت تعمیق اخلاق هوش مصنوعی در پرتو این اصول، در امتداد مستقیم این دیدگاه‌ها قرار می‌گیرد.

در حوزه معرفت‌شناختی نیز یافته‌های پژوهش با نتایج زارعی و همکاران (۱۴۰۱) و نعمتی (۱۴۰۳) هم‌راستا است که با نقد رویکردهای داده‌محور و کارایی‌گرایی صرف، بر تمایز میان داده، اطلاعات و معرفت، نقش فهم و عقلانیت انسانی و پیوند علم با مسئولیت اخلاقی تأکید کرده‌اند. این پژوهش‌ها، همانند مطالعه حاضر، نسبت به تقلیل معرفت به ابزار قدرت و بهره‌وری صرف هشدار داده و هدایت اخلاقی معرفت و تواضع معرفتی را از الزامات اساسی تولید و کاربرد علم می‌دانند.

با اتکا به یافته‌های پژوهش، می‌توان پیشنهادها و راهکارهای زیر را ارائه کرد:

۱- تدوین چهارچوب هنجاری تلفیقی برای حکمرانی اخلاقی هوش مصنوعی
پیشنهاد می‌شود چهارچوبی هنجاری و چندسطحی طراحی شود که در آن، اصول اخلاق هوش مصنوعی متعارف با مبانی انسان‌شناختی و معرفت‌شناختی اسلامی

به صورت نظام مند تلفیق گردد. چنین چهارچوبی می تواند به عنوان یک الگوی راهبردی در سیاست گذاری، قانون گذاری و ارزیابی سامانه های هوش مصنوعی در جوامع اسلامی و حتی در گفت وگوهای بین المللی اخلاق فناوری مورد استفاده قرار گیرد و از تقلیل اخلاق به مجموعه ای از فهرست سیاهه های فنی فراتر رود.

۲- نهادهای سازی مفهوم «کنترل انسانی معنادار» بر پایه عاملیت اخلاقی انسان با توجه به تأکید مشترک اخلاق هوش مصنوعی و انسان شناسی اسلامی بر اختیار و مسئولیت انسانی، پیشنهاد می شود مفهوم «کنترل انسانی معنادار» نه تنها به عنوان یک الزام فنی، بلکه به مثابه یک اصل انسان شناختی بازتعریف شود. این بازتعریف می تواند در طراحی معماری های تصمیم یار، سازوکارهای نظارت انسانی و تعیین حدود خودکار سازی الگوریتمی نقش راهبردی ایفا کند و مانع انتقال ضمنی مسئولیت اخلاقی از انسان به فناوری شود.

۳- توسعه شاخص های ارزیابی اخلاقی مبتنی بر غایت مندی و نفع عمومی بر اساس رویکرد معرفت شناختی اسلامی که معرفت و علم را غایت مند و وابسته به نیت و جهت گیری اخلاقی می داند، پیشنهاد می شود شاخص های ارزیابی اخلاق هوش مصنوعی صرفاً به کارایی، دقت یا کاهش خطا محدود نشوند، بلکه میزان تحقق نفع عمومی، عدالت اجتماعی، کرامت انسانی و پیامدهای بلندمدت اجتماعی نیز به طور صریح در این شاخص ها گنجانده شود. این امر می تواند به بازتعریف معیار «موفقیت» در پروژه های هوش مصنوعی منجر گردد.

۴- تقویت رویکرد میان رشته ای میان علوم اسلامی، اخلاق کاربردی و علوم داده: یافته های پژوهش نشان می دهد که پاسخگویی به چالش های اخلاقی هوش مصنوعی بدون گفت وگوی عمیق میان حوزه های الهیات، فلسفه اخلاق، علوم اجتماعی و علوم فنی ممکن نیست. از این رو، پیشنهاد می شود ساختارهای پژوهشی و آموزشی میان رشته ای تقویت شده و گروه های طراحی و ارزیابی هوش مصنوعی از حضور نظام مند متخصصان اخلاق اسلامی و فلسفه معرفت بهره مند شوند تا پیوند میان ارزش های بنیادین و تصمیمات فناورانه برقرار گردد.

۵- حرکت از تنظیم حداقلی اخلاق به سوی الگوی معنا محور و کمال گرا

درنهایت، پیشنهاد می‌شود رویکردهای آینده در اخلاق هوش مصنوعی، به‌ویژه در بافت‌های فرهنگی - دینی، از تنظیم حداقلی و واکنشی اخلاق فراتر رفته و به سمت الگویی معنامحور حرکت کنند که در آن، توسعه فناوری در خدمت رشد اخلاقی، عقلانی و اجتماعی انسان تعریف شود. بهره‌گیری از مفاهیمی چون فطرت، امانتداری و حکمت می‌تواند افقی نو برای بازاندیشی نسبت انسان، معرفت و فناوری در عصر هوش مصنوعی بگشاید.

این پیشنهادها، درمجموع، مسیرهایی عملی و نظری برای تعمیق اخلاق هوش مصنوعی ارائه می‌دهند و می‌توانند مبنایی برای پژوهش‌های آتی، سیاست‌گذاری‌های کلان و طراحی مسئولانه سامانه‌های هوشمند در سطح ملی و بین‌المللی فراهم سازند.

کتابنامه

قرآن کریم.

- ابراهیمی، محسن و صادقی، رضا (۱۴۰۱). بررسی انتقادی چالش معرفت‌شناختی داده تجربی از منظر معرفت‌شناسی اسلامی. حکمت/اسلامی، ۹(۳۴)، ۱۱۳-۱۳۳.
- بلبلی قادیکلایی، سمیه و پارسانیا، حمید (۱۴۰۲). مروری نظام مند بر دلالت‌های اخلاقی استفاده از هوش مصنوعی در فناوری‌های دیجیتال و نسبت آن با اخلاق شکوفایی. راهبرد/اجتماعی فرهنگی، ۱۲(۳)، ۷۷۱-۷۹۸.
- حسینی سورکی، سیدمحمد (۱۴۰۳). معنا و معیار عاملیت اخلاقی ماشین‌های هوشمند. پژوهش‌های فلسفی - کلامی، ۲۶(۴)، ۸۳-۱۰۸.
- دیرباز، عسکر و گنج‌خانی، آسیه (۱۴۰۱). بررسی مبانی انسان‌شناختی علوم انسانی اسلامی از دیدگاه علامه مصباح یزدی. مطالعات میان‌رشته‌ای تمدنی/انقلاب اسلامی، ۱(۱)، ۳۷-۵۲.
- رضائی نفیسه، اطلسی رشا (۱۴۰۳). تحلیل علم‌سنجی مطالعات حوزه‌ی اخلاق و هوش مصنوعی. اخلاق و تاریخ پزشکی/ایران، ۱۷(۱).
- سلامی، مریم و پوراجباری، منیره (۱۴۰۴). از دانش پایه تا اخلاق هوش مصنوعی: واکاوی سواد هوش مصنوعی در دانشگاه پیام نور مشهد. پژوهش‌های کتابخانه‌های

دیجیتالی و هوشمند، مقاله آماده انتشار، پذیرفته شده.

عزیزی، سیدمهدی و فشارکی، محمد مهدی (۱۴۰۴). توسعه روش تحقیق علم طراحی بر مبنای رویکرد معرفت‌شناختی میناگرایی. *روش‌شناسی علوم انسانی*، ۳۱ (۱۲۳)، ۲۹-۵۵.

علم‌الهدی، سید محمد حسن؛ شریعت‌زاده، سید مهدی و علم‌الهدی، سید امیر حسین (۱۴۰۳). معیارهای هوش مصنوعی اخلاق مدار از نظر مرام‌نامه اتحادیه اروپا و فرهنگ اسلام. *مطالعات اسلامی در حوزه سلامت*، ۸ (۱)، ۶۷-۸۰.

فتحی، مرتضی؛ اکرمی، روح‌اله و احمدآبادی، یوسف (۱۴۰۴). بررسی فقهی جرم‌انگاری نقض حریم خصوصی افراد توسط هوش مصنوعی. *پژوهش‌های فقهی مسائل مستحدثه*، مقاله آماده انتشار، پذیرفته شده.

معصومی‌فرد، مرجان (۱۳۹۵). مطالعه تطبیقی مأموریت‌ها، چشم‌اندازها، ویژگی‌های کلی و نحوه پذیرش دانشجو در نظام آموزش عالی از دور کشورهای منتخب آسیایی. *نامه آموزش عالی*، ۹ (۳۴)، ۸۵-۱۲۰.

هامانی، رضوان و مختاری، مصطفی (۱۴۰۴). صورت‌بندی الگوی مطلوب در نسبت اخلاق با هوش مصنوعی با تأکید بر مبانی اخلاقی علامه مصباح یزدی. *فصلنامه اخلاق‌پژوهی*، ۸ (۱)، ۸۹-۱۱۲.

- Chakraborty, p. p. (2025). Ethical Dimensions of AI Development: Navigating Moral Challenges in Artificial Intelligence Innovation. In *Ethical Dimensions of AI Development* (pp. 59-82). IGI Global.
- Elmahjub, E. (2023). Artificial intelligence (AI) in Islamic ethics: Towards pluralist ethical benchmarking for AI. *Philosophy & Technology*, 36(4).
- Gunnell, K. E., Belcourt, V. J., Tomasone, J. R., & Weeks, L. C. (2022). Systematic review methods. *International Review of Sport and Exercise Psychology*, 15(1), 5-29.
- Habib, Z. (2025). Ethics of Artificial Intelligence in Maqāsid Al-Sharīa's Perspective. *KARSA Journal of Social and Islamic Culture*, 33(1), 105-134.
- Huang, C., Zhang, Z., Mao, B., & Yao, X. (2022). An overview of artificial intelligence ethics. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence*, 4(4), 799-819.
- Kannike, U. M. M., & Fahm, A. O. (2025). Exploring The Ethical Governance of Artificial Intelligence from An Islamic Ethical Perspective. *Jurnal Fiqh*, 22(1), 134-161.
- Mamina, R. I., & Ilina, A. V. (2022). Artificial Intelligence: in Search for Formalization of Ethical Foundations. *Discourse*, 8(6), 17-30.
- Sekti, B. A. (2026). Foundations of Artificial Intelligence Ethics. In *Navigating Social Trust in the AI Era* (pp. 23-48). IGI Global Scientific Publishing.

References

- Alamolhoda, S. M., Shariatzadeh, S. M. & Alamolhoda, S. A. (2024). Ethical artificial Intelligence Standards in Terms of Mission European Union and Islamic Culture. Quarterly Scientific Research Journal of Islamic Studies in the Field of Health, 8(1), 67-80. [In persian]
- Allam, I. M. (2025). Artificial Intelligence: Foundations, Methods, Applications, and Challenges.
- Azizi, S. M., & Fesharaki, M. (2025). Developing the Design Science Research Method Based on the Epistemological Approach of Foundationalism. Methodology of Social Sciences and Humanities, 31(123), 29-55. (In persian)
- Bolboli Qadikolaei, S. & Parsania, H. (2023). A systematic review of the ethical implications of using artificial intelligence in digital technologies and its relationship with the ethics of flourishing. Socio-Cultural Strategy, 12(3), 771-798. (In persian)
- Chakraborty, P. P. (2025). Ethical Dimensions of AI Development: Navigating Moral Challenges in Artificial Intelligence Innovation. In Ethical Dimensions of AI Development (pp. 59-82). IGI Global.
- dirbaz, A., & Ganjkhani, A. (2022). A study of the anthropological foundations of Islamic humanities from the perspective of Allameh Mesbah Yazdi. Journal of Interdisciplinary Civilizational Studies of the Islamic Revolution, 1(1), 37-52. (In persian)
- Ebrihime, M. & Sadqi, R. (2023). A Critical Study of Cognitive Challenge of Sense-data in the Light of Islamic Epistemology. Journal of Hikmat-e-Islami, 9(34), 113-133. (In Persian)
- Elmahjub, E. (2023). Artificial intelligence (AI) in Islamic ethics: Towards pluralist ethical benchmarking for AI. Philosophy & Technology, 36(4), 73.
- Fathi, M., Akrami, R., & Ahmadabadi, Y. (2025). A jurisprudential study of the criminalization of privacy violation by artificial intelligence.. Journal of New Issues in Islamic Jurisprudence. (In persian)
- Gunnell, K. E., Belcourt, V. J., Tomasone, J. R., & Weeks, L. C. (2022). Systematic review methods. International Review of Sport and Exercise Psychology, 15(1), 5-29.
- Habib, Z. (2025). Ethics of Artificial Intelligence in Maqāṣid Al-Sharī'a's Perspective. KARSA Journal of Social and Islamic Culture, 33(1), 105-134.
- Hadi, M. H., & Jasim, A. A. (2024). Legislative and Ethical Foundations for Future Artificial Intelligence. Journal of the College of Basic Education, 30(126), 127-145.
- Hamani, R., & Mokhtari, M. (2025). Formulating an Ideal Model for the Relationship Between Ethics and Artificial Intelligence: Emphasizing the Ethical Foundations of Allama Misbah Yazdi. Journal of Moral Studies, 8(1), 89-112. (In persian)
- Hoseini Souraki, S. M. (2024). The Meaning and Criteria of Moral Agency in Intelligent Machines. Journal of Philosophical Theological Research, 26(4), 83-108. (In persian)

- Huang, C., Zhang, Z., Mao, B., & Yao, X. (2022). An overview of artificial intelligence ethics. *IEEE Transactions on Artificial Intelligence*, 4(4), 799-819.
- Kannike, U. M. M., & Fahm, A. O. (2025). Exploring The Ethical Governance of Artificial Intelligence from An Islamic Ethical Perspective. *Jurnal Fiqh*, 22(1), 134-161.
- Kannike, U. M. M., & Fahm, A. O. (2025). Exploring The Ethical Governance of Artificial Intelligence from An Islamic Ethical Perspective. *Jurnal Fiqh*, 22(1), 134-161.
- Kausar, S., Leghari, A. R., & Soomro, A. S. (2024). Analysis of the Islamic Law and its Compatibility with Artificial Intelligence as a Emerging Challenge of the Modern World. *Annals of Human and Social Sciences*, 5(1), 99-114.
- Mamina, R. I., & Ilina, A. V. (2022). Artificial Intelligence: in Search for Formalization of Ethical Foundations. *Discourse*, 8(6), 17-30.
- Masoomifard, M. (2016). Comparative study of the missions, prospects, general features, and method of student admission in the system of higher education in the selective Asian countries. *Higher Education Letter*, 9(34), 85-120. (In persian)
- Popovych, T. (2025). Artificial intelligence and human rights: philosophical and ethical foundations of legal regulation. *Visegrad Journal on Human Rights*, (2), 127-132.
- Rezaee, M. (2026). Introducing the conceptual framework for "positive alienation" based on ontological and epistemological study of the explanations of philosophers and Islamic scholars.. *Philosophical Meditations*, 15(36), 469-503. (In persian)
- Rezaei, N. & Atlasi, R. (2024). Scientometric Analysis of Studies in the Field of Ethics and Artificial Intelligence. *IJMEHM* 2024; 17(S1), 1-2. (In persian)
- Salami, M. & Pourejabari, M. (2026). From Basic Knowledge to Ethics of Artificial Intelligence: An Exploration of AI Literacy at Payame Noor University of Mashhad. *Digital and Smart Libraries Research*. (In persian)
- Sekti, B. A. (2026). Foundations of Artificial Intelligence Ethics. In *Navigating Social Trust in the AI Era* (pp. 23-48). IGI Global Scientific Publishing.
- Telkamp, J. B., & Anderson, M. H. (2022). The implications of diverse human moral foundations for assessing the ethicality of artificial intelligence. *Journal of Business Ethics*, 178(4), 961-976.
- White, G. R., Samuel, A., Jones, P., Madhavan, N., Afolayan, A., Abdullah, A., & Kaushik, T. (2024). Mapping the ethic-theoretical foundations of artificial intelligence research. *Thunderbird International Business Review*, 66(2), 171-183.
- Yurtseven, M. (2025). The Possibility of Producing Reliable Religious/Islamic Knowledge Through AI Developed Under the Influence of Positivist and Secular Thought. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 12(Din ve Yapay Zeka), 80-103.



doi: 10.30497/rc.2026.249000.2138



Received: 2025/10/01

Accepted: 2026/01/31

Analysis of Story-driven Video Games based on Christopher Vogler's Hero's Journey Narrative Pattern - A Case Study of God of War: Ragnarök, Children of Morta, and Ambassador of Love

Seyed Rahim Hashemi Karoee *

Meysam Farokhi**

Abstract

Today, video games have become one of the most engaging media used by humankind. Statistics show a growing trend in the use of this medium. One of the important and influential elements in video games is story and narrative, which is clearly employed in story-driven games. The present study seeks to trace the stages of Christopher Vogler's Hero's Journey in game narratives and to examine the transformations resulting from the entry of this cinematic narrative pattern into the realm of video games. This research, using a qualitative content analysis method and a coding protocol with MaxQDA software in a "directed" approach, has been conducted on major and influential global games (God of War: Ragnarök) and Iranian games (Children of Morta and Ambassador of Love). The article demonstrates that Vogler's Hero's Journey narrative pattern—previously used in cinematic storytelling—has also been applied in story-driven and narrative-based video games. Although some stages of this narrative pattern have been omitted, altered, or distributed among multiple characters, its overall structure has been preserved. Consequently, in some games such as God of War, the hero's journey transforms into "heroes' journeys," with several parallel journeys narrated for multiple heroes; in works such as Children of Morta, heroic characteristics are distributed among several characters, while in the game Ambassador of Love some stages have been removed. The analysis of these games shows that Vogler's Hero's Journey model can effectively contribute to player engagement, and that even its developed variations can be more impactful.

Keywords: Video games, Christopher Vogler's hero's journey, Narrative games, Qualitative content analysis.

* Ph.D student in Culture and Communication, Faculty of Art, Media and Cyberspace, Imam Hosein Comprehensive University, Tehran, Iran (Corresponding author).

Rahim.Hashemi@ihu.ac.ir

0000-0003-2354-1881

** Associate professor, Department of Communication and Cultural Studies, Faculty of Refah, Tehran, Iran.

farokhi@refah.ac.ir

0000-0003-0430-7192

تحلیل بازی‌های رایانه‌ای داستان‌محور مبتنی بر الگوی روایی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر

مطالعه موردی: بازی خدای جنگ: رگناروک، فرزندان مورتا و سفیر عشق

سیدرحیم هاشمی کروئی* میثم فرخی**

چکیده

بازی‌های رایانه‌ای امروز به یکی از درگیرکننده‌ترین رسانه‌های مورد استفاده نوع بشر تبدیل شده‌اند. آمارها تحول روبه‌رشد استفاده از این رسانه را نشان می‌دهند. یکی از عناصر مهم و مؤثر در بازی‌های رایانه‌ای، داستان و روایت است که به‌وضوح در بازی‌های داستان‌محور استفاده شده است. پژوهش حاضر به دنبال ردیابی منازل سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در داستان و دگرگونی‌های ناشی از ورود این الگوی روایی سینمایی به حوزه بازی‌های رایانه‌ای است. این پژوهش با روش تحلیل محتوای کیفی و با دستورالعمل کدگذاری با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA و به‌صورت «هدایت شده» از بازی‌های بزرگ و اثرگذار جهانی (خدای جنگ: رگناروک) و ایرانی (فرزندان مورتا و سفیر عشق) صورت پذیرفته است. مقاله حاضر نشان می‌دهد که الگوی روایی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر که سابقاً در داستان‌نویسی سینما مورد استفاده بوده، در بازی‌های ویدیویی داستان‌محور و روایت‌محور نیز استفاده شده است. اگرچه برخی مراحل این الگوی روایی حذف، تغییر یا میان چند شخصیت تقسیم شده‌اند، ساختار کلی آن همچنان حفظ شده است. در نتیجه، در برخی بازی‌ها نظیر خدای جنگ سفر قهرمان به «سفر قهرمانان» بدل شده و چندین سفر برای چند قهرمان به‌صورت موازی روایت می‌گردد و همچنین در آثاری مانند فرزندان مورتا ویژگی‌های قهرمانی میان چند شخصیت توزیع می‌شود، در بازی سفیر عشق نیز برخی مراحل حذف شده‌اند. در تحلیل این بازی‌ها نشان داده شد که الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر می‌تواند در ایجاد جذابیت مؤثر بوده و حتی الگوهای توسعه‌داده‌شده اثرگذارتر بوده است.

واژگان کلیدی: بازی رایانه‌ای، سفر قهرمان کریستوفر ووگلر، روایت در بازی، تحلیل محتوای کیفی.

* دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشکده هنر، رسانه و فضای مجازی، دانشگاه جامع امام حسین علیه‌السلام، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Rahim.Hashemi@ihu.ac.ir

0000-0003-2354-1881

** دانشیار گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه، تهران، ایران.

farokhi@refah.ac.ir

0000-0003-0430-7192

مقدمه

امروزه بازی‌های رایانه‌ای به یکی از درگیرکننده‌ترین رسانه‌های مورد استفاده در جوامع مختلف تبدیل شده‌اند. اثرگذاری این هنر - رسانه نوظهور در مدت زمان کوتاهی بیش از تصورات بوده است. جامعه مخاطب بازی‌های رایانه‌ای از زمان طراحی بازی پونگ و بازی‌های مشابه که بیشتر روی جنبه مکانیک بازی و سرگرمی متمرکز بوده‌اند تا به امروز که از شیوه‌های پیچیده و نوآورانه داستان‌پردازی و روایت استفاده می‌کنند طبق آمارهای رسمی سالانه شاهد رشد چشمگیر بوده‌اند. برخلاف سینما که برخی مخاطبان آن را صرفاً افرادی خاص با علایق مشخص می‌دانند و حتی آمارها از کاهش سرانه تماشاگران سینما در ایران خبر می‌دهند (مرکز رصد فرهنگی کشور، ۱۴۰۲). اما بازی رایانه‌ای همه‌قشر افرادی را به‌خود جذب کرده و روند روبه‌رشد مخاطبان خود را ادامه می‌دهد. در یک دسته‌بندی دو گروه مخاطب در مواجهه با بازی‌های رایانه‌ای نمایان هستند: روایت‌گرایان که اصل را بر روایت می‌گذارند و درواقع روایت‌شناسی^۱ می‌کنند و رویه‌گرایان که اصل را بر رویه^۲ می‌گذارند و بازی‌شناسی^۳ می‌کنند. این تقابل هم در طراحان، هم در بازیکنان و حتی در پژوهشگران نیز وجود دارد. دراین‌میان گروهی بازی‌روایت‌شناس^۴ نظیر آرست و بوگوست نیز وجود دارند که میانه این دو نحله را گرفتند و معتقدند هر دوی روایت و رویه در تحلیل بازی مهم هستند. به نظر اسکات راجرز رویه گوشت و روایت نمک غذاست (راجرز، ۱۳۹۶، ص. ۷۱).

ادغام سفر قهرمان در روایت‌های بازی‌های رایانه‌ای، توجه زیادی را از سوی بازیکنان و منتقدان به‌خود جلب کرده است. این ساختار روایی عمیقاً از طریق مخاطبان بازتاب داده شده و باعث افزایش تعامل عاطفی آنها در داستان بازی می‌شود. مطالعات انجمن نرم‌افزارهای سرگرمی ایالات متحده نشان می‌دهد که تقریباً ۶۵ درصد از گیمرها، داستان‌گویی را به‌عنوان انگیزه اصلی برای تجربیات گیم‌پلی خود در اولویت قرار می‌دهند و این امر نقش حیاتی روایت‌ها را در شکل‌دهی رضایت و حفظ بازیکن

1. Narratology

۲. Gameplay: برای واژه گیم‌پلی برگردان‌هایی نظیر روند، نحوه و فرایند بازی نیز اطلاق شده است.

3. Ludology

4. Ludonarratologist

برجسته می‌کند (Unknown, 2024). بازیکنان اغلب به‌طور ناخودآگاه نقش خود را در سفر قهرمان تشخیص می‌دهند و تجربه کلی بازی خود را بدون اینکه از غوطه‌وری آنها در داستان کاسته شود، بهبود می‌بخشند (Moffitt, 2013, p. 30).

در دهه‌های اخیر، بازی‌های رایانه‌ای از قالبی صرفاً سرگرم‌کننده فراتر رفته و به یکی از مهم‌ترین بسترهای روایت در فضای دیجیتال تبدیل شده‌اند. در این میان، تحلیل شیوه‌های داستان‌پردازی در بازی‌ها نشان می‌دهد که بسیاری از آنها از ساختارهای روایی برگرفته از سینما بهره می‌برند. یکی از الگوهای تأثیرگذار در این حوزه، الگوی دوازده مرحله‌ای «سفر قهرمان» است که کریستوفر ووگلر^۵ با بازآفرینی نظریه جوزف کمپبل^۶، آن را به مدلی کاربردی برای خلق روایت در رسانه‌های مدرن تبدیل کرد. با وجود تأثیر گسترده این الگو در سینما و ادبیات، هنوز به‌روشنی مشخص نیست که این ساختار در بازی‌های رایانه‌ای - که مبتنی بر تعامل، انتخاب و تجربه کاربر هستند - چگونه بازتاب یافته و چه تغییراتی در مراحل و نقش‌های روایی آن پدید آمده است.

از این رو، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که الگوی روایی ووگلر در بازی‌های رایانه‌ای چگونه بازآرایی شده و در بستر تعاملی این رسانه تا چه اندازه دچار دگرگونی، ساده‌سازی یا بازتفسیر شده است. این پژوهش می‌کوشد با رویکردی روایت‌شناختی و از طریق تحلیل کیفی نتایج حاصله از نمونه‌هایی از بازی‌های شاخص، سازوکارهای انطباق یا تحول مراحل دوازده‌گانه سفر قهرمان را در روایت بازی‌های رایانه‌ای بررسی کند. تبیین این مسئله می‌تواند ضمن پُرکردن خلأ نظری در زمینه تطبیق الگوهای کلاسیک روایت با رسانه‌های تعاملی، برای طراحان و نویسندگان بازی نیز سودمند باشد؛ زیرا درک آگاهانه از ساختارهای روایی موفق می‌تواند به خلق تجربه‌های داستانی منسجم‌تر و تأثیرگذارتر منجر شود.

۱. پرسش‌های پژوهش

الگوی روایی سفر قهرمان اساساً مبتنی بر وجود قهرمان است. یکی از وجوه انکارناپذیر در بازی‌های رایانه‌ای وجود قهرمان به‌عنوان شخصیت اصلی بازی است که همانا خود

5. Christopher Vogler

6. Joseph Campbell

بازیکن است. این قهرمان در برخی بازی‌ها ممکن است از یک فرد فراتر رفته و با چندین شخصیت پیش برود. آثار حاضر در این مقاله از بهترین بازی‌های رایانه‌ای ۱۵ سال اخیر ایران و همچنین یکی از بهترین عنوان‌های حال حاضر دنیا انتخاب شده‌اند. با انتخاب این جامعه هدف این مقاله به دنبال پاسخ به پرسش‌های زیر است:

- ۱- الگوی روایی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر تا چه حد و به چه شیوه‌هایی در ساختار روایت بازی‌های رایانه‌ای داستان‌محور موفق عمل می‌کند؟
- ۲- مراحل دوازده‌گانه سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در بازی‌های منتخب چگونه بازآرایی و اجرا می‌شوند؟
- ۳- آیا بازی‌هایی که از این الگو تبعیت می‌کنند، از نظر روایی تأثیرگذارترند یا بازی‌هایی که این الگو را شکسته‌اند؟

۲. اهداف پژوهش

۲-۱. هدف اصلی

تحلیل و بررسی میزان تطابق و انحراف ساختار روایی بازی‌های رایانه‌ای داستان‌محور منتخب با الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر.

۲-۲. هدف فرعی

- ۱- شناسایی و استخراج مراحل دوازده‌گانه سفر قهرمان در بازی‌های منتخب؛
- ۲- ارزیابی نقاط قوت و ضعف استفاده از این الگوی روایی در ایجاد تجربه‌های روایی منسجم و جذاب در بازی‌های رایانه‌ای.

۳. پیشینه پژوهش

الگوی «سفر قهرمان» کریستوفر ووگلر یکی از چهارچوب‌های پُرکاربرد در تحلیل‌های روایت‌شناختی در مطالعات سینما، ادبیات و به‌تازگی بازی‌های رایانه‌ای است. این الگو، که بر اساس صورت‌بندی مشهور جوزف کمپبل در کتاب قهرمان هزار چهره و با ساده‌سازی آن توسط ووگلر در کتاب سفر نویسنده ارائه شده است، مطمح‌نظر پژوهشگران متعددی قرار گرفته است. درحالی‌که عمده پژوهش‌ها به تحلیل فیلم‌های سینمایی اختصاص یافته، تعداد محدودتری نیز کوشیده‌اند این الگو را به حوزه نوظهور

بازی‌های رایانه‌ای و روایت‌های تعاملی تسری دهند.

لونه ناپیری در مطالعه‌ای میان‌رشته‌ای از جامعه‌شناسی، مطالعات جنسیتی و فرهنگ عامه با عنوان «دگرگونی شخصیت کریتوس در مجموعه خدای جنگ» نشان می‌دهد که این قهرمان بازتابی از تحولات اجتماعی در مفهوم مردانگی طی دو دهه اخیر است. هدف پژوهش بررسی شخصیت و قهرمان اصلی سری بازی‌های خدای جنگ و تحول شخصیتی اوست. وی با بهره‌گیری از نظریه‌های کانل^۷، مسنر^۸ و مسرشمیت^۹، سیر تحول کریتوس از یک جنگجوی خشن و انتقام‌جو در نسخه‌های اولیه تا پدری حامی و باگذشت در بازی ۲۰۱۸ را به‌عنوان گذر از مردانگی هژمونیک به‌سوی مردانگی عاطفی تبیین می‌کند. همچنین، نقش شخصیت‌های فرعی مانند سیندری، بروک، میمیر و فریا در نمایش اشکال متنوع مردانگی و زنانگی و تغییرات روایی و بصری بازی، نشانگر پیوند عمیق این مجموعه با تحولات فرهنگی و اجتماعی گسترده‌تر است (Nyíri, 2022).

اندرو ام مورگان در پایان‌نامه کارشناسی ارشدش «خدای جنگ: مردانگی و پدرانگی در راستای بلاغت فرایندی» به بررسی بازنمایی مردانگی و پدرانگی در بازی خدای جنگ (۲۰۱۸) می‌پردازد. نویسنده با تکیه بر مفهوم بلاغت فرایندی^{۱۰} – که اولین بار توسط یان بوگوست^{۱۱} ارائه شده است – و رویکرد الگوواره‌ای فمینیستی برای تحلیل قدرت بلاغی بازی استفاده می‌کند و نشان می‌دهد که چگونه طراحی مکانیک‌ها، روایت و تعاملات بازی، تجربه بازیکن را با مضامین رشد شخصیتی کریتوس، رابطه او با پسرش آترئوس و چالش‌های گذار از مردانگی خشن به پدرانگی حمایت‌گر و مسئولیت‌پذیر پیوند می‌دهد (Morgan, 2020).

زلیانگ ژانگ و همکاران در مقاله‌ای جالب توجه، تحلیلی کمی از سنجش میزان سرگرم‌کنندگی و جذابیت بازی ارائه داده‌اند. این پژوهشگران در «تحلیل دگرگونی بازی‌های اکشن: تحلیل موردی مجموعه خدای جنگ» از نظریه پالایش بازی (GR)^{۱۲}

7. Raewyn Connell

8. Messner

9. Messerschmidt

10. procedural rhetoric

11. I. Bogost

12. Game Refinement

استفاده کرده‌اند تا چگونگی مهندسی سرگرمی از طریق چالش، انتظار و غیرقابل پیش‌بینی بودن روشن شود. تحلیل داده‌های شش عنوان مجموعه، شامل طول بازی و تعداد حملات موفق، روندهای تکاملی در پیچیدگی مبارزات، ادغام روایت و یادگیری بازیکن را نشان می‌دهد. نتایج بیانگر آن است که مبارزات پایانی در عناوین اولیه بیشترین چالش را دارند، درحالی‌که عناوین بعدی با به‌کارگیری پویایی‌های متغیر و غیرقابل پیش‌بینی بودن، تجربه‌ای شبیه «ترن هوایی» ایجاد می‌کنند و میان تازه‌کارها و حرفه‌ای‌ها تعادل برقرار می‌سازند. علاوه‌براین، تفاوت‌های پلتفرمی بر تجربه بازی و شاخص‌های GR اثرگذار است و تحلیل ارائه‌شده شش دسته جنبه سرگرمی را معرفی می‌کند. گرچه این پژوهش متمرکز بر رویه است؛ اما به بخش‌های روایت‌گری مکانیک و رویه نیز اشاره دارد (Zhang et al., 2022).

در مطالعه با عنوان «قاتلان، خدایان و اندرویدها: چگونه روایت‌ها و مکانیک‌های بازی، تجربه یودایمونیک^{۱۳} را در بازی شکل می‌دهند»، روان دانیلز و همکارانش با یادداشت‌برداری سیستماتیک مبتنی بر نظر مالیه^{۱۴} (۲۰۰۷) به تحلیل محتوای بازی‌های «فرقه قاتلان: ادیسه، خدای جنگ و دترویت: انسان‌شدن» پرداختند و نشان داده‌اند که بازی‌های دیجیتال از سرگرمی صرف فراتر رفته و می‌توانند تجربه‌هایی یودایمونیک شامل معناداری، قدردانی، خودبازتابی و پیوندهای اجتماعی ایجاد کنند. نتایج این پژوهش چهار الگوی اصلی را آشکار کرده است: قدردانی به‌عنوان پیامد کلی بازی، هم‌پوشانی میان تجربه‌های معنادار و عاطفی، ظرفیت ویژه بازی‌ها برای ایجاد پیوند اجتماعی و مفاهیم مکملی چون نوستالژی و به‌زیستی. این پژوهش با ترسیم یک نقشه مفهومی از مطالعات موجود، بر ضرورت توسعه مدل‌های نظری یکپارچه برای درک بهتر تجربه‌های یودایمونیک و گسترش افق نظریه‌های رسانه و سرگرمی تأکید می‌کند (Daneels & et al., 2021).

در حوزه سینما، سیدبشیر حسینی، سمیه بکشلو و میثم فرخی در مقاله‌ای با عنوان «بازنمایی و ارائه الگوی قهرمان در سینمای دفاع مقدس: سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا»

13. eudaimonic

14. Malliet

مبتنی بر نظریه بازنمایی استوارت هال^{۱۵} به بازنمایی این الگو در چهار فیلم شاخص از چهار دهه فعالیت این کارگردان یعنی دیده‌بان، آژانس شیشه‌ای، به نام پدر و چ پرداخته‌اند. ایشان با بهره‌گیری از روش کدگذاری و استخراج دوازده مقوله متناظر با مراحل «سفر قهرمان» نشان می‌دهند که حاتمی‌کیا به‌گونه‌ای آگاهانه در مسیر قهرمان‌سازی از این الگو استفاده کرده است. نتایج مقاله گویای آن است که هرچند کارگردان به ساختار ووگلر وفادار است؛ اما در برخی بخش‌ها تغییراتی ایجاد می‌کند و این تغییرات را برای تناسب بخشی با فضای بومی و ایدئولوژیک سینمای دفاع مقدس ضروری می‌بیند؛ اما این تغییرات مانع ماندگاری شخصیت‌های آن شده‌اند.

در حوزه بازی‌های رایانه‌ای، حامد میرزایی و صادق قارونی در مقاله «تحلیل بازی ویدئویی ژانر نقش‌آفرینی ویچر بر اساس الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر»، کوشیده‌اند به روشی توصیفی - تحلیلی نشان دهند که چگونه می‌توان این الگو را در بستر متفاوتی چون بازی‌های نقش‌آفرینی پیاده کرد. آن‌ها در تحلیل خود تأکید می‌کنند که با وجود تفاوت‌های ذاتی میان مدیوم فیلم و بازی، ازجمله ماهیت تعاملی و غیرخطی بازی‌ها، ساختار کلی روایی بازی ویچر همچنان در انطباق با الگوی ووگلر قابل شناسایی است. نویسندگان مقاله همچنین به مسئله «سفارشی‌سازی» یا تغییرات جزئی در برخی مراحل سفر اشاره دارند و بر این باورند که چنین تغییراتی نه‌تنها نقص محسوب نمی‌شود، بلکه اقتضای طبیعی تفاوت‌های مدیومی است (میرزایی و قارونی، ۱۳۹۸).

در سطحی روش‌شناسانه‌تر، ژاکلین موران در مقاله‌ای با عنوان «تحلیل پدیدارشناختی تفسیری از سفرهای قهرمان در زلدا: فرصت‌ها و مسائلی برای مطالعات بازی‌ها» که در مجله Game Studies منتشر شده است، گامی نو برمی‌دارد. او با بهره‌گیری از روش «تحلیل پدیدارشناختی تفسیری» (IPA)^{۱۶} به بررسی تجربه زیسته بازیکنان در دو نسخه مشهور از مجموعه افسانه زلدا^{۱۷}، یعنی نای زمان^{۱۸} و نفس وحشی^{۱۹} می‌پردازد. موران در این مقاله می‌کوشد نشان دهد که چگونه بازیکنان به‌طور

15. Stuart Hall

16. Interpretative Phenomenological Analysis

17. The Legend of Zelda

18. Ocarina of Time

19. Breath of the Wild

فعال معنای روایی بازی را بازسازی می‌کنند و تا چه میزان این بازسازی‌ها با ساختار اسطوره‌ای سفر قهرمان کمپیل و ووگلر همخوانی دارد (Moran, 2023). سیدعلیرضا س. گلپایگانی، منصور حسامی کرمانی و فاطمه حسینی شکیب نیز در پژوهشی توصیفی - تحلیلی به «بررسی تطبیقی الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در انیمیشن‌های میازاکی و دوره رنسانس دیزنی: مطالعه موردی پری دریایی کوچولو، دیو و دلبر، همسایه من توتورو و شهر اشباح» پرداخته و الگوی روایی مذکور را با ساختار روایی پویانمایی‌های مورد مطالعه تطبیق داده‌اند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که هر دو جریان دیزنی و میازاکی به‌طور کلی از الگوی ووگلر پیروی می‌کنند. بااین‌حال، تفاوت‌های معناداری میان جهان‌نگری این دو مکتب وجود دارد: در آثار دیزنی، چه در «جهان عادی» قهرمان و چه در قلمرو «جهان ناشناخته»، غلبه با جهان مردانه و پدرسالار است و نقش‌های مونث محدود به کارکردهای جانبی می‌شوند؛ اما در آثار میازاکی، جهان هم در وضعیت عادی و هم در وضعیت ناشناخته واجد کیفیتی خاکستری‌تر و چندلایه است و شخصیت‌های زن جایگاهی پررنگ‌تر می‌یابند. باوجود این تفاوت‌ها، ساختار بنیادین روایت‌ها همچنان منطبق بر الگوی ووگلر باقی می‌ماند (س. گلپایگانی؛ حسامی کرمانی و حسینی شکیب، ۱۴۰۱).

درنهایت، رابرت کاسار در مقاله «خدای جنگ: یک تحلیل روایی» به تحلیل روایت‌شناسانه سه‌گانه نخست این بازی می‌پردازد. او با ترکیب اسطوره‌شناسی یونانی، نظریه کهن‌الگوها، مراحل سفر قهرمان کمپیل / ووگلر و همچنین نظریه دریافت نیلسن و همکاران، خوانشی عمیق از این سه‌گانه ارائه می‌دهد. یافته‌های کاسار نشان می‌دهد که بازی خدای جنگ، به‌ویژه در نسخه‌های نخستین، واجد ساختاری روایی است که به‌طور معناداری با الگوی «سفر قهرمان» سازگار است و درعین‌حال توانسته با بهره‌گیری از عناصر اسطوره‌ای یونانی و روایت‌های تعاملی، این‌الگو را بازآفرینی و بومی‌سازی کند (Cassar, 2013).

پیشینه پژوهش‌های مرتبط با مجموعه «خدای جنگ» و الگوی «سفر قهرمان» نشان می‌دهد که این حوزه در ترکیبی از روش‌های روایت‌شناسی، مطالعات فرهنگی و جنسیت، بلاغت بازی و تجربه بازیکن گسترش یافته است. بخش مهمی از پژوهش‌ها

به تحول شخصیت کریتوس پرداخته؛ تحولی که هم در روایت و هم در مکانیک‌ها تجربه‌پذیر است. مطالعات ژانگ و همکاران نیز با بهره‌گیری از نظریه پالایش بازی، تکامل ساختار سرگرمی و پیوند روایت و مکانیک دسته‌بندی جدیدی از سرگرمی ارائه کرده‌اند. اغلب پژوهش‌ها با استفاده از روش‌های تحلیل کیفی یا توصیفی (مانند سینمای دفاع مقدس یا پویانمایی‌های دیزنی و میازاکی) الگوی ووگler در فیلم‌ها و بازی‌های مختلف را نشان داده‌اند، هرچند بسته به بافت فرهنگی یا دلایل دیگر دچار تغییراتی می‌شود. این نوع پژوهش‌ها در ارتباط با بازی‌های رایانه‌ای نیز انجام شده است؛ اما نقطه تمایز اصلی پژوهش حاضر، تمرکز بر مجموعه‌ای متنوع از بازی‌ها با نقطه‌نظرهای روایی متفاوت - از دانای کل تا سوم‌شخص - و نیز گنجاندن نمونه‌های ایرانی در تحلیل است؛ رویکردی که امکان ارزیابی انعطاف‌پذیری الگوی سفر قهرمان را در بافت‌های ملی و فراملی و فرهنگی گوناگون، از جمله ایران فراهم می‌کند.

۴. ادبیات و مبانی نظری

۴-۱. قهرمان

مطالعات مفهومی در زمینه ادبیات و روایت‌شناسی شخصیت، مفاهیم کلیدی مانند: قهرمان^{۲۰}، ضدقهرمان^{۲۱}، پروتاگونیست^{۲۲} و آنتاگونیست^{۲۳} را مشخص کرده‌اند. در تعریف فرهنگ‌های لغت معتبر مانند آکسفورد و کمبریج، قهرمان فردی است که به‌واسطه انجام اعمال شجاعانه و ارزشمند مورد تحسین و تمجید جامعه قرار می‌گیرد. درمقابل، ضدقهرمان شخصیتی است که فاقد ویژگی‌های کلاسیک قهرمانی بوده و رفتارهای او معمولاً از نظر اخلاقی مورد نقد قرار می‌گیرد، هرچند ممکن است در پیشبرد روایت نقشی محوری ایفا کند. پروتاگونیست به‌عنوان شخصیت اصلی در ساختار داستانی بازی‌ها، فیلم‌ها یا متون ادبی تعریف می‌شود و تمامی کنش‌ها و تجربه‌های داستان حول محور او شکل می‌گیرد. آنتاگونیست، در سوی دیگر، شخصیتی است که با پروتاگونیست یا اهداف او مخالفت می‌کند و عامل ایجاد تعارض و پیشبرد

20. Hero

21. Antihero

22. Protagonist

23. Antagonist

درام در روایت است. تحلیل این چهار مفهوم نشان می‌دهد که شخصیت اصلی داستان، یعنی پروتاگونیست، می‌تواند ماهیتی قهرمانانه یا ضدقهرمانانه داشته باشد. به عبارت دیگر، پروتاگونیست الزامی ندارد همیشه فردی شجاع یا به لحاظ اخلاقی کامل باشد و ممکن است ویژگی‌های یک ضدقهرمان را نیز دارا باشد. به همین ترتیب، آنتاگونیست نیز ممکن است دارای ویژگی‌های قهرمانانه یا ضدقهرمانانه باشد و لزوماً صرفاً نقش منفی را ایفا نکند. در زمینه بازی‌های رایانه‌ای، این تحلیل اهمیت بیشتری می‌یابد؛ زیرا بازیکن در قالب آواتار پروتاگونیست کنش‌های داستانی را تجربه می‌کند و درک ترکیبی از خصوصیات قهرمانی و ضدقهرمانی شخصیت اصلی می‌تواند تجربه بازی و درگیری احساسی بازیکن با روایت را تحت تأثیر قرار دهد؛ بنابراین، بررسی این مفاهیم چهارچوبی تحلیلی برای تحلیل شخصیت‌ها و طراحی روایت فراهم می‌آورد و نشان می‌دهد که شخصیت اصلی داستان می‌تواند ترکیبی از ویژگی‌های اخلاقی و انگیزشی مختلف باشد.

۴-۱-۱. سفر قهرمان

سفر قهرمان که اولین بار توسط جوزف کمپبل در کتاب قهرمان هزار چهره مطرح و سپس توسط کریستوفر ووگلر به صورت نظام‌مند تدوین شده است، دربردارنده مجموعه‌ای از مراحل دوازده‌گانه است که سیر تحول شخصیت اصلی را بازنمایی می‌کند. این ساختار، متشکل از مراحل مانند: عزیمت، تشریف و بازگشت، الگویی جذاب برای داستان‌سرایی فراهم می‌کند و بازیکنان با تجسم نقش قهرمان، یک قوس روایی غنی پُر از رشد شخصی، چالش‌ها و پیروزی‌ها را تجربه می‌کنند. این مراحل به طور خلاصه چنین‌اند:

پرده اول (عزیمت):

- ۱- قهرمان در آغاز داستان در جهان عادی معرفی می‌شود؛ محیطی آشنا که جایگاه کنونی او و کاستی‌هایش را نمایان می‌سازد؛
- ۲- سپس با دعوت به ماجراجویی مواجه می‌شود؛ فراخوانی که او را به ترک وضعیت عادی ترغیب می‌کند؛

۳- ولی قهرمان معمولاً در ابتدا با نوعی تردید یا امتناع از پذیرش این دعوت روبه‌رو می‌شود؛

۴- اما با یاری و هدایت یک مرشد یا مربی، انگیزه و آمادگی لازم را برای آغاز سفر می‌یابد؛

۵- و با عبور از نخستین آستانه وارد جهان ناشناخته یا «جهان ویژه» می‌شود، قلمرویی متفاوت سرشار از چالش.

پرده دوم (تشریف):

۱- در این جهان تازه با آزمون‌ها، متحدان و دشمنان روبه‌رو می‌گردد و توانایی‌هایش محک زده می‌شود؛

۲- آنگاه قهرمان به غار درونی یا هسته اصلی بحران نزدیک می‌شود و از آستانه دوم می‌گذرد؛

۳- در این نقطه با آزمون یا محنت بزرگ مواجه می‌شود که اوج چالش سفر به‌شمار می‌رود.

پرده سوم (بازگشت):

۱- در پی غلبه بر این آزمون، قهرمان پاداش یا دستاورد اصلی خود را به‌دست می‌آورد؛

۲- سپس مسیر بازگشت آغاز می‌شود و قهرمان اغلب در راه بازگشت به جهان عادی با تعقیب یا خطرات تازه مواجه می‌گردد؛

۳- او با عبور از آستانه سوم، مرحله‌ای از رستاخیز و دگرگونی بنیادین را تجربه می‌کند و وجودی متحول می‌یابد؛

۴- سرانجام، قهرمان با اکسیر، گنج یا نعمتی ارزشمند به جهان عادی بازمی‌گردد و این دستاورد را در خدمت جامعه یا خویشتن قرار می‌دهد (شکل ۱) (Vogler, 2020, pp. 21-22).



منبع: (بازطراحی شده توسط نگارنده)

شکل (۱): الگوی شماتیک سفر قهرمان کریستوفر ووگلر (برگرفته از کتاب سفر نویسنده: ص. ۱۹۴)

۴-۲. بازی رایانه‌ای

تعریف «بازی» یکی از مباحث مناقشه‌برانگیز در حوزه فلسفه، روان‌شناسی، مطالعات فرهنگی و مطالعات بازی‌های دیجیتال / رایانه‌ای / ویدئویی بوده است. پژوهشگران و نظریه‌پردازان بارها کوشیده‌اند برای این پدیده پُرکاربرد و چندوجهی تعریفی جامع و مانع ارائه دهند؛ اما اغلب این تلاش‌ها به دلیل پیچیدگی و چندلایگی ذاتی بازی ناکام مانده است. درواقع، اجماعی بر سر یک تعریف واحد و نهایی وجود ندارد و هر تعریف بر جنبه‌ای خاص از بازی تأکید می‌کند.

از نخستین کوشش‌ها می‌توان به دیدگاه فردریش شیلر اشاره کرد که بازی را مصرف آزاد و بی‌هدف انرژی اضافی می‌داند. این تعریف اگرچه به جنبه فیزیکی و فراغتی بازی توجه دارد؛ اما نمی‌تواند پاسخگوی ابعاد گسترده‌تر اجتماعی، فرهنگی و شناختی آن باشد. در همین راستا، ج. برنارد گیل‌مور بازی را فعالیتی می‌داند که با «لذت نسبی، نشاط، قدرت و احساس قریحه شخصی» همراه است. تعریف او بیش از آنکه به ساختار بازی توجه کند، به تجربه روانی و احساسی بازیکن می‌پردازد؛ اما همچنان جامعیت لازم را ندارد.

در دوران معاصر، برخی طراحان بازی کوشیده‌اند تعاریفی کارآمدتر و کاربردی‌تر عرضه کنند. کتی سالن و اریک زیمرمان در کتاب قواعد بازی، بازی را «حرکت آزاد در میان ساختاری سفت و محکم» معرفی می‌کنند (Schell, 2019, pp. 37-38). در این تعریف، آنچه برجسته می‌شود، تنش میان آزادی بازیکن و محدودیت‌های ناشی از قواعد است؛ بازیکن آزاد است انتخاب کند؛ اما انتخاب‌های او همواره در دل یک ساختار قاعده‌مند رخ می‌دهند. به تعبیر دیگر، بازی نوعی تعامل پویا میان آزادی و محدودیت است.

در همین مسیر، تریسی فولرتون نیز بر «آزادی حرکت درون یک ساختار بسته» تأکید می‌کند (Fullerton, 2024). این ساختار بسته از طریق قوانین و مرزهایی که بازی را از فعالیت‌های غیربازی متمایز می‌سازد، عمل می‌کند. تعریف فولرتون نیز مانند تعریف سالن و زیمرمان بر رابطه دیالکتیکی میان آزادی و محدودیت تمرکز دارد.

از سوی دیگر، جسی شل، طراح و نظریه‌پرداز مشهور، بازی را «یک فعالیت حل مسئله همراه با حالتی شاداب و بازیگوشانه» معرفی می‌کند (Schell, 2019, p. 39). او با این تعریف، بر وجه شناختی بازی یعنی حل مسئله و بر وجه عاطفی — روانی آن یعنی شادابی و بازیگوشی تأکید می‌ورزد. این تعریف نشان می‌دهد که بازی صرفاً فعالیتی تفننی نیست بلکه فرایندی پیچیده است که در آن بازیکن با چالش‌ها و موانع روبه‌رو می‌شود و باید راه‌حل‌های خلاقانه بیابد.

در نهایت، سید مایر طراح افسانه‌ای بازی تمدن^{۲۴}، تعریف موجز اما پُرنفوذی ارائه

کرده است: «بازی مجموعه‌ای از انتخاب‌های جالب و جذاب است». در این تعریف، عنصر محوری «انتخاب» است؛ بازی زمانی معنا پیدا می‌کند که بازیکن در هر لحظه با گزینه‌های متعددی مواجه شود و بتواند بر اساس میل، راهبرد یا خلاقیت خود دست به انتخاب بزند.

با کنار هم قراردادن این تعاریف، می‌توان دریافت که هیچ‌یک از آن‌ها به تنهایی جامعیت و مانعیت لازم را ندارد؛ اما همگی بر چند عنصر مشترک تأکید دارند: نخست، بازی پدیده‌ای است مبتنی بر لذت، شادابی و بازیگوشی؛ دوم، بازی همواره در دل ساختاری قانونمند و هدفمند شکل می‌گیرد و سوم، آزادی انتخاب بازیکن درون این ساختار نقشی تعیین‌کننده در تعریف و تجربه بازی ایفا می‌کند. به بیان دیگر، بازی فعالیت بازیگوشانه و شاد همراه با قانون و هدف است.

۴-۳. روایت / رویه

ریچارد دنسکی روایت را روشی جهت ایجاد ارتباط بین اصول داستان با مخاطبان تعریف می‌کند (Dansky, 2021, p. 2). در واقع این روایت است که داستان را به مخاطب تفهیم می‌کند. به نظر می‌رسد داستان رخدادی واقعی است که زاویه دید فرد به آن، روایت آن فرد را می‌سازد. روایت آن زاویه‌ای از داستان را نمایان می‌کند که کارگردان یا نویسنده یا طراح بازی می‌خواهد به تماشاگر نشان دهد. داستان عاشورا رخدادی بود که هنرمندان متعدد از زوایای مختلفی آن را روایت کرده‌اند؛ روایت‌ها هم حماسی و قهرمانانه بود و هم تراژیک. آن روشی که نویسنده جهت ایجاد ارتباط مخاطب با داستان عاشورا انتخاب کرده و پی می‌گیرد نوع روایت را مشخص می‌کند. بسته به قدرت راویان روایت‌مندی اثرهای هنری واجد شدت و ضعف می‌شود. از ویژگی‌های مختص بازی‌های رایانه‌ای همدستی رویه در روایت‌گری داستان است؛ بدین معنی که حتی رویه نیز به کمک روایت می‌آید. متفکران مطالعات بازی از سه منظر به بازی‌های رایانه‌ای نگریسته‌اند: روایت‌شناسی، بازی‌شناسی، بازی‌روایت‌شناسی. روایت‌شناسی به بررسی و تحلیل ساختار روایت، شیوه بیان داستان، پلات، شخصیت و تجربه بازیکن در برخورد با این روایت می‌پردازد. از منظر بازی‌شناسی مهم‌ترین چیزها

قوانین، مکانیک‌ها و تعامل بازیکن است که مبتنی بر روند پیشروی و اتفاقات رخ داده در زمان‌هایی است که به بازیکن قدرت کنش داده می‌شود. یان بوگوست معتقد است این دو رویکرد سوژه‌مندی در بازی‌ها را تقلیل می‌دهند، چون توجهی به عملکرد، فرایند تصمیم‌گیری و فرایندهای درگیر در تجربه ندارند. بوگوست با استناد به پژوهشگرانی مانند فرسکا و جنکینز نشان می‌دهد که هر دو دیدگاه اساساً بر تحلیل‌های فرمالیستی استوارند و بین آن‌ها شباهت‌هایی وجود دارد که غالباً نادیده گرفته می‌شود (Bogost, 2006). علی‌ای حال وی دو نگاه لودیک و روایت‌شناسی را با هم ترکیب کرده و به «تحلیل عملیات واحد» می‌رسد. او بازی را مجموعه‌ای از واحدهای سازنده می‌داند که هرکدام به‌تنهایی معنایی دارند و در کل نیز معنادار هستند. او مثال می‌زند که چگونه ژنتیک مدرن از تمرکز بر «ژن به‌عنوان کل» (سیستم) فاصله گرفته و به‌سمت «عملکرد ژن‌ها در شبکه‌ای از روابط» (واحدها) حرکت کرده است (Bogost, 2006, p. 145). واحدهای معنا در بازی شامل مکانیک، تصمیمات، صدا، زمان و روایت هستند. (Bogost, 2006). با توجه به موضوع و چهارچوب نظری حاکم بر پژوهش حاضر، تمرکز بیشتر بر روی روایت، گفتگوها و رخداد‌های بازی‌های منتخب بوده و رویکردی روایت‌شناسانه اتخاذ شده است.

۵. روش پژوهش

در این مقاله در مرحله نخست به بررسی محتوای نظری موضوع مقاله جهت انتخاب چهارچوب نظری پرداخته شد. سپس با نصب و اجرای بازی‌های مورد مطالعه یعنی «خدای جنگ: رگنارک»، «فرزندان مورتا» و «سفیر عشق» روی سکو (پلتفرم)‌های مختص آن، برخی مراحل بازی خدای جنگ و تمامی مراحل دو بازی دیگر توسط پژوهشگر تجربه شد تا نحوه کنترل و شیوه روایت و رویه بازی مشخص شود. جهت تمرکز بیشتر بر شیوه روایت و گفتگوهای میان شخصیت‌ها که داستان را به پیش می‌برند ویدیوی کامل همه بازی‌ها از یوتیوب و آپارات بارگیری (دانلود) شده و توسط نرم‌افزار MaxQDA کدگذاری شد. مجموع زمان ویدیوها بیش از ۴۵ ساعت شد که نشانگر حجم بالای محتوای بررسی شده است.

شبه و شانون تحلیل محتوای کیفی را روشی پژوهشی برای تفسیر ذهنی داده‌های متنی یک محتوا از طریق فرایندهای رمزگذاری، مضمون یا انگاره‌سازی می‌داند و سه نوع قراردادی، هدایت‌شده و تلخیصی را برمی‌شمارد. در رهیافت قراردادی پژوهشگر بدون هیچ چهارچوب نظری اولیه وارد داده‌ها می‌شود و رویکردی کاملاً استقرایی دارد. در رهیافت هدایت‌شده یا جهت‌دار، پژوهشگر پیش‌زمینه نظری مشخص یا یافته‌های پیشین را برای ساخت الگوهای اولیه کدگذاری استفاده می‌کند. رهیافت تلخیصی با شمارش فراوانی کلمات، واژه‌ها و واحدهای معنایی آغاز می‌شود؛ اما هدف آن کمی‌سازی نیست و هدف آن شناخت نحوه استفاده از واژگان، گفتمان‌ها و الگوهای زبانی است (Hsieh & Shannon, 2005, pp. 1278-1284). رهیافت مورد استفاده در روش تحلیل محتوای کیفی حاضر، «هدایت‌شده» است. در این رویکرد نظریه‌های موجود یا مطالعات پیشین به‌عنوان کدهای اولیه و راهنما شکل می‌گیرند (Graneheim & Lundman, 2003, p. 111). منطبق بر این مقوله‌ها، پژوهشگر با تحلیل محتوای موجود در صحنه‌ها – شامل داستان، شخصیت، روایت، رویه، فضا‌سازی و ... – کدگذاری می‌کند. در شیوه تحلیل محتوای جهت‌دار غالباً بر مبنای رویکرد قیاسی و با اتکا به نظریه ازپیش‌موجود طبقه‌بندی صورت می‌گیرد. وجه تمایز آن با سایر روش‌ها در میزان و نوع نقش‌آفرینی نظریه نهفته است. چنین رویکردی امکان پیش‌بینی درباره متغیرهای مورد بررسی یا نوع رابطه میان آن‌ها را فراهم می‌سازد. به‌این‌ترتیب، فرایند طراحی کدگذاری اولیه و نیز ارتباط میان کدها تسهیل می‌شود؛ موضوعی که ماهیتاً نشان‌دهنده مقوله‌بندی در چهارچوب قیاسی است (ایمان و نوشادی، ۱۳۹۰، ص. ۲۴).

در این پژوهش سه بازی انتخاب شدند. در ابتدا با توجه به قدرت روایی بازی‌های AAA جهانی، بازی تحسین‌شده «خدای جنگ: رگناروک^{۲۵}» که موفق به کسب برترین جوایز جشنواره‌های مختلف نظیر گیم آواراز، بفتا و ... شده است. این بازی در جشنواره‌های معتبر از نظر داوران و منتقدان در بسیاری از بخش‌های مختلف من جمله روایت، نامزد بهترین بازی سال ۲۰۲۲ و ۲۰۲۳ (IMDB) انتخاب گردید.

پژوهش حاضر ادعایی در رابطه با تعمیم‌پذیری نتایج حاصله ندارد؛ اما جهت اتقان

نتایج در انتقال‌پذیری، دو بازی ایرانی روایت‌محور نیز مدنظر قرار گرفت. این بازی‌ها طی یک نظرسنجی از جوامع مختلف طرفداری بازی‌ها در شبکه‌های اجتماعی تلگرام، بله و دیسکورد انتخاب شدند. در این نظرسنجی ۹۴ نفر شرکت داشتند و از ۲۵ بازی برتر ۱۵ سال گذشته هرکدام سه بازی را انتخاب کردند. برای انتخاب ۲۵ بازی ایرانی چهار شاخص مدنظر قرار گرفت:

- ۱- بهترین بازی سال ایران در جشنواره بازی‌های رایانه‌ای فجر؛
 - ۲- بازخورد مناسب در اکوسیستم طرفداری بازی و تعداد فروش بالا؛
 - ۳- انتخاب رسانه‌های تخصصی و استریمرها؛
 - ۴- واجد داستان و روایت منظم.
- از میان ۲۵ بازی دو بازی فرزندان مورتا و سفیر عشق انتخاب شد و پژوهش روی این سه بازی صورت گرفت.

۶. یافته‌های پژوهش

۶-۱. بازی خدای جنگ: رگناروک (رستاخیز)

بازی خدای جنگ: رگناروک (۲۰۲۲) ادامه‌ای بر نسخه ۲۰۱۸ و درواقع خط پایانی بر خدایان نورس است. روایت بازی با آغاز فیمبول وینتر و رابطه عمیق‌تر کریتوس و آترئوس شروع می‌شود؛ جایی که آترئوس در پی کشف حقیقت هویت خود به‌عنوان لوکی است. پس از حمله ناگهانی ثور و اودین، سفر پدر و پسر به قلمروهای مختلف آغاز می‌شود؛ از آلفهایم و سواتلفهایم تا هلهایم و یوتنهایم، جایی که آترئوس با آنگربودا ملاقات می‌کند و سرنوشت مبهم جهان و غول‌ها بر او آشکار می‌شود. در این‌میان، کریتوس با فریا از دشمنی به صلح می‌رسد و تلاش می‌کند گذشته‌خشن خود را پشت سر بگذارد. اتحاد ظاهری با تایر به خیانت اودین و مرگ بروک ختم می‌شود و این گروه را به جنگ نهایی می‌کشاند. سرانجام در رگناروک، ثور کشته می‌شود، آترئوس روح اودین را زندانی می‌کند و آزگارد - قلمرو خدایان و پدر همه آنها اودین - نابود می‌گردد. در پایان، کریتوس نه به‌عنوان نابودگر، بلکه به‌عنوان قهرمانی پذیرفته می‌شود که سرنوشت تازه‌ای برای خود و جهان رقم زده است. این بازی با ارائه مکانیک‌های بدیع و شخصیت‌های ماندگار نوآوری‌های شگفت‌انگیزی هم در رویه و

هم در روایت داشته است. بازیکن در این بازی چندین شخصیت را کنترل می‌کند که هر کدام داستان و سرنوشت مخصوص به خود را دارد. این بازی با نوآوری در روایت و مکانیک، امکان پیگیری چند قوس روایی را فراهم کرده است. در ابتدا هدف پژوهش تحلیل سفر قهرمانی کریتوس بود؛ اما بررسی دقیق‌تر نشان داد که ساختار دوازده‌گانه ووگلر بر مسیر رشدی آترئوس / لوکی نیز منطبق است؛ بنابراین روایت بازی نه یک سفر واحد، بلکه دو سفر قهرمانی هم‌زمان را شکل می‌دهد. این ساختار همچنین می‌تواند بر الگوی مرشد - شاگردی استوار باشد: کریتوس دانشی مبتنی بر بقا، مبارزه و مسئولیت را به آترئوس منتقل می‌کند، و آترئوس نیز با یاد دادن اعتماد، کنترل خشم و بازاندیشی درباره گذشته، مسیر تحول پدر را تکمیل می‌سازد. به این ترتیب، هر دو شخصیت سفر مستقل اما درهم‌تنیده‌ای را طی می‌کنند و بازی نمونه‌ای از یک روایت چندقهرمانی ارائه می‌دهد که ویژگی‌های مدیوم تعاملی در آن نقش اساسی دارد.

۲-۶. فرزندان مورتا

خانواده برگسون، نگهبانان باستانی کوه مورتا، با بیداری نیروی اهریمنی «فساد» مواجه می‌شوند که سرزمینشان را آلوده و موجودات را به هیولا تبدیل کرده است. این خانواده متشکل از مارگارت (مادر بزرگ و پیر و مرشد خانواده)، جان (پدر و فرمانده)، ماری (مادر و عشق‌دهنده)، لوسی (دختر و جادوگر)، مارک (پسر و راهب جنگجو)، کوین (پسر و نینجای جوان)، لیندا (دختر و کماندار) و بن (عمو و مخترع) خانواده باید متحد شوند تا منشأ این فساد را نابود کنند. داستان آن‌ها را به سه منطقه اصلی می‌کشاند: جنگل‌های آلوده، غارهای عمیق و بیابان‌های سوزان، جایی با هیولاهای فاسدشده مبارزه می‌کنند. تحت راهنمایی «رئا» (الهه نگهبان کوه)، درمی‌یابند که فساد ناشی از انحراف یکی از موجودات اولیه‌ای است که جهان را شکل داده‌اند. سفر آن‌ها نه تنها نبرد فیزیکی، بلکه مبارزه‌ای درونی با ترس‌ها و تضادهای شخصی است: لوسی با قدرت‌های جدیدش کنار می‌آید، کوین شجاعتش را می‌آزماید و جان و ماری اتحاد خانواده را حفظ می‌کنند. در نقطه اوج، برگسون‌ها در نبردی سرنوشت‌ساز با موجود فاسد روبه‌رو می‌شوند. اتحاد و فداکاری خانواده موجب می‌شود تاریکی شکست

بخورد و تعادل به کوه بازگردد. اگرچه فساد فروکش می‌کند؛ اما برگسون‌ها می‌دانند که نگهبانی از کوه پایانی ندارد.

۶-۳. سفیر عشق

بازی سفیر عشق روایتی تاریخی - مذهبی است که در سال ۶۱ هجری قمری و در بستر کوفه شکل می‌گیرد. شخصیت اصلی آن مهران، پهلوانی ایرانی و اهل ایران است که از مدت‌ها پیش برای خدمت به امام حسن (علیه‌السلام) به کوفه آمده و همراه همسرش پروانه علاقه‌ای عمیق به اهل بیت دارد. او به دنبال زندگی آسوده خود خوابی می‌بیند و ندای «هل من ناصر ینصرنی» را می‌شنود. مرگ دختر خردسالشان، هانیه، زخمی بر دل آنان نهاده است؛ اما علت مرگ و حتی تبدیل نمادین کودک به شمشیر برای مخاطب به‌طور کامل روشن نمی‌شود و تنها می‌توان آن را ناشی از شک یا سستی در وفاداری به امام دانست. با شدت گرفتن ظلم حاکمان و فشار بر شیعیان، مهران بار دیگر به کوفه برمی‌گردد؛ همانجا که مسلم بن عقیل، نماینده امام حسین (علیه‌السلام)، برای بررسی دعوت کوفیان حضور یافته است. از این لحظه، بازیکن در نقش مهران در متن حوادث اجتماعی و سیاسی کوفه قرار می‌گیرد و باید در مسیر پُرچالش او تصمیم‌گیری کند، به مبارزه برخیزد و از عقیده و وفاداری خویش دفاع نماید. داستان با حضور شخصیت‌های تاریخی چون ابن زیاد، مختار ثقفی، هانی بن عروه و نعمان بن بشیر و... غنا می‌یابد و فضاهایی همچون زندان، دارالعماره و محله‌های کوفه با جزئیات بازآفرینی شده تا حس واقعیت تاریخی منتقل گردد. مهران تلاش می‌کند در کنار مختار قبایل اطراف را برای یاری همراه کند. بازی می‌کوشد علاوه بر بازگویی موازی یک روایت مذهبی، تجربه‌ای تعاملی از آزادی، ایثار و وفاداری به مخاطب ارائه دهد؛ تجربه‌ای که سفر قهرمانانه مهران را نه فقط به شکلی فردی بلکه در پیوند با سرنوشت جمعی شیعیان کوفه و قیام عاشورا بازنمایی می‌کند.

پرده اول: عزیمت

۱- جهان عادی: با توجه به نقش قدرتمند خیال در بازی‌های رایانه‌ای غالباً داستان‌ها

اساطیری هستند. در سه نمونه انتخاب شده نیز دو بازی فضای اساطیری دارند و

یک بازی نیز تاریخی است. ورود به فضای داستانی و روایت جهان عادی بسیار کوتاه در این بازی‌ها اتفاق می‌افتد. در بازی خدای جنگ: رگناروک کریتوس در غاری نشسته و در فکر فرو رفته است و آترئوس نیز با شکاری به او ملحق می‌شود. هر دو در فکر آرامشی هستند که در فیمبول ویتتر دارند. در سفیر عشق اما از ابتدا گویی جهان برای مهران عادی نیست. در ابتدا سوارکارانی به دنبالش هستند. البته داستان در شکاف زمانی میان شهادت امام حسن (علیه السلام) و قیام امام حسین (علیه السلام) اتفاق می‌افتد و هنوز وارد رخداد‌های بعدی نشده است. لکن نوع روایت با توجه به فلش‌بک‌ها و ورود به دنیای توهّمات مهران کمی سردرگم است. در جهان عادی کوفه مهران و خانواده‌اش زندگی می‌کنند؛ اما فرزند مهران بیمار می‌شود و او وارد توهّمات از دست دادن فرزندش می‌شود. در فرزندان مورتا نیز خانواده برگسون‌ها در کوه مورتا که نگهبان آن نیز هستند با خوشی زندگی می‌کنند. مارگارت به زیارتگاه رئا دانا می‌رود و با الهه نگهبان ارتباط می‌گیرد.

۲- **دعوت به ماجراجویی:** در خدای جنگ رگناروک، کریتوس ابتدا در آرامش خانه خود قرار دارد؛ اما صحبت آترئوس درباره خطر بی‌حرکی و دعوت او برای کشف هویت لوکی، همراه با ورود تهدیدهای عظیم ثور و اودین، او را از آرامش به مسیر ماجراجویی می‌کشاند. آترئوس نیز با رؤیاها و سفرهای پنهانی به یوتن‌هایم و تلاش برای شناخت هویت واقعی خود، تجربه‌ای مشابه را تجربه می‌کند. در سفیر عشق، مهران با شنیدن اخبار ظلم حکام اموی و دعوت مردم کوفه از امام حسین (علیه السلام)، احساس مسئولیت درونی پیدا کرده و به تدریج از زندگی معمولی خود فاصله می‌گیرد و به مسیر مبارزه و دفاع از حق فراخوانده می‌شود. در فرزندان مورتا، خانواده برگسون با وقوع فساد در جنگل و کابوس‌های مارگارت، به نقطه‌ای بحرانی می‌رسند که جان را مجبور به دفاع از کوه و مقابله با تهدید می‌کند؛ حمایت عاطفی و نمادین اعضای خانواده، از جمله هدیه تکه گوهر، شمشیر و بوسه، انگیزه کافی برای آغاز ماجراجویی فراهم می‌آورد. در هر سه روایت، دعوت به ماجراجویی همزمان با تهدید، مسئولیت و نشانه‌های نمادین، قهرمان را از دنیای آشنا به چالش‌های بزرگ سوق می‌دهد، و نقطه آغاز تحول شخصیت و داستان است.

۳- امتناع از دعوت: در خدای جنگ رگناروک، کریتوس تمایلی به ورود به جنگ جدید ندارد و ترجیح می‌دهد آرامش و امنیت خانه را حفظ کند، درحالی‌که آثرئوس به دلیل سردرگمی درباره هویت خود و ترس از پذیرفتن نقش لوکی، دچار تردید می‌شود؛ پدرش عملاً مانع از پذیرش دعوت درونی او می‌گردد. در سفیر عشق، مهران نیز ابتدا در برابر دعوت به مسئولیت مقاومت می‌کند؛ کابوس‌ها، وسوسه‌ها و سردرگمی ذهنی، ترس از بازگشت به میدان نبرد و نگرانی برای آرامش و خانواده، همه نشانه‌های رد دعوت هستند که او را در تعلیق و تأمل نگه می‌دارند. در فرزندان مورتا، اگرچه جان به سرعت وارد مسیر ماجراجویی می‌شود، سایر اعضای خانواده (کوبین با تردید، لوسی با شتاب‌زدگی و مارک با استقامت) ابتدا مقاومت یا مردد بودن خود را تجربه می‌کنند؛ بااین حال، این بخش در روایت بازی کمتر برجسته شده است و بیشتر بر آماده سازی ذهنی و لحظات کوتاه تأمل تمرکز دارد. در مجموع، رد دعوت در این سه روایت به صورت تردید، ترس و مقاومت اولیه جلوه می‌کند و نقطه‌ای ضروری برای نشان دادن دشواری آغاز سفر و شدت فراخوان به ماجراجویی است؛ زیرا بدون مواجهه با این امتناع، تحول قهرمان قابل درک نخواهد بود.

۴- ملاقات با مرشد: در بخش «ملاقات با مرشد» در هر سه بازی، قهرمانان با شخصیت‌ها یا نیروهایی روبه‌رو می‌شوند که راهنمایی، آموزش و ابزار لازم برای پیشبرد مأموریت را فراهم می‌کنند. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس و آثرئوس با سیندری و بروک دیدار می‌کنند که ابزار و تسلیحاتشان را ارتقا می‌دهند و مهارت‌های عملی لازم را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهند. آثرئوس همچنین با انگروبودا ملاقات می‌کند، تحت آموزش پدرش کریتوس برای کنترل خشم قرار می‌گیرد و از طریق گفتگو با اودین و دیدار دوباره با سیندری و بروک، راهنمایی و بینش بیشتری درباره مأموریت خود کسب می‌کند. در سفیر عشق، مهران از طریق ارتباط با مختار ثقفی و مأموریت‌هایی که او به او می‌سپارد، آموزش می‌بیند و تجربه‌های درونی و خواب‌های عرفانی نیز جنبه‌ای معنوی و هدایت‌کننده برای او فراهم می‌آورند. در فرزندان مورتا، مارگارت نقش مرشد را ایفا می‌کند و با ارائه

شفابخشی، طلسم‌ها و مشورت روحانی، خانواده برگسون را راهنمایی می‌کند؛ ارواح آزادشده نیز قابلیت‌ها و بینش جدیدی به آن‌ها می‌بخشند و دعا به الهه کوه رئا - دانا نشانه تکیه بر قدرت برتر برای هدایت سفر است. درمجموع، این بخش نشان می‌دهد که مرشدها چه از طریق آموزش مستقیم، چه هدایت معنوی یا ابزار عملی، نقش حیاتی در آماده‌سازی قهرمانان برای پذیرش چالش‌ها و عبور از مراحل خطرناک دارند، و زمینه‌ساز رشد و تحول شخصیت هستند.

۵- عبور از نخستین آستانه: در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با سفر به سوارتالفهیم برای یافتن تایر، وارد قلمرویی پر از تهدیدها و موجودات ناشناخته می‌شود، و آثرئوس با رفتن به ازگارد و زندگی در کنار دشمنان اسیری^{۲۶}، تلاش می‌کند سرنوشت مرگ پدر را تغییر دهد و همزمان با خطرات جدید روبه‌رو شود. در سفیر عشق، مهران با ترک شهر ری و ورود به کوفه، وارد دنیای جدیدی می‌شود؛ جهانی از سیاست، خیانت، شهادت و آشفتگی که تجربه‌های او را از زندگی عادی دور و مسئولیت او را جدی‌تر می‌کند. در فرزندان مورتا، جان از طریق دروازه جادویی وارد اولین سیاه‌چاله فاسد می‌شود و خانواده برگسون خانه امن خود را ترک کرده و متعهد به مقابله با فساد مورتا می‌شوند؛ در این مسیر، ارتباط با شخصیت‌های مختلف، ابزار و مهارت‌هایی به آن‌ها می‌دهد تا با تاریکی مبارزه کنند. درمجموع، عبور از نخستین آستانه در هر سه روایت نماد ورود به دنیای تازه، مواجهه با خطر و پذیرش مسئولیت‌های بزرگ است و نقطه آغاز واقعی سفر قهرمان و تحول شخصیت را رقم می‌زند.

جدول (۱): عزیمت کریتوس (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده اول (عزیمت)	جهان عادی	کریتوس و آثرئوس در فیمبول وینتر میدگارد در حال تیز کردن تیرکمان
		آثرئوس گوزنی را شکار کرده و به غار می‌آورد
		کریتوس به خانه رفته و می‌خوابد
	دعوت به ماجراجویی	آثرئوس به کریتوس: بی‌حرکی می‌تواند ریسک باشد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
		دعوت آترئوس از کریتوس برای یافتن هویت لوکی
		دعوت برای یافتن تاجر خدای جنگ نوس
		ورود ثور و اودین به خانه کریتوس
	امتناع از دعوت	کریتوس نمی‌خواهد وارد جنگ جدیدی شود
	ملاقات با مرشد	با سیندری و بروک در خانه‌شان مابین قلمروها دیدار می‌کنند
		ارتقای ابزار و تسلیحات توسط بروک و سیندری
	عبور از نخستین آستانه	سفر به سوارتالفهیم برای یافتن تاجر

جدول (۲): عزیمت آترئوس / لوکی (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم شواهد مرتبط
پرده اول (عزیمت)	جهان عادی	زندگی با پدرش در میدگارد، تمرین شکار، پنهان‌کاری درباره جست‌وجوهایش
		گرگ محبوبش فنریر می‌میرد
	دعوت به ماجراجویی	دعوت اودین از او برای سفر به ازگارد
		آغاز رؤیاها، سفر پنهانی به یوتنهایم
		تلاش برای فهم هویت خود (لوکی)
		آترئوس احتمال می‌دهد مادرش از آنها خواسته باشد تا لوکی را بشناسند
	امتناع از دعوت	تردید نسبت به هویت خود، ترس از پذیرفتن نقش لوکی در واقع پدرش مانع از پذیرش دعوت درونی وی می‌شود
	ملاقات با مرشد	دیدار با انگروبودا
		آموزش آترئوس توسط کریتوس برای غلبه بر خشم
		گفتگو با اودین
		ملاقات با سیندری و بروک
	عبور از نخستین آستانه	رفتن به ازگارد، برای تغییر سرنوشت مرگ پدر زندگی در کنار دشمنان اسیری

جدول (۳): عزیمت مهران (سفیر عشق)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم شواهد مرتبط
پرده اول (عزیمت)	جهان عادی	مهران پس از پایان جنگ و صلح امام حسن (علیه السلام)، به شهر ری بازگشته و در کنار همسرش به زندگی آرام و روزمره مشغول است
		مهران به دنبال آرامش و فراموشی گذشته است
	دعوت به ماجراجویی	اخبار ناآرامی‌ها، ظلم حکام اموی و دعوت مردم کوفه از امام حسین (علیه السلام)
		گله مسلم بن عقیل مبنی بر عدم همراهی مهران
		آغاز کشمکش درونی مهران برای همراهی با امام حسین (علیه السلام)
	امتناع از دعوت	احساس مسئولیت برای پیوستن به امام
		مهران ابتدا دچار تردید، وسوسه، کابوس‌ها و سردرگمی ذهنی است. فضای آغاز بازی نماد این امتناع است: ترس از بازگشت به میدان، ازدست دادن آرامش و خانواده
	ملاقات با مرشد	افراد مختلف نقش مرشد دارند. مختار ثقفی مهم‌ترین آن‌هاست که مهران را هدایت می‌کند و مأموریت‌هایی به او می‌سپارد. از طرفی تجربه‌های درونی و خواب‌ها هم جنبه‌ای عرفانی از راهنمایی را نشان می‌دهند.
		پروانه همسرش به او از لحاظ روحی کمک می‌کند
	عبور از نخستین آستانه	مهران شهر را ترک کرده و به سمت کوفه می‌رود ورود به کوفه و مواجهه با دنیای ملون سیاست، خیانت و آشفتگی

جدول (۴): عزیمت خانواده برگسون (فرزندان مورتا)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم شواهد مرتبط
پرده اول (عزیمت)	جهان عادی	مزرعه برگسون‌ها در پای کوه مورتا - وعده‌های غذا، مطالعه آرام، پیوندهای خانوادگی - به‌عنوان زندگی روزمره نمایش داده می‌شود. جان، مارگارت و فرزندان پیش از ظهور فساد در فعالیت‌های معمول خود دیده می‌شوند مارگارت به رثا می‌رود و زیارت می‌کند
	دعوت به ماجراجویی	مارگارت خواب پلیدی می‌بیند. اولین هجوم فساد که جنگل و حیات وحش را دگرگون می‌کند، جان را فرامی‌خواند تا از کوه دفاع کند. این نقطه عطف، شکافی در زندگی عادی خانواده ایجاد می‌کند و اقدام را می‌طلبد مارگارت به جان تکه گوهر درخشان می‌دهد برادرش شمشیر به او می‌دهد همسرش به او بوسه می‌دهد برای اینکه دلیل کافی برای بازگشت داشته باشد
	امتناع از دعوت	اگرچه جان بلافاصله پیش می‌رود، دیگر اعضا - تردید کوین، شتاب‌زدگی لوسی و خوی استقامتی مارک - ابتدا مردد می‌شوند و هریک «نه» لحظه‌ای خود را تجربه می‌کنند در واقع برگسون‌ها هیچ تردیدی در دفاع ندارند و این بخش کمتر پرداخته شده است
	ملاقات با مرشد	مارگارت نماد مرشد است: او شفابخشی، طلسم‌ها و مشاوره روحانی می‌دهد. ارواح آزادشده (آنای دایا، آنای راها، آنای ساراوا) نیز نقش راهنما را ایفا می‌کنند و قابلیت‌های جدید به خانواده می‌بخشند در کنار الهه کوه رثا - دانا دعا می‌کنند و از اول کمک می‌خواهند
	عبور از نخستین آستانه	عبور جان از طریق دروازه جادویی ورود به اولین سپاه‌چاله فاسد - تالارهای سنگی یا ویرانه‌های افسون‌شده کالدیپو خانواده خانه امن را ترک کرده و به مقابله با تاریکی مورتا متعهد می‌شود با شخصیت‌های مختلف می‌تواند به جنگ فساد رفت

پرده دوم (تشریف)

۱- **آزمون‌ها، متحدان، دشمنان:** در «خدای جنگ: رگناروک»، کریتوس با متحدانی مانند فریا و فریر همکاری می‌کند و در کنار آنان با دشمنان قدرتمندی مانند غول‌های سنگی و یخی و فراست فانتوم مقابله می‌کند، درحالی‌که آترئوس با ملاقات شخصیت‌های کلیدی دنیای اسیری - تُرود، ثور، هایمدال، سیف و اودین - با پیچیدگی روابط و تهدیدهای جدید آشنا می‌شود. در سفر عشق، مهران در کوفه با دشمنان متنوعی روبه‌روست؛ جاسوس‌ها، مزدوران ابن‌زیاد و سپاهیان اموی آزمون‌های او را شکل می‌دهند و همزمان با متحدانی مانند مختار، مسلم بن عقیل و یاران ناشناس همکاری می‌کند که مأموریت‌های گوناگون تجربه‌ای آموزشی و تقویتی برای او ایجاد می‌کنند. در فرزندان مورتا، مراحل تصادفی بازی به‌عنوان آزمون عمل می‌کنند و هریک از فرزندان برگسون با جلوه‌های متفاوت فساد دشمنی می‌کنند؛ اتحاد خانوادگی و تعویض نقش‌ها، حس همکاری را تقویت می‌کند و ارواح آزادشده قابلیت‌ها و بینش‌های جدید ارائه می‌دهند. در مجموع، این بخش نشان می‌دهد که آزمون‌ها، متحدان و دشمنان نه‌تنها مهارت‌ها و توانایی‌های قهرمان را می‌سنجند بلکه روابط، اتحادها و شناخت قهرمان از جهان و مسئولیت‌هایش را نیز شکل می‌دهند و نقطه اوج رشد شخصیت در سفر قهرمان هستند. نکته قابل‌توجه تکرار و تغییر برخی منازل سفر قهرمانی در شخصیت کریتوس در خدای جنگ: رگناروک است. به نظر می‌رسد مرحله غار درونی و متحدان و دشمنان دوبار تکرار شده‌اند که به‌نوعی با ویژگی ذاتی بازی‌های رایانه‌ای هماهنگ است.

۲- **غار درونی / آستانه دوم:** در بخش «غار درونی / آستانه دوم»، قهرمانان به عمق دنیای ناشناخته و چالش‌های درونی خود قدم می‌گذارند، جایی که نه‌تنها با دشمنان بیرونی، بلکه با ترس‌ها، فقدان‌ها و وسوسه‌های شخصی روبه‌رو می‌شوند. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با سفر به هلهایم برای دربندکردن گارم، دمیدن روح فنریر در آن و مواجهه با سرخوردگی ناشی از مرگ بروک، و همچنین شکار با آترئوس در میدگارد، با درد و فقدان خود دست‌وپنجه نرم می‌کند و مهارت‌ها و تصمیمات درونی‌اش را محک می‌زند. آترئوس نیز در آزاد کردن گارم، ورود به اتاق

مخصوص اودین و ساخت تکه‌های ماسک حقیقت، با وسوسه دانایی مطلق و مسئولیت هویت خود مواجه می‌شود و رشد شخصیتی او در این مرحله شتاب می‌گیرد. در سفیر عشق، مهران در دل فتنه کوفه به حقیقت وفاداری و خیانت پی می‌برد؛ مأموریت‌های مخفی‌کاری و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی فشار روانی و رشد درونی او را شکل می‌دهند. در فرزندان مورتا، جان و مری با پیشروی در محیط‌های عمیق‌تر مانند تخت‌گاه کوه و معابد زیرزمینی، تعلیق و فشار داستانی را تجربه می‌کنند، اطلاعات بیشتری از پیشینه شخصیت‌ها و تضادهای الهی به‌دست می‌آورند و برای مواجهه نهایی آماده می‌شوند. در مجموع، این مرحله همزمان آزمونی برای توانایی‌های عملی و هم برای بلوغ درونی قهرمان است، جایی که تحول شخصیت و آمادگی برای چالش‌های بزرگ‌تر شکل می‌گیرد.

۳- **آزمون یا محنت بزرگ:** قهرمانان با شدیدترین چالش‌ها و بحران‌های زندگی خود روبه‌رو می‌شوند که هم آزمونی برای توانایی‌ها و مهارت‌هایشان است و هم نقطه عطف تحول شخصیتشان را رقم می‌زند. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با کشف هویت واقعی تایر به‌عنوان اودین و مرگ بروک مواجه می‌شود؛ این وقایع نه تنها غم و فقدان شدیدی ایجاد می‌کنند بلکه مسئولیت و مسیر او را برای ادامه نبردها تعیین می‌کنند. آثرئوس نیز با مرگ بروک و قصور خود در برخی تصمیمات، درگیری عمیق درونی و احساس گناه را تجربه می‌کند که بلوغ و مسئولیت‌پذیری او را شکل می‌دهد. در سفیر عشق، مهران با درگیری‌های شدید در کوچه‌های کوفه، کشف خیانت‌ها و تقابل با دشمنان اصلی روبه‌رو می‌شود و به مرز شکست یا شهادت می‌رسد؛ این مرحله اوج کشمکش درونی و بیرونی اوست و مسیر رشد و وفاداری‌اش را تثبیت می‌کند. در فرزندان مورتا، مرگ و جانفشانی مارگارت برای نجات مری باردار، همراه با نبردهای رئیس‌فرعی با نگهبانان فاسد، آزمونی دشوار برای مهارت، شجاعت و پیوندهای خانوادگی به‌حساب می‌آید و مراسم سوگواری مارگارت نشانگر اهمیت فداکاری و پیامدهای آن است. در مجموع، محنت بزرگ نه تنها مهارت و شجاعت قهرمانان را می‌آزماید، بلکه زمینه تحول و آماده‌سازی برای مواجهه نهایی را فراهم می‌کند.

جدول (۵): تشرف کریتوس (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده دوم (تشرف)	آزمون‌ها، متحدان، دشمنان	ایجاد اتحاد با فریا، فریر و دیگران مبارزه با دشمنان (غول سنگی و یخی، فراست فانتوم و...)
	غار درونی / آستانه دوم	سفر به هلهایم برای دربند کردن گارم (گرگ بزرگ) روح گرگ فنریر را در گارم می‌دمند
	آزمون یا محنت بزرگ	کشف هویت واقعی تایر (اودین) و مرگ بروک
	غار درونی (تکرار)	سر خورده از مرگ بروک شکار با آترئوس در میدگارد برای تسلی یافتن
	متحدان و دشمنان (تکرار)	سفر فریا به واناهایم برای متحد کردن سیگران سفر فریر به آلفهایم برای متحد کردن سرت سفر هیلدیسوینی و میمیر به هلهایم برای اتحاد لشگر مردگان سفر سیندری به سوارتالهایم برای اتحاد کوتوله‌ها سفر کریتوس و آترئوس به ماسپلهایم برای اتحاد سرت اتحاد با رگناروک برای حمله به آزگارد

جدول (۶): تشرف آترئوس / لوکی (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده دوم (تشرف)	آزمون‌ها، متحدان، دشمنان	دیدار با ثور، ثرود، هایمدال، سیف، اودین
	غار درونی / آستانه دوم	آزاد کردن گارم گرگ بی‌روح ورود به اتاق مخصوص اودین ساخت تکه‌های ماسک حقیقت و وسوسه دانایی مطلق دمیدن روح فنریر در گارم بزرگ
	آزمون یا محنت بزرگ	مرگ بروک و قصور آترئوس

جدول (۷): تشرف مهران (سفیر عشق)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده دوم (تشرف)	آزمون‌ها، متحدان، دشمنان	مهران در کوفه با دشمنان مختلفی روبه‌رو می‌شود (جاسوس‌ها، مزدوران ابن زیاد، سپاهیان اموی). متحدان او چهره‌هایی مثل مختار، مسلم بن عقیل و یاران گمنامند. مأموریت‌های بازی همان آزمون‌های این مرحله‌اند
	غار درونی / آستانه دوم	مهران باید در دل فتنه کوفه به حقیقت وفاداری و خیانت پی ببرد. مأموریت‌های مخفی‌کاری و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی این مرحله را شکل می‌دهند. او از نظر درونی نیز به مرز تغییر نزدیک می‌شود
	آزمون یا محنت بزرگ	درگیری‌های شدید در کوچه‌های کوفه، کشف خیانت‌ها و تقابل با دشمنان اصلی، اوج کشمکش درونی و بیرونی مهران است. او به مرز شکست یا شهادت می‌رسد

جدول (۸): تشرف خانواده برگسون (فرزندان مورتا)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده دوم (تشرف)	آزمون‌ها، متحدان، دشمنان	مراحل تولیدشده تصادفی به عنوان «آزمون» عمل می‌کنند و هریک از فرزندان برگسون با دشمنان متمایز روبه‌رو می‌شوند متحدان، خود اعضای خانواده‌اند - تعویض بین آن‌ها حس همکاری را تقویت می‌کند - و دشمنان جلوه‌های متفاوت فساد را نمایان می‌سازند
	غار درونی / آستانه دوم	جان و مری در روستای برهوت یاد نخستین دیدارشان در جشن انگور می‌افتند با پیش‌روی به محیط‌های عمیق‌تر (تخت‌گاه کوه، معابد زیرزمینی)، تعلیق و فشار داستانی افزایش می‌یابد. اطلاعات بیشتری درباره پیشینه او و تضاد الهی جمع‌آوری می‌شود تا برای مواجهه نهایی آماده شوند
	آزمون یا محنت بزرگ	مرگ و جانفشانی مارگارت برای نجات مری باردار

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
		نبردهای فرعی با نگهبانان فاسد (مثلاً بیوه اندوه یا انبان‌های فریادزن) به‌عنوان آزمون‌های مرکزی عمل می‌کنند. این مبارزات هم مهارت بازیکن و هم پیوندهای خانوادگی را زیر فشار می‌سنجند برای مارگارت مراسم سوگواری می‌گیرند

پرده سوم (بازگشت)

۱- **پاداش:** در بخش «پاداش» از سفر قهرمان، قهرمانان پس از عبور از آزمون‌ها و مواجهه با چالش‌های درونی و بیرونی، به‌دست‌آوردی ارزشمند می‌رسند که هم ملموس و هم معنوی است و مسیرشان را به‌سمت هدف نهایی هموار می‌کند. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با به‌دست‌آوردن ماسک حقیقت و ایجاد اتحاد برای رگناروک، هم توان عملی و هم بینش لازم برای ادامه مأموریت را کسب می‌کند، درحالی‌که آثرئوس با بازگشت به پدر، اتحاد دوباره با اقلیم‌های دیگر و آگاهی از طینت اودین، رشد شخصیتی و فهم گسترده‌تری از دنیای خود به‌دست می‌آورد. در سفیر عشق، مهران به بصیرت می‌رسد و حقیقت ایمان، وظیفه و ضرورت فداکاری را درک می‌کند؛ این پاداش معنوی او را آماده می‌سازد تا برای حقیقت و عدالت جان خود را فدا کند که اهمیت آن از هر غنیمت مادی یا قدرتی بیشتر است. در فرزندان مورتا، تولد نوزاد مری، ورود آپان به خانواده و یافتن هر سه دانه حیات، همراه با روح‌های مقدس حاصل از نگهبانان شکست‌خورده، قدرت‌ها و امید تازه‌ای برای برگسون‌ها به ارمغان می‌آورد و آن‌ها را آماده می‌کند تا چرخه قربانی را بشکنند. درمجموع، پاداش‌ها نه‌تنها توانایی و منابع قهرمانان را افزایش می‌دهند بلکه رشد معنوی و امید آنان را تقویت کرده و آنان را برای مواجهه نهایی آماده می‌کنند.

۲- **خطرهای راه بازگشت:** قهرمانان با عواقب و تهدیدهای نهایی روبه‌رو می‌شوند که تصمیماتشان می‌تواند سرنوشت خود و دیگران را رقم بزند. در خدای جنگ

رگناروک، کریتوس چاره‌ای جز نواختن شیپور گالاهورن و فراخوان رگناروک ندارد و پایانی که در انتظار اوست یا مرگ است یا پیروزی که شدت خطر و مسئولیت او را به اوج می‌رساند. آثرئوس نیز در کنار پدر در نبرد نهایی و نابودی ازگارد، مسئولیت نجات جان بی‌گناهان در بحبوحه جنگ را بر عهده دارد و با تهدیدهای مستقیم و گسترده روبه‌رو می‌شود. در سفیر عشق، مهران با تصمیم نهایی مواجه است: ترک میدان یا وفاداری تا آخر؛ این انتخاب، هم مسیر قهرمانی او را مشخص می‌کند و هم تعهد او به حقیقت، ایمان و فداکاری را تثبیت می‌کند، هرچند پایان بازی کمی باز است و پیامدهای آن برای مخاطب تفسیرپذیر باقی می‌ماند. در فرزندان مورتا، خانواده برگسون با یاری نیروهای ارواح، به لانه خدا در کوه می‌رسند و این مرحله آزمون اخلاقی آن‌هاست؛ تصمیم برای نفی قربانی کردن نوزاد و رویارویی مستقیم با خدای کوه، نشانگر بلوغ و مسئولیت‌پذیری نهایی آن‌هاست. در مجموع، این مرحله نماد مواجهه قهرمان با پیامدهای نهایی، خطرهای بزرگ و آزمون‌های اخلاقی است که بازگشت واقعی او را شکل می‌دهد و تکمیل سفر قهرمان را رقم می‌زند.

۳- رستاخیز / آستانه سوم: جایی که تغییرات درونی و نبردهای بیرونی به هم می‌آمیزند و سرنوشت دنیا و شخصیت خودشان رقم می‌خورد. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با متحدان خود وارد نبردی عظیم می‌شود که نتیجه آن نابودی ازگارد و مرگ اودین است، و این پیروزی نه تنها جهان را آزاد می‌کند بلکه تحولی نهایی در شخصیت و سرنوشت او ایجاد می‌کند. آثرئوس با نابودی ماسک و پایان سلطه اودین، اقلیم‌ها را از آسیب نجات می‌دهد و همزمان رشد و بلوغ شخصیتی خود را تجربه می‌کند که نشانه عبور کامل از آزمون‌های هویتی اوست. در سفیر عشق، مهران با غلبه بر ترس، وسوسه و تردید، دگرگون می‌شود و دیگر مرد خانه‌نشین خسته از جنگ نیست؛ او به مبارزی آگاه، شجاع و مؤمن تبدیل می‌شود که آمادگی لازم برای وفاداری و ایثار نهایی را دارد. در فرزندان مورتا، خانواده برگسون در تاریک‌ترین تالار با خدای کوه که به هیولایی قدرتمند تبدیل شده، روبه‌رو می‌شوند؛ در این نبرد نمادین، خانواده تقریباً یکی از اعضایشان (کونین) را از

دست می‌دهد؛ اما با شکست قلب فاسد دشمن، پیروزی تحول‌آفرین و اتحاد نهایی را تجربه می‌کنند. در مجموع، این مرحله نمایانگر اوج رستاخیز و تکامل شخصیت قهرمان است، جایی که درس‌ها و مهارت‌های سفر به ثمر می‌نشینند و تغییرات درونی و بیرونی همزمان تحقق می‌یابند.

۴- اکسیر و گنج ارزشمند: قهرمانان پس از پشت‌سر گذاشتن تمام چالش‌ها و آزمون‌ها به‌دست‌آوردی می‌رسند که هم نتیجه سفر و هم ابزار رشد آینده آنان است. در خدای جنگ رگناروک، کریتوس با اتحاد همه اقالیم، از خدای جنگی انتقام‌جو به خدای مورد پرستش حمایت‌گر تبدیل می‌شود؛ این تحول نه‌تنها نشانگر تکامل شخصیت اوست بلکه ثبات و صلح در جهان نورس را به همراه می‌آورد. آثرئوس با ترک پدر، به سفری مستقل برای یافتن غول‌های دیگر و نجات اهالی یوتنهایم می‌رود که آغاز مسیر او برای مسئولیت و بلوغ بیشتر را نمایان می‌سازد. در سفیر عشق، اکسیر مهران معنوی و اخلاقی است: ایمان، درک حقیقت عاشورا و وفاداری. هرچند داستان به‌صورت کامل به کربلا نمی‌رسد؛ اما مهران حامل پیام و بصیرتی است که او را آماده می‌کند تا در ادامه همراه حق باشد و اعمال شجاعانه و اخلاقی انجام دهد. در فرزندان مورتا، با بخشش رئا دانا، تعادل مورتا بازمی‌گردد و خانواده برگسون، همراه با قدرت‌های تازه و امید، به خانه و زندگی بازمی‌گردند. در مجموع، این مرحله گنج واقعی سفر را آشکار می‌سازد: رشد شخصیت، بینش معنوی و توانایی ایجاد تغییر که ثمره مستقیم تجربه‌ها و آزمون‌های طی‌شده قهرمانان است.

جدول (۹): بازگشت کریتوس (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده سوم (بازگشت)	پاداش	به‌دست‌آوردن ماسک حقیقت و اتحاد برای رگناروک
	خطرهای راه بازگشت	کریتوس راهی جز نواختن شیپور گالاهورن و فراخوان رگناروک ندارد پایان جنگ یا مرگ است یا پیروزی
	رستاخیز / آستانه سوم	نبرد بزرگ متحدان و رگنارک با ثور و اودین ویرانی آزگارد

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
		مرگ اودین
	اکسیر و گنج ارزشمند	کریتوس همه اقلیم را متحد کرده است او از خدای جنگ به خدای مورد پرستش حمایت‌گر تبدیل می‌شود

جدول (۱۰): بازگشت آترئوس / لوکی (خدای جنگ)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده سوم (بازگشت)	پاداش	بازگشت به پدر اتحاد دوباره با اقلیم‌های دیگر آگاهی از طینت اودین
	خطرهای راه بازگشت	کنار پدر در نبرد نهایی و نابودی ازگارد نجات جان بی‌گناهان در بحبوحه جنگ
	رستاخیز / آستانه سوم	نابودی ماسک، پایان اودین، نجات اقلیم‌ها از آسیب اودین
	اکسیر و گنج ارزشمند	ترک کریتوس، سفر برای یافتن غول‌های دیگر و نجات اهالی یوتنهایم

جدول (۱۱): بازگشت مهران (سفیر عشق)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده سوم (بازگشت)	پاداش	مهران به بصیرت می‌رسد: حقیقت ایمان، وظیفه و لزوم فداکاری را درک می‌کند. این پاداش معنوی مهم‌تر از غنیمت یا قدرت است. او در نهایت آماده است که برای حقیقت از جان بگذرد
	خطرهای راه بازگشت	مهران باید به تصمیم نهایی برسد: ترک میدان یا وفاداری تا آخر. اگرچه پایان بازی کمی باز است؛ اما مسیر قهرمان روبه‌بازگشت به‌خود و ایمان کامل است
	رستاخیز / آستانه سوم	مهران دگرگون می‌شود. او دیگر آن مرد خانه‌نشین و خسته از جنگ نیست. با غلبه بر ترس و سوسه، و تردید،

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
		به مبارزی آگاه و مومن تبدیل شده است
	اکسیر و گنج ارزشمند	اکسیر او، نه گنج یا قدرت، بلکه ایمان، درک حقیقت عاشورا و وفاداری است. گرچه بازی به صورت کامل به کربلا نمی‌رسد؛ اما مهران حامل پیام و بصیرتی است که آماده‌اش می‌کند تا در ادامه همراه حق باشد

جدول (۱۲): بازگشت خانواده برگسون (فرزندان مورتا)

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفاهیم و شواهد مرتبط
پرده سوم (بازگشت)	پاداش	نوزاد مری به دنیا می‌آید آپان دختر عمو بن به خانواده اضافه می‌شود هر سه دانه حیات را می‌یابند هر نگهبان شکست خورده یک روح مقدس به ارمغان می‌آورد برگسون‌ها قدرت‌های جدید و امیدی تازه می‌یابند که شاید چرخه قربانی را بشکنند
	خطرهای راه بازگشت	با نیروهای ارواح، خانواده به لانه او در برابر خدا می‌رسد تصمیم اخلاقی آن‌ها برای نفی قربانی کردن نوزادشان و مواجهه حقیقی با خدای کوه
	رستاخیز/آستانه سوم	در تاریک‌ترین تالار با خدای کوه که هیولایی تبدیل شده روبه‌رو می‌شوند نبرد نهایی با او هم «رستاخیز» واقعی و نمادین است. در یک پیروزی تحول‌آفرین متحد می‌شوند و قلب فاسد را می‌شکنند
	اکسیر و گنج ارزشمند	بخشش رثا دانا تعادل مورتا را بازمی‌گرداند. برگسون‌ها به خانه برمی‌گردند دگرگون‌شده: آن‌ها نه تنها با برکات جادویی جدید بلکه با عشقی عمیق‌تر به هم و دانشی که شفقت (نه قربانی) می‌تواند شفا دهد، ثروتمند شده‌اند

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان می‌دهد که الگوی روایی «سفر قهرمان» کریستوفر ووگلر، با وجود خاستگاه اسطوره‌ای و سینمایی خود، توانایی چشمگیری در سازگاری با رسانه تعاملی بازی‌های رایانه‌ای دارد و می‌تواند همچنان چهارچوبی معتبر برای تحلیل روایت‌شناسانه و حتی بازی‌روایت‌شناسانه در بازی‌های داستان‌محور باشد. بررسی سه بازی منتخب — «خدای جنگ: رگناروک»، «فرزندان مورتا» و «سفیر عشق» — بیانگر آن است که این الگو در سطح ساختاری این بازی‌ها تطبیق پیدا کرده است. در تمامی بازی‌ها اغلب مراحل دوازده‌گانه سفر قهرمان قابل شناسایی‌اند؛ اما شیوه توزیع، ادغام، حذف یا توسعه آن‌ها تابعی از ویژگی‌های مدیومی بازی، چندقهرمانی بودن روایت و حتی برخط‌بودن (انتخاب چند شخصیت توسط چند نفر به صورت همزمان) آن است.

«خدای جنگ: رگناروک» نمونه‌ای از پیچیده‌ترین گونه‌های اجرای این الگوست؛ روایتی چندقهرمانی که قوس روایی کریتوس و آترئوس را هم‌زمان پیش می‌برد و با تکیه بر مکانیک‌های مبارزه، سفر میان قلمروهای نورس و خرده روایت‌های دیگر، سفر قهرمان را به تجربه‌ای چندلایه و احساسی برای بازیکن تبدیل می‌کند. این بازی نشان می‌دهد که با خلاقیت و استفاده از ویژگی‌های مدیومی بازی‌های رایانه‌ای امکان روایت‌های مضاعف به صورت موازی وجود دارد و حتی برخی مراحل و منازل سفر قهرمان نقطه تقاطع روایت شخصیت‌های مختلف است. ضمناً با تکرار دو مرحله — غار درونی و متحدان، دشمنان و آزمون‌ها — و جابجایی آن شیوه روایت خود را گیراتر کرده است. وفاداری ساختاری به الگو زمانی اثرگذارتر می‌شود که با ظرفیت‌های تعاملی مدیوم بازی گره بخورد.

در «فرزندان مورتا»، روایت از سطح «سفر یک قهرمان» به «سفر یک خانواده» ارتقا می‌یابد. توزیع نقش‌ها و توانایی‌ها میان شخصیت‌های مختلف، نشان می‌دهد که سفر قهرمان می‌تواند در قالب تیمی و چندشخصیتی (حتی به صورت برخط و بین چند بازیکن / شخصیت) نیز روایت شود؛ تجربه‌ای که مدیوم بازی امکان آن را فراهم می‌کند. این ساختار چندقهرمانی، هم روایتی مشارکتی خلق می‌کند و هم رشد فردی و جمعی قهرمانان را به شکلی نمادین قابل تفسیر می‌سازد.

«سفیر عشق» نیز نشان می‌دهد که روایت‌های تاریخی و فرهنگی ایران، حتی با محدودیت‌های تولید، توانایی بازآفرینی سفر قهرمان را دارند. استفاده از فلش‌بک‌ها، توهّمات ذهنی، انتخاب‌های اخلاقی و تعامل محیطی در بستر روایتی عاشقانه و مبتنی بر کهن الگوی پدر و فرزندی، سبب شده است که بازیکن در مقام قهرمان نه یک مشاهده‌گر، بلکه یک مشارکت‌کننده فعال در شکل‌گیری روایت باشد. گرچه غنی نبودن پرداخت و ضعف در برخی مراحل سفر قهرمانی از کیفیت روایت داستان کاسته است؛ اما وجود خط اصلی داستان نشان می‌دهد که الگوی ووگلر می‌تواند در بسترهای بومی نیز کارایی داشته و با ساختارهای فرهنگی درآمیزد.

درمجموع، نتایج پژوهش بیان می‌کند که الگوی سفر قهرمان در بازی‌های ویدئویی منتخب نه تنها حفظ شده، بلکه در بسیاری موارد به صورت خلاقانه بازآرایی و بومی‌سازی شده است. در برخی بازی‌ها، حذف یا ادغام مراحل نتیجه سازگاری با ریتم بازی و طراحی مراحل است، و در برخی دیگر، توزیع روایت میان چند شخصیت الگو را از «سفر قهرمان» به «سفر قهرمانان» تبدیل کرده است.

افزون‌براین، یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که استفاده از الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر به جذابیت روایی بازی‌ها کمک کرده است و این جذابیت با استفاده از تغییرات در مراحل، و شکستن و جابجایی آن بیشتر نیز شده است. همچنین مکانیک‌ها و رویه‌های بازی - از جمله انتخاب، مبارزه، تعامل محیطی و ساختارهای چندقهرمانی - نه فقط حامل روایت، بلکه عنصری تحلیلی در نظریه‌پردازی روایت بازی هستند. این امر می‌تواند مسیر تازه‌ای را برای پژوهش‌های آینده در حوزه روایت‌شناسی، بازی‌روایت‌شناسی و طراحی روایت بازی‌ها بگشاید و نشان دهد که الگوی سفر قهرمان در مدیوم بازی بالاترین ظرفیت خود را زمانی می‌یابد که با ماهیت تعاملی، مشارکتی و چندصدایی این رسانه پیوند بخورد.

کتابنامه

- ایمان، محمدتقی و نوشادی، محمودرضا (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. پژوهش، سال سوم، (۲)، ۱۵-۴۴.
- حسینی، سیدبشیر؛ بکشلو، سمیه و فرخی، میثم (۱۴۰۳). بازنمایی و ارائه الگوی «قهرمان» در سینمای دفاع مقدس «سینمای ابراهیم حاتمی‌کیا». فصلنامه علمی مطالعات راهبردی ارتباطات، ۴ (۱۳)، ۵۱-۷۴.
- راجرز، اسکات (۱۳۹۶). صعود با بالا. ترجمه حسینی مقدم و نوروزی، تهران: دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.
- س. گلپایگانی، سیدعلیرضا؛ حسامی کمانی، منصور و حسینی شکیب، فاطمه (۱۴۰۱). بررسی تطبیقی الگوی سفر قهرمان کریستوفر ووگلر در انیمیشن‌های میازاکی و دوره رنسانس دیزنی مطالعه موردی پری دریایی، دیو دلبر، همسایه من توتورو و شهر اشباح. نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی، ۲۷ (۳)، ۵۵-۶۳.
- مرکز رصد فرهنگی کشور (۱۴۰۲/۵/۲۱). معرفی پیمایش‌های مخاطب‌شناسی سینما و ذائقه سینمایی. بازیابی در ۲۶۰۵، ۱۴۰۴، از مرکز رصد فرهنگی کشور: <http://ircud.ir/bphvcd>
- میرزایی، حامد و قارونی، حامد (۱۳۹۸). تحلیل بازی ویدئویی ژانر نقش‌آفرینی ویچر بر اساس الگوی سفر قهرمان کریستوفر وگلر. مجله پژوهش‌های معاصر در علوم و تحقیقات، (۱)، ۵۹-۶۹.

- Bogost, I. (2006). *Unit Operation; An Approach to Videogame Criticism*. London: The MIT Press.
- Cassar, R. (2013). God of War: A Narrative Analysis. *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, 7(1), 81-99.
- Daneels, R., Malliet, S., Geerts, L., Denayer, N., Walrave, M., & Vandebosch, H. (2021). Assassins, Gods, and Androids: How Narratives and Game Mechanics Shape Eudaimonic Game Experiences. *Media and Communication*, 9(1), 49-61. doi:10.17645/mac.v9i1.3205
- Dansky, R. (2021). Introduction to game narrative در C. Bateman, *Game Writing: Narrative Skills for Videogames*. (1-24). New York: Bloomsbury.
- Fullerton, T. (2024). *Game Design Workshop*. Florida: CRC press.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2003). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve

- trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112. doi:10.1016/j.nedt.2003.10.001
- Hall, S. (1997). *Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage publication.
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. doi:10.1177/1049732305276687
- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies*. Los Angeles: Sage Publications.
- Moffitt, J. (2013). *A Heroic Journey Within Videogames and the Effects on Player Experience*. University of Northern Iowa: [Honors Program Theses].
- Moran, J. (2023, 12 01). *Interpretative Phenomenological Analysis of Hero's Journeys in Zelda: Opportunities & Issues for Games Studies*. Retrieved 09 16, 2025, from gamestudies: <https://gamestudies.org/2302/articles/moran>
- Morgan, A. A. (2020). *God of War: Masculinity and Fatherhood Through Procedural [Master's dissertation]*. California: University of the Pacific Stockton.
- Nyíri, L. (2022). The evolution of the character of Kratos in the God of War series. *Studies for the future: Student contributions under the National Talent Program at the English and American Studies Scientific Students' Association of the Eszterházy Károly Catholic University*. 79-93. doi:https://doi.org/10.46403/Studiesforthefuture.2022.79
- Schell, J. (2019). *Art of game design*. Massachusetts: A K Peters/CRC Press.
- Unknown. (2024, 12 16). *Hero's Journey*. Retrieved from Meegle: https://www.meegle.com/en_us/topics/game-design/heros-journey
- Vogler, C. (2020). *The Writers Journey: Mythic Structure for Writers* (4th ed.). California: Michael Wiese Productions.
- Zhang, Z., Gao, N., Siqi, L., Akmal Khalid, M., & Iida, H. (2022). Action Games Evolution Analysis: A Case Study Using the God of War Series. *IEEE*, 10, 123697 - 123710. Retrieved from <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3224469>

References

- Bogost, I. (2006). *Unit Operation; An Approach to Videogame Criticism*. London: The MIT Press.
- Cassar, R. (2013). God of War: A Narrative Analysis. *Eludamos. Journal for Computer Game Culture*, 7(1), 81-99.
- Cultural Observation Center of Iran. (2023, August 12). Introduction to Cinema Audience Surveys and Cinematic Taste. Retrieved May 16, 2025, from <http://ircud.ir/bphvcd> (In Persian)
- Daneels, R., Malliet, S., Geerts, L., Denayer, N., Walrave, M., & Vandeboosch, H. (2021). Assassins, Gods, and Androids: How Narratives and Game Mechanics Shape Eudaimonic Game Experiences. *Media and Communication*, 9(1), 49-61. doi:10.17645/mac.v9i1.3205
- Dansky, R. (2021). Introduction to game narrative در C. Bateman, *Game Writing: Narrative Skills for Videogames*. (1-24). New York: Bloomsbury.
- Fullerton, T. (2024). *Game Design Workshop*. Florida: CRC press.
- Graneheim, U. H., & Lundman, B. (2003). Qualitative content analysis in nursing research: concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112. doi:10.1016/j.nedt.2003.10.001
- Hall, S. (1997). *Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage publication.
- Hosseini, S. B., Bakhshloo, S., & Farrokhi, M. (2024). Representation and Presentation of the "Hero" Model in the Cinema of the Holy Defense: The Cinema of Ebrahim Hatamikia. *Quarterly Journal of Strategic Communication Studies*, 4(13), 51-74. doi:10.22034/rcc.2024.2027733.1127 (In Persian)
- Hsieh, H.-F., & Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288. doi:10.1177/1049732305276687
- Iman, M. T., & Noshadi, M. R. (2011). Qualitative Content Analysis. *Pazhuhesh*, 15-44. (In Persian)
- Mäyrä, F. (2008). *An introduction to game studies*. Los Angeles: Sage Publications.
- Mirzaei, H., & Gharouni, H. (2019, August). Analysis of the Role-Playing Video Game "The Witcher" Based on Christopher Vogler's Hero's Journey Pattern. *Journal of Contemporary Research in Science and Research*, 59-69. (In Persian)
- Moffitt, J. (2013). *A Heroic Journey Within Videogames and the Effects on Player Experience*. University of Northern Iowa: [Honors Program Theses].
- Moran, J. (2023, 12 01). *Interpretative Phenomenological Analysis of Hero's Journeys in Zelda: Opportunities & Issues for Games Studies*. Retrieved 09 16, 2025, from [gamestudies: https://gamestudies.org/2302/articles/moran](https://gamestudies.org/2302/articles/moran)

- Morgan, A. A. (2020). *God of War: Masculinity and Fatherhood Through Procedural [Master's dissertation]*. California: University of the Pacific Stockton.
- Nyíri, L. (2022). The evolution of the character of Kratos in the God of War series. *Studies for the future: Student contributions under the National Talent Program at the English and American Studies Scientific Students' Association of the Eszterházy Károly Catholic University*. 79-93. doi:https://doi.org/10.46403/Studiesforthefuture.2022.79
- Rogers, S. (2017). *Level Up! The Guide to Great Video Game Design* (Sh. Hosseini Moghaddam & N. Norouzi, Trans.). Tehran: IRIB University Press. (In Persian)
- S. Golpayegani, S. A., Hesami Kamani, M., & Hosseini Shakib, F. (2022). A Comparative Study of Christopher Vogler's Hero's Journey Pattern in Miyazaki's Animations and Disney's Renaissance Era: A Case Study of The Little Mermaid, Beauty and the Beast, My Neighbor Totoro, and Spirited Away. *Journal of Fine Arts: Performing Arts and Music*, 27(3), 55-63. doi:10.22059/JFADRAM.2022.331271.615659 (In Persian)
- Schell, J. (2019). *Art of game design*. Massachusetts: A K Peters/CRC Press.
- Unknown. (2024, 12 16). *Hero's Journey*. Retrieved from Meegle: https://www.meegle.com/en_us/topics/game-design/heros-journey
- Vogler, C. (2020). *The Writers Journey: Mythic Structure for Writers* (4th ed.). California: Michael Wiese Productions.
- Zhang, Z., Gao, N., Siqi, L., Akmal Khalid, M., & Iida, H. (2022). Action Games Evolution Analysis: A Case Study Using the God of War Series. *IEEE*, 10, 123697 - 123710. Retrieved from <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2022.3224469>



doi: 10.30497/rc.2025.248777.2132



Received: 2025/08/17

Accepted: 2025/10/13

The Role of Life Skills in Adolescents' Religious Orientation: Emphasizing Communication and Critical Thinking

Zahedeh Rahmanian*

Abazar KafiMousavi**

Abstract

According to the Glock and Stark model, adolescents' religiosity, comprising the dimensions of belief, ritual, experiential, and consequential/experiential practice, is shaped by social institutions; nevertheless, globalization and digital media have contributed to a widening gap between religious belief and practice. This study aimed to develop a culturally grounded model for the religious education of adolescents in Isfahan, with a focus on life skills. A mixed-methods design was employed: the quantitative sample consisted of 382 high school students selected through cluster random sampling, while the qualitative sample comprised 84 students chosen through purposive sampling for semi-structured interviews, representing the adolescent age group. Research instruments included questionnaires on life skills, religiosity, adherence to religious beliefs, and religious orientation. Qualitative findings indicated that the religious orientation of adolescents in Isfahan is the result of the interaction between family, school, and society, as well as the development of life skills. These life skills, while mediating between educational institutions and religiosity, contribute to the reproduction of local religious values and symbols. Quantitative findings, supporting the qualitative results, showed that life skills—particularly communication skills—have a significant but limited relationship with various dimensions of religiosity. Variables such as gender, grade level, and age were also influential in certain aspects of religiosity ($p < .01$). The combined results suggest that life skills play a mediating role between educational institutions and adolescents' religious orientation, although the explained variance was limited ($R^2 = .12-.04; p < .01$). Consequently, the religious orientation of Isfahan's adolescents emerges from the interaction of educational institutions within a local context, where life skills serve as an intermediary that facilitates the internalization of beliefs and their translation into religious practice. Furthermore, in the local model of religious education in Isfahan, the emphasis is on indirect teaching of life skills, fostering critical thinking, enhancing media literacy, and promoting religious role modeling within the family, school, and community.

Keywords: Adolescents' Religiosity, Life skills, Isfahan localized model, Glock and Stark model.

* Department of Psychology and Counselling, Farhangian University, Tehran, Iran
(Corresponding author).

z.rahmanian@cfu.ac.ir

0000-0002-0471-9691

** Department of Islamic Education, Farhangian University, Tehran, Iran.

a.kafi@cfu.ac.ir

0000-0003-0567-9254

نقش مهارت‌های زندگی در گرایش به اعمال دینی نوجوانان: با تأکید بر مهارت ارتباطی و تفکر انتقادی

زاهده رحمانیان* اباذر کافی موسوی**

چکیده

طبق مدل گلاک و استارک، دینداری نوجوانان شامل ابعاد اعتقادی، مناسکی، عاطفی و پیامدی تحت تأثیر نهادها شکل می‌گیرد؛ اما جهانی شدن و فضای مجازی باعث فاصله بین باور و عمل دینی آن‌ها شده است. هدف این پژوهش ارائه الگویی بومی برای تربیت دینی نوجوانان اصفهان با تمرکز بر مهارت‌های زندگی بود. این پژوهش با استفاده از ترکیب روش‌های کیفی و کمی انجام شد. نمونه کمی شامل ۳۸۲ دانش‌آموز متوسطه به روش تصادفی خوشه‌ای و نمونه کیفی شامل ۸۴ دانش‌آموز با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته به روش نمونه‌گیری هدفمند بود که به‌عنوان نمایندگان گروه سنی نوجوان انتخاب شدند. ابزارهای پژوهش شامل پرسش‌نامه‌های مهارت‌های زندگی، دینداری، عمل به باورهای دینی و جهت‌گیری مذهبی بودند. یافته‌های کیفی نشان داد که گرایش دینی نوجوانان اصفهانی نتیجه تعامل خانواده، مدرسه و جامعه و شکل‌گیری مهارت‌های زندگی است که ضمن واسطه‌گری بین نهادهای تربیتی و دینداری، به بازتولید ارزش‌ها و نمادهای دینی محلی کمک می‌کند. یافته‌های کمی با تأیید یافته‌های کیفی نشان داد مهارت‌های زندگی، به‌ویژه مهارت ارتباطی، رابطه معنادار اما محدود با ابعاد مختلف دینداری دارند. متغیرهای جنسیت، پایه تحصیلی و سن نیز در برخی ابعاد دینداری اثرگذار بودند ($p < 0/01$). نتایج ترکیبی حاکی از آن است که مهارت‌های زندگی نقش واسطه‌ای میان نهادهای تربیتی و گرایش دینی نوجوانان دارند؛ اما میزان واریانس تبیین‌شده محدود بود ($R^2 = 0/12 - 0/04$; $p < 0/01$). در نتیجه، گرایش دینی نوجوانان اصفهان محصول تعامل نهادهای تربیتی در بستری بومی است که در آن مهارت‌های زندگی به‌عنوان حلقه واسطه، فرایند درونی‌سازی باورها و تبدیل آن‌ها به عمل دینی را تسهیل می‌کنند. به‌علاوه، در الگوی بومی تربیت دینی اصفهان، تمرکز بر آموزش غیرمستقیم مهارت‌های زندگی، تقویت تفکر انتقادی، ارتقای سواد رسانه‌ای و الگوسازی دینی در خانواده، مدرسه و جامعه است.

واژگان کلیدی: دینداری نوجوانان، مهارت‌های زندگی، الگوی بومی اصفهان، مدل گلاک و استارک.

* گروه آموزش روان‌شناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

z.rahmanian@cfu.ac.ir

0000-0002-0471-9691

** گروه آموزش معارف اسلامی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

a.kafi@cfu.ac.ir

0000-0003-0567-9254

مقدمه

بر اساس سند تحول بنیادین آموزش و پرورش^۱ (۱۳۹۰)، تربیت فرایندی تعاملی و مبتنی بر نظام معیار اسلامی با هدف تحقق «حیات طیبه»^۲ تعریف شده است. این سند، ساحت‌های شش‌گانه تربیت^۳ (اعتقادی، زیستی، اجتماعی، اقتصادی، علمی و زیبایی‌شناختی) را مطرح می‌کند و ساحت تربیت اعتقادی، عبادی و اخلاقی^۴ را با دو محور اصلی - یعنی تربیت دینی^۵ (شکل‌دهی همه‌جانبه زندگی بر اساس معیارهای دینی) و تقویت دینداری و دین‌ورزی^۶ (تبدیل ایمان به عمل^۷) - در کانون توجه قرار می‌دهد.

طبق مدل روان‌شناسی اجتماعی گلاک و استارک^۸ (۱۹۶۶)، دینداری در چهار بُعد تحلیل می‌شود که عبارت‌اند از: بُعد اعتقادی، مناسکی، عاطفی، پیامدی^۹. بُعد اعتقادی شامل باورهای است که انتظار می‌رود هر فرد دیندار به آن‌ها پایبند باشد؛ مانند: ایمان به خدا، نبوت، معاد، عدل الهی و امامت. بُعد مناسکی یا عملی به انجام اعمال عبادی دین مانند: نماز، روزه، قرائت قرآن و حج می‌پردازد که در دو سطح فردی و جمعی، و واجب و مستحب بررسی شده است. این بُعد نشانگر میزان التزام عملی فرد به وظایف دینی است. بُعد عاطفی یا تجربی ناظر به احساسات دینی فرد است. احساساتی همچون خوف از خدا، امید به رحمت او، حضور قلب در عبادت، یاد مرگ، نذر، استخاره و طلب استغفار، جنبه‌های درونی و عاطفی اعتقاد دینی را تشکیل می‌دهند. بُعد پیامدی به آثار و نتایج باورهای دینی در زندگی روزمره افراد اشاره دارد (پورموحد و دیگران، ۱۴۰۳). مطالعه افراسیابی و رضایی (۱۴۰۲) نشان می‌دهد که جهانی‌شدن و تغییرات فرهنگی، به ویژه دسترسی آسان نوجوانان به منابع متنوع اطلاعاتی در رسانه‌های دیجیتال (فضای مجازی)، موجب تضعیف هویت دینی و تقویت دینداری «گزینشی»^{۱۰} شده است؛ به طوری که بسیاری از دانش‌آموزان بخشی از باورها و اعمال دینی را

1. Fundamental Reform Document of Education (FRDE)

2. Pure Life

3. Six Domains of Education

4. Belief-based, Devotional, and Moral Education

5. Religious Education

6. Religiosity and Religious Practice

7. Faith-to-Action Conversion

8. Glock and Stark's Model (1965)

9. Dimensions of Religiosity (Belief, Ritual, Experiential, Consequential/Experiential)

10. Selective Religious Identity

می‌پذیرند و بخش دیگری را کنار می‌گذارند و شکاف محسوسی بین باور و عمل مشاهده می‌شود. در این میان، حاجیلو و همکاران (۱۴۰۲) باورهای دینی را منبعی برای معنابخشی به زندگی و ایجاد انسجام اجتماعی می‌دانند که این امر اهمیت پیوند بین ایمان و عمل را آشکار می‌سازد.

از منظر نظری، کاتینهام^{۱۱} (۲۰۰۹) با ارائه نظریه «تقدم عمل بر باور»^{۱۲}، بر نقش تجربیات عملی و مشارکت در جوامع دینی به عنوان عامل تقویت ایمان تأکید می‌کند. او رابطه باور و عمل را تعاملی می‌داند، به گونه‌ای که نه تنها باور می‌تواند عمل را شکل دهد بلکه عمل نیز می‌تواند به تثبیت یا تعمیق باور بینجامد. در امتداد این بحث، خیاطزاده (۱۴۰۱) با تکیه بر دیدگاه علامه طباطبایی، مراتب ایمان را تحلیل می‌کند: مرتبه نخست شامل باور غیرارادی به خدا و التزام عملی ارادی است، درحالی که مراتب بالاتر نیازمند ترکیب شناخت نظری و تهذیب عملی برای شکل‌گیری ملکات فاضله^{۱۳} هستند. ملوینا^{۱۴} و همکاران (۲۰۱۸) نشان داده‌اند که آیین‌های دینی، حس تعلق جمعی و تجربه‌های عاطفی مثبت را تقویت می‌کنند. از سوی دیگر، فیلیپس^{۱۵} (۲۰۲۲) با نقد نظریه‌های تقلیل‌گرایانه دین^{۱۶}، به چالش‌های روان‌شناختی و منطقی در توجیه باور پرداخته و بر ضرورت نگاه چندبُعدی به دین تأکید می‌کند.

با وجود تأکید سند تحول بنیادین آموزش و پرورش بر تربیت همه‌ساحتی دانش‌آموزان، مطالعات متعدد (سراج‌زاده، ۱۳۷۵؛ افراسیابی و رضایی، ۱۴۰۲) نشان می‌دهد فعالیت‌های پرورشی در ایران با چالش‌های ساختاری از جمله عدم برنامه‌ریزی مدون، نارسایی در شناخت نیازهای دانش‌آموزان، و کمبود راهبردهای اجرایی مؤثر مواجه است. با وجود پژوهش‌های پیشین (برای مثال: سراج‌زاده، ۱۳۷۵)، خلأهایی همچون بی‌توجهی به دیدگاه خود دانش‌آموزان، استفاده از روش‌شناسی تک‌بُعدی و غفلت از بافت فرهنگی خاص اصفهان همچنان پابرجاست. اصفهان به عنوان شهری با

11. Paul Kattingham

12. Primacy of Practice over Belief

13. Virtuous Dispositions

14. Melvina

15. Philipse

16. Reductionist Theories of Religion

تعامل پویای سنت و مدرنیته و برخورداری از نهادهای مذهبی قوی، بستر مناسبی برای بررسی این پدیده فراهم می‌کند. از سویی، پژوهش‌های نیازسنجی (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) حاکی از آن است که مهارت‌های خودتنظیمی^{۱۷}، اجتماعی و تحلیل ارزش‌ها به‌عنوان اولویت‌های پرورشی دانش‌آموزان شناخته می‌شوند. این مهارت‌ها در دسته مهارت‌های زندگی^{۱۸} قرار می‌گیرند. مهارت‌های زندگی شایستگی‌های روانی - اجتماعی‌ای هستند که فرد را برای مقابله مؤثر و مسئولانه با چالش‌های شخصی و اجتماعی توانمند می‌سازند (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ۱۳۹۰). مطابق نظر فلاول^{۱۹} (۲۰۰۴) مهارت‌های زندگی پلی میان دانش نظری و عملکرد عملی ایجاد می‌کنند تا فرد بتواند در شرایط متغیر محیطی، تصمیم‌هایی اخلاقی و عقلانی اتخاذ کند (فلاول، ۲۰۰۴). خودکنترلی و خودآگاهی^{۲۰}، زمینه‌ساز تقوا و پایبندی به مناسک مذهبی (نماز، روزه) هستند (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) و منجر به پرورش دانش‌آموزانی با هویت اسلامی - ایرانی^{۲۱} می‌شوند که می‌توانند آموخته‌های نظری خود را در زندگی واقعی به‌کار گیرند (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ۱۳۹۰) و دانش‌آموزان را از سطح دانش صرف به سطح رفتار مسئولانه و ارزش‌مدار ارتقا می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که این مهارت‌ها نه تنها توانایی انطباق فرد با شرایط اجتماعی و فرهنگی را فراهم می‌آورند بلکه به تحقق رسالت‌های تربیتی نظام آموزشی در پرورش نسل آینده کمک می‌کنند (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲). بااین‌حال، بررسی‌ها (افراسیابی و رضایی، ۱۴۰۲) حاکی از کاهش علاقه به فعالیت‌های مذهبی سنتی و وجود شکاف بین نگرش مثبت به دین و مشارکت عملی در میان دانش‌آموزان است. در سطح جهانی، پژوهش‌های کوارتنگ^{۲۲} و همکاران (۲۰۲۴) تأکید می‌کنند که دینداری صرفاً اعتقادی بدون تقویت مهارت‌های روان‌شناختی و اخلاقی (مانند: خودنظم‌دهی، تفکر انتقادی^{۲۳}، مسئولیت‌پذیری) نمی‌تواند به‌تنهایی منجر به رفتارهای دینی پایدار

17. Self-Regulation

18. Life Skills

19. John Felavel (Developmental Psychologist)

20. Self-Awareness

21. Islamic-Iranian Identity

22. Kwarternig

23. Critical thinking

شود. همچنین، یافته‌های تئو^{۲۴} و همکاران (۲۰۲۴) نشان می‌دهند که باورهای دینی، به دلیل عدم تلفیق با مهارت‌های زندگی، اغلب در تبدیل به عمل ناتوان می‌مانند. ازسوی دیگر، تجارب موفق (برای مثال، Chang, 2025) اثبات کرده‌اند که ادغام آموزه‌های دینی با مهارت‌های اجتماعی، اخلاقی و بین‌فردی (مانند گفت‌وگو، مشارکت گروهی، و تحلیل ارزش‌ها) نه تنها جذابیت برنامه‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه رفتارهای دینی را نهادینه می‌کند. لذا، با توجه به اولویت‌یابی مهارت‌های خودتنظیمی، اجتماعی و تحلیل ارزش‌ها به عنوان نیازهای اساسی پرورشی دانش‌آموزان (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) و نقش کلیدی تلفیق دین با مهارت‌های زندگی در افزایش اثربخشی برنامه‌ها (Kwarteng et al., 2024)، این پرسش مطرح می‌شود که سهم هر مؤلفه مهارت زندگی در پیش‌بینی گرایش عملی به اعمال دینی چیست؟ این پژوهش با هدف پُرکردن شکاف میان نیازهای شناسایی‌شده در نظام پرورشی ایران و الگوهای موفق جهانی در تلفیق مهارت‌های زندگی با تربیت دینی انجام می‌شود. نوآوری پژوهش حاضر در ترکیب روش‌های کیفی و کمی و ارائه الگوی بومی، تمرکز بر نوجوانان در مرحله حساس تحول هویتی و توجه به شرایط فرهنگی خاص اصفهان است. هدف پژوهش، ارائه یک الگوی بومی برای تربیت دینی در نظام آموزشی ایران است که ممکن است در مواجهه با چالش‌های جهان معاصر، به تقویت هویت دینی نسل جوان یاری رساند.

۱. مبانی نظری

بر اساس مرور دیدگاه‌های تربیتی، اسلامی و روان‌شناختی - اجتماعی، مهارت‌های زندگی بستر کلیدی شکل‌گیری دینداری نوجوانان هستند. در بعد تربیتی، لی و همکاران^{۲۵} (۲۰۱۹) و دولل^{۲۶} (۲۰۱۳) مهارت‌هایی چون خودکنترلی، خودآگاهی، ارتباط مؤثر و همدلی^{۲۷} را پایه فهم ارزش‌های اخلاقی - دینی و درونی‌سازی عبادات می‌دانند؛ رویکرد شناختی - رفتاری^{۲۸} (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) نیز این

24. Theo

25. Li & et al.

26. Doyle

27. Empathy

28. Cognitive-Behavioral Approach (CBA)

مهارت‌ها را عامل واسطه‌ای انتقال از تقلید به ایمان آگاهانه^{۲۹} معرفی می‌کند. در بُعد اسلامی، سند تحول بنیادین آموزش و پرورش (۱۳۹۰) و دیدگاه علامه طباطبایی (۱۳۸۴) بر پیوند عقلانیت، معنویت و عمل تأکید دارند و مهارت‌هایی مانند: خودتنظیمی، نیت‌مندی^{۳۰} و تکرار آگاهانه اعمال عبادی را زمینه‌ساز تحقق «حیات طیبه» و ساحت‌های شش‌گانه تربیت می‌دانند. در بُعد روان‌شناختی - اجتماعی، شواهد نشان می‌دهد که خودتنظیمی و تفکر انتقادی در رشد هویت دینی مؤثرند (صباح حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲)؛ نظریه گلاک و استارک (۱۹۶۶) این فرایند را با تحول شناختی، عاطفی، اجتماعی و انگیزشی پیوند می‌زند. همچنین، پژوهش‌های جامعه‌شناختی - روان‌شناختی نشان می‌دهد که دین با درونی‌سازی هنجارهای اخلاقی رفتارهای پرخطر را مهار می‌کند، به‌ویژه در غیاب کنترل اجتماعی رسمی^{۳۱} مؤثر (Langat, 2022)؛ سراج‌زاده، ۱۳۷۵). یافته‌های پژوهشی در ایران نیز این پیوند را تأیید می‌کند؛ به‌گونه‌ای که پژوهش صبحی قراملکی و پرزور (۱۳۹۳) نشان دادند طلاب نسبت به دانشجویان در تفکر انتقادی وجودی، تولید معنای شخصی و گسترش هشیاری، برتری دارند؛ بنابراین، پرورش هوش معنوی و هیجانی همراه با مهارت‌های زندگی، نقش مهمی در توانمندسازی دینی، اخلاقی و اجتماعی جوانان ایفا می‌کند. بر اساس این رویکردها، مهارت‌هایی مانند خودتنظیمی، خودآگاهی، همدلی، تصمیم‌گیری^{۳۲} اخلاقی و ارتباط مؤثر، گرایش دینی را از سه مسیر تقویت می‌کنند: ۱) درونی‌سازی ارزش‌ها از طریق عقلانیت و آگاهی معنوی، ۲) التزام عملی با خودکنترلی و مسئولیت‌پذیری، ۳) تعلق‌خاطر جمعی از رهگذر فعالیت‌های گروهی دینی. ادغام آموزش مهارت‌های زندگی در برنامه‌های رسمی و غیررسمی^{۳۳} متوسطه، ممکن است راهبردی برای پرورش دینداری آگاهانه، پایدار و درون‌زا باشد.

پژوهش‌های روان‌شناسی دین نشان می‌دهند که دینداری نوجوانان حاصل تعامل عوامل شناختی، عاطفی، رفتاری و اجتماعی است و مهارت‌های زندگی مانند تفکر

29. Transition from Imitation to Conscious Faith

30. Intentionality

31. Formal and Informal Programs

32. Decision-making

33. Formal and Informal Programs

انتقادی، تصمیم‌گیری، همدلی، کنترل هیجان، حل مسئله^{۳۴} و ارتباط مؤثر، زمینه‌ساز دینداری فعال و هدفمنداند (Spiegler & et al., 2025). به‌عنوان مثال، رسانه‌های دیجیتال نوین مانند تیک‌تاک و اینستاگرام^{۳۵} به‌طور مؤثر بر مهارت‌های زندگی و دینداری نوجوانان تأثیر می‌گذارند؛ این سکوها (پلتفرم)ها با فراهم کردن دسترسی سریع و تعاملی به اطلاعات دینی و ارائه ویدئوها، مقالات و بحث‌های برخط، یادگیری دینی، درونی‌سازی ارزش‌های اعتدال و تقویت هویت دینی معتدل را تسهیل می‌کنند (Safitri, 2025; Komala & et al., 2024). همچنین، استفاده از این رسانه‌ها مهارت‌های جستجو، پالایش و ارزیابی اطلاعات را تقویت می‌کنند و نوجوانان را با سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی آشنا می‌سازد، هرچند انتشار اطلاعات نادرست و گرایش به تفسیرهای افراطی همچنان چالش برانگیز است و هدایت خانواده، مدرسه و رهبران دینی ضروری است (Purwaningtyas & et al., 2024; Sartika & Al-Amin, 2025). افزون‌براین، تعاملات میان‌فردی در این فضاها مهارت‌های اجتماعی، احترام به دیدگاه‌های مختلف و گفت‌وگوی میان‌دینی را تقویت می‌کند و نوجوانان با ترکیب کاوش دیجیتال و مراجعه به منابع سنتی، باورها و رفتار دینی خود را شکل می‌دهند (Purwaningtyas & et al., 2024; Safitri, 2025). به‌علاوه، مهارت تفکر انتقادی موجب گرایش به دینداری عقلانی و گزینشی می‌شود (کمالی اردکانی و دیگران، ۱۴۰۱). جنبه‌های عاطفی، مانند احساس نزدیکی به خدا و انس معنوی، سلامت روان را بهبود می‌دهند و مانع انزوا و خشونت می‌شوند (عشایری و دیگران، ۱۴۰۱؛ فرهنگ و شرونی، ۱۴۰۰). علاوه‌براین، ویژگی‌های رشدی و جنسیت نقش مهمی در شکل‌گیری مهارت‌ها و دینداری دارند. صباغ حسن‌زاده و درودی (۱۴۰۲) پنج نیاز پرورشی کلیدی دختران متوسطه را شناسایی کردند: فرهنگی، مذهبی - اعتقادی، رفتاری، عاطفی - روانی و اجتماعی. تفاوت‌های جنسیتی و سنی در توانمندی‌های خودکنترلی، همدلی و ارتباط مؤثر می‌تواند مسیر دینداری نوجوانان را تغییر دهد (Langat, 2022). در سطح بین‌المللی نیز پژوهش‌ها از ادغام آموزش دینی با مهارت‌های زندگی حمایت می‌کنند:

34. Problem-Solving

35. TikTok & Instagram

چانگ (۲۰۲۵) در کره، تقویت ارزش‌های اخلاقی و رهبری را گزارش کرده است؛ پناهی^{۳۶} و همکاران (۲۰۲۴) در تهران، بهبود رفتارهای سالم را نشان دادند؛ نیکلوا و هانسووا^{۳۷} (۲۰۲۴) در اسلواکی، کاهش خطر اعتیاد اینترنتی را گزارش کردند.

در نهایت، خانواده، مدرسه و شبکه‌های مذهبی بستر اصلی گرایش به اعمال دینی هستند. محتوای نامناسب یا ضعف مربیان مانع نهادینه‌سازی دینداری می‌شود، در حالی که مشارکت در گروه‌های مذهبی همسالان، هویت دینی و همبستگی اجتماعی را تقویت می‌کند (Carolin & et al., 2009). مهارت‌های زندگی در این فرایند، نقشی محوری در تفسیر و به‌کارگیری دین در چهارچوب شرایط فرهنگی و ساحت‌های تربیتی دارند؛ از این رو، تدوین الگوی بومی تربیت دینی نوجوانان اصفهان با توجه به مهارت‌های زندگی ضروری است. پژوهش حاضر با تمایز نسبت به مطالعات پیشین (پورموحّد و دیگران، ۱۴۰۳؛ عشایری و دیگران، ۱۴۰۱) که فاقد ادغام دیدگاه دانش‌آموزان از طریق کیفی هستند، از دیدگاه دانش‌آموزان و به‌صورت یکپارچه نقش واسطه‌ای مهارت‌های زندگی در پرورش دینداری نوجوانان را از منظر تربیتی، اسلامی و روان‌شناختی - اجتماعی بررسی می‌کند و مسیرهای چندگانه اثرگذاری این مهارت‌ها را شفاف می‌سازد. نوآوری اصلی پژوهش در تأکید بر مهارت‌هایی مانند: ارتباط مؤثر، تفکر انتقادی، خودتنظیمی، خودآگاهی، همدلی، و تصمیم‌گیری اخلاقی به‌عنوان عوامل واسطه‌ای، ادغام آموزش مهارت‌های زندگی در برنامه‌های رسمی و غیررسمی متوسطه، و توجه به تفاوت‌های رشدی، جنسیتی و فرهنگی است. همچنین، این مطالعه مدلی بومی و عملی ارائه می‌دهد که امکان تعمیم آن به دیگر بسترهای اجتماعی و تربیتی برای پرورش دینداری آگاهانه، پایدار و درون‌زا را ممکن است فراهم سازد.

۲. روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی^{۳۸} (کیفی ← کمی) به‌صورت کاربردی و تبیینی^{۳۹}، روابط علی^{۴۰} بین مهارت‌های زندگی و رفتار دینی را بررسی

36. Panahi

37. Nikolova & Hansuva

38. Sequential exploratory mixed-methods approach

39. Applied and explanatory

40. Causal relationships

می‌کند. در بخش کیفی، هدف اصلی شناسایی مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی مؤثر بر گرایش به اعمال دینی بود. برای این منظور، از روش نظریه داده‌بنیاد^{۴۱} و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته^{۴۲} با ۱۲ نفر از متخصصان حوزه تعلیم و تربیت، روان‌شناسی تربیتی و مربیان پرورشی به روش نمونه‌گیری هدفمند^{۴۳} جهت تعیین روایی محتوایی پرسش‌های نیمه‌ساختاریافته، و نیز ۸۴ دانش‌آموز متوسطه به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای^{۴۴} به‌عنوان نماینده گروه نوجوانان طبق نظریه اریکسون (صباح حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) استفاده شد. (به دلیل تنوع بالای جامعه آماری و ضرورت دستیابی به داده‌های غنی و متنوع، تعداد بیشتری دانش‌آموز (۸۴ نفر) در مصاحبه‌ها مشارکت داشتند تا علاوه بر پوشش دیدگاه‌های مختلف، اعتبار و قابلیت انتقال‌پذیری یافته‌ها نیز تقویت شود). پرسش‌های مصاحبه پیرامون ارتباط مهارت‌هایی همچون خودآگاهی، حل مسئله، همدلی، مقابله با استرس^{۴۵}، مدیریت هیجانات^{۴۶}، تفکر نقاد^{۴۷} و تصمیم‌گیری با ابعاد مختلف دینداری طراحی گردید و به تأیید متخصصان مربوط قرار گرفت. داده‌های گردآوری‌شده از دانش‌آموزان با استفاده از کدگذاری باز، محوری و انتخابی^{۴۸} تحلیل شد. به‌منظور افزایش اعتبار داده‌ها، از تحلیل محتوای خاطرات خودنوشت دانش‌آموزان، بازبینی کدها توسط متخصصان مهارت‌های زندگی و دین، و بررسی ضریب توافق بین کدگذاران با شاخص کاپای^{۴۹} بالای ۰/۸ استفاده شد. تحلیل داده‌های کیفی با نرم‌افزار MAXQDA انجام گرفت.

در بخش کمی که هدف آن سنجش و آزمون روابط بین مؤلفه‌های شناسایی‌شده در فاز کیفی و گرایش به اعمال دینی بود، از روش توصیفی - همبستگی با استفاده از معادلات ساختاری استفاده شد و از ابزارهای معتبر و استاندارد شامل پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی سازمان جهانی بهداشت (WHO)، پرسش‌نامه دینداری گلاک و

41. Grounded theory

42. Semi-structured interviews

43. Purposive sampling

44. Cluster sampling

45. Stress management

46. Emotion Management

47. Critical Thinking

48. Open, axial, selective coding

49. Kappa coefficient

استارک (۱۹۶۶)، و آزمون عمل به باورهای دینی معبد استفاده شد:

۱- پرسش‌نامه دینداری گلاک و استارک^{۵۰} (۱۹۶۶) که توسط سراج‌زاده (۱۳۷۴) در ایران بومی‌سازی شده است. این پرسش‌نامه دینداری را با تمرکز بر ابعاد عملی در چهار بُعد اعتقادی، عاطفی، مناسکی و پیامدی با ۲۶ گویه بر اساس مقیاس لیکرت می‌سنجد که نمره کل بین ۰ تا ۱۰۴ متغیر بوده و به سه سطح دینداری (ضعیف، متوسط، قوی) طبقه‌بندی می‌شود. میزان پایایی آن با آلفای کرونباخ بین ۰٫۷۲ تا ۰٫۸۳، در ابعاد مختلف گزارش شده است (سراج‌زاده، ۱۳۷۴). در پژوهش حاضر پرسش‌نامه از برازش مناسب، روایی واگرا و همگرایی مطلوب و پایایی بسیار بالا (آلفای کرونباخ کل = ۰٫۹۳؛ اعتقادی = ۰٫۹۱، عاطفی = ۰٫۸۴، پیامدی = ۰٫۶۶، مناسکی = ۰٫۹) برخوردار بود.

۲- آزمون عمل به باورهای دینی (معبد)^{۵۱} که توسط گلزاری (۱۳۷۹) طراحی شده است. این آزمون ۲۵ سؤال دارد و میزان عمل به واجبات، مستحبات، شرکت در فعالیت‌های مذهبی و توجه به اصول دینی در تصمیم‌گیری‌ها را می‌سنجد. نمرات این آزمون بین ۰ تا ۱۰۰ بوده و افراد به دو گروه با گرایش مذهبی بالا و پایین تقسیم می‌شوند. این ابزار از پایایی بسیار بالا ($\alpha=0/94$) و روایی محتوایی تأییدشده توسط اساتید دانشگاهی برخوردار است (گلزاری، ۱۳۷۸). در پژوهش حاضر آزمون دو عاملی از برازش مطلوب، روایی واگرا مناسب، پایایی کل بسیار بالا ($\alpha=0/95$)، ضرایب آلفای مناسب خرده‌مقیاس‌ها (۰/۷۷-۰/۹۶) برخوردار بود.

۳- پرسش‌نامه مهارت‌های زندگی^{۵۲} ابزاری برای سنجش میزان برخورداری افراد از مهارت‌های زندگی در حوزه‌های فردی، اجتماعی و شناختی است که توسط معاشری و همکاران (۱۴۰۱) معرفی شده است. این پرسش‌نامه شامل ۴۰ پرسش و ۱۰ خرده‌مقیاس اصلی شامل مهارت‌های خودآگاهی، داشتن هدف در زندگی، مهارت‌های ارتباطات انسانی، روابط بین فردی^{۵۳}، تصمیم‌گیری، بهداشت و سلامت

50. Glock and Stark's Religiosity Scale (1966)

51. Ma'bad Religious Practice Test

52. WHO Life Skills Questionnaire

53. Interpersonal relationships

روان، حل مسئله، مشارکت و همکاری^{۵۴}، تفکر خلاق^{۵۵} و تفکر انتقادی را در بر می‌گیرد. این پرسش‌نامه با مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت (از ۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) نمره‌گذاری می‌شود. نمره کل آن بین ۲۰ تا ۲۰۰ متغیر است. این ابزار از روایی تأییدشده و پایایی کلی بسیار بالا ($\alpha=0/97-0/92$) برخوردار بود و ضرایب آلفای خرده‌مقیاس‌ها بین ۰/۶۵ تا ۰/۸۹ گزارش شده است (معاشری و دیگران، ۱۴۰۱؛ رشیدی و جاودان، ۱۴۰۱).

جامعه آماری بخش کمی شامل دانش‌آموزان متوسطه اول و دوم در سنین ۱۱ تا ۱۸ سال در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳ بود که به‌عنوان نمایندگان گروه سنی نوجوان طبق نظریه اریکسون (صباح حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲) انتخاب شدند و نمونه ۳۸۲ نفر (۱۰۲ دختر و ۲۷۸ پسر) به روش خوشه‌ای از ۱۳ منطقه و شهرستان استان اصفهان انتخاب شد. نمونه‌گیری خوشه‌ای بازتاب‌دهنده توزیع واقعی دانش‌آموزان پسر و دختر در مدارس استان اصفهان بود؛ بنابراین عدم تعادل جنسیتی نمونه ناشی از ساختار جامعه آماری است و بایاس نظام‌مند ایجاد نمی‌کند. به‌عبارت دیگر، باتوجه‌به ضرورت حداقل نمونه ۱۰۰ نفر برای پژوهش‌های توصیفی و ۵۰ نفر برای پژوهش‌های همبستگی (دلور، ۱۴۰۲)، نمونه‌ای شامل ۳۸۲ دانش‌آموز (۱۰۲ دختر و ۲۷۸ پسر) در سنین ۱۱ تا ۱۸ سال از مقاطع متوسطه اول و دوم در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳، به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای از مناطق و شهرستان‌های خمینی‌شهر (۲۸ نفر)، نجف‌آباد (۹۰ نفر)، تیران و کرون (۲۴ نفر)، نایین (۳۲ نفر)، فریدون‌شهر (۱۶ نفر)، سمیرم (۱۲ نفر)، لنجان (۲۸ نفر)، خور و بیابانک (۳۴ نفر)، شاهین‌شهر (۱۰ نفر)، فولادشهر (۲۶ نفر)، جرقویه (۱۶ نفر)، فلاورجان (۱۴ نفر)، منطقه ۳ اصفهان (۵۲ نفر) انتخاب شدند. تحلیل داده‌ها با استفاده از تحلیل مسیر برای بررسی روابط علی، تحلیل رگرسیو، و تحلیل واریانس برای مقایسه گرایش دینی در سطوح مختلف مهارت‌های زندگی با نرم‌افزارهای SPSS 25 و PLS^{۵۶} انجام گرفت. ادغام نتایج کیفی و کمی بر اساس مدل

54. Cooperation

55. Creative thinking

56. Partial Least Squares (PLS) version 4

آمیخته کرسول و پلانو کلارک^{۵۷} (۲۰۱۷) انجام شد و یافته‌ها در چهارچوب مفاهیم کیفی تفسیر گردید.

ملاحظات اخلاقی: برای حفظ محرمانگی، هیچ‌گونه مشخصات فردی ثبت نشد و شرایطی بدون استرس برای پاسخگویی فراهم گردید. همچنین، رضایت آگاهانه والدین برای نوجوانان شرکت‌کننده اخذ شد.

ملاک‌های ورود و خروج: اعتقاد به مبانی دین اسلام (به صورت خوداظهاری نوع دین و مذهب پرسیده شد) و دارا بودن حداقل مدرک تحصیلی ابتدایی و سن بالای ۱۰ سال (رسیدن به بلوغ) انتخاب شدند و ملاک‌های خروج نداشتن ملاک‌های ورود بود.

۳. یافته‌های پژوهش

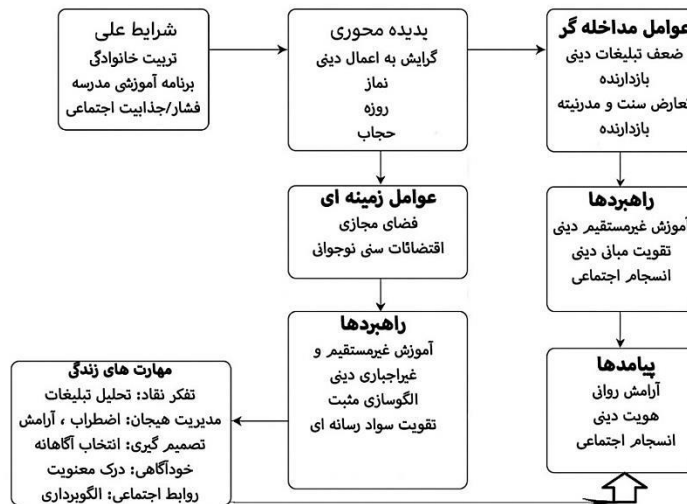
بخش کیفی پژوهش با رویکرد نظریه زمینه‌ای نشان داد که گرایش دینی نوجوانان نتیجه تعامل خانواده، مدرسه و جامعه است و این گرایش با مهارت‌های زندگی تقویت می‌شود. تحلیل داده‌ها در سه مرحله انجام شد: در مرحله باز، ۱۴۸ کد شامل عوامل بیرونی (خانواده، مدرسه، جامعه)، نیاز به آرامش روانی، رسانه و فضای مجازی، اعتقاد قلبی و اجبار اجتماعی استخراج شد؛ در مرحله محوری، این کدها به عوامل بیرونی، عوامل درونی، چالش‌ها و راهکارها سازمان یافت، و در مرحله انتخابی، هسته مرکزی «تعامل خانواده، مدرسه و جامعه با واسطه مهارت‌های زندگی» مشخص شد.

جدول (۱): کدگذاری باز، محوری و انتخابی نقش مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی در گرایش به اعمال دینی در نوجوانان

نمونه / داده‌ها	نقش کلیدی	محور/مؤلفه	سطح کدگذاری
تربیت و الگوبرداری خانواده و معلم، تأثیر همسالان، فضای مجازی، فشار اجتماعی، باور قلبی	منابع انگیزشی و موانع، شامل انگیزه درونی و بیرونی، حمایت آموزشی، زمینه فرهنگی	خانواده، مدرسه، دوستان، جامعه، رسانه، ایمان، کشش فطری، اجبار اجتماعی، ضعف تبلیغات	باز
خانواده، مدرسه، جامعه، ایمان، نیاز به	ساختار محیطی، انگیزش	عوامل بیرونی و	محوری

نمونه / داده‌ها	نقش کلیدی	محور/مؤلفه	سطح کدگذاری
آرامش، گرایش فطری، آموزش جذاب، سواد رسانه‌ای	پایدار، موانع رشد، تقویت گرایش مثبت	درونی، چالش‌ها، راهکارها	
تعامل خانواده/مدرسه/جامعه با مهارت‌های زندگی، تربیت و آموزش، فشار / جذابیت اجتماعی، فضای مجازی، ضعف تبلیغات، آموزش غیرمستقیم، سواد رسانه‌ای، الگوسازی مثبت، آرامش روانی، هویت، انسجام اجتماعی، تفکر نقاد، مدیریت هیجان، روابط اجتماعی، خودآگاهی	شکل‌گیری گرایش آگاهانه، بستر تحول، بهبود اثرگذاری، نتایج مثبت، واسطه اثرگذاری	هسته مرکزی، شرایط علی و زمینه، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، پیامدها، مهارت‌های زندگی	انتخابی
ترکیب خانواده، مدرسه، جامعه + مهارت‌های زندگی → گرایش آگاهانه	مدل یکپارچه	—	نتیجه‌گیری

طبق شکل ۱ و جدول فوق مدل کیفی نهایی، گرایش به اعمال دینی را پدیده‌محوری معرفی کرده است که تحت تأثیر تربیت خانوادگی، برنامه‌های آموزشی و فشار یا جذابیت اجتماعی شکل می‌گیرد، در بستر فضای مجازی و نوجوانی رخ می‌دهد، و با راهبردهایی چون آموزش غیرمستقیم و الگوسازی مثبت تقویت می‌شود. مهارت‌هایی مانند تفکر نقاد، مدیریت هیجان، تصمیم‌گیری آگاهانه، روابط اجتماعی سالم و خودآگاهی، نقش کلیدی در تحلیل تبلیغات ضددینی، تبدیل اضطراب به آرامش، انتخاب آگاهانه حجاب، الگوبرداری مثبت و درک نیاز معنوی دارند. در نتیجه، مهارت‌های زندگی با ارتقای خودآگاهی و کنشگری آگاهانه، پیوند خانواده، مدرسه و جامعه را در شکل‌گیری هویت و انسجام دینی تقویت می‌کنند.



شکل (۱): نقش مؤلفه‌های مهارت‌های زندگی در گرایش به اعمال دینی در دانش‌آموزان متوسطه

شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ آمده است.

جدول (۲): شاخص‌های آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر / شاخص	میانگین	انحراف معیار
معدل	۱۷/۹۲	۱/۳۸
خودآگاهی	۴/۰۰	۰/۵۳
هدفمندی	۴/۰۹	۰/۵۶
ارتباط مؤثر	۴/۱۱	۰/۵۵
بین فردی	۴/۰۹	۰/۵۲
تصمیم‌گیری	۴/۰۷	۰/۵۱
بهبادداشت	۳/۸۷	۰/۵۴
حل مسئله	۳/۸۳	۰/۵۴
مشارکت	۳/۹۳	۰/۵۶
تفکر خلاق	۳/۹۹	۰/۵۲
انتقادی	۴/۰۶	۰/۵۰
بعد اعتقادی	۳/۰۰	۰/۸۹
بعد عاطفی	۳/۰۰	۰/۸۶
بعد پیامدی	۲/۴۶	۰/۹۱
بعد مناسکی	۲/۴۵	۰/۹۲
عقاید دینی	۲/۸۳	۰/۷۱
عمل دینی	۲/۱۵	۰/۹۲
سبک زندگی دینی	۲/۹۲	۰/۸۸
عمل دینی کلی	۲/۵۴	۰/۸۳
مهارت زندگی	۴/۰۰	۰/۴۶

جدول ۲ نشان می‌دهد میانگین معدل دانش‌آموزان در سطح بالایی قرار دارد

(۱۷/۹۲). خودآگاهی، هدف‌گذاری و مهارت‌های ارتباطی در بازه کشیدگی ۶-۴ و با میانگین مشابه بالا نشان‌دهنده توانایی نسبی دانش‌آموزان در این حوزه‌هاست. متغیرهای اعتقادی، عاطفی و ارتباطی با میانگین ۳-۳/۵ و انحراف معیار ۰/۹-۰/۸ و متغیرهای باور، عمل و مهارت با میانگین ۲/۱۵-۲/۹۲ و انحراف معیار ۰/۹، تفاوت قابل‌توجهی در شدت و پراکندگی دارند. به‌علاوه، آزمون همبستگی پیرسون نشان داد مهارت‌های زندگی با عمل دینی ($r=0/933$) و سبک زندگی دینی ($r=0/918$) بسیار قوی مرتبط هستند. رابطه جنسیت با عمل دینی ($r=0/445$) مثبت و با مهارت اعتقادی ($r=-0/110$) همبستگی کم و منفی دارد. معدل با باور کلی ($r=0/389$)، خودآگاهی ($r=0/276$) و حل مسئله ($r=0/212$) همبستگی مثبت متوسط دارد، درحالی‌که سن با خودآگاهی ($r=-0/193$) و مهارت زندگی ($r=-0/111$) اندکی منفی مرتبط است. رابطه پیش‌بین عقاید دینی و گرایش به باور دینی از طریق مهارت‌های زندگی در جدول ۳ آمده است.

جدول (۳): رابطه پیش‌بین عقاید دینی و گرایش به باور دینی از طریق مهارت‌های زندگی

متغیر وابسته	متغیر مستقل	R	R ²	F	Sig. F	B	β	T	Sig. t
اعتقادی	هدفمندی	۰/۳۴	۰/۱۲	۲۴/۶۷	۰/۰۰۰۱	۰/۳۱	۰/۱۹	۲/۷۷	۰/۰۶
	انتقادی					۰/۳۱	۰/۱۷	۲/۵۱	۰/۰۱۲
عاطفی	ارتباط	۰/۲۹	۰/۰۹	۱۷/۵۵	۰/۰۰۰۱	۰/۲۷	۰/۱۷	۲/۵۷	۰/۰۱
	مشارکت					۰/۲۲	۰/۱۵	۲/۲۰	۰/۰۳
پیمادی	حل مسئله	۰/۲۴	۰/۰۶	۱۱/۷۳	۰/۰۰۰۱	۰/۳۱	-۰/۲۱	-۲/۱۸	۰/۰۳
	مهارت زندگی					۰/۶۸	۰/۴۰	۴/۱۰	۰/۰۰۰۱
مناسکی	ارتباط	۰/۲۷	۰/۰۷	۲۸/۹۹	۰/۰۰۰۱	۰/۴۴	۰/۲۷	۵/۳۹	۰/۰۰۰۱
کل باور	ارتباط	۰/۳۳	۰/۱۱	۴۶/۸۹	۰/۰۰۰۱	۰/۴۳	۰/۳۳	۶/۸۵	۰/۰۰۰۱
عمل	ارتباط	۰/۲۴	۰/۰۶	۲۳/۳۰	۰/۰۰۰۱	۰/۴۰	۰/۲۴	۴/۸۳	۰/۰۰۰۱
سبک	ارتباط	۰/۲۰	۰/۰۴	۱۶/۰۸	۰/۰۰۰۱	۰/۳۲	۰/۲۰	۴/۰۰	۰/۰۰۰۱
کل عمل	ارتباط	۰/۲۴	۰/۰۶	۲۲/۹۶	۰/۰۰۰۱	۰/۳۶	۰/۲۴	۴/۷۹	۰/۰۰۰۱

جدول ۳ نشان می‌دهد مهارت‌های زندگی با ابعاد مختلف گرایش دینی رابطه‌ای

ضعیف تا متوسط اما معنادار دارند. در بُعد اعتقادی، مهارت‌های هدفمندی ($\beta=0/192$) و تفکر انتقادی ($\beta=0/174$) بیشترین اثر را داشتند ($R^2=0/115$). بُعد عاطفی بیشتر با مهارت‌های ارتباط ($\beta=0/171$) و مشارکت ($\beta=0/147$) مرتبط بود ($R^2=0/085$). بُعد پیامدی تحت تأثیر مثبت مهارت کلی زندگی ($\beta=0/396$) و اثر منفی مهارت حل مسئله ($\beta=-0/211$) قرار داشت ($R^2=0/058$). در بُعد مناسکی نیز بیشترین وابستگی به مهارت ارتباط دیده شد ($\beta=0/266$, $R^2=0/071$). کل باور دینی بیشترین همبستگی را با مهارت ارتباط نشان داد ($\beta=0/331$, $R^2=0/11$) و ابعاد عمل ($\beta=0/24$) و سبک زندگی دینی ($\beta=0/20$) نیز با این مهارت رابطه مثبت داشتند؛ به‌طوری‌که کل عمل دینی همبستگی ($0/239$) و ضریب تعیین ($0/057$) را نشان داد. با این حال، نتایج رگرسیون سلسله‌مراتبی بیانگر آن بود که اثر مستقل مهارت‌های زندگی بر گرایش دینی معنادار نیست ($\beta=0/645$, $p=0/505$)؛ اما رگرسیون چندمتغیره تأیید کرد که مهارت‌های زندگی به‌طورکلی بر عقاید و عمل دینی تأثیر معنادار دارند، با تأکید بر نقش مؤلفه‌های هدفمندی و ارتباط به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده اصلی گرایش دینی ($p<0/001$). معادلات رگرسیون تک‌متغیره عبارت‌اند از:

$$\text{اعتقادی} = 0/479 + 0/307 \times \text{هدفمندی} + 0/313 \times \text{انتقادی},$$

$$\text{عاطفی} = 1/02 + 0/267 \times \text{ارتباط} + 0/224 \times \text{مشارکت},$$

$$\text{پیامدی} = 0/926 - 0/305 \times \text{حل مسئله} + 0/676 \times \text{مهارت زندگی},$$

$$\text{مناسکی} = 0/622 + 0/444 \times \text{ارتباط},$$

$$\text{کل باور دینی} = 0/971 + 0/428 \times \text{ارتباط},$$

$$\text{عمل دینی} = 0/502 + 0/400 \times \text{ارتباط},$$

$$\text{سبک زندگی دینی} = 1/608 + 0/32 \times \text{ارتباط},$$

$$\text{کل عمل دینی} = 1/06 + 0/36 \times \text{ارتباط}$$

جدول (۴): اثر مهارت‌های زندگی بر عقاید دینی و عمل به آن‌ها

متغیر وابسته	منبع		مهارت زندگی
	F	Sig.	
اعتقادی			۲/۰۲
	F	Sig.	۰/۱۴
عاطفی			۱/۸۰
	F	Sig.	۰/۱۸
پیامدی			۳۱/۷
	F	Sig.	۰/۰۴
مناسکی			۴/۳۴
	F	Sig.	۰/۰۱
کل باور			۴/۴۱
	F	Sig.	۰/۰۱
عمل			۱/۴۰
	F	Sig.	۰/۳۱
سبک			۱/۱۸
	F	Sig.	۰/۴۲
کل عمل			۱/۴۴
	F	Sig.	۰/۲۹

جدول ۴ نشان می‌دهد مهارت‌های زندگی تأثیر معناداری بر ابعاد اعتقادی، عاطفی، پیامدی، مناسکی و کل باور دینی دارند ($p < 0.05$)، اما بر ابعاد عملی (عمل، سبک و کل عمل دینی) تأثیر معنادار ندارند ($p > 0.05$). به‌ویژه، اثر مثبت و معنادار این مهارت‌ها بر ابعاد پیامدی، مناسکی و کل باور دینی تأیید شد ($p < 0.05$)، درحالی‌که هیچ تأثیر آماری قابل توجهی بر ابعاد عملی مشاهده نشد ($p > 0.05$).

جدول (۵): مقایسه مهارت‌های زندگی، باورها و عمل به آن‌ها از لحاظ جنسیت و سطح تحصیلات

متغیر	جنسیت		تحصیلات	
	F	Sig.	F	Sig.
اعتقادی	۱۹/۶۱	۰/۰۰۱	۰/۰۷	۰/۸۹
عاطفی	۴۳/۹۲	۰/۰۰۱	۸/۷۵	۰/۰۰۱
پیامدی	۴/۹۰	۰/۰۳	۱/۰۷	۰/۳۱
مناسکی	۱۲۴/۸	۰/۰۰۱	۳۷/۵۱	۰/۰۰۱
کل باور	۵۳/۰۰	۰/۰۰۱	۷/۳۸	۰/۰۰۱
عمل	۹۳/۶۲	۰/۰۰۱	۳۷/۶	۰/۰۰۱
سبک	۴۹/۳۳	۰/۰۰۱	۳۹/۹۸	۰/۰۰۱
کل عمل	۸۴/۹۹	۰/۰۰۱	۳۴/۱۲	۰/۰۰۱
خودآگاهی	۳/۶۴	۰/۰۰۶	۱۶/۷۴	۰/۰۰۱
هدف	۳/۴۷	۰/۰۰۶	۲۰/۴۶	۰/۰۰۱
ارتباط	۴/۳۳	۰/۰۴	۰/۰۹	۰/۸۱
بین‌فردی	۲/۲۲	۰/۱۴	۰/۰۲	۰/۰۶
تصمیم‌گیری	۰/۰۴	۰/۸۴	۲/۵۵	۰/۱۱
بهداشت	۴/۶۳	۰/۰۳	۱۰/۵۸	۰/۰۰۷
حل مسئله	۰/۰۱	۰/۹۳	۱/۲۷	۰/۳۶
مشارکت	۱/۳۷	۰/۲۴	۰/۸۵	۰/۳۶
خلایقت	۱/۹۲	۰/۱۷	۰/۸۷	۰/۳۵
انتقادی	۰/۷۲	۰/۴۰	۵/۴۳	۰/۰۲
مهارت زندگی	۰/۰۰۱	۰/۹۵	۴/۶۱	۰/۰۳

جدول ۵ نشان می‌دهد که بین پسران و دختران تفاوت معنادار در تمام ابعاد باور و عمل دینی و ابعاد ارتباط و بهداشت در مهارت‌های زندگی وجود دارد ($p < 0.05$).

در حالی که مهارت خودآگاهی و هدفمندی نزدیک به معناداری بودند ($p=0/06$). در مقایسه دانش آموزان پایه‌های هفتم تا نهم، تفاوت‌های معناداری در ابعاد عاطفی، مناسکی، باورها، عمل، سبک عمل، خودآگاهی و هدف‌گذاری انتقادی و کل مهارت زندگی مشاهده شد ($p<0/05$)؛ اما مهارت ارتباط تفاوت معناداری نداشت. به‌منظور بررسی روابط غیرمستقیم از تحلیل مسیر استفاده شد. شاخص‌های برازش مدل نشان می‌دهند که مدل پژوهش دارای تطابق بسیار خوب با داده‌هاست؛ SRMR برابر $0/026$ و فاصله‌های $d_{ULS}=0/014$ و $d_G=0/007$ نشان‌دهنده اختلاف و خطای بسیار اندک در بازسازی داده‌ها هستند، خي دو برابر $13/83$ نسبتاً پایین است، $NFI=0/969$ بالاتر از آستانه $0/9$ قرار دارد که همگی حاکی از برازش عالی مدل هستند. همچنین $0/97 = CFI$ و $0/04 = RMSEA$ نیز بر برازش مناسب مدل تأکید می‌کنند و در مجموع تمامی شاخص‌ها بیانگر تطابق بسیار خوب مدل با داده‌ها هستند (شکل ۲). نتایج آزمون بوت‌استروپ در جدول ۶ و ۷ آمده است.

جدول (۶): تحلیل مسیرهای معنادار در پیش‌بینی گرایش و باور دینی از طریق مهارت‌های زندگی

دسته	مسیر	T	P
مسیر غیرمستقیم	ارتباط مؤثر ← سبک زندگی دینی	۱/۹۱	۰/۰۲۸
	ارتباط مؤثر ← سبک زندگی دینی	۱/۹۱	۰/۰۲۸
	ارتباط مؤثر ← گرایش به باور دینی	۱/۹۱	۰/۰۲۹
	انتقادی ← سبک زندگی دینی	۱/۸۴	۰/۰۳۳
	انتقادی ← گرایش به باور دینی	۱/۸۴	۰/۰۳۳
	بین فردی ← سبک زندگی دینی	۱/۹۰	۰/۰۲۹
	بهداشت ← سبک زندگی دینی	۱/۹۰	۰/۰۲۹
	بهداشت ← گرایش به باور دینی	۱/۸۹	۰/۰۰۳
	تصمیم‌گیری ← سبک زندگی دینی	۱/۹۰	۰/۰۲۹
	تصمیم‌گیری ← گرایش به باور دینی	۱/۸۹	۰/۰۰۳
	تفکر خلاق ← سبک زندگی دینی	۱/۸۶	۰/۰۳۲
	تفکر خلاق ← گرایش به باور دینی	۱/۸۵	۰/۰۳۲
	بین فردی ← گرایش به باور دینی	۱/۸۹	۰/۰۰۳

دسته	مسیر	T	P
	حل مسئله ← سبک زندگی دینی	۱/۸۸	۰/۰۳
	حل مسئله ← گرایش به باور دینی	۱/۸۷	۰/۰۳

نتایج مدل مسیریابی در جدول ۶ نشان داد که سبک زندگی دینی تحت تأثیر مستقیم ارتباط مؤثر ($t=1/91$) قرار دارد ($p<0/001$). مسیرهای غیرمستقیم نیز نشان دادند که مهارت‌های انتقادی، بهداشت، روابط بین فردی، تصمیم‌گیری، تفکر خلاق، حل مسئله و مشارکت ($t=2/41-1/91$) از طریق متغیرهای واسطه‌ای بر گرایش و باور دینی اثر گذارند ($p<0/001$).

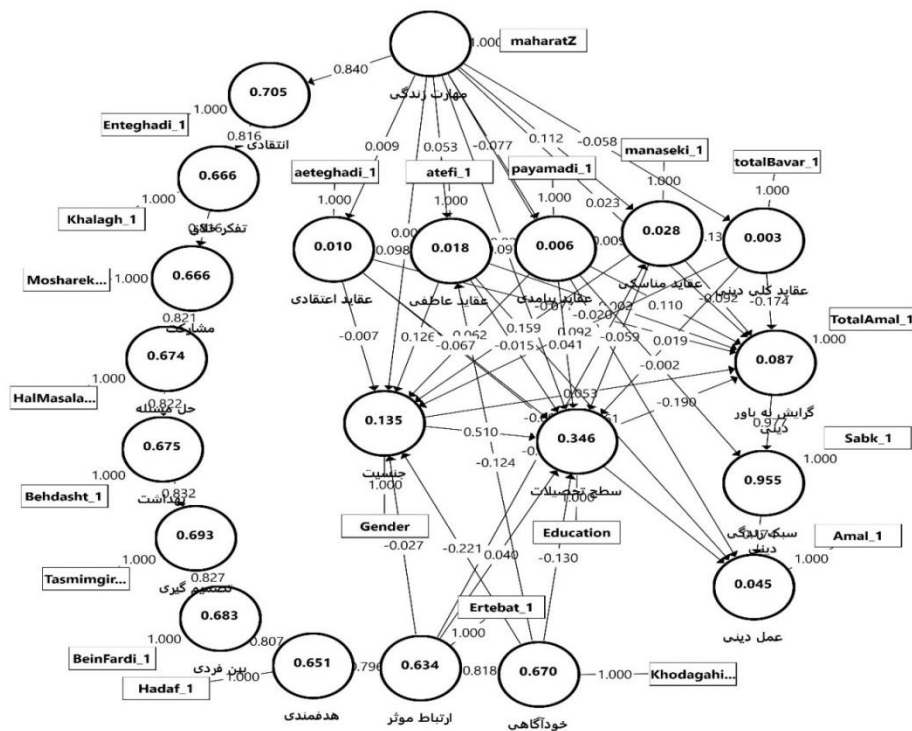
جدول (۷): تحلیل مسیرهای غیرمستقیم پیش‌بینی مهارت‌های زندگی بر اساس گرایش و باور دینی، جنسیت و تحصیلات

p	t	مسیر
۰/۰۳۴	۱/۸۲	مهارت زندگی ← انتقادی ← تفکر خلاق ← مشارکت ← حل مسئله مسئله ← بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۳۳	۱/۸۵	انتقادی ← تفکر خلاق ← مشارکت ← حل مسئله ← بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۳۱	۱/۸۶	تفکر خلاق ← مشارکت ← حل مسئله ← بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۳۰	۱/۸۹	مشارکت ← حل مسئله ← بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۲۷	۱/۹۲	حل مسئله ← بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۲۶	۱/۹۴	بهداشت ← تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی
۰/۰۲۵	۱/۹۶	تصمیم‌گیری ← بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط

مسیر	t	p
مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی		
بین فردی ← هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی	۱/۹۷	۰/۰۲۵
هدفمندی ← ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی	۱/۹۸	۰/۰۲۴
ارتباط مؤثر ← خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی	۱/۹۸	۰/۰۲۴
خودآگاهی ← جنسیت ← سطح تحصیلات ← گرایش به باور دینی	۲/۰۰۴	۰/۰۲۳

جدول ۷ نشان می‌دهد که مهارت‌های زندگی، به‌ویژه مهارت‌های ارتباط مؤثر ($t=1/98$)، بین فردی ($t=1/97$)، خودآگاهی ($t=2/04$) و هدفمندی ($t=1/98$)، از طریق میانجی‌هایی مانند تصمیم‌گیری ($t=1/96$)، حل مسئله ($t=1/92$)، مهارت‌های انتقادی ($t=1/85$) و تفکر خلاق ($t=1/86$)، گرایش به باورهای دینی را به‌طور معناداری تقویت می‌کنند ($p<0/05$). مسیر اصلی اثر از تأثیر انواع مهارت‌های زندگی آغاز می‌شود و با افزایش توانایی حل مسئله، خودآگاهی ($t=2/04$) و ارتباط مؤثر ($t=1/98$)، به بهبود گرایش دینی منجر می‌شود. جنسیت ($t=0/23$) و سطح تحصیلات ($t=0/23$) نقش کنترل‌کننده دارند اما اثر آنها نسبتاً کم است ($p<0/05$).

مدل نهایی تحلیل مسیر یابی نشان داد که انواع مهارت‌های زندگی نقش مهم و معناداری در گرایش و باور دینی افراد دارند. به‌طور مشخص، مهارت‌های زندگی شامل مهارت‌های خودآگاهی ($\beta=0/84$)، ارتباط مؤثر ($\beta=0/82$)، مشارکت اجتماعی ($\beta=0/82$) و بهداشت فردی ($\beta=0/83$) بر ارتباط مؤثر تأثیر می‌گذارند. این ارتباط مؤثر به‌عنوان یک متغیر کلیدی، مسیر اصلی شکل‌دهی گرایش به باورهای دینی را فراهم می‌کند. تحلیل مسیرهای غیرمستقیم نشان داد که مهارت‌های زندگی ($\beta=0/23$) از طریق میانجی باورهای دینی ($\beta=0/11$)، جنسیت ($\beta=0/05$) و تحصیلات ($\beta=0/19$) گرایش به باورهای دینی را افزایش می‌دهند (شکل ۲).



شکل (۲): تحلیل مسیر نقش مهارت‌های زندگی در گرایش به اعمال دینی نوجوانان با تعدیل جنسیت و تحصیلات

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر نشان می‌دهد گرایش دینی نوجوانان نتیجه تعامل پویا میان سه نهاد خانواده، مدرسه و جامعه است که با واسطه مهارت‌های زندگی شکل می‌گیرد. در تبیین آن می‌توان گفت خانواده به عنوان بستر اصلی تربیت، مدرسه به عنوان نهاد آموزشی و جامعه به عنوان فضای رسانه‌ای و فرهنگی، هریک نقش اساسی در ابعاد مختلف دینداری دارند (سند تحول بنیادین آموزش و پرورش، ۱۳۹۰؛ پورموحد و دیگران، ۱۴۰۳). دینداری نوجوانان تحت تأثیر عوامل بیرونی (خانواده، مدرسه، جامعه) و عوامل درونی (اعتقاد قلبی، نیاز به آرامش روانی، گرایش فطری) قرار دارد. چالش‌هایی مانند اجبار اجتماعی، تضاد باور و عمل، دینداری گزینشی و ضعف برنامه‌ریزی پرورشی نیز

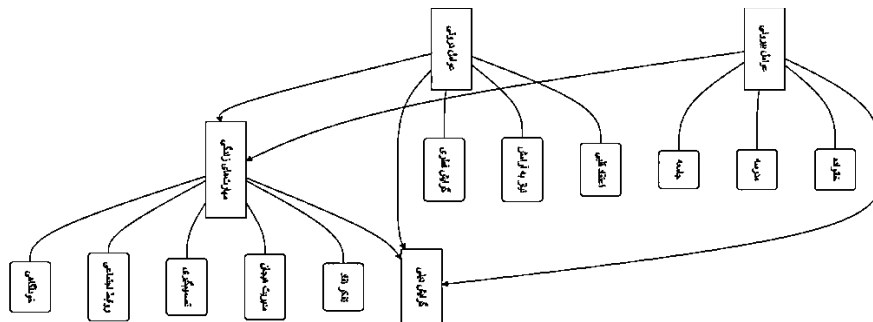
وجود دارد که تأییدی بر پژوهش‌های پیشین است (سراج‌زاده، ۱۳۷۵؛ افراسیابی و رضایی، ۱۴۰۲). مطابق مدل گلاک و استارک، خانواده بیشتر بُعد باور و عاطفه، مدرسه و جامعه ابعاد مناسکی و پیامدی دینداری را تقویت می‌کنند (پورموحّد و دیگران، ۱۴۰۳). مهارت‌های زندگی شامل خودکنترلی، مدیریت هیجان، حل مسئله و تفکر انتقادی به ترتیب ابعاد مناسکی، عاطفی، و پیامدی دینداری را تقویت می‌کنند (صبّاح حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲؛ عشایری و دیگران، ۱۴۰۱). راهکارهای پیشنهادی شامل آموزش غیرمستقیم (داستان و نمایش)، ارتقای سواد رسانه‌ای و الگوسازی مثبت است که ممکن است پیامدهایی چون آرامش روانی، هویت‌یابی دینی و انسجام اجتماعی را به همراه داشته باشد. نظریه‌های تربیتی و روان‌شناختی، مانند عمل‌محوری کاتینگهام (۲۰۰۹) و نیت آگاهانه علامه طباطبایی (خیاط‌زاده، ۱۴۰۱) نشان می‌دهند که مهارت‌های زندگی ظرفیت نوجوان برای درونی‌سازی باورهای دینی و پیوند آن با عمل را افزایش می‌دهند و انگیزش درونی دینی را تقویت می‌کنند. شواهد تجربی نیز حاکی از آن است که توانایی‌های روانی - اجتماعی، پیوند عاطفی با خدا و آرامش معنوی را پایدار می‌سازند (عشایری و دیگران، ۱۴۰۱؛ فرهمند و شرونی، ۱۴۰۰). درمجموع، تعامل خانواده، مدرسه و جامعه از طریق مهارت‌های زندگی می‌تواند بر شکل‌گیری هویت و گرایش دینی نوجوانان اثر بگذارد و پیامدهایی مانند آرامش روانی، هویت‌یابی دینی و انسجام اجتماعی ممکن است ایجاد کند.

به علاوه، نتایج این پژوهش نشان داد که مهارت‌های زندگی رابطه‌ای متوسط تا ضعیفی با عمل دینی و سبک زندگی دینی دارند. به‌ویژه مهارت‌های «هدفمندی» و «تفکر انتقادی» در بُعد اعتقادی، «ارتباط مؤثر» و «مشارکت» در بُعد عاطفی و «ارتباط مؤثر» در بعد مناسکی بیشترین تأثیر را بر باورها و سبک زندگی دینی دارند و «ارتباط مؤثر» قوی‌ترین پیش‌بین دینداری است، درحالی‌که «حل مسئله» ممکن است به‌طور موقت با گرایش پیامدی دینی رابطه منفی داشته باشد که نشان‌دهنده بازسازی انتقادی آموزه‌ها توسط نوجوانان است (افراسیابی و رضایی، ۱۴۰۲؛ کمالی اردکانی، ۱۴۰۱). مهارت‌هایی مانند خودتنظیمی، خودآگاهی، همدلی، تفکر انتقادی و حل مسئله بستر عقلانی، التزام عملی و تعلق خاطر جمعی برای دینداری پایدار هستند و نقش واسطه‌ای

حل مسئله در گذار از دینداری تقلیدی به عقلانی ممکن است با کاهش موقت نمره دینداری همراه شود (Doyle, 2013; Li & et al, 2019)؛ علامه طباطبایی، ۱۳۸۴؛ صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲؛ Glock & Stark, 1966). همچنین رسانه‌های دیجیتال و ویژگی‌های رشدی و جنسیتی نوجوانان، فرایند شکل‌گیری دینداری را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Safitri, 2025; Purwaningtyas & et al., 2024; Langat, 2022). از نظر جمعیت‌شناختی، دختران در تمامی ابعاد دینداری و مهارت ارتباطی برتر بودند که تأییدی است بر پژوهش‌های پیشین (صباغ حسن‌زاده و درودی، ۱۴۰۲؛ فرهنگد و شرونی، ۱۴۰۰) و با افزایش پایه تحصیلی، «خودآگاهی» و «هدفمندی» کاهش اما «دینداری مناسبی» افزایش یافت که همسو با پژوهش لنگیت (۲۰۲۲) است و با نظریه گلاک و استارک (۱۹۶۶) قابل تبیین است. تحلیل‌های پیشرفته نشان دادند مهارت‌هایی چون «ارتباط مؤثر»، «تفکر انتقادی» و «خودآگاهی» نقش واسطه‌ای معناداری میان ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و گرایش دینی دارند که با یافته‌های پورموحد و همکاران (۱۴۰۳)، کمالی اردکانی و همکاران (۱۴۰۱) و عشایری و همکاران (۱۴۰۱) همسو است. در تبیین نظری این نتایج بر مبنای دیدگاه «تقدم عمل بر باور» (Cottingham, 2009) و مدل علامه طباطبایی (خیاط‌زاده، ۱۴۰۱) می‌توان گفت مشارکت در مناسک و تکرار اعمال عبادی همراه با خودآگاهی و خودتنظیمی، به تعمیق باور دینی می‌انجامد. همچنین یافته‌های ملوینا (۲۰۱۸) تأکید می‌کنند که مهارت‌های زندگی، به‌ویژه ارتباط مؤثر، انگیزه درونی و بلوغ ایمانی را تقویت می‌کنند. درعین حال، کاهش خودآگاهی و هدفمندی با رشد پایه تحصیلی، و افزایش مناسک‌گرایی، هم‌راستا با سند تحول بنیادین (۱۳۹۰) و تحلیل کوارتنگ (۲۰۲۴)، نشان می‌دهد که تفکر انتقادی، خودتنظیمی و مشارکت می‌توانند شکاف بین نگرش و عمل دینی را پر کنند. براین اساس، بُعد اعتقادی دینداری نیازمند تقویت تفکر انتقادی و هدفمندی، بُعد مناسکی وابسته به خودتنظیمی و ارتباط مؤثر و بُعد عاطفی متکی بر مشارکت و همدلی است. یافته‌ها نشان می‌دهد مهارت‌های زندگی با اثرگذاری مستقیم بر سطوح دینداری و ایجاد پیوند میان معرفت دینی و رفتار مسئولانه، زمینه تحقق «حیات طیبه» را در چهارچوب سند تحول بنیادین فراهم می‌کنند. تقویت مهارت‌هایی مانند: ارتباط مؤثر، تفکر انتقادی و خودآگاهی

موجب افزایش گرایش دینی نوجوانان می‌شود؛ اما تبدیل این گرایش به رفتار عملی نیازمند الگوسازی و آموزش غیرمستقیم است. خانواده، مدرسه و جامعه از طریق فعالیت‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای و ارتقای مهارت‌های زندگی، بستر شکل‌گیری هویت دینی، انسجام اجتماعی و سلامت روان را ایجاد می‌کنند و عواملی چون جنسیت، تحصیلات و معدل نیز در این روند نقش تعدیل‌کننده دارند.

پیشنهادهای کاربردی شامل استفاده از اپلیکیشن‌های آموزشی برای سواد رسانه‌ای، طراحی برنامه‌های آموزشی غیرمستقیم مانند کارگاه‌ها یا بازی‌های تعاملی، استفاده از هنر و فعالیت‌های گروهی برای تقویت حس تعلق، الگوسازی مثبت در خانواده و مدرسه، و تقویت سواد رسانه‌ای برای مواجهه با محتوای ضددینی است. محدودیت‌های پژوهش نیز شامل عدم بررسی طولی پایداری اثرهای مهارت‌ها، نمونه محدود، خودگزارشی بودن داده‌ها، و عدم کنترل متغیرهای مخدوش مانند رسانه‌های اجتماعی است. این محدودیت‌ها تعمیم‌پذیری یافته‌ها را محدود می‌کنند و پژوهش‌های آینده می‌توانند با استفاده از نمونه‌های گسترده‌تر و تحلیل‌های تکمیلی، اعتبار و قابل تعمیم بودن نتایج را تقویت کنند. درکل، مهارت‌های زندگی به‌عنوان حلقه مفقوده ارتباط نهادهای اجتماعی با گرایش پایدار دینی نوجوانان شناخته می‌شوند.



شکل (۳): مدل نهایی پژوهش

سیاسگزاری

از تمامی شرکت‌کنندگانی که با اختصاص زمان و همکاری صمیمانه، زمینه انجام این پژوهش را فراهم کردند، صمیمانه قدردانی می‌کنیم.

کتابنامه

- افراسیابی، حسین و رضایی صدرآبادی، آرزو (۱۴۰۲). برساخت فرازمینه‌ای فردیت: تفسیر دختران نوجوان از موفقیت. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۴(۲)، ۱-۲۶.
- پورموحد، زهرا؛ میرطزرجانی، مطهره سادات؛ اردیان، ناهید و آخوند زردینی، راضیه (۱۴۰۳). بررسی وضعیت دینداری با اختلال استرس پس از سانحه در مادران دارای فرزند مبتلا به سرطان در بیمارستان شهید صدوقی شهر یزد در سال ۱۳۹۹. *طلوع بهار/شت*، ۲۳(۱)، ۱۱۰-۱۲۱.
- حاجیلو، فتانه؛ گلابی، فاطمه و رنجگر قلعه‌کندی، بهمن (۱۴۰۲). رابطه قضاوت اخلاقی و پایبندی اعتقادی با گسست در نهاد خانواده. *پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی*، ۱۲(۲)، ۱۲۹-۱۴۸.
- خیاط‌زاده، مهدی و نصیری، منصور (۱۴۰۱). بررسی انتقادی نظریه معرفت‌شناسی مشارکت در فهم باورهای دینی. *پژوهش‌های فلسفی*، ۴۰(۴)، ۲۷۷-۲۹۱.
- دلاور، علی (۱۴۰۲). روش تحقیقی در روان‌شناسی و علوم تربیتی. ویراست پنجم، تهران: ویرایش.
- رشیدی، فاطمه و جاودان، موسی (۱۴۰۱). ارائه مدل پیش‌بینی خودپنداره بر اساس مشکلات رفتاری - هیجانی با میانجی‌گری مهارت‌های زندگی در دانش‌آموزان دوره ابتدایی. *روش‌ها و مدل‌های روان‌شناختی*، ۱۳(۴۸)، ۱-۲۰.
- سراج‌زاده، حسین (۱۳۷۵). *نگرش‌ها و رفتارهای دینی نوجوانان تهرانی و دلالت‌های آن برای نظریه سکولار شدن*. نمایه پژوهش، ۲(۷-۸)، ۱۰۵-۱۲۰.
- شورای انقلاب فرهنگی، شورای عالی آموزش و پرورش (۱۳۹۰). *سند تحول بنیادین آموزش و پرورش*. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- صباغ حسن‌زاده، طلعت‌سادات و درودی، معصومه (۱۴۰۲). شناسایی و اولویت‌بندی نیازهای پرورشی دانش‌آموزان دختر متوسطه از دیدگاه معلمان. *آموزش‌پژوهی نوین*، ۹(۳۴)، ۷۲-۸۴.
- صبحی قراملکی، ناصر و پرزور، پرویز (۱۳۹۳). مقایسه هوش معنوی و هوش هیجانی دانشجویان و طلاب. *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ۴(۲ (پیاپی ۱۱))، ۲۹۷-۳۱۰.

طباطبایی، محمدحسین (۱۳۸۴). *تفسیر المیزان*. ترجمه محمدباقر موسوی، تهران: انتشارات اسلامی.

عشایری، طاهّا؛ جهان پرور، طاهره؛ مؤمنی، حسین و رقمی، فائزه (۱۴۰۳). مطالعه تأثیر میزان دینداری بر احساس امنیت اجتماعی: فراتحلیل پژوهش‌ها بازه زمانی ۱۳۸۷ الی ۱۴۰۰. *مجلس و راهبرد*، ۳۱(۱۱۸)، ۴۷۵-۵۱۰.

فره‌مند، مهنّاز و شرونی، مهرداد (۱۴۰۰). نقش تنهایی اجتماعی، ناکامی و دینداری بر نشخوار خشم زندانیان. *پژوهش‌های روان‌شناسی اجتماعی*، ۱۱(۴۴)، ۱۶۴-۱۴۵.

کمالی اردکانی، معصومه؛ تاج‌الدین، محمدباقر و محدثی گیلوایی، حسن (۱۴۰۱). تحولات دینداری در بین دو نسل از زنان: مطالعه موردی زنان منطقه ۴ تهران. *جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی*، ۱۹(۱)، ۳۵-۵۷.

گلزاری، محمود (۱۳۷۹). *ساخت مقیاس سنجش ویژگی‌های افراد مذهبی و رابطه این خصوصیات با بهداشت روانی آن‌ها*. رساله دکتری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران.

معاشری، امین؛ ساعتچی، محمود؛ محمدی تقوی، سیدمحمد؛ عسگریان، مهنّاز؛ اسدی، پروا و کامکاری، کامبیز (۱۴۰۱). *آزمون‌های روان‌شناختی*. تهران: انتشارات ویرایش.

- Carolyn, Leutloff-Grandits, Anja Peleikis and Tatjana Thelen (2009). *Social Security in Religious Networks* Pages. Bibliog., Index ISBN 978-1-84545-576-7 \$135.00 / £99.00 / Hb / Published (June 2009)
- Chung, J.-K. (2025). The spiritual and socio-educational implications of Geojassi Christian School. *Pharos Journal of Theology*, 106(1), 1-15.
- Cottingham, John (2009). *Why Believe?*, Continuum.
- Cottingham, John (2009). *Why Believe?*. Continuum.
- Doyle, R. (2013). *The impact of a nurture group on a school: a longitudinal case study* Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. University of East Anglia, School of Education and Lifelong Learning.
- Felavel, J. (2004). Recent advances in research on school-based extracurricular activities and adolescent development. *Developmental Review*, 32(1), 1- 48.
- Glock & Stark (1966). Dimension of religion commitment, The measured of religiosity, chapter 8. 279-292.
- Komala, I., Khairiyah, A., Layuk Tulak, J. T., & Azainil, A. (2024). The transformation of religious values in the digital life of adolescents. *Advances In Social Humanities Research*, 2(12), 1359-1375.
- Kwarteng, J. T., Servoh, M. W. K., & Betaken, M. B. (2024). Religiosity, ethics education and incorruptibility of accounting students. *Cogent*

- Business & Management*, 11(1), 2283935.
- Langat, Kathryn C. (2022). *Religion and Crime: Exploring the Link towards Crime Prevention in Bungoma County, Kenya*.
- Langat, Kathryn C. (2022). Religion and Crime: Exploring the Link towards Crime Prevention in Bungoma County, Kenya.
- Li, Y.-F., Chen, H., Zhang, D., & Gilson, C. B. (2019). Effects of a self-monitoring strategy to increase classroom task completion for high school students with moderate intellectual disability. *Education and Training in Autism and Developmental Disabilities*, 54(3), 263–273. <https://doi.org/10.1177/215416471905400306>
- Melvina T. Sumter; Frank, Wood; Ingrid, Whitaker & Dianne, Berger-Hill (2018). Religion and Crime Studies; Assessing What Has Been Learned. *Journal Religions*, (3), 1-15.
- Niklová, M., & Hanesová, D. (2024). Religious education as a platform for pupils' social development and prevention of internet addiction: The case of Slovakia. *Religions*, 15(5), 585. <https://doi.org/10.3390/rel15050585>
- Panahi, R., Ghorbanpour, Z., Moradi, B., Eidy, F., & Amjadian, M. (2024). The relationship between health literacy and the adoption of COVID-19 preventive behaviors: A cross-sectional study in Iran. *PLOS ONE*, 19(5), e0299007. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299007>
- Philipse, H. (2022). *Reason and religion: Evaluating and explaining belief in gods*. Cambridge University Press.
- Philipse, H. (2022). *Reason and religion: Evaluating and explaining belief in gods*. Cambridge University Press.
- Purwaningtyas, F., Dalimunte, M., & Dewi, S. (2024). Exploring adolescents' digital information-seeking patterns and religious behavior. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 12(2), 251–278.
- Safitri, S. (2025). *The role of social media in spreading religious moderation values*. *Young Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 99–107.
- Sartika, I. D., & Al-Amin. (2025). *The influence of streaming platforms on religious content consumption: A review of the literature on social and cultural impacts*. *Jurnal Teologi & Tafsir*, 2(6), 1135-1145.
- Spiegler, O., Jonsson, J. O., & Bracegirdle, C. (2025). Religious development from adolescence to early adulthood among Muslim and Christian youth in Germany: A person-oriented approach. *Child development*, 96(1), 141–160.
- Teo, T., Huang, F., Hue, M.-T., & Cheung, H.-Y. (2024). The influence of religious beliefs on bullying and cheating among secondary school students in Hong Kong. *Acta Psychologica*, (251), 104563.

References

- Afrasiabi, H., & Rezaei Sadrabadi, A. (2023). Trans-contextual construction of individuality: Adolescent girls' interpretation of success. *Applied Sociology*, 34(2), 1–26. (In Persian)
- Ashayeri, T., Jahanparvar, T., Momeni, H., & Raghmi, F. (2024). The effect of religiosity on social security feeling: A meta-analysis of research from 2008 to 2021. *Majles & Rahbord*, 31(118), 475–510. (In Persian)
- Carolin, Leutloff-Grandits, Anja Peleikis and Tatjana Thelen (2009). *Social Security in Religious Networks* Pages. Bibliog., Index ISBN 978-1-84545-576-7 \$135.00 / £99.00 / Hb / Published (June 2009)
- Chung, J.-K. (2025). The spiritual and socio-educational implications of Geojassi Christian School. *Pharos Journal of Theology*, 106(1), 1-15.
- Cottingham, John (2009). *Why Believe?*, Continuum.
- Cottingham, John (2009). *Why Believe?*. Continuum.
- Delavar, A. (2023). *Research methods in psychology and educational sciences* (5th ed.). Tehran: Virayesh. (In Persian)
- Doyle, R. (2013). The impact of a nurture group on a school: a longitudinal case study Thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy. University of East Anglia, School of Education and Lifelong Learning.
- Farahmand, M., & Shorouni, M. (2021). The role of social loneliness, frustration, and religiosity in anger rumination among prisoners. *Social Psychology Research*, 11(44), 145–164. (In Persian)
- Felavel, J. (2004). Recent advances in research on school-based extracurricular activities and adolescent development. *Developmental Review*, 32(1), 1- 48.
- Glock & Stark (1966). *Dimension of religion commitment*, The measured of religiosity, chapter 8. 279-292.
- Hajilou, F., Golabi, F., & Ranjgar Ghaleh Kandi, B. (2023). The relationship of moral judgment and religious commitment with family institution disruption. *Strategic Research on Social Problems*, 12(2), 129–148. (In Persian)
- Kamali Ardekani, M., Tajeddin, M. B., & Mohaddesi Gilvaei, H. (2022). Changes in religiosity between two generations of women: A case study of women in District 4 of Tehran. *Sociology of Social Institutions*, (19), 35–57. (In Persian)
- Khiyatzadeh, M., & Nasiri, M. (2022). A critical review of the participatory epistemology theory in understanding religious beliefs. *Philosophical Research*, 40, 277–291. (In Persian)
- Komala, I., Khairiyah, A., Layuk Tulak, J. T., & Azainil, A. (2024). The transformation of religious values in the digital life of adolescents. *Advances In Social Humanities Research*, 2(12), 1359-1375.
- Kwarteng, J. T., Servoh, M. W. K., & Betaken, M. B. (2024). Religiosity, ethics education and incorruptibility of accounting students. *Cogent Business & Management*, 11(1), 2283935.
- Langat, Kathryn C. (2022). *Religion and Crime: Exploring the Link towards*

- Crime Prevention in Bungoma County, Kenya.
- Langat, Kathryn C. (2022). Religion and Crime: Exploring the Link towards Crime Prevention in Bungoma County, Kenya.
- Li, Y.-F., Chen, H., Zhang, D., & Gilson, C. B. (2019). Effects of a self-monitoring strategy to increase classroom task completion for high school students with moderate intellectual disability. *Education and Training in Autism and Developmental Disabilities*, 54(3), 263–273. <https://doi.org/10.1177/215416471905400306>
- Ma'ashari, A., Saatchi, M., Mohammadi Taghavi, S. M., Asgarian, M., Asadi, P., & Kamkari, K. (2022). *Psychological tests* (7th ed.). Tehran: Virayesh. (In Persian)
- Melvina T. Sumter; Frank, Wood; Ingrid, Whitaker & Dianne, Berger-Hill (2018). Religion and Crime Studies; Assessing What Has Been Learned. *Journal Religions*, (3), 1-15.
- Niklová, M., & Hanesová, D. (2024). Religious education as a platform for pupils' social development and prevention of internet addiction: The case of Slovakia. *Religions*, 15(5), 585. <https://doi.org/10.3390/rel15050585>
- Panahi, R., Ghorbanpour, Z., Moradi, B., Eidy, F., & Amjadian, M. (2024). The relationship between health literacy and the adoption of COVID-19 preventive behaviors: A cross-sectional study in Iran. *PLOS ONE*, 19(5), e0299007. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0299007>
- Philipse, H. (2022). *Reason and religion: Evaluating and explaining belief in gods*. Cambridge University Press.
- Philipse, H. (2022). *Reason and religion: Evaluating and explaining belief in gods*. Cambridge University Press.
- Pourmohadd, Z., Mirtorrajani, M. S., Ordiyan, N., & Akhond Zardini, R. (2024). The relationship between religiosity and post-traumatic stress disorder in mothers of children with cancer in Shahid Sadoughi Hospital, Yazd, in 2020. *Toloo-e Behdasht*, 23(1), 110–121. (In Persian)
- Purwaningtyas, F., Dalimunte, M., & Dewi, S. (2024). Exploring adolescents' digital information-seeking patterns and religious behavior. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 12(2), 251–278.
- Rashidi, F., & Javdan, M. (2022). Presenting a self-concept prediction model based on behavioral-emotional problems with the mediating role of life skills in primary school students. *Psychological Methods and Models*, 13(48), 1–20. (In Persian)
- Sabagh Hassanzadeh, T. S., & Doroudi, M. (2023). Identification and Prioritization of Educational Needs of Female Secondary School Students from Teachers' Perspectives. *New Educational Research*, 9(34), 72–84. (In Persian)
- Safitri, S. (2025). The role of social media in spreading religious moderation values. *Young Journal of Social Sciences and Humanities*, 1(1), 99–107.
- Sartika, I. D., & Al-Amin. (2025). The influence of streaming platforms on religious content consumption: A review of the literature on social and cultural impacts. *Jurnal Teologi & Tafsir*, 2(6), 1135-1145.

- Serajzadeh, H. (1996). Religious Attitudes and Behaviors of Tehran Adolescents and Their Implications for Secularization Theory. Tehran: Tarbiat Moallem University. (In Persian)
- Sobhi Gharamaleki, N., & Porzoor, P. (2014). A comparative study of spiritual intelligence and emotional intelligence among university students and seminary students. *Culture in the Islamic University*, 4(2), 297–310. (In Persian)
- Spiegler, O., Jonsson, J. O., & Bracegirdle, C. (2025). Religious development from adolescence to early adulthood among Muslim and Christian youth in Germany: A person-oriented approach. *Child development*, 96(1), 141–160.
- Supreme Council of the Cultural Revolution, Supreme Council of Education. (2011). The fundamental reform document of education. Tehran: Ministry of Culture and Islamic Guidance. (In Persian)
- Tabataba'i, M. H. (2005). *Al-Mizan exegesis* (M. B. Mousavi, Trans.). Tehran: Islamic Publications. (In Persian)
- Teo, T., Huang, F., Hue, M.-T., & Cheung, H.-Y. (2024). The influence of religious beliefs on bullying and cheating among secondary school students in Hong Kong. *Acta Psychologica*, (251), 104563.



doi: 10.30497/rc.2026.248157.2106



Received: 2025/04/29

Accepted: 2026/05/30

Factors Influencing Female Student Teachers' Participation in Religious Programs (Case Study: Female Student Teachers at Bint al-Huda Sadr Campus, Rasht)

Sonia Zare Bazghaleh*

Abstract

This study aimed to identify the factors influencing the increased participation of female student-teachers in religious programs at Bint al-Huda Sadr Campus in Rasht. The research employed a survey method, and the statistical population consisted of 1,300 undergraduate female student-teachers. Using stratified random sampling, a sample of 297 participants (mean age: 20.47 years) was selected. Data were collected through a researcher-made questionnaire containing 40 Likert-scale items, with a confirmed reliability (Cronbach's alpha = 0.82). Data analysis was performed using descriptive statistics, Spearman correlation coefficient, and logistic regression via SPSS software.

Descriptive findings revealed that individual factors had the highest mean score ($M = 4.56$), with "awareness of the importance of religious participation" ($M = 4.82$) and "use of modern technologies" ($M = 4.73$) ranking at the top. Social factors ($M = 4.27$) and environmental factors ($M = 3.58$) followed in subsequent ranks. Among social factors, "family support" ($M = 4.73$) was the most influential, while "alignment of programs with students' needs" ($M = 3.18$) was the weakest environmental factor. Correlation analysis indicated a positive relationship between current and past participation in religious activities, and a negative relationship between current participation and dissatisfaction with programs, lifestyle, and use of modern technologies. Logistic regression analysis showed that the model explained 34% of the variance, with dissatisfaction with programs ($OR = 10.45$) being the strongest predictor of decreased participation, followed by the use of modern technologies ($OR = 3.32$) and personal time management ($OR = 1.98$).

The results indicate that environmental deficiencies constitute the main barrier to religious participation. Redesigning religious programs to better align with students' needs and improving environmental structures is essential. The proposed conceptual model can serve as a guide for policymakers and cultural managers aiming to enhance religious engagement through structural reforms and content development tailored to contemporary student expectations.

Keywords: Religious Participation, Student Teachers, Religious Programs, Higher Education, Cultural Policies, Bint al-Huda Sadr Campus of Rasht.

* Assistant Professor of the Department of Islamic Education, Farhangian University, Tehran, Iran.

S.zare@cfu.ac.ir

0000-0002-0592-3977

عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجوی معلمان در برنامه‌های مذهبی (مورد مطالعه دانشجوی معلمان دختر پردیس بنت‌الهدی صدر رشت)

صوبیا زارع بازقلعه*

چکیده

هدف پژوهش حاضر، شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش مشارکت دانشجوی معلمان دختر در برنامه‌های مذهبی پردیس بنت‌الهدی صدر رشت بود. روش پژوهش به صورت پیمایشی و جامعه آماری شامل ۱۳۰۰ نفر از دانشجوی معلمان دختر مقطع کارشناسی بود که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای، نمونه‌ای به حجم ۲۹۷ نفر (میانگین سنی: ۲۰/۴۷ سال) انتخاب شد. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای شامل ۴۰ پرسش در مقیاس لیکرت بود که روایی و پایایی آن با آلفای کرونباخ ۰/۸۲ تأیید شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از آمار توصیفی، ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون لجستیک در نرم‌افزار SPSS انجام گرفت. یافته‌ها نشان داد که از میان عوامل مؤثر، عوامل فردی با میانگین ۴/۵۶ بیشترین نقش را داشته‌اند که در این میان، آگاهی از اهمیت مشارکت مذهبی (۴/۸۲) و استفاده از فناوری‌های نوین (۴/۷۳) بیشترین میانگین را کسب کردند. عوامل اجتماعی با میانگین ۴/۲۷ و عوامل محیطی با میانگین ۳/۵۸ در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند. در میان عوامل اجتماعی، حمایت خانواده (۴/۷۳) و در میان عوامل محیطی، تطابق برنامه‌ها با نیازهای دانشجویان (۳/۱۸) به ترتیب قوی‌ترین و ضعیف‌ترین مؤلفه‌ها بودند. نتایج آزمون همبستگی نشان داد که مشارکت مذهبی فعلی با مشارکت مذهبی گذشته رابطه مثبت و معنادار و با متغیرهای نارضایتی از برنامه‌ها، سبک زندگی و میزان استفاده از فناوری‌های نوین رابطه منفی دارد. تحلیل رگرسیون لجستیک نیز نشان داد که مدل با قدرت تبیین ۳۴ درصد، مهم‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده کاهش مشارکت مذهبی را نارضایتی از برنامه‌ها ($OR=10/45$) معرفی کرد و پس از آن، استفاده از فناوری‌های نوین ($OR=3/32$) و مدیریت زمان شخصی ($OR=1/98$) قرار گرفتند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که کاستی‌های محیطی، مهم‌ترین مانع در مسیر مشارکت مذهبی دانشجوی معلمان محسوب می‌شوند. براین اساس، بازطراحی برنامه‌ها متناسب با نیازها و ویژگی‌های نسل جدید و بهبود ساختارهای محیطی می‌تواند به عنوان راهکاری مؤثر جهت ارتقای سطح مشارکت مذهبی مورد توجه سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی قرار گیرد. مدل مفهومی ارائه شده در این مطالعه می‌تواند مبنایی برای سیاست‌گذاری فرهنگی و آموزشی در دانشگاه‌ها فراهم آورد.

واژگان کلیدی: مشارکت مذهبی، دانشجوی معلمان، برنامه‌های مذهبی، آموزش عالی، سیاست‌های فرهنگی، پردیس بنت‌الهدی صدر رشت.

* استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

مقدمه

در بررسی تحولات معاصر جوامع انسانی، مشارکت مذهبی به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی سرمایه اجتماعی و هویت فرهنگی، نقشی بنیادین در شکل‌گیری شخصیت، ارتقای سلامت روان و توسعه مهارت‌های اجتماعی جوانان ایفا می‌کند. این اهمیت در عصر تحولات شتابان اجتماعی و فرهنگی نه تنها کاهش نیافته، بلکه ضرورت بازاندیشی در شیوه‌های مشارکت مذهبی را دوچندان کرده است.

فعالیت‌های مذهبی در محیط‌های آموزشی، به‌ویژه در مراکز تربیت معلم، از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند، چراکه نه تنها در تقویت تربیت دینی دانشجو-معلمان مؤثرند، بلکه نقش مستقیمی در تربیت نسل آینده فرهنگ‌سازان جامعه دارند. پژوهش‌های متعددی (مانند موسوی و دیگران، ۱۳۹۰؛ آخوندی و محلاتیان، ۱۳۹۵) بر اهمیت مشارکت مذهبی در حفظ انسجام اجتماعی و شکل‌گیری هویت دینی تأکید کرده‌اند، با این حال شواهد میدانی نشان می‌دهد که این مشارکت در محیط‌های دانشگاهی با چالش‌هایی مواجه شده است.

پردیس‌های دانشگاه فرهنگیان به عنوان فضاهایی پویا برای رشد هویت دینی و ارتقای همبستگی اجتماعی شناخته می‌شوند. در این محیط‌ها، فعالیت‌های مذهبی می‌توانند به تقویت باورهای دینی، کاهش اضطراب و افزایش تاب‌آوری دانشجویان کمک کنند. با وجود این، گزارش‌های فرهنگی و مطالعات میدانی در سال‌های اخیر نشان می‌دهند که میزان مشارکت مذهبی دانشجویان روندی کاهشی یافته و این مسئله به یکی از دغدغه‌های مهم نهادهای فرهنگی دانشگاهی تبدیل شده است.

تحلیل این پدیده نشان می‌دهد که کاهش مشارکت مذهبی، مسئله‌ای چندبُعدی و متأثر از عواملی نظیر تغییر سبک زندگی، شکاف بین نیازهای نسل جدید و ساختار برنامه‌های مذهبی، نقش فناوری‌های نوین، فشارهای تحصیلی، و ضعف جذابیت محیطی برنامه‌هاست. مطالعات نظری از جمله پاتنام^۱ (۱۳۹۲)، فیلد^۲ (۱۳۹۷) و اینگلهارت و نوریس^۳ (۱۳۸۹) نیز بر تأثیر اعتماد اجتماعی، نوسازی فرهنگی و

1. Putnam

2. Field

3. Inglehart & Norris

رسانه‌های الکترونیکی بر رفتار دینی تأکید کرده‌اند. بااین‌حال، به‌نظر می‌رسد که بومی‌سازی این مفاهیم در بافت فرهنگی ایران (به‌ویژه در محیط‌های دانشگاهی) ضروری است.

پردیس بنت‌الهدی صدر رشت، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراکز تربیت دانشجومعلم‌ان دختر در شمال کشور، به‌دلیل تنوع فرهنگی منطقه، برخورد سنت و مدرنیته در استان گیلان، و غنای برنامه‌های فرهنگی مذهبی، زمینه‌ای مناسب برای تحلیل این پدیده فراهم کرده است.

براین‌اساس، پژوهش حاضر با رویکردی کمی و توصیفی - تحلیلی، در پی شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر بر میزان مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان دختر در برنامه‌های مذهبی پردیس بنت‌الهدی صدر است. تمرکز این مطالعه بر تبیین نقش مؤلفه‌های فردی، اجتماعی و محیطی در رفتار مذهبی دانشجویان است تا از طریق تحلیل داده‌های میدانی، چهارچوبی برای طراحی راهکارهای مؤثر جهت ارتقای این مشارکت ارائه گردد.

۱. پیشینه پژوهش

مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که مشارکت مذهبی دانشجویان پدیده‌ای چندوجهی است و تحت تأثیر عوامل فردی (اعتقادات، انگیزش)، اجتماعی (خانواده، همسالان، گروه‌های دینی) و محیطی (فضای دانشگاه، امکانات، سیاست‌های فرهنگی) قرار دارد. نظریه‌های سرمایه فرهنگی بوردیو^۴، تعامل‌گرایی نمادین، خودتعیین‌گری دسی و رایان^۵، الگوی ابعاد دین‌داری گلاک و استارک^۶ و محیط‌گرایی جان دیویی^۷، چهارچوب نظری پژوهش را تشکیل می‌دهند.

همچنین مطالعه مشارکت دانشجویان در فعالیت‌های دینی و مذهبی، به‌ویژه در دهه‌های اخیر، مورد توجه روزافزون پژوهشگران قرار گرفته و از ابعاد مختلف فردی، اجتماعی و فرهنگی بررسی شده است. در این بخش، مهم‌ترین یافته‌های مطالعات داخلی و خارجی مرتبط با موضوع مرور می‌شود.

4. Bourdieu

5. Deci & Ryan

6. Glock & Stark

7. J. Dewey

۱-۱. مطالعات داخلی

توسلی و مرشدی (۱۳۸۵)، در پژوهشی با عنوان «بررسی سطح دینداری و گرایش‌های دینی دانشجویان» نشان دادند که گرایش دانشجویان به مناسک جمعی مذهبی، نسبت به باورهای دینی فردی آنان در سطح پایین‌تری قرار دارد. یافته‌ها حاکی از آن است که دانشجویان بیشتر به جنبه فردی دینداری تمایل دارند و حضور در آیین‌های مذهبی جمعی، به‌ویژه در محیط دانشگاه، با روندی کاهشی همراه بوده است.

همچنین، برخی پژوهشگران معتقدند که کاهش مشارکت مذهبی می‌تواند نشانه‌ای از تغییر نگرش دانشجویان نسبت به دین و کارکردهای آن در زندگی اجتماعی باشد (آزاد ارمکی و زارع، ۱۳۸۷، ص. ۱۵۸).

سراج‌زاده (۱۳۹۰)، در مطالعه‌ای تحت عنوان «چالش‌های دینداری و مدرنیته در میان جوانان» به این نتیجه رسید که هرچند باورهای دینی در میان دانشجویان پایدار باقی مانده؛ اما الگوهای رفتاری آنان در حوزه دینداری دستخوش تحول شده است. این پژوهش نشان می‌دهد که دین‌ورزی فردی و تجربه‌های شخصی معنوی جایگزین مشارکت در مناسک جمعی شده است.

در پژوهش شجاعی‌زند و همکاران (۱۳۹۳) تحت عنوان «عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در مراسم مذهبی دانشگاهی»، عواملی همچون کیفیت برنامه‌ها، شرایط محیطی، زمان‌بندی مناسب و شیوه‌های جذاب ارائه محتوای دینی، ازجمله مؤلفه‌های مؤثر بر میزان مشارکت معرفی شده‌اند. همچنین، بر اهمیت مشارکت مستقیم دانشجویان در طراحی و اجرای برنامه‌های دینی تأکید شده است.

مطالعه موسوی و حیدری (۱۳۹۴)، با رویکردی جامعه‌شناختی، نشان داد که عواملی نظیر سرمایه اجتماعی، اعتماد نهادی و تجربه مثبت از فعالیت‌های دینی پیشین، نقش معناداری در پیش‌بینی مشارکت مذهبی دانشجویان ایفا می‌کنند. همچنین تفاوت‌های معناداری در الگوهای مشارکت بین دانشجویان دختر و پسر گزارش شده است.

کاظمی و فرجی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان «تأثیر استفاده از رسانه‌های نوین بر مشارکت مذهبی دانشجویان» دریافتند که میزان و نوع استفاده از فضای مجازی، به‌ویژه در زمینه جستجوی محتوای دینی، رابطه مثبتی با میزان مشارکت مذهبی در محیط

دانشگاه دارد.

کریمیان و همکاران (۱۴۰۰)، در پژوهش خود تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین اعتماد اجتماعی و پایبندی مذهبی دانشجویان؛ مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان سمنان» به بررسی همبستگی میان این دو متغیر پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که میان اعتماد اجتماعی و پایبندی مذهبی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، به گونه‌ای که افزایش سطح اعتماد اجتماعی در میان دانشجویان منجر به تقویت پایبندی مذهبی آنان می‌گردد.

ازسوی دیگر، نیازی و همکاران (۱۴۰۲)، در مطالعه خود به تبیین تأثیرات مشارکت دانشجویی بر ابعاد مختلف زندگی دانشگاهی پرداختند. یافته‌های این پژوهش حکایت از آن دارد که گسترش مشارکت دانشجویان در امور دانشگاهی تأثیر مثبت و قابل توجهی بر تمامی ابعاد اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی حیات دانشجویی دارد. این محققان دریافتند که افزایش سطح مشارکت دانشجویی نه تنها موجب تقویت روحیه همبستگی و بهبود کیفیت زندگی در محیط دانشگاهی می‌شود، بلکه زمینه‌ساز بروز خلاقیت و تقویت اعتماد به نفس در میان دانشجویان نیز محسوب می‌گردد.

۲-۱. مطالعات خارجی

اسمیت و فاکس^۸ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان «دینداری، معنویت و مشارکت اجتماعی در میان دانشجویان»، به تأثیر مثبت مشارکت در گروه‌های مذهبی دانشگاهی بر سازگاری تحصیلی، روابط اجتماعی و سلامت روانی دانشجویان اشاره کردند. یافته‌ها نشان دادند که این مشارکت می‌تواند حس تعلق به جامعه دانشگاهی را افزایش داده و از ترک تحصیل جلوگیری کند.

مایرسون^۹ و همکاران (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «روندهای تغییر در مشارکت دینی دانشجویان در عصر دیجیتال»، تغییر الگوهای مشارکت از مناسک سنتی به اشکال جدیدتر و انعطاف‌پذیرتر دینداری را بررسی کردند. در این پژوهش، پدیده‌هایی چون «معنویت مجازی» و «اجتماعات دینی برخط» به عنوان بسترهای نوین تجربه دینی

8. Smith & Fox

9. Mayerson

دانشجویان برجسته شده‌اند.

براون و ویلسون^{۱۰} (۲۰۲۰) در پژوهش «نقش محیط فیزیکی در ترغیب به مشارکت دینی در دانشگاه‌ها»، نشان دادند که طراحی مناسب فضاهای مذهبی، سهولت دسترسی به آن‌ها و امکان تلفیق فعالیت‌های دینی با سایر فعالیت‌های دانشجویی، نقش مؤثری در افزایش مشارکت دینی ایفا می‌کند.

ریگان^{۱۱} و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه «تأثیر همسالان بر مشارکت دینی دانشجویان» دریافتند که پیوند با شبکه‌های اجتماعی و گروه‌های مذهبی دانشگاهی به‌ویژه در سال نخست تحصیل، تأثیر پایداری بر حفظ مشارکت در فعالیت‌های دینی دارد. نقش همسالان به‌عنوان مشوق یا مانع در این حوزه بسیار تعیین‌کننده گزارش شده است.

چن و والتاین^{۱۲} (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «عوامل فرهنگی - اجتماعی مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان بین‌المللی» نشان دادند که دانشجویان مهاجر و بین‌المللی، اغلب فعالیت‌های دینی را به‌عنوان ابزاری برای حفظ هویت فرهنگی و ایجاد شبکه‌های حمایتی در محیط دانشگاهی انتخاب می‌کنند. این پژوهش، بر ضرورت فراهم‌سازی فضاهای مذهبی چندفرهنگی در دانشگاه‌ها تأکید دارد.

مرور مطالعات انجام‌شده حاکی از آن است که مشارکت دینی دانشجویان متأثر از مجموعه‌ای از عوامل فردی، اجتماعی، فرهنگی و ساختاری است. همچنین، تغییرات نسلی و تحولات فناورانه، موجب شکل‌گیری الگوهای نوینی از دینداری شده‌اند که غالباً فردی، انعطاف‌پذیر و مبتنی بر تجربه‌های معنوی شخصی هستند. با وجود تلاش‌های علمی صورت گرفته، همچنان خلأهای قابل توجهی در زمینه ارائه راهکارهای بومی و متناسب با فرهنگ ایرانی برای ارتقای مشارکت دینی در میان دانشجویان وجود دارد. پژوهش حاضر در تلاش است تا بخشی از این خلأها را شناسایی و تحلیل کند.

۲. مبانی نظری پژوهش

مشارکت مذهبی دانشجویان به‌عنوان یکی از ارکان دینداری در عرصه عمومی، نه‌تنها

10. Brown & Wilson

11. Regan

12. Chen & Valentine

بازتابی از باورها و ارزش‌های درونی آنان است، بلکه به‌شدت تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل فردی، اجتماعی و محیطی قرار دارد. در این پژوهش، چهارچوب نظری بر اساس نظریه‌ها و دیدگاه‌های جامعه‌شناسی دین، روان‌شناسی اجتماعی، تربیت دینی و مطالعات فرهنگی طراحی شده است. این چهارچوب به تحلیل و شناخت عوامل مؤثر بر مشارکت مذهبی دانشجویان می‌پردازد و به دنبال ارائه یک مدل مفهومی برای درک بهتر این پدیده است.

۲-۱. نظریه سرمایه فرهنگی

پیر بوردیو^{۱۳} (۱۹۸۶) نظریه سرمایه فرهنگی خود را به‌عنوان مجموعه‌ای از دانش‌ها، مهارت‌ها، مدارک و دارایی‌های فرهنگی تعریف می‌کند که در تعیین موقعیت اجتماعی افراد مؤثر است. بر اساس این نظریه، سرمایه فرهنگی می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای حفظ و انتقال امتیازات اجتماعی عمل کند و در بازتولید نابرابری‌های اجتماعی نقش ایفا نماید. لذا سرمایه فرهنگی افراد، شامل دانش دینی، نگرش‌ها، و رفتارهای فرهنگی، نقشی اساسی در میزان مشارکت آنان در عرصه‌های اجتماعی، از جمله فعالیت‌های مذهبی، ایفا می‌کند. بر اساس این نظریه، دانشجویانی که از سرمایه فرهنگی دینی بالاتری برخوردارند، احتمال بیشتری برای مشارکت فعال در برنامه‌های مذهبی خواهند داشت. این سرمایه فرهنگی به نوعی به آنان این امکان را می‌دهد که در تعاملات اجتماعی و مذهبی به‌طور مؤثری حضور یابند و از آن بهره‌برداری کنند.

۲-۲. نظریه تعامل‌گرایی نمادین

نظریه تعامل‌گرایی نمادین که ریشه در آرای جرج هربرت مید^{۱۴} (۱۹۳۴) و هربرت بلومر^{۱۵} (۱۹۶۹) دارد، به نقش معناها و نمادهایی می‌پردازد که افراد از طریق تعاملات اجتماعی به‌دست می‌آورند و به‌وسیله آن‌ها رفتارهای خود را شکل می‌دهند. طبق این نظریه، نحوه‌ی مواجهه دانشجویان با برنامه‌های مذهبی و برداشت آنان از این فعالیت‌ها در چهارچوب تعامل با همسالان، اساتید و نهادهای دینی دانشگاه است که بر مشارکت

13. P. Bourdieu

14. G. H. Mead

15. H. Blumer

آنان تأثیرگذار خواهد بود. در این دیدگاه، مشارکت مذهبی دانشجویان نه تنها تابع نیازهای فردی بلکه ناشی از فرایندهای اجتماعی و فرهنگی است که در بستر روابط اجتماعی آن‌ها شکل می‌گیرد.

۳-۲. نظریه نیازهای روانی پایه

نظریه خود تعیین‌گری که توسط دسی و رایان (۲۰۰۰) مطرح شده، بر این نکته تأکید دارد که اگر نیازهای شایستگی، خودمختاری و تعلق به جمع ارضا شوند منجر به انگیزش درونی، عملکرد بهینه و سلامت روانی می‌شوند، درحالی‌که ناکامی در ارضای آنها با پیامدهای منفی مانند کاهش انگیزه و اضطراب همراه است. براین اساس چنانچه برنامه‌های مذهبی بتوانند نیازهای روانی اساسی دانشجویان را تأمین کنند، مشارکت آنان در این برنامه‌ها تقویت خواهد شد. در صورتی که دانشجویان احساس کنند برنامه‌های مذهبی به آن‌ها این امکان را می‌دهد که خود را آزادانه بیان کنند، به‌طور شایسته‌ای در فعالیت‌ها مشارکت داشته باشند و به گروه‌های مذهبی تعلق خاطر پیدا کنند، میزان مشارکت آن‌ها افزایش خواهد یافت.

۴-۲. الگوی چهار بعدی دینداری

گلاک و استارک (۱۹۶۵) در مدل چهار بعدی خود دینداری را به چهار بُعد اصلی تقسیم کرده‌اند: اعتقادی، مناسکی، تجربی و پیامدی. مشارکت مذهبی دانشجویان در محیط دانشگاه بیشتر در ابعاد مناسکی و پیامدی قرار می‌گیرد. باین حال، این مشارکت در ارتباط با سایر ابعاد دینداری نیز شکل می‌گیرد و می‌تواند بر رفتارهای مذهبی دانشجویان تأثیرگذار باشد. به عبارت دیگر، مشارکت در برنامه‌های مذهبی نه تنها تحت تأثیر مناسک مذهبی است بلکه با ابعاد اعتقادی و پیامدی نیز در تعامل است.

۵-۲. نظریه محیط‌گرایی آموزشی (جان دیویی)

جان دیویی (۱۹۳۸) بر این باور است که محیط یادگیری نقش بسیار مهمی در شکل‌گیری نگرش‌ها و رفتارهای افراد دارد. طبق دیدگاه دیویی، محیط فرهنگی دانشگاه و نحوه طراحی و اجرای برنامه‌های مذهبی می‌تواند تأثیر زیادی بر مشارکت دانشجویان در این فعالیت‌ها داشته باشد. استفاده از فناوری‌های نوین و ایجاد فضاهای تعاملی در

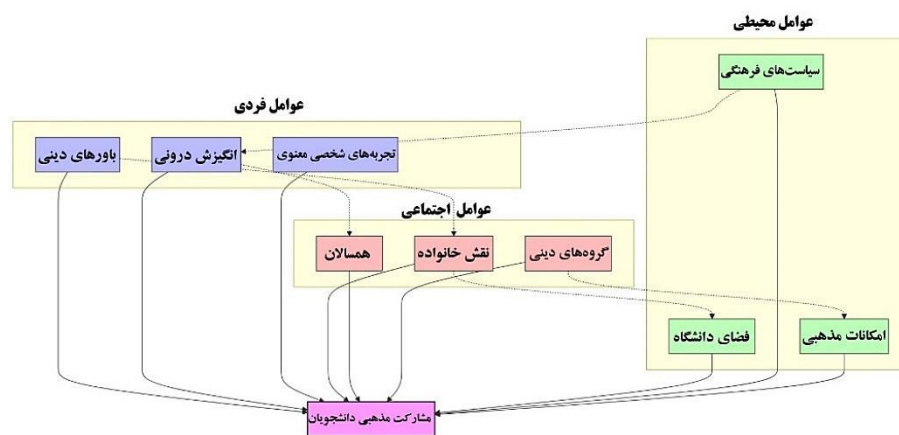
محیط‌های دانشگاهی می‌تواند موجب افزایش یا کاهش مشارکت مذهبی دانشجویان گردد. همچنین سیاست‌های دانشگاهی و نحوه ارتباطات درون‌دانشگاهی به‌طور مستقیم بر میزان تعاملات مذهبی دانشجویان تأثیرگذار است.

۳. مدل مفهومی پیشنهادی

مدل مفهومی پژوهش به‌صورت زیر است:

- عوامل فردی: باورهای دینی، انگیزش درونی، مدیریت زمان شخصی.
- عوامل اجتماعی: نقش خانواده، همسالان، گروه‌های دینی.
- عوامل محیطی: فضای فیزیکی دانشگاه، سیاست‌های فرهنگی، جذابیت برنامه‌های مذهبی.

این عوامل به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر میزان مشارکت مذهبی دانشجویان تأثیرگذارند. در این پژوهش، تلاش خواهد شد تا با استفاده از این مدل مفهومی، عوامل مؤثر بر مشارکت مذهبی دانشجویان شناسایی و تحلیل گردد.



شکل (۱): عوامل مؤثر فردی، اجتماعی و محیطی بر مشارکت مذهبی دانشجویان

۴. پرسش‌های پژوهش

۴-۱. پرسش اصلی

چه عوامل فردی، اجتماعی و محیطی در تبیین کاهش مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان

دختر در برنامه‌های مذهبی پردیس بنت‌الهدی صدر نقش دارند و این عوامل چگونه بر رفتار دینی آنان تأثیر می‌گذارند؟

۴-۲. پرسش‌های فرعی

- ۱- مهم‌ترین عوامل فردی مؤثر بر مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان دختر کدام‌اند؟
- ۲- مهم‌ترین عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان دختر کدام‌اند؟
- ۳- عوامل محیطی مؤثر بر کاهش یا تقویت مشارکت مذهبی در محیط دانشگاهی چه هستند؟
- ۴- با توجه به یافته‌های میدانی، چه راهکارهایی می‌توان برای افزایش مشارکت مذهبی در محیط‌های آموزشی پیشنهاد داد؟

۵. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی - تحلیلی با رویکرد پیمایشی است. جامعه آماری شامل کلیه دانشجومعلم‌ان دختر پردیس بنت‌الهدی صدر رشت در نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۱۴۰۳-۱۴۰۴ (به تعداد حدودی ۱۳۰۰ نفر) بود. حجم نمونه با استفاده از فرمول اصلاح‌شده کوکران ۲۹۷ نفر تعیین شد و نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی طبقه‌ای انجام گرفت تا نمایندگی مناسبی از کل جامعه فراهم شود. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته‌ای بود که بر مبنای ادبیات نظری و مطالعات پیشین طراحی شده و شامل ۴۰ گویه در پنج بُعد (فردی، اجتماعی، محیطی، انگیزشی و اعتقادی) در قالب طیف لیکرت پنج‌درجه‌ای بود. برای سنجش روایی، پرسش‌نامه در اختیار جمعی از اساتید و خبرگان حوزه مطالعات دینی و علوم تربیتی قرار گرفت و اصلاحات لازم بر اساس نظرهای آن‌ها انجام شد. همچنین، پایایی ابزار با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ روی یک نمونه اولیه محاسبه شد که مقدار آن برای کل پرسش‌نامه برابر با ۰/۸۲ به‌دست آمد و نشان‌دهنده پایایی مطلوب ابزار است. داده‌های گردآوری‌شده با استفاده از نرم‌افزار SPSS تحلیل شد. در سطح آمار توصیفی، از شاخص‌هایی مانند میانگین، انحراف معیار استفاده گردید و در سطح آمار استنباطی، آزمون‌های کروسکال-والیس، ضریب همبستگی اسپیرمن و رگرسیون

لجستیک به کار گرفته شد تا روابط بین متغیرها و سهم نسبی آن‌ها در تبیین مشارکت مذهبی دانشجویان بررسی شود.

۶. یافته‌های پژوهش

پس از آنکه پرسش‌نامه محقق‌ساخته متناسب با اهداف پژوهش طراحی گردید، داده‌های گردآوری‌شده از طریق این ابزار، با استفاده از نرم‌افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. این پرسش‌نامه شامل بخش‌هایی برای اطلاعات جمعیت‌شناختی، عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت مذهبی، و راهکارهای پیشنهادی از دیدگاه دانشجویان جهت افزایش مشارکت مذهبی بود.

همان‌گونه که بیان شد، جامعه آماری این پژوهش را دانشجویان دختر پردیس بنت‌الهدی صدر رشت دانشگاه فرهنگیان تشکیل داده‌اند. در مجموع، از میان جامعه آماری، تعداد ۲۹۷ نفر به پرسش‌نامه پاسخ دادند که برای تحلیل نهایی مورد استفاده قرار گرفت.

در این بخش، یافته‌ها در سه سطح توصیفی و تحلیلی ارائه شده‌اند:

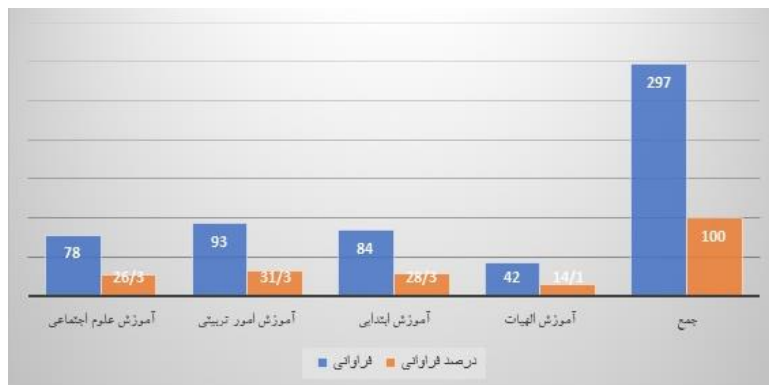
- ۱- تحلیل اطلاعات جمعیت‌شناختی (رشته تحصیلی، سن و وضعیت سکونت)؛
- ۲- تحلیل عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت مذهبی (با آزمون کروسکال - والیس و رگرسیون لجستیک)؛
- ۳- تحلیل راهکارهای پیشنهادی دانشجویان برای افزایش مشارکت مذهبی (بر اساس فراوانی و درصد پاسخ‌ها).

۶-۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی نمونه آماری

نمونه آماری پژوهش شامل ۲۹۷ نفر از دانشجویان دختر پردیس بنت‌الهدی صدر رشت در مقطع کارشناسی بود. جدول ۱ توزیع فراوانی شرکت‌کنندگان بر اساس رشته تحصیلی را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از توزیع نسبتاً متعادل رشته‌هاست، به‌طوری‌که رشته آموزش امور تربیتی با ۹۳ نفر (۳۱/۳ درصد) بیشترین و رشته آموزش الهیات با ۴۲ نفر (۱۴/۱ درصد) کمترین سهم را در نمونه داشتند.

جدول (۱): توزیع فراوانی متغیر رشته تحصیلی پاسخ‌دهندگان

رشته تحصیلی	فراوانی	درصد فراوانی
علوم اجتماعی	۷۸	۲۶,۳
امور تربیتی	۹۳	۳۱,۳
آموزش ابتدایی	۸۴	۲۸,۳
آموزش الهیات	۴۲	۱۴,۱
جمع	۲۹۷	۱۰۰



نمودار (۱): توزیع فراوانی رشته تحصیلی پاسخ‌دهندگان

بررسی ویژگی‌های سنی نشان داد که میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۲۰/۴۷ سال با انحراف معیار ۰/۷۴۴ است. توزیع سنی حاکی از تمرکز ۶۷/۶ درصد افراد در سن ۲۰ سالگی، ۱۷/۲ درصد در سن ۲۱ سالگی و ۱۵/۲ درصد در سن ۲۲ سالگی است. همچنین ۹۳ درصد از شرکت‌کنندگان مجرد و ۷ درصد متأهل بودند. از نظر نحوه حضور در دانشگاه، ۵۵ درصد در خوابگاه ساکن و ۴۵ درصد به صورت ترددی در کلاس‌ها شرکت می‌کردند.

۲-۶. یافته‌های توصیفی

در این بخش، یافته‌های توصیفی مرتبط با عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت مذهبی

دانشجومعلم‌ان دختر در سه بُعد فردی، اجتماعی و محیطی بررسی شده است. جدول ۲ نمای کلی از میانگین و انحراف معیار هر یک از مؤلفه‌های این سه بُعد را ارائه می‌دهد.

جدول (۲): یافته‌های توصیفی مرتبط با عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان دختر در سه بُعد فردی، اجتماعی و محیطی

رتبه	انحراف معیار	میانگین	ابعاد و عوامل
	۰,۷۶۴	۴,۵۶	الف) عوامل فردی
۱	۰,۴۰۵	۴,۸۲	آگاهی از اهمیت مشارکت مذهبی
۲	۰,۴۶۷	۴,۷۳	استفاده از فناوری‌های نوین
۳	۰,۶۷۴	۴,۶۴	انگیزش درونی برای مشارکت
۴	۰,۸۲۰	۴,۴۵	تغییر سبک زندگی
۵	۱,۱۶۸	۴,۱۸	مدیریت زمان شخصی
	۱,۰۰۸	۴,۲۷	ب) عوامل اجتماعی
۱	۰,۶۴۷	۴,۷۳	حمایت و تشویق خانواده
۲	۰,۵۲۲	۴,۴۵	الگوگیری از افراد مؤثر
۳	۰,۹۰۵	۴,۲۷	فشارهای اجتماعی منفی
۴	۱,۳۴۲	۴	نقش اساتید و مربیان
۵	۱,۳۰۰	۳,۹۱	تأثیر دوستان و همسالان
	۱,۲۸۷	۳,۵۸	پ) عوامل محیطی
۱	۱,۱۳۶	۳,۹۱	سیاست‌های فرهنگی دانشگاه
۲	۱,۴۰۱	۳,۸۲	کیفیت فضای فیزیکی دانشگاه
۳	۱,۴۴۰	۳,۵۵	کفایت امکانات مذهبی
۴	۱,۴۴۰	۳,۴۵	جذابیت محتوای برنامه‌های مذهبی
۵	۱,۰۷۹	۳,۱۸	تطابق برنامه‌های مذهبی با نیازهای دانشجومعلم‌ان
	۱,۱۱۵	۴,۱۴	میانگین کل پرسش‌نامه

۶-۲-۱. عوامل فردی

عوامل فردی با میانگین کلی ۴/۵۶ بالاترین سطح تأثیر را در میان سایر ابعاد به خود

اختصاص داده‌اند. این امر نشان‌دهنده نقش پررنگ ویژگی‌ها و شرایط شخصی در تعیین میزان مشارکت مذهبی دانشجویان است. در این بُعد، مؤلفه «آگاهی از اهمیت مشارکت مذهبی» با میانگین $4/82$ و انحراف معیار $0/405$ در رتبه نخست قرار گرفت که بیانگر توافق گسترده پاسخ‌دهندگان در مورد ارزش ذاتی مشارکت در برنامه‌های مذهبی است.

در ادامه، مؤلفه‌های «استفاده از فناوری‌های نوین در ارتباط با فعالیت‌های مذهبی» (میانگین: $4/73$) و «انگیزش درونی برای حضور در برنامه‌های مذهبی» (میانگین: $4/64$) قرار دارند. در مقابل، «مدیریت زمان شخصی» با میانگین $4/18$ و انحراف معیار $1/168$ ، پایین‌ترین امتیاز این بُعد را داشته است. این تفاوت قابل توجه در انحراف معیار نشان‌دهنده چالش‌های متنوع و تجربه‌شده در زمینه زمان‌بندی و تعادل میان فعالیت‌های تحصیلی و مذهبی در میان دانشجویان است.

۲-۲-۶. عوامل اجتماعی

عوامل اجتماعی با میانگین $4/27$ در رتبه دوم قرار گرفتند. در این بُعد، مؤلفه «حمایت و تشویق خانواده» با میانگین $4/73$ در صدر قرار دارد و این امر بر نقش تعیین‌کننده خانواده به عنوان نهاد نخستین جامعه‌پذیری مذهبی تأکید دارد. پس از آن، «الگوگیری از افراد مؤثر و گروه‌های دینی» با میانگین $4/45$ در جایگاه بعدی قرار دارد. نکته قابل توجه در این بُعد، میانگین پایین مؤلفه «تأثیر دوستان و همسالان» است که با امتیاز $3/91$ و انحراف معیار $1/300$ پایین‌ترین رتبه را در میان مؤلفه‌های اجتماعی به خود اختصاص داده است. این یافته می‌تواند بازتابی از ساختار فرهنگی جامعه و نقش پررنگ خانواده در مقایسه با تأثیرپذیری از گروه همسالان باشد.

۳-۲-۶. عوامل محیطی

در میان ابعاد سه‌گانه، عوامل محیطی با میانگین $3/58$ کمترین سطح تأثیر را به خود اختصاص داده‌اند؛ امری که بیانگر ضعف‌های زیرساختی، محتوایی و سازمانی در طراحی و اجرای برنامه‌های مذهبی است. در این بُعد، «سیاست‌های فرهنگی دانشگاه» با میانگین $3/91$ بالاترین امتیاز را کسب کرده و تا حدودی نشانگر موفقیت نسبی برخی

سیاست‌های دانشگاه در جلب توجه دانشجویان است.

در مقابل، مؤلفه‌های «جذابیت برنامه‌های مذهبی» با میانگین ۳/۴۵ و «تطابق برنامه‌های مذهبی با نیازهای واقعی دانشجومعلم‌ان» با میانگین ۳/۱۸ کمترین امتیاز را به خود اختصاص داده‌اند. این شکاف قابل توجه، حاکی از ناکارآمدی در برنامه‌ریزی و عدم همسویی کافی میان محتوای برنامه‌ها با ویژگی‌ها و دغدغه‌های نسل حاضر است. همچنین، انحراف معیار بالای ۱/۴۴۰ و ۱/۲۸۷ در این دو بُعد بیانگر وجود تفاوت‌های معنادار در ادراک پاسخ‌دهندگان از کیفیت و اثربخشی محیط و برنامه‌های مذهبی است.

۳-۶. تفسیر کلی یافته‌ها

تحلیل الگوی نزولی میانگین‌ها از عوامل فردی (۴/۵۶) به عوامل اجتماعی (۴/۲۷) و سپس عوامل محیطی (۳/۵۸) نشان می‌دهد که اگرچه انگیزه‌های شخصی و حمایت‌های اجتماعی در سطح نسبتاً مطلوبی قرار دارند، ضعف در شرایط محیطی و ساختارهای اجرایی اصلی‌ترین مانع در راه مشارکت فعال مذهبی دانشجومعلم‌ان به‌شمار می‌رود. تفاوت چشمگیر انحراف معیارها نیز این موضوع را تأیید می‌کند؛ به گونه‌ای که عوامل محیطی (۱/۲۸۷) با بیشترین پراکندگی در پاسخ‌ها همراه بوده‌اند، درحالی که عوامل فردی (۰/۷۶۴) از همگرایی بیشتری برخوردارند. براین اساس، تقویت محتوای برنامه‌ها، بازطراحی فضاها، فضاهای مذهبی دانشگاه و انطباق فعالیت‌ها با نیازهای واقعی و ترجیحات فرهنگی دانشجویان از جمله اقدامات ضروری برای ارتقای سطح مشارکت مذهبی محسوب می‌شود.

۷. تجزیه و تحلیل داده‌ها (تحلیل استنباطی)

در این بخش، به تحلیل استنباطی داده‌ها پرداخته می‌شود. داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسش‌نامه، پس از ورود به نرم‌افزار SPSS، برای انجام تحلیل‌های آماری آماده شدند. این اطلاعات مبنای آزمون فرضیه‌ها و ارائه تبیین‌های نظری پژوهش قرار می‌گیرند.

۷-۱. آزمون پایایی ابزار (با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ)

به منظور ارزیابی پایایی پرسش‌نامه از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. این ضریب نشان می‌دهد که سؤالات پرسش‌نامه تا چه میزان با یکدیگر همبستگی دارند و سازه

مورد نظر را به طور یکنواخت اندازه گیری می کنند (Nunally & Bernstein, 1994). نتایج محاسبه ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسش نامه در جدول زیر آمده است.

جدول (۳): نتایج آزمون آلفای کرونباخ

تعداد گویه ها	آلفای کرونباخ استاندارد شده	آلفای کرونباخ
۴۰	۰,۸۲	۰,۸۲

همان طور که مشاهده می شود، مقدار آلفای کرونباخ برابر با ۰,۸۲ به دست آمده که نشان دهنده پایایی قابل قبول و مطلوب ابزار سنجش است. بر اساس ادبیات روش تحقیق، مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰,۷ نشان دهنده پایایی قابل قبول ابزار است (Hair & et al., 2010). بنابراین، پرسش نامه مورد استفاده در پژوهش حاضر از ثبات درونی مناسبی برخوردار بوده و قابلیت اتکای لازم برای ادامه فرایند تحلیل داده ها را داراست.

۲-۲. آزمون نرمال بودن توزیع داده ها

یکی از مفروضات اساسی بسیاری از آزمون های آماری پارامتریک، نرمال بودن توزیع داده ها است. به منظور بررسی این فرض، از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف^{۱۶} استفاده شد. این آزمون یکی از روش های آماری رایج برای ارزیابی انطباق توزیع داده ها با توزیع نرمال می باشد.

فرضیات آزمون به شرح زیر است:

- فرض صفر: (H_0) داده ها از توزیع نرمال پیروی می کنند.
 - فرض مقابل: (H_1) داده ها از توزیع نرمال پیروی نمی کنند.
- جدول زیر نتایج حاصل از آزمون K-S برای سه متغیر اصلی پژوهش را نشان می دهد:

جدول (۴): نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای نرمال بودن توزیع متغیرها

متغیر	تعداد	آماره K.S	سطح معناداری (Sig)	نتیجه آزمون
مشارکت در گذشته	۲۹۷	۰/۱۹۳	۰/۰۰۰	غیرنرمال
مشارکت فعلی	۲۹۷	۰/۲۵۴	۰/۰۰۰	غیرنرمال
تغییر در مشارکت	۲۹۷	۰/۴۱۶	۰/۰۰۰	غیرنرمال

نتایج جدول فوق حاکی از آن است که سطح معنی‌داری (p-value) برای هر سه متغیر کمتر از ۰,۰۵ است ($p < 0.05$). این بدان معناست که تفاوت معناداری میان توزیع داده‌ها و توزیع نرمال وجود دارد؛ بنابراین، فرض صفر رد می‌شود و نتیجه می‌گیریم که متغیرهای «مشارکت در گذشته»، «مشارکت فعلی» و «تغییر در مشارکت» از توزیع نرمال پیروی نمی‌کنند. در نتیجه، برای تحلیل داده‌ها از روش‌های غیرپارامتریک استفاده شد.

۳-۷. بررسی اولیه میزان تغییر مشارکت مذهبی دانشجویان

تحلیل اولیه داده‌های پرسش‌نامه در جدول زیر خلاصه شده است:

جدول (۵): تحلیل اولیه داده‌های پرسش‌نامه

وضعیت تغییر مشارکت مذهبی	تعداد دانشجویان	درصد
کاهش یافته	۱۴۳	۴۸
بدون تغییر	۱۱۸	۴۰
افزایش یافته	۳۶	۱۲

داده‌ها نشان می‌دهد که بیش از نیمی از دانشجویان (۸۸ درصد) یا مشارکتشان کاهش یافته یا بدون تغییر بوده است. این یافته حاکی از آن است که در مجموع، میزان مشارکت مذهبی دانشجویان در طول زمان کاهش یافته است. این می‌تواند به این معنا باشد که بیشتر دانشجویان انگیزه یا علاقه لازم برای مشارکت فعال ندارند یا این انگیزه و علاقه کاهش یافته است.

بنابراین باتوجه به وابسته بودن تغییر در مشارکت مذهبی دانشجویان به متغیرهای مستقل مطرح شده، در ادامه به بررسی رابطه بین متغیر وابسته و متغیرهای مستقل پرداخته می‌شود.

۴-۷. مقایسه میزان مشارکت مذهبی دانشجویان بر اساس رشته تحصیلی

باتوجه به عدم نرمال بودن توزیع متغیرهای مشارکت مذهبی (بر اساس نتایج آزمون کولموگروف - اسمیرنوف)، و نیز ماهیت اسمی متغیر مستقل «رشته تحصیلی»، برای مقایسه میزان مشارکت مذهبی دانشجویان در رشته‌های مختلف از آزمون غیرپارامتریک

کروسکال - والیس^{۱۷} استفاده شد. آزمون کروسکال - والیس برای مقایسه میانگین رتبه‌ها در بین چند گروه مستقل (رشته‌های تحصیلی) به کار می‌رود.

جدول (۶): میانگین رتبه‌های متغیرهای مشارکت مذهبی بر اساس رشته تحصیلی

متغیر	رشته	میانگین رتبه	توضیحات
مشارکت در گذشته	الهیات	۱۶۲/۱۵	بیشترین
	علوم اجتماعی	۱۵۱/۸۹	
	امور تربیتی	۱۴۸/۶۸	
	آموزش ابتدایی	۱۴۰/۰۹	کمترین
مشارکت در حال حاضر	علوم اجتماعی	۱۶۲/۱۷	بیشترین
	امور تربیتی	۱۴۷/۰۵	
	آموزش ابتدایی	۱۴۶/۹۷	
	آموزش الهیات	۱۳۲/۹۲	کمترین
تغییر در مشارکت	علوم اجتماعی	+۱۰/۲۸	کمترین کاهش یا بیشترین افزایش
	آموزش ابتدایی	+۶/۸۸	
	امور تربیتی	-۱/۶۳	
	آموزش الهیات	-۲۹/۲۳	بیشترین کاهش

مطابق جدول فوق در متغیر مشارکت در گذشته، دانشجویان رشته آموزش الهیات بالاترین میانگین رتبه (۱۶۲،۱۵) و دانشجویان آموزش ابتدایی پایین‌ترین (۱۴۰،۰۹) را کسب کرده‌اند.

در متغیر مشارکت فعلی، بیشترین میزان مشارکت مربوط به دانشجویان علوم اجتماعی و کمترین میزان مشارکت مربوط به دانشجویان الهیات است؛ این نشان‌دهنده تغییری معنادار در گروه دانشجویان الهیات در گذر زمان است.

در متغیر تغییر در مشارکت، دانشجویان رشته علوم اجتماعی بیشترین افزایش در مشارکت مذهبی را گزارش کرده‌اند، درحالی‌که بیشترین کاهش مربوط به دانشجویان رشته آموزش الهیات بوده است.

17. Kruskal-Wallis test

۵-۷. آزمون معناداری آماری تفاوت‌ها

به‌منظور بررسی معناداری تفاوت میان گروه‌ها، از آزمون کروسکال-والیس استفاده شد که نتایج آن در جدول زیر آمده است:

جدول (۷): نتایج آزمون کروسکال - والیس برای مقایسه میزان مشارکت مذهبی بین رشته‌های تحصیلی

متغیر	مقدار H	df	مقدار	نتیجه
مشارکت در گذشته	۲/۱۰۶	۳	۰/۵۵۱	معنادار نیست
مشارکت فعلی	۳/۷۴۹	۳	۰/۲۹۰	معنادار نیست
تغییر در مشارکت	۶/۱۱۱	۳	۰/۱۰۶	نزدیک به معناداری

آزمون کروسکال - والیس برای بررسی وجود تفاوت معنادار در میزان مشارکت مذهبی دانشجویان، با در نظر گرفتن رشته تحصیلی آن‌ها به‌عنوان متغیر گروه‌بندی، انجام شد. نتایج این آزمون برای متغیر «مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان در گذشته»، آماره H برابر با ۲,۱۰۶ با درجه آزادی ۳ و سطح معناداری ۰,۵۵۱ را نشان داد. با توجه به اینکه سطح معناداری (۰,۵۵۱) از سطح آلفای ۰,۰۵ بیشتر است، فرضیه صفر مبنی بر برابری توزیع رتبه‌ها در گروه‌های مختلف رشته‌های تحصیلی رد نمی‌شود. این بدان معناست که بر اساس این آزمون، نمی‌توان نتیجه گرفت که رشته تحصیلی تأثیر معناداری بر میزان مشارکت مذهبی دانشجویان در گذشته دارد.

شایان ذکر است، مقدار P برای متغیر «تغییر در مشارکت» برابر با ۰,۱۰۶ به‌دست آمد که گرچه به سطح معناداری نزدیک است؛ اما باز هم بالاتر از آستانه ۰,۰۵ قرار دارد و از نظر آماری معنادار تلقی نمی‌شود؛ بنابراین، بر اساس نتایج آزمون کروسکال - والیس، نمی‌توان با اطمینان آماری نتیجه گرفت که رشته تحصیلی نقش معناداری در میزان مشارکت مذهبی دانشجویان دارد.

با این حال، توصیه می‌شود الگوهای مشاهده شده در میانگین رتبه‌ها با احتیاط تفسیر شوند و به‌عنوان مبنایی برای تحقیقات کیفی و تبیینی در آینده مورد توجه قرار گیرند؛ به‌عنوان مثال، کاهش معنادار مشارکت مذهبی دانشجویان الهیات از گذشته تا حال می‌تواند به‌دلیل تغییر در محتوای دروس، روش‌های تدریس یا تغییر در نگرش

دانشجویان به دین باشد. بررسی این الگوها در قالب مطالعات کیفی می‌تواند به شناسایی عوامل زمینه‌ای و تأثیرگذار در تغییرات مشارکت مذهبی دانشجویان در رشته‌های مختلف کمک نماید. لازم به ذکر است که هرگونه تفسیر بر اساس روندهای مشاهده شده، نیاز به تأیید از طریق روش‌های پژوهش کیفی دارد.

۶-۷. تحلیل همبستگی آماری

در این مطالعه، به منظور شناسایی عوامل مرتبط با مشارکت مذهبی دانشجویان، پنج رابطه همبستگی با استفاده از ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن^{۱۸} مورد بررسی قرار گرفت. با توجه به ماهیت رتبه‌ای و غیرنرمال داده‌ها، استفاده از آزمون اسپیرمن به عنوان روشی غیرپارامتریک، انتخابی روش‌شناختی و مناسب تلقی می‌شود. حجم نمونه برابر با ۲۹۷ نفر بود که برای مطالعات همبستگی آماری، حجم قابل قبولی محسوب می‌گردد.

جدول (۸): ضریب همبستگی رتبه‌ای اسپیرمن

متغیر وابسته		متغیرهای مستقل
مشارکت فعلی دانشجومعلم‌ان در فعالیت‌های مذهبی		
Sig (دوطرفه)	Spearman's rho	
۰/۰۰۰	۰/۵۰۰**	مشارکت در گذشته
۰/۰۰۰	۰/۵۷۷**	ارضایتی از برنامه‌های مذهبی
۰/۰۰۰	۰/۵۷۴**	تأثیر سبک زندگی
۰/۰۰۰	۰/۴۸۳**	تأثیر فناوری‌های نوین
۰/۰۰۰	۰/۲۱۶**	مدیریت زمان شخصی
۰/۰۰۰	۰/۴۶۹**	تغییر در سیاست‌ها و برنامه‌های دانشگاه
۰/۰۰۰	۰/۴۵۸**	عدم تطابق برنامه‌ها با نیازهای دانشجو
** همبستگی در سطح ۰,۰۱ (دو طرفه) معنی‌دار است.		

بر اساس نتایج جدول فوق:

- بین مشارکت فعلی و مشارکت در گذشته، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

این بدان معناست که دانشجویانی که در گذشته مشارکت مذهبی بیشتری داشته‌اند، در حال حاضر نیز مشارکت بیشتری دارند.

- بین مشارکت فعلی و نارضایتی از برنامه‌های مذهبی، همبستگی منفی و معناداری وجود دارد. این نشان می‌دهد که هرچه دانشجویان از برنامه‌های مذهبی ناراضی‌تر باشند، مشارکت مذهبی آن‌ها کمتر است.

- بین مشارکت فعلی و تأثیر سبک زندگی، همبستگی منفی و معناداری وجود دارد. این بدان معناست که تغییرات در سبک زندگی دانشجویان (مانند افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تغییر در الگوهای مصرف فرهنگی و غیره) با کاهش مشارکت مذهبی آن‌ها مرتبط است.

- بین مشارکت فعلی و تأثیر فناوری‌های نوین، همبستگی منفی و معناداری وجود دارد. این نشان می‌دهد که استفاده از فناوری‌های نوین (مانند: تلفن همراه، اینترنت و غیره) با کاهش مشارکت مذهبی دانشجویان مرتبط است.

- بین مشارکت فعلی و مدیریت زمان شخصی توسط دانشجومعلم‌ان، همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد. این بدان معناست که مدیریت زمان با افزایش مشارکت مذهبی دانشجویان مرتبط است.

همچنین، نتایج نشان داد که عوامل محیطی مانند تغییر در سیاست‌ها و برنامه‌های دانشگاه‌ها و عدم تطابق برنامه‌ها با نیازهای دانشجویان نسبت به عوامل فردی (مدیریت زمان) تأثیر بیشتری دارند، که باید در تحلیل‌های سیاست‌گذاری مورد توجه قرار گیرند.

۷-۷. تحلیل رگرسیون لجستیک

در این مطالعه به منظور شناسایی عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت مذهبی دانشجومعلم‌ان، از «رگرسیون لجستیک دوجمله‌ای» استفاده شد. دلیل انتخاب این روش، دودسته‌ای بودن متغیر وابسته (کاهش مشارکت / بدون تغییر) و عدم نرمال بودن توزیع داده‌ها بود.

مرحله صفر: متغیرهای خارج از مدل

نتایج آزمون در مرحله صفر در جدول زیر ارائه شده است:

جدول (۹): متغیرهای خارج از مدل - step 0

متغیر	آماره score	df	Sig
مدیریت زمان شخصی	۲۸,۷۸۴	۱	۰,۰۰۰
تأثیر فناوری‌های نوین	۶۰,۴۳۷	۱	۰,۰۰۰
تغییر سبک زندگی	۶۰,۶۶۸	۱	۰,۰۰۰
نارضایتی از برنامه‌های دانشگاه	۶۴,۰۴۱	۱	۰,۰۰۰
عدم تطابق برنامه‌ها با نیاز دانشجوی معلمان	۴۶,۷۳۶	۱	۰,۰۰۰
تغییرات در سیاست‌های دانشگاه	۴۹,۸۹۵	۱	۰,۰۰۰
آمار کلی مدل	۸۲,۴۲۷	۶	۰,۰۰۰

تفسیر: تمامی متغیرهای مستقل به‌طور معناداری با کاهش مشارکت مذهبی مرتبط بودند ($p < 0.001$)، و مدل کلی توانایی پیش‌بینی قابل‌قبولی داشت.

مرحله ۱: متغیرهای وارد شده به مدل (آزمون Omnibus)

نتایج آزمون Omnibus برای ارزیابی برازش مدل به‌صورت زیر به‌دست آمد:

جدول (۱۰): آزمون Omnibus

بخش	آماره Chi-square	df	Sig
Step / Block / Model	۸۴,۲۲۹	۶	۰,۰۰۰

مدل دارای معناداری آماری بود ($p < 0.001$)، بنابراین ورود متغیرها به مدل موجب بهبود معنادار پیش‌بینی شده است.

۷-۸. شاخص‌های برازش مدل

جدول (۱۱): شاخص‌های برازش

شاخص	مقدار	تفسیر
-2 Log Likelihood	۳۰۱,۶۳۸	هرچه کمتر، مدل بهتر
Cox & Snell R ²	۰,۲۴۷	بیانگر ۲۴,۷ درصد از واریانس
Nagelkerke R ²	۰,۳۴۰	قدرت پیش‌بینی تعدیل‌شده؛ ۳۴ درصد از تغییرات توضیح داده شده

فرایند برآورد ضرایب پس از ۵ تکرار با همگرایی کامل به پایان رسید.

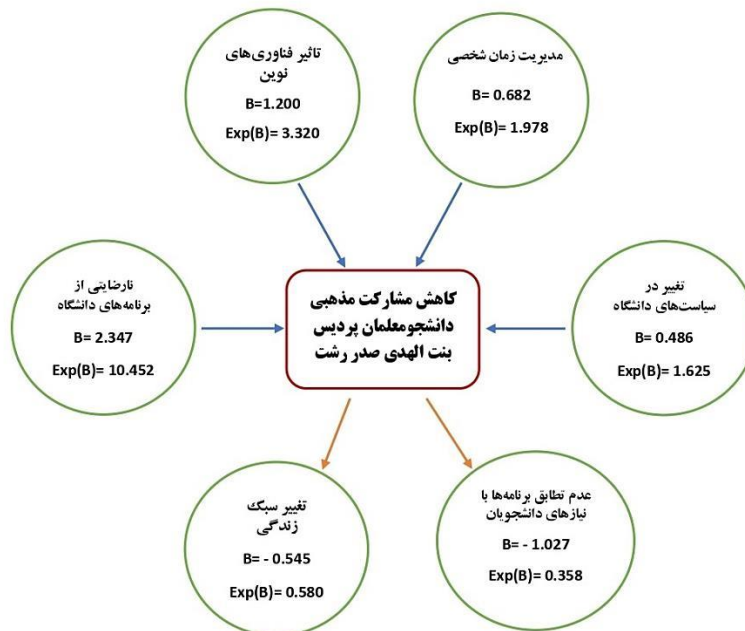
۹-۷. متغیرهای داخل مدل نهایی

جدول (۱۲): متغیرهای داخل مدل

عامل	ضریب (B)	خطای استاندارد	آماره Wald	df	سطح معناداری (p)	نسبت شانس Exp(B)
مدیریت زمان شخصی	۰,۶۸۲	۰,۳۴۲	۳,۹۷۴	۱	۰,۰۴۶	۱,۹۷۸
تغییر سیاست‌ها	۰,۴۸۶	۰,۴۳۷	۱,۲۳۴	۱	۰,۲۶۷	۱,۶۲۵
تغییر سبک زندگی	-۰,۵۴۵	۰,۷۴۳	۰,۵۳۹	۱	۰,۴۶۳	۰,۵۸۰
فناوری‌های نوین	۱,۲۰۰	۰,۴۶۱	۶,۷۶۸	۱	۰,۰۰۹	۳,۳۲۰
نارضایتی از برنامه‌ها	۲,۳۴۷	۰,۸۹۲	۶,۹۲۲	۱	۰,۰۰۹	۱۰,۴۵۲
عدم تطابق برنامه‌ها با نیازها	-۱,۰۲۷	۰,۸۰۵	۱,۶۲۷	۱	۰,۲۰۲	۰,۳۵۸
ضریب ثابت	-۱,۷۴۳	۰,۲۴۰	۵۲,۶۸۹	۱	۰,۰۰۰	۰,۱۷۵

بر اساس نتایج تحلیل:

- نسبت شانس ($OR=10.452$) نشان می‌دهد که نارضایتی از برنامه‌های مذهبی، احتمال کاهش مشارکت مذهبی را بیش از ۱۰ برابر افزایش می‌دهد.
- «تأثیر فناوری‌های نوین» ($OR=3.320$) و «مدیریت زمان شخصی» ($OR=1.978$) نیز به‌طور معناداری با کاهش مشارکت مذهبی مرتبط هستند.
- سایر متغیرها (تغییر سیاست‌ها، تغییر سبک زندگی، عدم تطابق برنامه‌ها) در حضور این سه عامل اصلی تأثیر معناداری نداشتند.



شکل (۲): مدل نهایی عوامل مؤثر بر کاهش مشارکت دانشجویان پرديس بنت الهدی صدر رشت

۸. تحلیل راهکارهای پیشنهادی برای افزایش مشارکت مذهبی

در بخش پایانی پرسش‌نامه، دانشجویان نظرات خود را درباره مجموعه‌ای از راهکارهای پیشنهادی برای افزایش مشارکت مذهبی اعلام کردند. پاسخ‌ها به صورت دوگزینه‌ای (بله / خیر) جمع‌آوری شده و تحلیل فراوانی پاسخ‌های «بله» میزان موافقت دانشجویان را نشان می‌دهد.

۸-۱. تحلیل توصیفی راهکارها

بر اساس نتایج ۲۹۷ پاسخ معتبر، درصد موافقت دانشجویان با هر راهکار به شرح زیر است:

جدول (۱۳): درصد موافقت دانشجویان با راهکارهای پیشنهادی افزایش مشارکت مذهبی

عنوان راهکار	درصد پاسخ بله	عنوان راهکار	درصد پاسخ بله	عنوان راهکار	درصد پاسخ بله
همخوانی برنامه با نیاز دانشجویان	۸۹,۸	پُر محتوا بودن برنامه‌ها	۶۸	احساس آزادی عمل در برنامه‌ها	۵۲,۳
توجه به خواسته‌ها و نظرات دانشجویان	۸۷,۸	ایجاد انگیزه از سوی مجریان	۶۶,۵	استادان جوان و محبوب	۴۹,۷
متناسب بودن برنامه با سلايق دانشجویان	۸۷,۳	ارزش قائل شدن برای برنامه‌های مذهبی	۶۶	سخنرانی‌های کاربردی	۴۷,۷
برگزاری برنامه‌های فرهنگی متناسب با نیاز نسل جوان	۸۲,۷	تأثیر مثبت برنامه‌ها بر روحیه دانشجویان	۶۱,۹	برگزاری برنامه‌های هنری و مذهبی	۴۲,۱
اهمیت دادن مسئولان به مشارکت دانشجویان	۷۹,۴	تغییر و به‌روزرسانی برنامه‌های مذهبی دانشگاه	۶۰,۹	افزایش ارتباط با مسئولان	۴۰,۱
متنوع بودن برنامه‌ها	۷۵,۱	مناسب بودن زمان برنامه‌ها	۵۹,۹	اطلاع رسانی مناسب	۳۹,۶
جذابیت برنامه‌ها	۷۳,۶	افزایش تعاملات مذهبی در محیط دانشگاه	۵۷,۴	ایجاد محیطی حمایتی و بدون قضاوت	۳۹,۱
علاقه به مشارکت در مناسبتهای مذهبی	۷۰,۱	استفاده از فناوری‌های نوین برای ترویج فعالیت‌های مذهبی	۵۶,۳		

۸-۲. تحلیل تفسیری سطوح موافقت

نتایج جدول فوق نشان می‌دهد که بالاترین میزان موافقت مربوط به «همخوانی برنامه با نیاز دانشجویان»، «توجه به خواسته‌ها و نظرات دانشجویان»، و «متناسب بودن برنامه با سلايق دانشجویان» است. این یافته‌ها حاکی از اهمیت بسیار بالای طراحی برنامه‌های مذهبی بر مبنای نیازسنجی و علاقه‌مندی‌های شخصی دانشجویان است.

در سطح دوم، عواملی چون «برگزاری برنامه‌های فرهنگی متناسب با نیاز نسل جوان» و «اهمیت دادن مسئولان به مشارکت دانشجویان» قرار دارند که نشان می‌دهد

توجه به ویژگی‌های نسلی و نقش حمایتی مسئولان اهمیت ویژه‌ای در جذب دانشجویان به مشارکت مذهبی دارد.

راهکارهایی چون «پرمحتوا بودن برنامه‌ها» و «ایجاد انگیزه از سوی مجریان» جایگاه میانی را به خود اختصاص داده‌اند، درحالی‌که راهکارهایی چون «ایجاد محیطی حمایتی و بدون قضاوت» و «اطلاع‌رسانی مناسب» کمترین میزان موافقت را کسب کرده‌اند. درمجموع، نتایج تحلیل راهکارهای پیشنهادی نشان می‌دهد که برای افزایش مشارکت مذهبی دانشجویان، تمرکز اصلی باید بر طراحی برنامه‌های متناسب با نیازهای نسل جوان، انعطاف‌پذیری و ارتقای کیفیت محتوایی برنامه‌ها باشد. همچنین توجه ویژه به ایجاد انگیزه، به‌روزرسانی مستمر برنامه‌های دینی و تعامل فعال مسئولان با دانشجویان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان معلمان دختر در برنامه‌های مذهبی پردیس بنت‌الهدی صدر رشت انجام شد. یافته‌های به‌دست‌آمده نشان داد که عوامل فردی، اجتماعی و محیطی در شکل‌گیری، تداوم یا کاهش مشارکت مذهبی نقش کلیدی دارند. از میان این عوامل، مؤلفه‌های فردی نظیر مدیریت زمان شخصی و میزان استفاده از فناوری‌های نوین به‌عنوان تعیین‌کننده‌های اصلی شناخته شدند؛ به‌ویژه زمانی که فعالیت‌های مذهبی با نیازهای فردی و سبک زندگی نسل جدید همسو باشد، مشارکت داوطلبانه دانشجویان افزایش می‌یابد.

این نتیجه با نظریه خودتعیین‌گری دسی و رایان (۲۰۰۰) همخوانی دارد؛ نظریه‌ای که بر نقش نیازهای روان‌شناختی پایه‌ای همچون خودمختاری و شایستگی در انگیزش درونی تأکید دارد. در این چهارچوب، مشارکت مذهبی زمانی پایدار خواهد بود که از درون فرد نشئت بگیرد، نه صرفاً بر اساس فشار یا انتظار بیرونی. همچنین نظریه انگیزش وینر (۱۹۸۵) بر اهمیت اعتقادات شخصی و ادراک از هدفمندی رفتار در پایداری مشارکت تأکید می‌کند که در یافته‌های این پژوهش نیز منعکس شده است. عوامل اجتماعی نیز در تداوم مشارکت مذهبی مؤثر بودند، به‌ویژه حمایت خانواده،

نقش الگوهای دینی و پیوند با گروه‌های مذهبی. این یافته‌ها از دیدگاه بندورا (۱۹۷۷) درباره یادگیری اجتماعی و نقش الگوگیری در رفتار دینی حمایت می‌کند. در فضای فرهنگی ایران، خانواده همچنان نقش اول را در هدایت نگرش‌های مذهبی ایفا می‌کند. ازسوی دیگر، یافته‌ها با نظریه سرمایه اجتماعی جان فیلد (۱۳۹۷) هم‌راستا هستند؛ جایی که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان بسترهای اعتماد و همکاری، بستر رشد مشارکت مذهبی را فراهم می‌آورند.

در بُعد محیطی، نتایج نشان داد که ساختار فیزیکی، جذابیت برنامه‌ها و سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه تأثیر چشمگیری در تسهیل یا کاهش مشارکت دارد. نظریه محیط‌گرایی دیویی (۱۹۳۸) و نیز الگوی بوم‌شناسی رشد برانفن‌برنر^{۱۹} (۱۹۷۹) این یافته را تقویت می‌کنند؛ به‌ویژه از این منظر که محیط‌های دانشگاهی در سطوح مختلف (از کلاس درس تا سیاست کلان) بر رفتار دینی دانشجویان اثر می‌گذارند.

همسویی یافته‌ها با پژوهش‌های پیشین، مانند مطالعات موسوی و حیدری (۱۳۹۴)، اسمیت و فاکس (۲۰۱۸) و ریگان و همکاران (۲۰۲۲) نیز نشان می‌دهد که مشارکت مذهبی در دانشگاه نه‌تنها موجب تقویت سلامت روان، بلکه به انسجام اجتماعی و موفقیت تحصیلی منجر می‌شود. بااین‌حال، تفاوت‌هایی نیز وجود دارد؛ برای مثال، تأثیر همسالان در مطالعه حاضر نسبت به پژوهش‌های خارجی ضعیف‌تر گزارش شد، که می‌تواند ناشی از وزن فرهنگی بالای خانواده در جامعه ایرانی باشد.

این پژوهش مدلی بومی و چندبُعدی ارائه کرده که با درنظرگیری هم‌زمان مؤلفه‌های فردی، اجتماعی و محیطی، چهارچوبی جامع برای ارتقای مشارکت مذهبی ترسیم می‌کند. این مدل می‌تواند به‌عنوان ابزار تصمیم‌گیری برای مدیران فرهنگی، سیاست‌گذاران دانشگاهی و طراحان برنامه‌های دینی مورد استفاده قرار گیرد.

در راستای کاربرست یافته‌ها، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

- طراحی کارگاه‌های آموزشی برای تقویت هویت مذهبی و مهارت‌های خودمدیریتی دانشجویان؛

- ایجاد سیستم‌های مشاوره معنوی و برنامه‌های شخصی‌سازی‌شده برای پاسخگویی

به نیازهای روحی و معرفتی؛

- بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال برای توسعه فضاهای تعاملی مذهبی در دانشگاه؛
- بازنگری در محیط‌های فیزیکی و ساختارهای فرهنگی برای افزایش جذابیت فعالیت‌های مذهبی؛

• و نهایتاً تقویت پیوند میان نسل‌های مختلف دانش‌آموختگان، اساتید و دانشجویان برای انتقال تجربیات موفق مشارکت دینی.

در مجموع، نتایج این پژوهش تأکید می‌کند که ارتقای مشارکت مذهبی نیازمند رویکردی هم‌افزا و چندسطحی است که از فرد آغاز شده و تا نهادهای اجتماعی و ساختارهای سازمانی دانشگاه امتداد می‌یابد. پژوهشگران آینده می‌توانند با گسترش دامنه مطالعه و بهره‌گیری از روش‌های کیفی و مشارکتی، ابعاد عمیق‌تری از این پدیده را آشکار کنند و زمینه را برای تدوین سیاست‌های فرهنگی مؤثرتر فراهم سازند.

کتابنامه

آخوندی، محمدباقر و محلاتیان بابکی، مریم (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مؤثر بر مشارکت دینی دانشجویان دانشگاه بیرجند. *مجله مطالعات فرهنگی اجتماعی خراسان*، ۱۰(۴)، ۳۸-۷.

آزاد ارمکی، تقی و زارع، مریم (۱۳۸۷)، دانشگاه، مدرنیته و دینداری، پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی. *ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی*، ۸(۲۸)، ۱۳۳-۱۶۰.

اینگلهارت، رونالد و نوریس، پیپا (۱۳۸۹)، *مقدس و عرفی، دین و سیاست در جهان*. مترجم مریم وتر، تهران: انتشارات کویر.

پاتنام، رابرت (۱۳۹۲)، *دموکراسی و سنت‌های مدنی*. ترجمه محمدتقی دلفروز، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.

توسلی، غلامعباس و مرشدی، ابوالفضل (۱۳۸۵)، بررسی سطح دینداری و گرایش‌های دینی دانشجویان. *مجله جامعه‌شناسی ایران*، ۷(۶)، ۹۶-۱۱۸.

سراج‌زاده، حسین (۱۳۹۰)، *چالش‌های دین و مدرنیته: مباحثی جامعه‌شناختی در*

دینداری و سکولار شدن. تهران: انتشارات طرح نو.

شجاعی زند، علیرضا؛ حسینی، سیدحسین و نوری، بهروز (۱۳۹۳). عوامل مؤثر بر مشارکت دانشجویان در مراسم مذهبی دانشگاهی. *فصلنامه مطالعات فرهنگی - اجتماعی*، ۹(۳)، ۸۷-۱۱۲.

فیلد، جان (۱۳۹۷). *سرمایه اجتماعی*. مترجم غلامرضا غفاری، تهران: انتشارات کویر.

کاظمی، عباس و فرجی، مهدی (۱۳۹۶). تأثیر استفاده از رسانه‌های نوین بر مشارکت مذهبی دانشجویان. *فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۸(۳۸)، ۱۴۷-۱۷۰.

کریمی‌ان، حبیب‌الله؛ مرادی نسب، منیره و ظهیری، هوشنگ (۱۴۰۰). تحلیل جامعه‌شناختی رابطه بین اعتماد اجتماعی و پایبندی مذهبی دانشجویان (مطالعه موردی؛ دانشجویان دانشگاه پیام نور استان سمنان). *فصلنامه مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۳(۴)، ۴۳-۶۳.

موسوی، زهرا؛ موسوی، رفیع و حیدری، حسین (۱۳۹۰). بررسی میزان پایبندی به مناسک و رفتارهای دینی و عوامل مؤثر بر آم مورد مطالعه دانش‌آموزان شهر زنجان. *مجله تخصصی جامعه‌شناسی*، ۱(۱)، ۱۴۹-۱۷۳.

موسوی، میرطاهر و حیدری، فرشید (۱۳۹۴). تحلیل جامعه‌شناختی گرایش دانشجویان به فعالیت‌های مذهبی. *فصلنامه مطالعات راهبردی ورزش و جوانان*، ۱۳(۲۶)، ۶۷-۸۸.

نیازی، محسن؛ ذوالفقاری، اکبر؛ رضایی، الهام و آب شیرین، شکوفه (۱۴۰۲). طرحی نو برای مشارکت اجتماعی دانشجویان ایرانی در دانشگاه (فرا ترکیب). *فصلنامه جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۴(۳)، ۲۳-۴۲.

- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674224575>
- Brown, S., & Wilson, M. (2020). The Role of Physical Environment in Encouraging Religious Participation in Universities. *Journal of College Student Development*, 61(2), 217-233.

- Chen, L., & Valentine, S. (2023). Socio-cultural Factors Affecting Religious Participation among International Students. *Journal of International Students*, 13(1), 89-107.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan.
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- Mayerson, D., Richards, P., & Adams, C. (2019). Changing Trends in Student Religious Participation in the Digital Age. *Religion & Education*, 46(3), 331-350.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago Press.
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994) The Assessment of Reliability. *Psychometric Theory*, (3), 248-292.
- Regan, J., Martinez, L., & Thompson, S. (2022). Peer Influence on College Students' Religious Participation. *Journal of College and Character*, 23(2), 112-130.
- Smith, J., & Fox, K. (2018). Religiosity, Spirituality, and Social Participation among College Students. *Journal of College Student Development*, 59(5), 511-527.

References

- Akhondi, Mohammad Bagher, & Mahallatian Babaki, Maryam. (1395 [2016]). An Investigation of the Factors Affecting the Religious Participation of Students at the University of Birjand. *Khorasan Journal of Cultural and Social Studies*, 10(4), 7-38. (In Persian)
- Azad Armaki, Taqi, & Zare, Maryam. (1387 [2008]). University, Modernity, and Religiosity. *Humanities and Social Sciences Research Journal*, Special Issue on Social Research, 8(28), 133-160. (In Persian)
- Blumer, H. (1969). *Symbolic Interactionism: Perspective and Method*. University of California Press.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Harvard University Press. <https://www.hup.harvard.edu/catalog.php?isbn=9780674224575>
- Brown, S., & Wilson, M. (2020). The Role of Physical Environment in Encouraging Religious Participation in Universities. *Journal of College Student Development*, 61(2), 217-233.
- Chen, L., & Valentine, S. (2023). Socio-cultural Factors Affecting Religious

- Participation among International Students. *Journal of International Students*, 13(1), 89-107.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Dewey, J. (1938). *Experience and Education*. New York: Macmillan.
- Field, John. (1397 [2018]). *Social Capital*. Translated by Gholamreza Ghaffari. Tehran: Kavir Publications. (In Persian)
- Glock, C. Y., & Stark, R. (1965). *Religion and Society in Tension*. Rand McNally.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010) *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition, Pearson, New York.
- Inglehart, Ronald, & Norris, Pippa. (1389 [2010]). *Sacred and Secular: Religion and Politics Worldwide*. Translated by Maryam Vatar. Tehran: Kavir Publications. (In Persian)
- Karimian, Habibollah, Moradi Nasab, Monireh, & Zahiri, Hooshang. (1400 [2021]). A Sociological Analysis of the Relationship between Social Trust and Students' Religious Commitment: A Case Study of Students at Payame Noor University of Semnan Province. *Iranian Journal of Social Development Studies*, 13(4), 43-63. (In Persian)
- Kazemi, Abbas, & Faraji, Mehdi. (1396 [2017]). The Impact of New Media Use on Students' Religious Participation. *Quarterly Journal of Culture and Communication Studies*, 18(38), 147-170. (In Persian)
- Mayerson, D., Richards, P., & Adams, C. (2019). Changing Trends in Student Religious Participation in the Digital Age. *Religion & Education*, 46(3), 331-350.
- Mead, G. H. (1934). *Mind, Self, and Society*. University of Chicago Press.
- Mousavi, Mirtaher, & Heydari, Farshid. (1394 [2015]). A Sociological Analysis of Students' Inclination toward Religious Activities. *Quarterly Journal of Strategic Studies on Sport and Youth*, 13(26), 67-88. (In Persian)
- Mousavi, Zahra, Mousavi, Rafi, & Heydari, Hossein. (1390 [2011]). An Investigation of the Level of Adherence to Religious Rituals and Behaviors and the Factors Affecting Them: A Study of High School Students in Zanjan. *Journal of Sociology*, 1(1), 149-173. (In Persian)
- Niazi, Mohsen, Zolfaghari, Akbar, Rezaei, Elham, & Abshirin, Shokoufeh. (1402 [2023]). A New Framework for Social Participation of Iranian University Students: A Meta-Synthesis. *Quarterly Journal of Applied Sociology*, 34(3), 23-42. (In Persian)
- Nunnally, J.C. & Bernstein, I.H. (1994) *The Assessment of Reliability. Psychometric Theory*, (3), 248-292.
- Putnam, Robert D. (1392 [2013]). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Translated by Mohammad Taghi Delforouz. Tehran: Jameh Shenasan Publications. (In Persian)
- Regan, J., Martinez, L., & Thompson, S. (2022). Peer Influence on College

- Students' Religious Participation. *Journal of College and Character*, 23(2), 112-130.
- Serajzadeh, Hossein. (1390 [2011]). *Challenges of Religion and Modernity: Sociological Discussions on Religiosity and Secularization*. 3rd ed. Tehran: Tarh-e No Publications. (In Persian)
- Shojaei-Zand, Alireza, Hosseini, Seyed Hossein, & Nouri, Behrouz. (1393 [2014]). Factors Affecting Students' Participation in University Religious Ceremonies. *Quarterly Journal of Cultural and Social Studies*, 9(3), 87–112. (In Persian)
- Smith, J., & Fox, K. (2018). Religiosity, Spirituality, and Social Participation among College Students. *Journal of College Student Development*, 59(5), 511-527.
- Tavassoli, Gholamabbas, & Morshedi, Abolfazl. (1385 [2006]). An Examination of the Level of Religiosity and Religious Orientations among University Students. *Iranian Journal of Sociology*, 7(6), 96–118. (In Persian)



doi: 10.30497/rc.2026.250574.2182



Received: 2026/06/20

Accepted: 2026/08/29

Designing a Communication Model of Jihad-e Tabyin on Social Media: Emphasizing Media Literacy and Its Implications for Education in Advancing the Objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution

Ali jafari*

Abstract

The expansion of social media and its growing role in shaping public opinion, narrative conflicts, and cognitive warfare have highlighted the need for innovative strategies of *Jihad-e Tabyin* (clarification). This study aimed to develop a communication model for *Jihad-e Tabyin* in social media, with an emphasis on media literacy and its implications for education in advancing the objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. The study was applied in purpose and qualitative in approach, employing thematic analysis as its research strategy. Data were collected through 15 semi-structured interviews with scholars and experts in communication sciences, media, cultural policymaking, and educational sciences and analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis approach. The findings yielded 73 initial codes, 19 subthemes, and six main themes: cognitive requirements, content strategies, communication strategies, social media capacities, barriers and challenges, and outcomes of *Jihad-e Tabyin*. The results indicated that enhancing media literacy, effective narrative construction, fostering social hope, two-way interaction, social networking, and leveraging technological capacities constitute essential requirements for *Jihad-e Tabyin* in social media. The final model conceptualizes *Jihad-e Tabyin* as a multidimensional and strategic process that can contribute to strengthening social capital, public trust, and revolutionary identity and advancing the objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. Based on the model, education can contribute to these objectives by strengthening media literacy and critical thinking, empowering teachers, fostering active and responsible students in digital environments, and developing dialogue- and narrative-based educational practices.

Keywords: Communication Model, Jihad-e Tabyin, Social Media, Media Literacy, Education, Second Step Statement of the Islamic Revolution.

* Department of Participation and Communication, Research Institute for Education Studies, Organization for Educational Research and Planning, Tehran, Iran.
alijafari@oerp.ir

طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر سواد رسانه‌ای و دلالت‌های آن برای آموزش و پرورش در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

علی جعفری*

چکیده

گسترش شبکه‌های اجتماعی و نقش فزاینده آن‌ها در شکل‌دهی افکار عمومی، جنگ روایت‌ها و جنگ‌های شناختی، ضرورت بهره‌گیری از راهبردهای نوین جهاد تبیین را آشکار ساخته است. پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر سواد رسانه‌ای و تبیین دلالت‌های آن برای آموزش و پرورش در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی انجام شد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد کیفی بود و با راهبرد تحلیل مضمون انجام گرفت. داده‌ها از طریق ۱۵ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران و خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، سیاست‌گذاری فرهنگی و علوم تربیتی گردآوری و براساس رویکرد براون و کلارک تحلیل شد. یافته‌ها به استخراج ۷۳ کد اولیه، ۱۹ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی شامل الزامات شناختی، راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، موانع و چالش‌ها و پیامدهای جهاد تبیین منجر شد. نتایج نشان داد که ارتقای سواد رسانه‌ای، روایت‌سازی مؤثر، امیدآفرینی اجتماعی، تعامل دوسویه، شبکه‌سازی اجتماعی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناورانه، از الزامات اساسی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی است. الگوی نهایی، جهاد تبیین را فرایندی چندبعدی و راهبردی نشان می‌دهد که می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی کمک کند. بر اساس الگوی نهایی، آموزش و پرورش می‌تواند از طریق تقویت سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، توانمندسازی معلمان، تربیت دانش‌آموزان کنشگر و مسئول در فضای مجازی و توسعه آموزش‌های مبتنی بر گفت‌وگو و روایت‌سازی، زمینه تحقق بخشی از اهداف تربیتی و اجتماعی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم سازد.

واژگان کلیدی: الگوی ارتباطی، جهاد تبیین، شبکه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای، آموزش و پرورش، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی.

* گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران.

مقدمه

تحولات شتابان فناوری‌های ارتباطی و گسترش شبکه‌های اجتماعی، الگوهای تولید، توزیع و مصرف اطلاعات را در جوامع معاصر دگرگون ساخته است. شبکه‌های اجتماعی از یک سو امکان مشارکت گسترده کاربران در فرایند ارتباطات را فراهم کرده و از سوی دیگر به بستری برای شکل‌دهی افکار عمومی، بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی، رقابت‌های گفتمانی و تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان تبدیل شده‌اند (Castells, 2010). در چنین فضایی، قدرت رسانه‌ای صرفاً در اختیار نهادهای رسمی نیست بلکه کنشگران متعددی از طریق سکوها ارتباطی در فرایند تولید معنا و جهت‌دهی به افکار عمومی نقش‌آفرینی می‌کنند. از این رو، شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های رقابت شناختی، فرهنگی و هویتی در جهان معاصر تبدیل شده‌اند. در جمهوری اسلامی ایران نیز هم‌زمان با افزایش ضریب نفوذ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، این فضا به یکی از مهم‌ترین بسترهای شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تبدیل شده است. در این میان، حجم گسترده اطلاعات، انتشار اخبار نادرست، عملیات روانی، جنگ روایت‌ها و تلاش برای تغییر ادراک مخاطبان، ضرورت توجه به راهبردهای آگاهی‌بخشی، روشنگری و اقناع افکار عمومی را بیش‌ازپیش نمایان ساخته است. در چنین شرایطی، مفهوم «جهاد تبیین» به عنوان یکی از راهبردهای بنیادین در مواجهه با تحریف واقعیت‌ها، جنگ شناختی و تلاش برای حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی مطرح شده است. جهاد تبیین را می‌توان فرایندی مستمر و هدفمند برای تبیین حقایق، روشنگری، پاسخ‌گویی به شبهات، اقناع افکار عمومی و تقویت بینش اجتماعی در مواجهه با روایت‌های رقیب دانست (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار افشار مختلف مردم درباره جهاد تبیین، ۱۴۰۰).

از سوی دیگر، «بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی» که در چهل‌مین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی منتشر شد، به عنوان سندی راهبردی برای ترسیم مسیر آینده جمهوری اسلامی ایران شناخته می‌شود. این بیانیه با تأکید بر نقش جوانان، پیشرفت علمی، عدالت، معنویت، استقلال، آزادی، عزت ملی و تمدن‌سازی نوین اسلامی، افق‌های جدیدی را برای حرکت جامعه ایرانی در دهه‌های

آینده ترسیم کرده است (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). تحقق اهداف و آرمان‌های مطرح‌شده در این بیانیه نیازمند شکل‌گیری فرایندهای مؤثر ارتباطی و رسانه‌ای است که بتواند مفاهیم و ارزش‌های آن را برای نسل جدید تبیین و بازنمایی کند.

با وجود اهمیت جهاد تبیین و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در فضای ارتباطی امروز، بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده عمدتاً بر ابعاد مفهومی، فرهنگی، سیاسی یا آموزشی جهاد تبیین متمرکز بوده‌اند و کمتر به طراحی یک الگوی جامع ارتباطی و رسانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. همچنین بخش قابل‌توجهی از پژوهش‌های موجود، رویکردی توصیفی داشته و نتوانسته‌اند ابعاد، مؤلفه‌ها، الزامات، راهبردها و پیامدهای جهاد تبیین در محیط شبکه‌های اجتماعی را به‌صورت نظام‌مند و مدل‌سازی‌شده تبیین کنند (امینی و دیگران، ۱۴۰۴). افزون‌براین، بسیاری از مطالعات به بررسی جداگانه مفاهیم جهاد تبیین، سواد رسانه‌ای، جنگ شناختی یا بیانیه گام دوم پرداخته‌اند و خلأ پژوهشی قابل‌توجهی در زمینه پیوند میان این حوزه‌ها و ارائه یک چهارچوب یکپارچه مشاهده می‌شود.

از منظر نظری نیز شبکه‌های اجتماعی محیطی مبتنی بر تعامل، مشارکت، تولید محتوای کاربرمحور و انتشار سریع اطلاعات هستند و موفقیت جهاد تبیین در چنین فضایی مستلزم شناخت سازوکارهای اقناع، تعامل، اعتمادسازی، روایت‌گری و مشارکت فعال مخاطبان است. نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز^۱ (۲۰۱۰)، نظریه حوزه عمومی هابرماس^۲ (۱۹۸۹) و رویکرد ارتباطات مشارکتی بر این نکته تأکید دارند که تأثیرگذاری در محیط‌های شبکه‌ای صرفاً از طریق انتقال یک‌سویه پیام امکان‌پذیر نیست بلکه نیازمند فرایندهای تعاملی، گفت‌وگومحور و مبتنی بر اعتماد اجتماعی است. ازاین‌رو، طراحی الگویی علمی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه بهره‌گیری مؤثرتر از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب را فراهم سازد.

1. Castells, M.

2. Habermas, J.

از منظر بیداری اسلامی، آگاهی بخشی، بصیرت افزایی و مقابله با تحریف واقعیت‌ها از مهم‌ترین الزامات تحقق تحول اجتماعی و تمدنی در جوامع اسلامی محسوب می‌شود. در اندیشه انقلاب اسلامی نیز بیداری اسلامی مقدمه‌ای برای تحقق تمدن نوین اسلامی تلقی شده و تحقق این هدف مستلزم گفتمان‌سازی، اقناع اجتماعی و مشارکت آگاهانه مردم، به‌ویژه نسل جوان، است (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). در عصر رسانه‌های دیجیتال، بخش مهمی از رقابت‌های فرهنگی و سیاسی در قالب جنگ روایت‌ها و نبرد بر سر تفسیر واقعیت‌ها جریان دارد. در چنین شرایطی، جهاد تبیین به‌عنوان راهبردی برای روشنگری، تبیین حقایق، پاسخ‌گویی به شبهات و تقویت قدرت تحلیل مخاطبان، می‌تواند نقش مؤثری در تقویت بیداری اسلامی، مقابله با جنگ روایت‌ها و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی ایفا کند. از این‌رو، طراحی الگویی علمی و بومی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی از ضرورت نظری و عملی قابل توجهی برخوردار است؛ بنابراین، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که با توجه به اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی افکار عمومی و ضرورت تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ابعاد، مؤلفه‌ها، الزامات، راهبردها و پیامدهای الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی چیست و چگونه می‌توان بر اساس آن‌ها یک الگوی جامع و بومی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی طراحی کرد؟

۱. پیشینه پژوهش

موسوی (۱۴۰۵)، در پژوهشی با عنوان اصول، مبانی و سیاست‌های جهاد تبیین با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به بررسی مفهوم، مبانی، اصول و سیاست‌های جهاد تبیین در چهارچوب بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین به‌عنوان یک فریضه فوری و راهبردی، مهم‌ترین ابزار مقابله با تحریف، جنگ شناختی و جنگ نرم دشمنان علیه ارزش‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی است. همچنین مؤلفه‌هایی نظیر قانع‌سازی افکار عمومی، دشمن‌شناسی، عمل به شعارهای

انقلاب، رفع تحریف‌ها و کج‌فهمی‌ها، بهره‌گیری از هنر و رسانه و نقش‌آفرینی حلقه‌های میانی و دانشگاهیان از مهم‌ترین الزامات تحقق جهاد تبیین به‌شمار می‌روند. بر اساس یافته‌های پژوهش، جهاد تبیین نقش اساسی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم، تقویت سرمایه اجتماعی، تربیت نسل جوان انقلابی و زمینه‌سازی برای شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی ایفا می‌کند.

محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان جایگاه جهاد تبیین در تحقق تمدن نوین اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به بررسی نقش جهاد تبیین در فرایند تحقق تمدن نوین اسلامی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین یکی از مهم‌ترین الزامات تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌ساز خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی اسلامی است. یافته‌ها بیانگر آن است که مقابله با تحریف، ابهام‌افکنی و جنگ‌شناختی دشمنان، نیازمند گفتمان‌سازی، روشنگری مستمر و نقش‌آفرینی فعال نخبگان، دانشگاهیان، رسانه‌ها و جوانان است. همچنین مؤلفه‌هایی نظیر علم و فناوری، معنویت، عدالت، اخلاق، خودباوری، پیشرفت علمی، تربیت نیروی انسانی مؤمن و انقلابی و مشارکت جوانان از مهم‌ترین ارکان تمدن نوین اسلامی معرفی شدند. نتایج پژوهش تأکید دارد که جهاد تبیین با تقویت آگاهی عمومی، تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی و ایجاد اعتماد به ظرفیت‌های درونی، می‌تواند زمینه شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی و تحقق آرمان‌های بیانیه گام دوم انقلاب را فراهم سازد.

امینی، محمدیانی و سلیم (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان «الگوی راهبردی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در عرصه جهاد تبیین» با استفاده از رویکرد کیفی، مصاحبه با خبرگان و روش تحلیل مضمون به طراحی الگوی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در حوزه جهاد تبیین پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که مدیریت اثربخش رسانه‌های اجتماعی مستلزم توجه هم‌زمان به ماهیت رسانه‌های اجتماعی، کنشگران اصلی، راهبردهای مواجهه، روش‌های بازاریابی، رویکردهای تنظیم‌گری و عناصر کنش فعال در عرصه جهاد تبیین است. همچنین پنج الزام اساسی برای استقرار این الگو شناسایی شد. یافته‌ها نشان داد که سامان‌دهی رسانه‌های اجتماعی باید بر مبنای شناخت دقیق

ماهیت این رسانه‌ها، مشارکت فعال نهادها، نخبگان و مردم، بازآرایی نظام تنظیم‌گری رسانه‌ای، تقویت جریان‌سازی اجتماعی، شبکه‌سازی و تولید و توزیع محتوای سالم و تبیینی انجام شود تا زمینه تحقق اهداف جهاد تبیین در فضای مجازی فراهم گردد.

امیری و ملکی (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی) به بررسی ظرفیت‌های فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در تحقق توصیه‌های بیانیه گام دوم انقلاب پرداختند. پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر منابع اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شد. یافته‌ها نشان داد که حضور فعال جوانان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند محورهای اساسی بیانیه گام دوم شامل علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی و سبک زندگی را به گفتمان عمومی جامعه تبدیل کند. نتایج همچنین بیانگر آن بود که شبکه‌های اجتماعی از طریق گفتمان‌سازی، مطالبه‌گری اجتماعی، آگاهی‌بخشی و مشارکت جوانان، ظرفیت بالایی برای بازآفرینی ارزش‌های انقلاب اسلامی و تحقق اهداف تمدنی مورد نظر بیانیه گام دوم دارند. نویسندگان تأکید می‌کنند که فضای مجازی می‌تواند به بستری برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مطالبه‌گری عمومی و ترویج مفاهیم انقلاب اسلامی در میان نسل جوان تبدیل شود.

جعفری (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان نقش رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با هدف بررسی میزان تأثیر رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، از روش پیمایشی و کاربردی استفاده کرد. جامعه آماری پژوهش را استادان، خبرگان و کارشناسان حوزه علوم ارتباطات و رسانه شهر تهران تشکیل دادند که از میان آنان ۵۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته مبتنی بر سه بُعد اصلی بیانیه گام دوم انقلاب شامل دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران، ثمره‌های راهبردی انقلاب و توصیه‌های مأموریتی انقلاب بود و داده‌ها با استفاده از آزمون t تک‌نمونه‌ای تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب نقش مطلوب و

معناداری ایفا کرده است. همچنین نتایج بیانگر آن بود که رسانه ملی در تحقق دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران (۳/۴۵)، ثمره‌های راهبردی انقلاب (۳/۳۷) و توصیه‌های مأموریتی انقلاب (۲۳/۳) عملکردی بالاتر از سطح متوسط داشته است. درنهایت، پژوهش نتیجه گرفت که حرکت رسانه ملی در سال‌های اخیر همسو با اهداف و الزامات بیانیه گام دوم انقلاب بوده و این رسانه از طریق تبیین دستاوردهای انقلاب، تقویت هویت ملی، ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی، آگاهی‌بخشی سیاسی و فرهنگی و بازنمایی توصیه‌های راهبردی رهبری، نقش مؤثری در تحقق اهداف این بیانیه ایفا کرده است.

محمدی، عزیزآبادی فراهانی، عامری شهبابی و قیومی (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی راهبردهای فرهنگی نقش دانشگاه در جهاد تبیین مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با هدف شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌های نقش دانشگاه در تحقق جهاد تبیین بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب، از روش کیفی و تحلیل مضمون استفاده کردند. یافته‌های پژوهش نشان داد که الگوی نقش دانشگاه در جهاد تبیین در قالب دو دسته عوامل ایجابی و کنشی و پدافندی و واکنشی قابل تبیین است. براین اساس، مؤلفه‌ها در چهار محور اصلی شامل تبیین حرکت و اهمیت آن، تبیین نقاط امیدبخش، تبیین واقعیت‌های میدان و تبیین راهبردها و راه‌حل چالش‌ها سازمان یافتند. نتایج نشان داد که مؤلفه‌هایی نظیر جهاد علمی، مرجعیت علمی، ارتقای سواد رسانه‌ای، ظرفیت نسل جوان و استادان، امیدآفرینی، اقتصاد مقاومتی، مدیریت جهادی، مسئولیت‌پذیری جوانان، توسعه فناوری بومی، شرکت‌های دانش‌بنیان و خوداتکایی از مهم‌ترین عناصر نقش‌آفرینی دانشگاه در جهاد تبیین به‌شمار می‌روند. درنهایت، پژوهش تأکید می‌کند که دانشگاه به‌عنوان کانون تولید علم و فرهنگ، می‌تواند با تربیت نیروی انسانی متعهد و آگاه، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی را فراهم سازد.

محمدزاده بنی‌طرفی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان جهاد تبیین و نقش حلقه‌های میانی در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با استفاده از روش توصیفی — تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به این نتیجه رسید که حلقه‌های میانی، به‌ویژه

جوانان، گروه‌های جهادی و تشکل‌های مردمی، نقش محوری در تحقق جهاد تبیین و پیشبرد اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی دارند. مهم‌ترین مؤلفه‌های این نقش شامل قانع‌سازی افکار عمومی، تبیین شعار «نه شرقی، نه غربی»، تبیین چرایی عدم ارتباط با آمریکا، دشمن‌شناسی، عمل به شعارهای انقلاب، رفع تحریف‌ها و کج‌فهمی‌ها و بهره‌گیری از هنر و رسانه برای روایت صحیح واقعیت‌هاست. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین در شرایط جنگ روایت‌ها و تحریف حقایق، راهبردی ضروری برای حفظ هویت و استمرار انقلاب اسلامی است و حلقه‌های میانی می‌توانند با تربیت نیروی انسانی مؤمن، آگاه و انقلابی، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم و حرکت به‌سوی تمدن نوین اسلامی را فراهم سازند.

نوده فراهانی (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان الگوی حکمرانی گام اول انقلاب و دلالت‌های سیاست‌گذارانه بیانیه گام دوم با استفاده از رویکرد کیفی و بهره‌گیری از روش آشنایی‌زدایی و پس‌کاوی (واکاوی) به تحلیل محتوای بیانیه گام دوم انقلاب پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که الگوی حکمرانی جمهوری اسلامی در گام نخست انقلاب بر مؤلفه‌هایی همچون درک انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از انقلاب‌های کبیر بشری، تقدم فرهنگ و معنویت بر سایر حوزه‌ها، توجه به مفهوم برکت به‌جای صرف منطق هزینه - فایده اقتصادی، و جهاد علمی به‌عنوان موتور پیشرفت کشور استوار بوده است. همچنین یافته‌ها بیان کرد که هدف اصلی بیانیه گام دوم صرفاً واگذاری امور به جوانان نیست بلکه تعیین تکالیف همه آحاد جامعه برای ورود به مرحله تمدن‌سازی است. پژوهش تأکید می‌کند که تحقق گام دوم انقلاب نیازمند توجه هم‌زمان به علم و پژوهش، سبک زندگی، معنویت و اخلاق، عدالت، اقتصاد مقاومتی، استقلال، عزت ملی و نقش‌آفرینی جوانان است. درنهایت، نویسنده نتیجه می‌گیرد که مهم‌ترین راهبرد برای تحقق تمدن نوین اسلامی - ایرانی، بازسازی مبانی حکمرانی، تقویت جهاد علمی و اصلاح الگوهای سیاست‌گذاری متناسب با سبک زندگی اسلامی - ایرانی است.

دارابی (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای به بررسی نقش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم نرم و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب پرداخت. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر تحلیل

اسناد و دیدگاه‌های نظری انجام شد. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار تهاجم نرم در عصر جدید هستند و نظام سلطه از طریق رسانه‌های سنتی و نوین درصدد تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، ارزش‌ها و سبک زندگی جوامع هدف است. نتایج پژوهش همچنین بیانگر آن بود که ارتقای سواد رسانه‌ای و بصیرت رسانه‌ای مخاطبان، مهم‌ترین راهبرد مقابله با تهاجم نرم و نفوذ فرهنگی محسوب می‌شود. نویسنده تأکید می‌کند که آموزش سواد رسانه‌ای، تقویت قدرت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و بهره‌گیری آگاهانه از رسانه‌ها می‌تواند زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، به‌ویژه در حوزه خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی نوین اسلامی را فراهم سازد. ازاین‌رو، سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از الزامات راهبردی تحقق گام دوم انقلاب معرفی شده است.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که جهاد تبیین به‌عنوان راهبردی اساسی برای مقابله با تحریف، جنگ شناختی و جنگ نرم و نیز تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (موسوی، ۱۴۰۵؛ محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴). نتایج مطالعات بر اهمیت مؤلفه‌هایی نظیر آگاهی‌بخشی، اقناع افکار عمومی، امیدآفرینی، دشمن‌شناسی، سواد رسانه‌ای، مشارکت جوانان و تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی تأکید دارند. همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها، فضای مجازی، دانشگاه‌ها و حلقه‌های میانی از مهم‌ترین بسترها و کنشگران تحقق جهاد تبیین و گفتمان‌سازی اجتماعی هستند (جعفری، ۱۴۰۳؛ محمدی و دیگران، ۱۴۰۳؛ امیری و ملکی، ۱۴۰۴؛ محمدزاده بنی‌طرفی، ۱۴۰۲).

باوجوداین، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده ماهیتی توصیفی و نظری داشته و هریک تنها بخشی از موضوع را بررسی کرده‌اند. ازاین‌رو، خلأ پژوهشی در زمینه طراحی یک الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی همچنان وجود دارد؛ خلأیی که پژوهش حاضر درصدد پوشش آن است.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. جهاد تبیین

جهاد تبیین در سال‌های اخیر به یکی از مفاهیم محوری در گفتمان انقلاب اسلامی تبدیل شده است. این مفهوم از دو واژه «جهاد» و «تبیین» تشکیل شده است. جهاد در

ادبیات اسلامی صرفاً به معنای مبارزه نظامی نیست بلکه هرگونه تلاش هدفمند و مستمر در مسیر تحقق ارزش‌های الهی را شامل می‌شود. تبیین نیز به معنای آشکارسازی حقیقت، روشنگری، رفع ابهام و ارائه شناخت صحیح از واقعیت‌ها است. ازاین‌منظر، جهاد تبیین را می‌توان تلاشی مستمر، آگاهانه و مسئولانه برای تبیین حقایق، مقابله با تحریف‌ها و ارتقای بصیرت عمومی دانست (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اقشار مختلف مردم درباره جهاد تبیین، ۱۴۰۰).

مفهوم جهاد تبیین ریشه در آموزه‌های قرآنی دارد. قرآن کریم رسالت پیامبران را تبیین حقایق و هدایت انسان‌ها معرفی می‌کند؛ چنان‌که خداوند می‌فرماید: «وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ» (سوره نحل / آیه ۴۴). براین‌اساس، تبیین یکی از مهم‌ترین ابزارهای هدایت فکری و فرهنگی جوامع محسوب می‌شود. همچنین در آموزه‌های اسلامی، آگاهی‌بخشی و روشنگری از مهم‌ترین وظایف اجتماعی مسلمانان تلقی شده است.

در ادبیات معاصر انقلاب اسلامی، جهاد تبیین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای مقابله با جنگ‌شناختی، تحریف واقعیت‌ها و عملیات روانی دشمنان مطرح شده است. جنگ‌شناختی با هدف تأثیرگذاری بر ادراک، نگرش، باورها و فرایند تصمیم‌گیری افراد و جوامع، از طریق دستکاری اطلاعات، تولید روایت‌های جهت‌دار و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای و فضای مجازی عمل می‌کند. در چنین شرایطی، جهاد تبیین فراتر از اطلاع‌رسانی صرف، به فرایندی راهبردی برای روشنگری، اقناع افکار عمومی، پاسخ‌گویی به شبهات و مقابله با روایت‌های تحریف‌شده تبدیل می‌شود. این رویکرد با تقویت آگاهی عمومی، افزایش قدرت تحلیل و ارتقای بصیرت اجتماعی مخاطبان، زمینه حفظ انسجام اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی و صیانت از هویت فرهنگی و فکری جامعه را فراهم می‌سازد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۱۴۰۱). از منظر ارتباطات، جهاد تبیین را نمی‌توان صرفاً معادل اطلاع‌رسانی یا تبلیغات دانست. اطلاع‌رسانی بر انتقال داده‌ها تأکید دارد، درحالی‌که جهاد تبیین بر اقناع، آگاهی‌بخشی، گفت‌وگو و تغییر نگرش مخاطبان متمرکز است. ازاین‌رو، جهاد تبیین را می‌توان نوعی کنش ارتباطی راهبردی دانست که هدف آن ایجاد فهم مشترک، تقویت

سرمایه اجتماعی و مقابله با تحریف در فضای عمومی است (دارابی، ۱۳۹۹؛ محمدزاده بنی‌طرفی، ۱۴۰۲؛ موسوی، ۱۴۰۵).

۲-۲. نظریه تمدن نوین اسلامی

یکی از مهم‌ترین مفاهیم مطرح‌شده در اندیشه معاصر انقلاب اسلامی، مفهوم تمدن نوین اسلامی است. این مفهوم به الگویی از پیشرفت اشاره دارد که در آن توسعه علمی، عدالت اجتماعی، معنویت، اخلاق، استقلال و کرامت انسانی به‌صورت متوازن مورد توجه قرار می‌گیرند (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷).

تمدن نوین اسلامی صرفاً یک پروژه سیاسی، اقتصادی یا فناورانه نیست بلکه فرایندی جامع و چندبُعدی است که تحقق آن مستلزم تحول در نظام باورها، ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری جامعه است. ازاین‌رو، فرهنگ و ارتباطات در فرایند تمدن‌سازی جایگاهی بنیادین دارند. رسانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی از طریق تولید، بازنمایی و ترویج معانی، ارزش‌ها و هویت‌های جمعی، نقش مهمی در شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی و جهت‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند. براین‌اساس، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند شکل‌گیری و گسترش گفتمان عمومی پیرامون ارزش‌ها، آرمان‌ها و اهداف تمدنی است؛ امری که بدون بهره‌گیری از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود (محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴).

در این چهارچوب، جهاد تبیین یکی از مهم‌ترین ابزارهای تمدن‌سازی محسوب می‌شود؛ زیرا از طریق روشنگری، اقناع و گفتمان‌سازی، زمینه مشارکت آگاهانه مردم در فرایند تمدن‌سازی را فراهم می‌آورد. ازاین‌رو، می‌توان جهاد تبیین را حلقه واسط میان آرمان‌های تمدنی انقلاب اسلامی و افکار عمومی جامعه دانست.

۲-۳. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی که در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی صادر شد، نقشه راه حرکت جمهوری اسلامی ایران در دهه‌های آینده را ترسیم می‌کند (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). در این بیانیه، هفت محور اساسی شامل علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و

آزادی، عزت ملی و سبک زندگی مورد تأکید قرار گرفته‌اند.

وجه تمایز بیانیه گام دوم انقلاب، توجه ویژه به نقش جوانان در تحقق اهداف انقلاب اسلامی است. این بیانیه نسل جوان را موتور محرک پیشرفت و تمدن‌سازی معرفی می‌کند و بر ضرورت مشارکت فعال آنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و علمی تأکید دارد (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مستلزم شکل‌گیری فرایندهای گسترده گفتمان‌سازی، آگاهی‌بخشی و اقناع اجتماعی در سطح جامعه است. از آنجاکه بخش مهمی از اهداف این بیانیه به تحول فرهنگی، ارتقای سرمایه اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و مشارکت فعال نسل جوان در مسیر پیشرفت کشور مربوط می‌شود، تحقق آن بدون تبیین مستمر و مؤثر ارزش‌ها، آرمان‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی امکان‌پذیر نخواهد بود. در این میان، جهاد تبیین با ایفای نقش روشنگرانه، پاسخ‌گویی به شبهات، مقابله با تحریف واقعیت‌ها و تبیین افق‌های پیش‌روی انقلاب اسلامی، می‌تواند زمینه پذیرش آگاهانه، همراهی اجتماعی و مشارکت فعال نسل جوان را در تحقق اهداف بیانیه گام دوم فراهم سازد. از این رو، جهاد تبیین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین الزامات فرهنگی و ارتباطی تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی شناخته می‌شود (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۱۴۰۱؛ محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴).

۲-۴. شبکه‌های اجتماعی و گفتمان‌سازی

تحولات فناوری‌های ارتباطی موجب شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای شده است. کاستلز معتقد است که در عصر اطلاعات، شبکه‌ها مهم‌ترین ساختارهای اجتماعی محسوب می‌شوند و قدرت در قالب جریان‌های اطلاعاتی توزیع می‌شود (Castells, 2010). در چنین فضایی، شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین بستر شکل‌گیری افکار عمومی، هویت‌های جمعی و رقابت گفتمان‌ها تبدیل شده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی ویژگی‌هایی همچون تعاملی بودن، مشارکت‌پذیری، سرعت انتشار اطلاعات و تولید محتوای کاربرمحور را دارا هستند. این ویژگی‌ها سبب شده‌اند که فرایندهای اقناع، آگاهی‌بخشی و گفتمان‌سازی بیش از هر زمان دیگری به این فضا

وابسته شوند (Boyd & Ellison, 2007).

ازسوی دیگر، نظریه گفتمان بیان می‌کند که واقعیت‌های اجتماعی از طریق روایت‌ها، نمادها و معانی بازتولید می‌شوند (Laclau & Mouffe, 1985). براین اساس، جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی را می‌توان فرایندی برای تولید و تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی دانست. در این فرایند، روایت‌سازی، اقناع مخاطبان، پاسخ‌گویی به شبهات و ایجاد مشارکت اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

بنابراین، شبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزار انتقال پیام، بلکه عرصه اصلی رقابت گفتمان‌ها و میدان تحقق جهاد تبیین در عصر دیجیتال محسوب می‌شوند.

بر اساس مبانی نظری فوق، جهاد تبیین به‌عنوان سازوکاری ارتباطی، فرهنگی و تمدنی در نظر گرفته می‌شود که از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم آورد.

در این پژوهش، جهاد تبیین به‌عنوان یک فرایند ارتباطی راهبردی تعریف می‌شود که از طریق تولید معنا، روایت‌سازی، اقناع مخاطبان، تعامل دوسویه و گفتمان‌سازی در شبکه‌های اجتماعی، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم می‌سازد. در این چهارچوب، تمدن نوین اسلامی مبانی ارزشی پژوهش را تشکیل می‌دهد، بیانیه گام دوم انقلاب چهارچوب محتوایی پژوهش را فراهم می‌سازد و نظریه جامعه شبکه‌ای و نظریه گفتمان، بستر ارتباطی و رسانه‌ای الگوی پیشنهادی را تبیین می‌کنند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است. راهبرد پژوهش، تحلیل مضمون است که به‌منظور شناسایی، تحلیل و تبیین ابعاد، مؤلفه‌ها و راهبردهای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت. جامعه پژوهش را صاحب‌نظران و خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، فضای مجازی، سیاست‌گذاری فرهنگی و علوم تربیتی تشکیل دادند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد. معیارهای ورود به

پژوهش شامل داشتن حداقل مدرک دکتری یا سوابق علمی و اجرایی مرتبط، انتشار آثار علمی در حوزه رسانه، فضای مجازی، انقلاب اسلامی یا جهاد تبیین و همچنین تمایل به مشارکت در پژوهش بود. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت با ۱۵ نفر از خبرگان مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. اشباع نظری زمانی حاصل شد که داده‌های جدید منجر به تولید کد یا مضمون جدیدی نشد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. راهنمای مصاحبه بر اساس مبانی نظری پژوهش، مطالعات پیشین و اهداف پژوهش تدوین شد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با استفاده از روش تحلیل مضمون براساس رویکرد شش مرحله‌ای براون و کلارک^۳ (۲۰۰۶) شامل آشنایی با داده‌ها، تولید کدهای اولیه، جست‌وجوی مضامین، بازبینی مضامین، تعریف و نام‌گذاری مضامین و تدوین گزارش نهایی تحلیل شد (Braun & Clarke, 2006). به‌منظور سازمان‌دهی داده‌ها و تسهیل فرایند کدگذاری از نرم‌افزار MAXQDA 2024 استفاده شد. برای افزایش اعتبار یافته‌های پژوهش از معیارهای پیشنهادی لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985) شامل اعتبارپذیری انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری استفاده شد. دراین‌راستا، بازبینی مشارکت‌کنندگان، بازبینی همتایان، مقایسه مستمر داده‌ها و ثبت دقیق مراحل پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. همچنین برای افزایش قابلیت اعتماد، بخشی از فرایند کدگذاری توسط دو پژوهشگر مستقل بررسی شد و درباره کدها و مضامین اختلافی، توافق حاصل گردید.

۴. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، ۱۵ نفر از خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، فضای مجازی، مطالعات انقلاب اسلامی، سیاست‌گذاری فرهنگی و جهاد تبیین مشارکت داشتند. از این تعداد، ۱۲ نفر دارای مدرک دکتری و ۳ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. میانگین سابقه فعالیت علمی و اجرایی آنان ۱۸ سال بود.

جدول (۱): ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی
جنسیت	مرد	۱۱
	زن	۴
مدرک تحصیلی	دکتری	۱۲
	کارشناسی ارشد	۳
سابقه فعالیت	۵ تا ۱۰ سال	۳
	۱۱ تا ۲۰ سال	۷
	بیش از ۲۰ سال	۵

نتایج نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان از تجربه و تخصص کافی در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش برخوردار بوده‌اند و داده‌های گردآوری‌شده از اعتبار مناسبی برخوردار است.

۴-۱. استخراج مضامین

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها منجر به استخراج ۷۳ کد اولیه، ۱۹ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی شد.

جدول (۲): مضامین اصلی، مضامین فرعی و نمونه کدهای استخراج‌شده

مضمون اصلی	مضمون فرعی	نمونه کدها
الزامات شناختی جهاد تبیین	سواد رسانه‌ای	تفکر انتقادی، تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت
	بصیرت اجتماعی	شناخت تهدیدها، تحلیل محیط رسانه‌ای
	آگاهی سیاسی	شناخت مسائل روز، قدرت تحلیل رویدادها
راهبردهای محتوایی	روایت‌سازی مؤثر	تولید روایت بومی، روایت امیدبخش
	اقناع رسانه‌ای	استدلال منطقی، پاسخ به شبهات
	تولید محتوای خلاق	محتوای چندرسانه‌ای، داستان‌پردازی
	امیدآفرینی اجتماعی	تبیین دستاوردها، روایت پیشرفت، مقابله با یأس‌آفرینی، آینده‌نگری مثبت

مضمون اصلی	مضمون فرعی	نمونه کدها
راهبردهای ارتباطی	تعامل دوسویه	گفت‌وگو با مخاطبان، پاسخگویی
	شبکه‌سازی اجتماعی	تشکیل اجتماعات مجازی
	کنشگری فعال	مشارکت کاربران، تولید محتوای مردمی
ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی	سرعت انتشار	انتشار گسترده پیام
	دسترسی گسترده	ارتباط با نسل جوان
	مشارکت‌پذیری	تعامل کاربران
موانع و چالش‌ها	اخبار جعلی	انتشار اطلاعات نادرست
	جنگ‌شناختی	تحریف واقعیت‌ها
	بی‌اعتمادی اجتماعی	کاهش پذیرش پیام
پیامدهای جهاد تبیین	تقویت سرمایه اجتماعی	افزایش اعتماد عمومی
	تحقق اهداف گام دوم	گسترش ارزش‌های انقلاب
	تقویت هویت انقلابی	افزایش تعلق اجتماعی

۴-۱-۱. مضمون اول: الزامات شناختی جهاد تبیین

یافته‌ها نشان دادند که موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی پیش از هر چیز نیازمند ارتقای ظرفیت‌های شناختی مخاطبان است. مشارکت‌کنندگان بر نقش سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی و آگاهی سیاسی تأکید داشتند. از نظر آنان، مخاطبی که توانایی تحلیل پیام‌های رسانه‌ای را نداشته باشد، در برابر عملیات شناختی و تحریف اطلاعات آسیب‌پذیر خواهد بود. یکی از مشارکت‌کنندگان در تشریح الزامات شناختی جهاد تبیین اظهار داشت: «جهاد تبیین قبل از هر چیز نیازمند ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان است؛ زیرا اگر افراد توانایی تشخیص اخبار صحیح از اخبار تحریف‌شده را

نداشته باشند، در برابر جنگ روایت‌ها آسیب‌پذیر خواهند بود» (مصاحبه‌شونده ۴). مشارکت‌کننده دیگری نیز بیان کرد: «بصیرت اجتماعی و قدرت تحلیل مسائل روز، مهم‌ترین پیش‌نیاز موفقیت جهاد تبیین در فضای مجازی است؛ زیرا بدون شناخت صحیح از محیط رسانه‌ای، امکان اقناع مخاطبان وجود ندارد» (مصاحبه‌شونده ۹). بنابراین، سواد رسانه‌ای و ارتقای قدرت تحلیل کاربران به‌عنوان نخستین پیش‌شرط جهاد تبیین در فضای شبکه‌های اجتماعی شناسایی شد.

۴-۱-۲. مضمون دوم: راهبردهای محتوایی

دومین مضمون اصلی پژوهش به راهبردهای محتوایی اختصاص داشت. خبرگان معتقد بودند که جهاد تبیین بدون تولید روایت‌های جذاب، اقناع‌کننده و متناسب با نیازهای مخاطبان امکان موفقیت ندارد. در زمینه راهبردهای محتوایی، یکی از خبرگان اظهار داشت: «در فضای شبکه‌های اجتماعی، صرف انتشار اطلاعات کافی نیست؛ موفقیت جهاد تبیین به توانایی روایت‌سازی و تولید محتوای جذاب و متناسب با نیازهای نسل جوان بستگی دارد» (مصاحبه‌شونده ۲).

یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم راهبردهای محتوایی، امیدآفرینی اجتماعی بود. خبرگان معتقد بودند که جهاد تبیین صرفاً به معنای پاسخ‌گویی به شبهات یا رفع تحریف‌ها نیست بلکه باید بتواند تصویری واقع‌بینانه و درعین‌حال امیدبخش از آینده جامعه ارائه کند. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، برجسته‌سازی پیشرفت‌های علمی، فرهنگی و اجتماعی کشور، معرفی ظرفیت‌های نسل جوان و تبیین چشم‌اندازهای آینده از مهم‌ترین راهبردهای امیدآفرینی در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. به اعتقاد آنان، امیدآفرینی می‌تواند نقش مؤثری در افزایش مشارکت اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی ایفا کند. یکی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه اظهار داشت: «جهاد تبیین زمانی موفق خواهد بود که علاوه بر پاسخ به شبهات، بتواند امید به آینده را در میان مخاطبان تقویت کند. اگر روایت ما نتواند امید ایجاد کند، بخش مهمی از کارکرد جهاد تبیین محقق نخواهد شد» (مصاحبه‌شونده ۱۲).

نتایج نشان داد که روایت‌سازی مؤثر، پاسخ‌گویی به شبهات، امیدآفرینی و تولید

محتوای خلاقانه از مهم‌ترین راهبردهای محتوایی جهاد تبیین محسوب می‌شوند. به اعتقاد مشارکت‌کنندگان، رقابت اصلی در فضای مجازی، رقابت روایت‌ها است و هر جریانی که بتواند روایت معتبرتر و جذاب‌تری ارائه کند، موفق‌تر خواهد بود.

۴-۱-۳. مضمون سوم: راهبردهای ارتباطی

یافته‌ها نشان دادند که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی نیازمند عبور از الگوی ارتباطات یک‌سویه است. تعامل دوسویه، گفت‌وگو با مخاطبان، پاسخ‌گویی مستمر و شبکه‌سازی اجتماعی از مهم‌ترین مؤلفه‌های این مضمون بودند. یکی از مشارکت‌کنندگان در خصوص اهمیت تعامل با مخاطبان اظهار داشت: «مخاطبان امروز صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند؛ آن‌ها می‌خواهند در فرایند تولید معنا مشارکت داشته باشند. به همین دلیل، جهاد تبیین باید بر گفت‌وگو و تعامل دوسویه استوار باشد» (مصاحبه‌شونده ۶). همچنین یکی از خبرگان تصریح کرد: «شبکه‌سازی میان کاربران و ایجاد اجتماعات مجازی همسو با ارزش‌های انقلاب اسلامی می‌تواند اثربخشی فعالیت‌های تبیینی را چندین برابر کند» (مصاحبه‌شونده ۱۳).

مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که مخاطبان امروزی صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند بلکه در تولید و بازتولید محتوا نقش فعالی دارند. از این رو، جهاد تبیین باید مبتنی بر مشارکت و تعامل طراحی شود.

۴-۱-۴. مضمون چهارم: ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی

نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی ظرفیت‌های متعددی برای تحقق جهاد تبیین دارند. سرعت انتشار اطلاعات، دسترسی گسترده به مخاطبان، امکان تعامل و قابلیت تولید محتوای کاربرمحور از مهم‌ترین ظرفیت‌های شناسایی شده بودند. یکی از مشارکت‌کنندگان بیان کرد: «مهم‌ترین مزیت شبکه‌های اجتماعی، دسترسی مستقیم و گسترده به نسل جوان است. این ظرفیت می‌تواند فرصت کم‌نظیری برای ترویج ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب فراهم کند» (مصاحبه‌شونده ۱).

۴-۱-۵. مضمون پنجم: موانع و چالش‌ها

یافته‌ها نشان دادند که جهاد تبیین با چالش‌هایی همچون انتشار اخبار جعلی، جنگ

شناختی، بی‌اعتمادی اجتماعی، شکاف نسلی و رقابت شدید رسانه‌ای مواجه است. یکی از خبرگان در خصوص چالش‌های جهاد تبیین اظهار داشت: «اخبار جعلی و روایت‌های تحریف‌شده مهم‌ترین مانع جهاد تبیین هستند؛ زیرا اعتماد مخاطبان را هدف قرار می‌دهند و قدرت اقناع را کاهش می‌دهند» (مصاحبه‌شونده ۵). از دیدگاه خبرگان، مهم‌ترین مانع پیش روی جهاد تبیین، تحریف واقعیت‌ها و شکل‌گیری روایت‌های رقیب در فضای مجازی است که می‌تواند اثربخشی پیام‌های تبیینی را کاهش دهد.

۴-۱-۶. مضمون ششم: پیامدهای جهاد تبیین

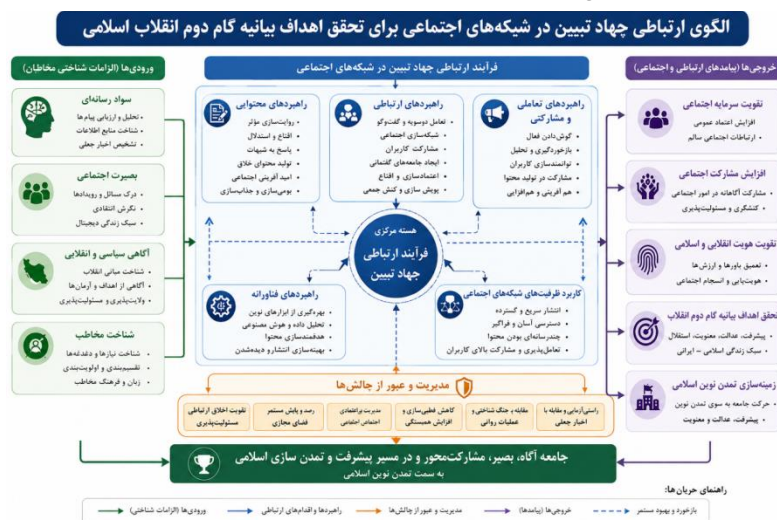
نتایج نشان داد که اجرای مؤثر جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد عمومی، ارتقای مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب منجر شود. یکی از مشارکت‌کنندگان در این باره اظهار داشت: «اگر جهاد تبیین به‌درستی در شبکه‌های اجتماعی اجرا شود، می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی و تقویت سرمایه اجتماعی منجر شود» (مصاحبه‌شونده ۳). همچنین یکی دیگر از خبرگان تصریح کرد: «مهم‌ترین نتیجه جهاد تبیین، تقویت هویت انقلابی نسل جوان و فراهم شدن زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب است» (مصاحبه‌شونده ۱۴).

مشارکت‌کنندگان معتقد بودند که جهاد تبیین در صورت بهره‌گیری صحیح از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند زمینه‌ساز تحقق اهداف تمدنی انقلاب اسلامی باشد.

۵. الگوی نهایی پژوهش

به‌منظور یکپارچه‌سازی یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون و تبیین روابط میان ابعاد، مؤلفه‌ها و فرایندهای شناسایی‌شده، الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی طراحی شد. این الگو حاصل تحلیل نظام‌مند دیدگاه‌های خبرگان و تلفیق مضامین اصلی و فرعی استخراج‌شده از داده‌های پژوهش است. در الگوی پیشنهادی، جهاد تبیین به‌عنوان یک فرایند ارتباطی چندبُعدی در نظر گرفته شده است که بر پایه الزامات شناختی مخاطبان شکل می‌گیرد و از طریق

راهبردهای محتوایی، ارتباطی، تعاملی و فناورانه در بستر شبکه‌های اجتماعی تحقق می‌یابد. همچنین، مدیریت چالش‌ها و موانع محیطی به‌عنوان بخشی از فرایند ارتباطی الگو مورد توجه قرار گرفته و در نهایت پیامدهای ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی آن در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی تبیین شده است. شکل ۱ الگوی نهایی پژوهش را نشان می‌دهد.



منبع: (یافته‌های پژوهش)

شکل (۱): الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

منظور از تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در این پژوهش، ارائه راهبردهای ارتباطی و رسانه‌ای برای تقویت فرایند آگاهی‌بخشی، گفت‌وگوسازی، اقناع اجتماعی و مشارکت عمومی در راستای اهداف کلان بیانیه است. از این‌رو، الگوی حاضر به‌دنبال طراحی سازوکارهای ارتباطی تحقق تک‌تک محورهای هفت‌گانه بیانیه نیست بلکه چهارچوبی ارتباطی برای حمایت از فرایند تحقق این اهداف در بستر شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کند.

الگوی ارائه‌شده نشان می‌دهد که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی یک فرایند ارتباطی نظام‌مند و چندسطحی است که از تعامل میان ورودی‌ها، راهبردها، ظرفیت‌های

رسانه‌ای، مدیریت چالش‌ها و پیامدهای اجتماعی شکل می‌گیرد. در بخش ورودی‌های الگو، مجموعه‌ای از الزامات شناختی مخاطبان شامل سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی، آگاهی سیاسی و انقلابی و شناخت مخاطب به‌عنوان پیش‌نیازهای اصلی اثربخشی فرایند ارتباطی جهاد تبیین شناسایی شده‌اند. این مؤلفه‌ها زمینه لازم را برای درک صحیح پیام‌ها، تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت‌ها و مشارکت آگاهانه مخاطبان در فضای شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کنند.

در بخش فرایندی، «فرایند ارتباطی جهاد تبیین» به‌عنوان هسته مرکزی الگو مطرح شده است. این فرایند از طریق چهار دسته راهبرد شامل راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، راهبردهای تعاملی و مشارکتی و راهبردهای فناورانه تحقق می‌یابد. راهبردهای محتوایی بر روایت‌سازی مؤثر، اقناع رسانه‌ای، پاسخ‌گویی به شبهات، تولید محتوای خلاق و امیدآفرینی اجتماعی تأکید دارند. راهبردهای ارتباطی نیز شامل تعامل دوسویه، گفت‌وگو با مخاطبان، شبکه‌سازی اجتماعی، جلب مشارکت کاربران و اعتمادسازی ارتباطی هستند. در کنار آن، راهبردهای تعاملی و مشارکتی با تکیه بر مشارکت فعال کاربران، بازخوردگیری مستمر و توانمندسازی کنشگران اجتماعی، نقش مهمی در افزایش اثربخشی پیام‌های تبیینی ایفا می‌کنند. همچنین راهبردهای فناورانه از طریق بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، تحلیل داده‌ها، هوش مصنوعی و بهینه‌سازی انتشار محتوا، کارآمدی فرایند ارتباطی را افزایش می‌دهند.

الگو همچنین نشان می‌دهد که موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی مستلزم بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های این رسانه‌ها شامل سرعت انتشار پیام، دسترسی گسترده به مخاطبان، تعاملی‌بودن، چندرسانه‌ای‌بودن و مشارکت‌پذیری کاربران است. درعین حال، این فرایند با چالش‌هایی نظیر اخبار جعلی، جنگ‌شناختی، عملیات روانی، قطبی‌سازی اجتماعی و بی‌اعتمادی عمومی مواجه است؛ ازاین‌رو، مدیریت و کنترل این چالش‌ها به‌عنوان یک مؤلفه پشتیبان در الگو لحاظ شده است.

در بخش خروجی‌ها، پیامدهای ارتباطی و اجتماعی جهاد تبیین شامل تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و اسلامی، تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌سازی برای شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی تبیین

شده است. براین اساس، الگوی حاضر نشان می‌دهد که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی صرفاً یک فعالیت رسانه‌ای یا تبلیغی نیست بلکه فرایندی ارتباطی، تعاملی و تمدن‌ساز است که از طریق آگاهی‌بخشی، اقناع، مشارکت اجتماعی و مدیریت چالش‌های محیطی می‌تواند به شکل‌گیری جامعه‌ای آگاه، بصیر، مشارکت‌جو و تمدن‌ساز منجر شود.

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بود. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین در فضای شبکه‌های اجتماعی یک فرایند چندبُعدی، تعاملی و راهبردی است که از مجموعه‌ای از الزامات شناختی، راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، موانع و چالش‌ها و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی تشکیل می‌شود. براین اساس، الگوی نهایی پژوهش نشان داد که تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در فضای مجازی مستلزم تلفیق مؤلفه‌های شناختی، رسانه‌ای، ارتباطی، فناورانه و فرهنگی در قالب یک نظام منسجم است.

نخستین یافته پژوهش به «الزامات شناختی جهاد تبیین» مربوط بود. نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی و آگاهی سیاسی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی هستند. این یافته با نتایج دارابی (۱۳۹۹) همسو است که ارتقای سواد رسانه‌ای را مهم‌ترین راهبرد مقابله با تهاجم نرم و نفوذ فرهنگی معرفی می‌کند. همچنین این نتیجه با دیدگاه‌های مطرح‌شده در مبانی نظری پژوهش درباره جهاد تبیین مطابقت دارد؛ زیرا جهاد تبیین اساساً بر آگاهی‌بخشی، روشنگری و ارتقای قدرت تشخیص و تحلیل مخاطبان استوار است. در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی به میدان اصلی جنگ روایت‌ها و رقابت‌های شناختی تبدیل شده‌اند، توانایی کاربران در تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت‌ها و ارزیابی انتقادی پیام‌ها، مهم‌ترین عامل مصونیت فکری و فرهنگی جامعه محسوب می‌شود.

دومین یافته پژوهش به «راهبردهای محتوایی» اختصاص داشت. نتایج نشان داد که

روایت‌سازی مؤثر، اقناع رسانه‌ای، پاسخ‌گویی به شبهات و تولید محتوای خلاق از مهم‌ترین راهبردهای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی هستند. این یافته با نتایج موسوی (۱۴۰۵) و محمدزاده بنی‌طرفی (۱۴۰۲) همخوانی دارد که بر اهمیت اقناع افکار عمومی، رفع تحریف‌ها و مقابله با روایت‌های نادرست تأکید کرده‌اند. از منظر نظریه گفتمان لاکلاو و موفه نیز واقعیت اجتماعی در قالب روایت‌ها و گفتمان‌ها بازتولید می‌شود؛ بنابراین موفقیت جهاد تبیین در گرو توانایی تولید روایت‌های معتبر، جذاب و اقناع‌کننده است. براین اساس، جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی بیش از آنکه فرایند انتقال اطلاعات باشد، فرایند تولید معنا و تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی در فضای عمومی جامعه است.

یکی از یافته‌های مهم پژوهش حاضر، شناسایی «امیدآفرینی اجتماعی» به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی بود. نتایج نشان داد که جهاد تبیین صرفاً به مقابله با تحریف‌ها، پاسخ‌گویی به شبهات و اقناع مخاطبان محدود نمی‌شود بلکه باید بتواند از طریق بازنمایی واقع‌بینانه دستاوردها، ظرفیت‌ها و چشم‌اندازهای آینده، امید اجتماعی را در میان مخاطبان تقویت کند. از این منظر، امیدآفرینی نه تنها یک راهبرد رسانه‌ای، بلکه یکی از الزامات تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌ساز مشارکت فعال نسل جوان در فرایند تمدن‌سازی اسلامی محسوب می‌شود.

یافته دیگر پژوهش به «راهبردهای ارتباطی» مربوط بود. نتایج نشان داد که تعامل دوسویه، شبکه‌سازی اجتماعی و کنشگری فعال کاربران از مهم‌ترین عوامل موفقیت جهاد تبیین هستند. این نتیجه با نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز سازگاری دارد. کاستلز معتقد است که در عصر اطلاعات، قدرت در قالب شبکه‌ها و جریان‌های ارتباطی توزیع می‌شود و تأثیرگذاری رسانه‌ای دیگر صرفاً از طریق ارتباطات یک‌سویه امکان‌پذیر نیست. یافته‌های پژوهش نیز نشان داد که جهاد تبیین زمانی اثربخش خواهد بود که مخاطبان از جایگاه دریافت‌کنندگان منفعل پیام خارج شده و به کنشگران فعال در تولید، بازنشر و ترویج محتوا تبدیل شوند. این نتیجه با یافته‌های امیری و ملکی (۱۴۰۴) درباره نقش شبکه‌های اجتماعی در گفتمان‌سازی و مشارکت جوانان نیز همسو است.

چهارمین یافته پژوهش بر «ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی» تأکید داشت. سرعت انتشار پیام، دسترسی گسترده به مخاطبان، ارتباط با نسل جوان و امکان مشارکت کاربران، مهم‌ترین ظرفیت‌های شناسایی شده بودند. این یافته با دیدگاه‌های مطرح‌شده در مبانی نظری پژوهش درباره جامعه شبکه‌ای و همچنین نتایج پژوهش امیری و ملکی (۱۴۰۴) مطابقت دارد. درواقع، شبکه‌های اجتماعی به دلیل ماهیت تعاملی و مشارکت‌محور خود، ظرفیت بی‌سابقه‌ای برای گفتمان‌سازی، آگاهی‌بخشی و ترویج ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب فراهم کرده‌اند. این ظرفیت‌ها موجب می‌شود که مفاهیم بنیادین بیانیه گام دوم نظیر علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، عدالت، استقلال، عزت ملی و سبک زندگی اسلامی از سطح اسناد رسمی فراتر رفته و به موضوع گفت‌وگوی عمومی در جامعه تبدیل شوند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که جهاد تبیین با موانع و چالش‌هایی همچون اخبار جعلی، جنگ شناختی، تحریف واقعیت‌ها و بی‌اعتمادی اجتماعی مواجه است. این نتیجه با یافته‌های موسوی (۱۴۰۵) و محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴) همخوانی دارد که جنگ شناختی و تحریف را از مهم‌ترین تهدیدهای فراروی تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب معرفی کرده‌اند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که موفقیت جهاد تبیین مستلزم مدیریت فعال این چالش‌ها و ایجاد سازوکارهای مؤثر برای مقابله با اطلاعات نادرست، شایعات و عملیات روانی است. ازاین‌منظر، جهاد تبیین نه تنها یک فرایند فرهنگی و رسانه‌ای، بلکه یک راهبرد شناختی برای حفظ انسجام اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی محسوب می‌شود.

در بخش پیامدها، نتایج نشان داد که اجرای موفق جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد عمومی، ارتقای مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب منجر شود. این یافته با نظریه تمدن نوین اسلامی و همچنین نتایج پژوهش محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴) همسو است. بر اساس این دیدگاه، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند شکل‌گیری آگاهی جمعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد عمومی و پذیرش ارزش‌های مشترک است؛ امری که جهاد تبیین می‌تواند از طریق شبکه‌های اجتماعی زمینه تحقق آن را فراهم سازد.

همچنین این نتیجه با مبانی نظری بیداری اسلامی نیز سازگار است؛ زیرا افزایش آگاهی عمومی و بصیرت اجتماعی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای تحقق بیداری اسلامی و تمدن‌سازی به شمار می‌رود.

نوآوری اصلی پژوهش حاضر در ارائه یک الگوی بومی و نظام‌مند ارتباطی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی است. برخلاف بسیاری از پژوهش‌های پیشین که تنها به تبیین مفهومی جهاد تبیین یا بررسی نقش رسانه‌ها و فضای مجازی پرداخته‌اند، پژوهش حاضر توانست ارتباط میان پیش‌نیازهای شناختی، راهبردهای محتوایی و ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های محیطی و پیامدهای نهایی را در قالب یک الگوی منسجم تبیین کند. در این الگو، جهاد تبیین هسته مرکزی فرایند محسوب می‌شود که از طریق راهبردهای محتوایی، ارتباطی، فناورانه و مدیریتی عمل کرده و در تعامل با ظرفیت‌ها و چالش‌های محیطی، به تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی منجر می‌شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در فضای شبکه‌های اجتماعی مستلزم تلفیق آگاهی‌بخشی، گفتمان‌سازی، امیدآفرینی و مشارکت اجتماعی است. الگوی طراحی شده بیانگر آن است که موفقیت جهاد تبیین در گرو تلفیق سه سطح «توانمندسازی شناختی مخاطبان»، «اجرای راهبردهای مؤثر ارتباطی و رسانه‌ای» و «مدیریت چالش‌های محیطی» است. در این چهارچوب، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از یک بستر صرفاً ارتباطی به ابزاری راهبردی برای شکل‌دهی جامعه‌ای آگاه، بصیر، امیدوار، مشارکت‌جو و تمدن‌ساز تبدیل شوند؛ جامعه‌ای که توانایی تحقق آرمان‌های بیانیه گام دوم انقلاب و حرکت در مسیر تمدن نوین اسلامی را دارا باشد.

دلالات‌های الگوی ارتباطی جهاد تبیین برای آموزش و پرورش

اگرچه الگوی طراحی شده در این پژوهش، مبتنی بر دیدگاه‌های خبرگان حوزه‌های ارتباطات، رسانه و سیاست‌گذاری فرهنگی استخراج شده است؛ اما یافته‌ها حاوی دلالت‌های مهمی برای نظام آموزش و پرورش به عنوان نهاد راهبردی تربیت‌کننده نسل

آینده است. نخست آنکه مضمون «الزامات شناختی جهاد تبیین» که شامل سواد رسانه‌ای، توانایی تشخیص اخبار جعلی و روایت‌شناسی نقادانه است، به‌روشنی بر ضرورت گنجاندن آموزش‌های سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی رسمی و غیررسمی مدارس تأکید دارد. مدرسه می‌تواند با طراحی دوره‌های توانمندسازی معلمان در حوزه تولید روایت مؤثر و تحلیل گفتمان‌های رقیب، بستری پایدار برای نهادینه‌سازی جهاد تبیین فراهم آورد.

دوم آنکه «راهنمای محتوایی» و «راهنمای ارتباطی» استخراج‌شده در این الگو (مانند امیدآفرینی اجتماعی، تعامل دوسویه و شبکه‌سازی گفتمانی)، برای معلمان و مربیان تربیتی این پیام را دارد که فرایند تبیین در فضای مجازی، نیازمند خروج از رویکرد یک‌سویه انتقال اطلاعات و حرکت به‌سوی کنشگری مشارکتی و گفت‌وگومحور است. به بیان دیگر، معلم در عصر شبکه‌های اجتماعی، صرفاً «آموزنده» نیست بلکه «تسهیل‌گر جریان‌های ادراکی» و «مدیر روایت» در کلاس درس و فضای مجازی دانش‌آموزان محسوب می‌شود.

سوم آنکه مضامین «موانع و چالش‌ها»ی جهاد تبیین، به‌ویژه جنگ شناختی و بی‌اعتمادی اجتماعی، ضرورت توانمندسازی دانش‌آموزان به‌عنوان سفیران گفتمانی همسالان را دوجندان می‌سازد. نظام آموزش و پرورش با بهره‌گیری از ظرفیت گروه‌های مجازی کلاسی، شبکه‌های دانش‌آموزی و تولیدات چندرسانه‌ای دانش‌آموزان، می‌تواند حلقه میانی پیوند روایت‌های کلان انقلاب با زیست جهان نسل جوان را شکل دهد و از این رهگذر، به تحقق اهداف بیانیه گام دوم در زمینه «جوان‌گرایی» و «فردسازی‌های نسلی» یاری رساند.

درمجموع، الگوی ارائه‌شده در این پژوهش، اگرچه ماهیتاً یک الگوی ارتباطی برای شبکه‌های اجتماعی است؛ اما به‌وضوح نشان می‌دهد که پایدارسازی جهاد تبیین در بلندمدت، بدون نهادینه‌سازی آن در نظام تعلیم و تربیت ممکن نیست؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود در گام‌های بعدی پژوهش، الگوی حاضر بر اساس داده‌های میدانی از معلمان، دانش‌آموزان و برنامه‌ریزان درسی، بومی‌سازی و عملیاتی شود.

پیشنهادهای کاربردی

وزارت آموزش و پرورش با همکاری سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، محتوای مرتبط با «سواد رسانه‌ای»، «روایت‌شناسی» و «تشخیص اخبار جعلی» را در قالب دروس مطالعات اجتماعی، تفکر و سواد رسانه‌ای و پرورش مهارت‌های زندگی در کتاب‌های درسی دوره متوسطه بازطراحی و تقویت نماید.

مراکز تربیت معلم و دانشگاه‌های فرهنگیان، دوره‌های توانمندسازی سواد رسانه‌ای و تولید روایت مؤثر را برای معلمان تمام دوره‌های تحصیلی طراحی و اجرا کنند تا معلمان بتوانند نقش «راهنمای روایت» و «مدیر جریان ادراکی» دانش‌آموزان را در مواجهه با جنگ‌شناختی فضای مجازی ایفا نمایند.

مدارس با ایجاد «شبکه‌های دانش‌آموزی جهاد تبیین» در پیام‌رسان‌های داخلی و بسترهای مجازی آموزشی، زمینه تولید محتوای چندرسانه‌ای توسط خود دانش‌آموزان و انتشار روایت‌های امیدآفرین از دستاوردهای انقلاب را در میان همسالان و خانواده‌ها فراهم آورند.

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی با همکاری صداوسیما و مراکز تولید محتوای دیجیتال، بسته‌های آموزشی چندرسانه‌ای جذاب و متناسب با زیست‌جهان نسل جوان (شامل پویانمایی، موشن گرافیک، بازی‌های جدی و کلیپ‌های کوتاه) برای تبیین مفاهیم بیانیه گام دوم تولید و در اختیار مدارس و معلمان قرار دهد.

نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و آموزشی کشور برنامه‌های منسجمی برای ارتقای سواد رسانه‌ای، سواد شناختی و مهارت‌های تفکر انتقادی کاربران، به‌ویژه نسل جوان، طراحی و اجرا کنند تا توانایی آنان در تشخیص اخبار جعلی، شایعات و عملیات شناختی افزایش یابد.

تولیدکنندگان محتوا و فعالان رسانه‌ای با بهره‌گیری از روایت‌سازی خلاق، داستان‌پردازی، قالب‌های چندرسانه‌ای و زبان متناسب با نسل جوان، مفاهیم و ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را در شبکه‌های اجتماعی بازنمایی کنند.

سیاست‌گذاران فرهنگی از الگوهای ارتباطی تعاملی و مشارکت‌محور به‌جای رویکردهای یک‌سویه استفاده کنند و زمینه گفت‌وگو، پرسش و پاسخ و مشارکت فعال

کاربران را در فرایند جهاد تبیین فراهم سازند. دانشگاه‌ها، مراکز علمی و نخبگان فرهنگی با حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی، مرجعیت علمی و فکری خود را در فضای مجازی تقویت کرده و در تبیین دستاوردهای علمی، فرهنگی و اجتماعی کشور نقش‌آفرینی کنند. سازوکارهای تخصصی برای رصد، شناسایی و مقابله سریع با اخبار جعلی، تحریف واقعیت‌ها و عملیات جنگ‌شناختی در فضای مجازی ایجاد شود تا از کاهش اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی جلوگیری گردد. از ظرفیت حلقه‌های میانی، گروه‌های مردمی، تشکل‌های دانشجویی، فعالان فرهنگی و کنشگران اجتماعی برای گسترش جهاد تبیین و تولید محتوای مردمی در شبکه‌های اجتماعی استفاده شود. دستگاه‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور برنامه‌های هدفمند امیدآفرینی، تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی و معرفی الگوهای موفق علمی، فرهنگی و اجتماعی را در دستور کار خود قرار دهند تا زمینه تقویت هویت ملی و انقلابی در میان نسل جوان فراهم شود. با توجه به نقش راهبردی شبکه‌های اجتماعی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب، تدوین «سند راهبردی جهاد تبیین در فضای مجازی» با مشارکت نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و دانشگاهی پیشنهاد می‌شود.

کتابنامه

قرآن کریم.

امیری، جهاندار و ملکی، سبحان (۱۴۰۴). نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی). *مطالعات رسانه دینی*، ۷(۲۶)، ۷-۴۰.

امینی، سیدجواد؛ محمدیانی، محمد و سلیم، حجت (۱۴۰۴). الگوی راهبردی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در عرصه جهاد تبیین. *دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات*، ۳۲(۱)، ۱۱۰-۱۵۴.

جعفری، علی (۱۴۰۳). نقش رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *فصلنامه علمی مطالعات بیداری اسلامی*، ۱۳(۱)، ۹۷-۱۱۴.

خامنه‌ای، سیدعلی. بیانات مقام معظم رهبری، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای: <https://farsi.khamenei.ir>

دارابی، علی (۱۳۹۹). گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای. *فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم*، ۱۰(۲)، ۱۹-۴۵.

محسنی، مجتبی و عرب‌نژاد، حسین (۱۴۰۴). جایگاه جهاد تبیین در تحقق تمدن نوین اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب. *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی گام دوم انقلاب اسلامی*، ۱(۳)، ۹۳-۱۰۷.

محمدزاده بنی‌طرفی، مهدی (۱۴۰۲). جهاد تبیین و نقش حلقه‌های میانی در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی*، ۳(۴)، ۱۳۵-۱۱۷.

محمدی، عباس؛ عزیزآبادی فراهانی؛ فاطمه، عامری شهرابی، محسن و قیومی، عباسعلی (۱۴۰۳). طراحی الگوی راهبردهای فرهنگی نقش دانشگاه در جهاد تبیین مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *مطالعات وحدت حوزه و دانشگاه*، ۱(۲)، ۳۱-۴۸.

موسوی، سیدمحمدرضا (۱۴۰۵). اصول، مبانی و سیاست‌های جهاد تبیین با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی گام دوم انقلاب/اسلامی، ۲(۱)، ۶۹-۹۰.

نوده فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۹). الگوی حکمرانی گام اول انقلاب و دلالت‌های سیاست‌گذارانه «بیانیه گام دوم». اسلام و علوم اجتماعی، ۱۲(۲۳)، ۵-۳۲.

- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

References

- Amini, Seyyed Javad; Mohammadyani, Mohammad & Salim, Hojjat (2025). A strategic model for managing social media in the field of Jihad of Explanation. *Religion and Communication*, 32(1), 110-154. (In Persian)
- Amiri, Jahandar & Maleki, Sobhan (2025). The role of cyberspace and social networks in reconstructing the components of the Islamic Revolution (with an emphasis on the Leader's recommendations in the Second Step of the Islamic Revolution Statement). *Religious Media Studies*, 7(26), 7-40. (In Persian)
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Darabi, Ali (2020). The Second Step of the Islamic Revolution, soft aggression, and media literacy. *Scientific Quarterly of Soft Power Studies*, 10(2), 19–45. (In Persian)
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Jafari, Ali (2024). The role of national media in achieving the objectives of the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Scientific Quarterly of Islamic Awakening Studies*, 13(1), 97–114. (In Persian)
- Khamenei, Seyyed Ali (2019). *The Second Step of the Islamic Revolution Statement*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian).
- Khamenei, Seyyed Ali (2021). *Statements at a meeting with various groups of people concerning the Jihad of Explanation*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian)
- Khamenei, Seyyed Ali (2022). *Statements at a meeting with university students*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian)
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Mohammadi, Abbas, Azizabadi Farahani, Fatemeh, Ameri Shahabi, Mohsen & Ghayoumi, Abbasali (2024). Designing a model of cultural strategies for the role of universities in the Jihad of Explanation based on the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Studies on the Unity of Seminary and University*, 1(2), 31–48. (In Persian)
- Mohammadzadeh Banitarafi, Mehdi (2023). Jihad of Explanation and the role of intermediary circles in realizing the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Quarterly Journal of Political Sociology of the Islamic Revolution*, 3(4), 117–135. (In Persian)
- Mohseni, Mojtaba & Arabnejad, Hossein (2025). The position of Jihad of Explanation in realizing the New Islamic Civilization in the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Strategic Studies of the Second Step of the Islamic Revolution*, 1(3), 93–107. (In Persian)
- Mousavi, Seyyed Mohammad Reza (2026). Principles, foundations, and policies of the Jihad of Explanation in light of the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Strategic Studies of the Second Step of the*

Islamic Revolution, 2(1), 69–90. (In Persian)
Nodeh Farahani, Esmail (2020). The governance model of the First Step of the Revolution and its policy implications for the “Second Step Statement.” Islam and Social Sciences, 12(23), 5–32. (In Persian)



doi: 10.30497/rc.2026.249816.2163



Received: 2026/01/31

Accepted: 2026/07/25

Identifying and Analyzing Teacher-Parent Communication Styles in Elementary Schools: A Qualitative Study

Mohammad Alipour*

Mohsen Ayati**

Abstract

The communication between teachers and parents is one of the fundamental elements in the educational and developmental process of elementary school students and can influence the quality of learning, social growth, and social capital of children. The present study, adopting a phenomenological approach, aimed to identify and analyze the communication styles between teachers and parents to uncover the participants' lived experiences and meanings of these interactions. Data were collected through semi-structured interviews with 18 teachers and 15 parents and analyzed using Colaizzi's seven-step method, including the extraction of significant statements, formulation of meanings, clustering of themes, and final validation. The findings indicated that communication styles can be classified along a five-level spectrum: minimal and passive communication, responsive and reactive communication, active and informed interactive communication, collaborative and participatory communication, and empowering and sustainable communication. At the lowest level, communication is primarily one-way and formal, and parents have limited interaction experiences. In the middle levels, dialogue and active participation increase, with parents playing a more active role in exchanging ideas, monitoring educational matters, and making informed financial contributions. At the highest level—empowering and sustainable communication—continuous dialogue, joint decision-making, and shared educational responsibility are emphasized, fostering trust and mutual accountability. This study demonstrates that different communication styles not only shape parents' experiences with the school but also affect the quality of the teaching-learning process and cultural-educational cohesion. The findings provide practical guidance for teachers and school administrators to recognize and strengthen effective communication styles, improve school-family interactions, and promote sustainable participation and student development.

Keywords: Communication, Communication styles, Parents, Teacher, Primary.

* Ph.D. in Curriculum Planning, Faculty of Education and Psychology, University of Birjand, Birjand, Iran (Corresponding author).

m.alipour@birjand.ac.ir

0000-0002-1103-3110

** Associate Professor, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences and Psychology, University of Birjand, Birjand, Iran.

mayati@birjand.ac.ir

0000-0001-5864-5846

شناسایی و تحلیل سبک‌های ارتباطی معلم - والدین در مدارس

ابتدایی: مطالعه کیفی^۱

محسن آیتی**

محمد علی پور*

چکیده

ارتباط میان معلم و والدین یکی از عناصر اساسی در فرایند آموزش و تربیت دانش‌آموزان ابتدایی است و می‌تواند کیفیت یادگیری، رشد اجتماعی و سرمایه اجتماعی کودکان را تحت تأثیر قرار دهد. پژوهش حاضر با رویکرد پدیدارشناسی و هدف شناسایی و تحلیل سبک‌های ارتباطی معلمان و والدین انجام شد تا تجربه‌ها و معانی واقعی این تعاملات آشکار شود. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با ۱۸ معلم و ۱۵ والد جمع‌آوری و با استفاده از روش هفت مرحله‌ای کلایزی شامل استخراج اظهارات مهم، فرمول‌بندی معانی، خوشه‌بندی تم‌ها و اعتباربخشی نهایی تحلیل شد. یافته‌ها نشان داد که سبک‌های ارتباطی را می‌توان در یک طیف پنج‌سطحی شامل ارتباط حداقلی و منفعل، پاسخ‌محور و واکنشی، تعاملی فعال و آگاهانه، همکارانه و مشارکتی و توانمندساز و پایدار طبقه‌بندی کرد. در سطح نخست، ارتباط عمدتاً یک‌سویه و رسمی است و والدین تجربه محدودی از تعامل دارند، در سطوح میانی گفت‌وگو و مشارکت فعال‌تر می‌شود و والدین نقش فعال‌تری در تبادل نظر، پیگیری امور آموزشی و مشارکت مالی آگاهانه پیدا می‌کنند و در سطح توانمندساز و پایدار گفت‌وگوی مستمر، تصمیم‌گیری مشترک و هم‌سرنوشتی تربیتی برجسته است و امکان ارتقای اعتماد و مسئولیت‌پذیری دوطرفه فراهم می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد که سبک‌های ارتباطی مختلف نه تنها تجربه والدین از تعامل با مدرسه، بلکه کیفیت فرایند یاددهی - یادگیری و انسجام فرهنگی - تربیتی را شکل می‌دهند و یافته‌ها می‌تواند راهنمای عملی برای معلمان و مدیران آموزشی باشد تا با شناخت و تقویت سبک‌های مؤثر، تعامل مدرسه - خانواده را بهبود دهند و زمینه‌ساز مشارکت پایدار و توسعه آموزشی دانش‌آموزان شوند.

واژگان کلیدی: ارتباط، سبک‌های ارتباطی، والدین، معلم، ابتدایی.

۱. مقاله مستخرج از رساله دکتری نویسنده اول با عنوان «طراحی و اعتباریابی الگوی ارتباطات آموزشی در جهت اجرای برنامه درسی در مقطع ابتدایی» در دانشگاه بیرجند است.

* دکتری برنامه‌ریزی درسی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران (نویسنده مسئول).

m.alipour@birjand.ac.ir

0000-0002-1103-3110

** دانشیار گروه علوم تربیتی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه بیرجند، بیرجند، ایران.

mayati@birjand.ac.ir

0000-0001-5864-5846

مقدمه

ارتباطات آموزشی یکی از اساسی‌ترین تعاملات بین‌فردی در مدرسه است (Balagova & Halakova, 2018). ارتباط آموزشی فرایند انتقال و تبادل معنا در عرصه رویدادهای آموزش و پرورش است و فرایند یادگیری مستلزم برقراری چنین ارتباطی است؛ به گونه‌ای که ارتباطات آموزشی در فرایند یاددهی - یادگیری نقش مهم و راهبردی ایفا می‌کند (Zerraf & et al., 2019). به طور کلی، ارتباطات آموزشی را می‌توان تعاملات بین‌فردی در محیط‌های آموزشی دانست که در شکل‌گیری یادگیری نظام‌مند نقش بنیادین دارد. از این رو، تحلیل انواع ارتباطات در مدرسه برای فهم کیفیت فرایندهای تربیتی ضروری است.

ارتباطات آموزشی در انواع مختلفی همچون ارتباط معلم - دانش‌آموز و ارتباط معلم - والدین صورت می‌گیرد (علی‌پور و دیگران، ۱۴۰۳، ج ۱ و Rogers & Hyson, 2022). در این میان، ارتباط معلم - والدین به صورت رسمی و غیررسمی و از طریق رسانه‌های مختلف مانند: تابلوهای اطلاعاتی، یادداشت‌های دانش‌آموزان، تماس تلفنی، خدمات پیام کوتاه و ابزارهای دیجیتال انجام می‌شود (Halimah & Margaretha, 2020). این تعامل به والدین و معلمان امکان می‌دهد اطلاعات را تبادل کرده، اعتماد متقابل را تقویت و هماهنگی لازم برای پیشرفت دانش‌آموزان را فراهم سازند (Arghavani & et al., 2023; Minke & Woodford, 2020).

در تبیین نظری این ارتباط، مدل ارتباط والدین ارائه‌شده توسط هوور-دمپسی و همکاران^۲ (۲۰۱۰) و گرین و همکاران^۳ (۲۰۰۷) نشان می‌دهد که ارتباط والدین متأثر از ادراک نقش والدینی، احساس کارآمدی و کیفیت دعوت مدرسه برای تعامل است؛ بنابراین، سبک و کیفیت ارتباط معلم با والدین می‌تواند به عنوان عاملی فعال‌کننده یا بازدارنده مشارکت آنان عمل کند. همچنین در چهارچوب نظریه کنش ارتباطی هبرماس^۴ ارتباط زمانی اثربخش است که مبتنی بر گفت‌وگو، تفاهم و پذیرش متقابل باشد؛ در غیر این صورت، به سطحی ابزاری و یک‌سویه تقلیل می‌یابد. این دو رویکرد

2. Hoover-Dempsey & et al.

3. Green & et al.

4. Habermas

نظری نشان می‌دهد که تحلیل «سبک‌های ارتباطی» می‌تواند چهارچوبی مفهومی برای فهم کیفیت ارتباط معلم - والدین فراهم آورد (ستاری و دیگران، ۱۳۹۶). اهمیت ارتباط معلم - والدین زمانی روشن‌تر می‌شود که به پیامدهای آن توجه شود. پژوهش‌ها نشان داده‌اند این ارتباط بر سازگاری اجتماعی دانش‌آموزان (Choi, 2024 & Yang & et al., 2024)، پیامدهای تحصیلی (Deng & et al., 2018)، درک ظرفیت‌های آموزشی و غیردرسی (Abdullah & et al., 2023) و فرایندهای رشدی و یادگیری (Casrto & et al, 2015) تأثیرگذار است. همچنین رابطه معلم با والدین می‌تواند بر کیفیت ارتباط معلم - دانش‌آموز اثر بگذارد (Lari & et al, 2019) و به پُرکردن شکاف ارتباطی بین والد و فرزند کمک کند (Naidoo & Govender, 2022). اجرای دقیق برنامه درسی (Madadlou & et al., 2020)، افزایش مشارکت والدین (Halimah & Margaretha, 2020)، بهبود عملکرد کلاسی (Miguel & Abulon, 2016)، تقویت اعتماد متقابل (Houri et al., 2019). و هدایت استعدادها (Alipour et al., 2019) نیز از دیگر پیامدهای گزارش شده‌اند.

از منظر شکل ارتباط نیز، ارتباطات به انواع یک‌طرفه، دوطرفه و مبتنی بر فناوری تقسیم شده‌اند (Popovska & el al., 2021). جلسات حضوری، تماس تلفنی و گروه‌های مجازی مدارس از شیوه‌های رایج تعامل هستند (Roomani & et al., 2020). پژوهش‌های متعدد به ابعاد رسانه‌ای، اهداف اطلاع‌رسانی، چالش‌ها، مزایا، راهبردهای ارتباطی و تعارضات احتمالی در این تعامل پرداخته‌اند. بنگ^۵ (۲۰۱۸) نتایج نشان داد که منفعل بودن، مطالبه‌گری غیرمنطقی و مراجعه مستقیم به مدیر برای اعتراض مانع همکاری والدین و معلم می‌شود. پژوهش علی‌پور و همکاران (۱۴۰۳، ب) تجارب زیسته معلمان و والدین در ارتباطات رسانه‌ای در پنج مضمون اصلی اهداف و دلایل ارتباط رسانه‌ای، روش‌های ارتباطی، ابزارهای ارتباطی، چالش‌ها و محدودیت‌ها، مزایا و فرصت‌ها طبقه‌بندی کرده است. یافته پژوهش لاری و همکاران^۶ (۲۰۱۹) نشان داد معلمان برای ارتباط با والدین از راهبردهایی مانند ایجاد گروه‌های مجازی برای

5. Bang

6. Lari & et al.

مادران، ارسال عکس و فیلم، امکان تماس مستقیم و تعیین زمان مشخص برای تعامل استفاده می‌کنند. پژوهش رومانی و همکاران^۷ (۲۰۲۰) نشان داد در ارتباطات معلم و والدین بدگویی از معلمان صورت می‌گیرد. طهماسب‌زاده شیخ‌لر و همکاران^۸ (۲۰۲۱) نشان داد یکی از عوامل زمینه‌ای آسیب تربیت جنسی ناکارآمدی و عدم توجیه والدین است. مرزوقی و همکاران^۹ (۲۰۲۰) نشان داد که یکی از مهم‌ترین دستاوردها و علل تعامل بین نهادهای مدرسه و خانواده ایجاد انسجام برای مقابله با تهدیدهای مختلفی است که کودکان و نوجوانان با آن مواجهه هستند. بوک و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۸) نشان داد که ارتباط و تعامل والدین با معلمان باعث کاهش مشکلات رفتاری شده است. لیندرز و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۹) و تویت^{۱۲} (۲۰۰۹) نقش معلمان را در حوزه ارتباط با والدین، نقش واسطه ارتباطی معرفی می‌کند که در شرایط درگیری، کاهش و تغییر مسیر تعارض یا ارزیابی منفی نقش‌آفرینی می‌کند. محسنی و همکاران^{۱۳} (۲۰۲۲) نشان داد تعامل خانواده با مربیان در حوزه پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی پایین است و تعامل مدرسه و خانواده در پیشگیری از سود رفتارهای اجتماعی نوجوانان نقش مهمی دارد. پژوهش کیم و چین^{۱۴} (۲۰۱۴) و اسنیرز و همکاران^{۱۵} (۲۰۱۷) نقش معلمان و والدین در ارتباطات آموزشی به عنوان ارائه‌دهنده اطلاعات معرفی کرده است؛ به‌طوری‌که در جریان ارتباط معلمان و والدین اطلاعاتی در خصوص فرایند یاددهی — یادگیری رد و بدل شده است. پژوهش بیلتون و همکاران^{۱۶} (۲۰۱۸) نشان داد که والدین و معلمان مستعد ایجاد روابط دوستانه و حمایت‌کننده متقابل هستند و تقریباً در تمام جلسات، والدین و معلمان تمایل داشتند از یکدیگر حمایت کنند و برای ایجاد نتایج آموزشی بهتر برای دانش‌آموزان با هم همکاری کردند. پژوهش منافی و همکاران^{۱۷} (۲۰۲۴)

-
7. Roomani & et al.
 8. Tahmasabzadeh Sheikhlar & et al.
 9. Marzoghi & et al.
 10. Boonk & et al.
 11. Leenders & et al.
 12. Tveit
 13. Mohseni & et al.
 14. Kim & Chin
 15. Sneyers & et al.
 16. Bilton & et al.
 17. Manafi & et al.

پژوهش نشان داد که لازم است ارتباط حضوری با والدین تقویت شود و آن‌ها در مدرسه دعوت شوند، همچنین برنامه‌ها و عملکرد مدرسه به والدین اطلاع‌رسانی شود. این تعامل بین مدرسه، معلم و والدین باعث افزایش شناخت از دانش‌آموز و بهبود راهنمایی و مشاوره می‌شود. چن و ریورا-ورنازا^{۱۸} (۲۰۲۲) پژوهش نشان داد که ارتباط دیجیتال برای اطلاع‌رسانی به والدین درباره اتفاقات کلاس، مدرسه و تغییرات خط‌مشی اهمیت دارد. معلمان و والدین با هدف به اشتراک گذاشتن اطلاعات درباره پیشرفت تحصیلی، نقاط قوت، نیازها، مشکلات رفتاری و مسائل کودکان، از طریق پیام، پرسش، نگرانی و بارگیری (آپلود) یا بارگذاری (دانلود) عکس، فیلم و اسناد با هم در ارتباط هستند. پژوهش پوپووسکا و همکاران^{۱۹} (۲۰۲۱) نشان داد راه‌های ارتباطی عمدتاً با هدف انتقال اطلاعات به والدین است. پژوهش مینده و نهلومايو^{۲۰} (۲۰۲۲) نشان داد والدین گفتمان منفی را در رابطه با مشارکت خود اتخاذ کرده‌اند. چن و ریورا-ورنازا (۲۰۲۲) نشان داد که معلمان و والدین برای به اشتراک گذاشتن اطلاعات درباره پیشرفت تحصیلی، نقاط قوت، نیازها، مشکلات یادگیری و مسائل رفتاری کودک و همچنین مطرح کردن پرسش‌ها و نگرانی‌ها، با یکدیگر در ارتباط هستند. زیدن و همکاران^{۲۱} (۲۰۲۰)؛ دور^{۲۲} (۲۰۱۸)؛ موری و همکاران^{۲۳} (۲۰۱۵)؛ فرانسیس و همکاران^{۲۴} (۲۰۲۲)؛ یوشاوا^{۲۵} (۲۰۲۰)؛ گو و همکاران^{۲۶} (۲۰۱۹) نشان دادند چالش‌های جدید در روابط معلم - والدین دیدگاه‌های متناقضی در مورد اهداف آموزشی و نظم و انضباط دانش‌آموزان دارند. پژوهش البرس و دِ هان^{۲۷} (۲۰۱۴)؛ پیلِت-شور^{۲۸} (۲۰۱۵)؛ کارونیا و واندینی^{۲۹} (۲۰۱۹) نقش والدین در ارتباطات انتقاد از مدرسه، کودک و معلم معرفی کرده است.

18. Chen & Rivera-Vernazza

19. Popovska & et al.

20. Myende & Nhlumayo

21. Ziden & et al.

22. Dor

23. Murray & et al.

24. Francis & et al.

25. Yushawu

26. Guo & et al.

27. Elbers & de Haan

28. Pillet-Shore

29. Caronia & Vandini

با وجود این حجم گسترده از یافته‌ها، بررسی تحلیلی پیشینه نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌ها بر «پیامدهای ارتباط» یا «موانع آن» تمرکز داشته‌اند و کمتر به تحلیل الگوها و سبک‌های ارتباطی پرداخته‌اند. به عبارت دیگر، ادبیات موجود بیش از آنکه به تبیین مفهومی چگونگی ارتباط معلمان با والدین بپردازد، به فهرست کردن آثار مثبت یا چالش‌ها بسنده کرده است. در نتیجه، یافته‌ها در قالب یک مدل نظری منسجم ادغام نشده و تصویر روشنی از سبک‌های غالب ارتباطی در مدارس ارائه نمی‌شود. در ادامه این مطالعات، عوامل مؤثر بر کیفیت ارتباط نیز بررسی شده است. عواملی همچون بینش، سواد و فرهنگ خانوادگی والدین، شرایط اقتصادی و اجتماعی، محدودیت زمانی، نگرش به فناوری و شکاف ادراکی میان والدین و معلمان در پژوهش‌های مختلف گزارش شده‌اند (Bang, 2018; Yushawu, 2020; Zide et al., 2020; Harris & Goodall, 2008 و علی‌پور و دیگران، ۱۴۰۳). همچنین موانعی نظیر اشتغال والدین، نبود منابع مادی و اینترنتی، تجارب منفی مدرسه و مشکلات روان‌شناختی و فرهنگی در دسته‌بندی‌های مختلف تبیین شده‌اند (Dempsey, 2020; Mills & Gale, 2004).

با وجود این تنوع مطالعات، همچنان پرسش اساسی باقی است که معلمان در عمل از چه «سبک‌های ارتباطی» بهره می‌گیرند و این سبک‌ها تا چه اندازه مشارکتی، حمایتی، کنترلی یا انتقادی‌اند. به‌ویژه در بستر فرهنگی مدارس ایران، شناسایی این سبک‌ها می‌تواند به فهم عمیق‌تر کیفیت تعامل خانه و مدرسه بینجامد. در این میان، تمرکز بر دوره ابتدایی اهمیت ویژه‌ای دارد. دوره ابتدایی مرحله شکل‌گیری بنیان‌های شناختی، عاطفی و اجتماعی کودک است و وابستگی دانش‌آموز به خانواده در این دوره بیش از دوره‌های بالاتر است. همچنین معلم ابتدایی نقش تربیتی گسترده‌تری ایفا می‌کند و تعامل مستمرتری با خانواده دارد؛ بنابراین کیفیت و سبک ارتباطی در این دوره می‌تواند آثار بلندمدتی بر مسیر تحصیلی و اجتماعی دانش‌آموزان برجای گذارد. با وجود این اهمیت، بررسی پیشینه نشان می‌دهد پژوهش‌اندکی به‌طور مشخص به تحلیل سبک‌های ارتباطی معلمان با والدین در مدارس ابتدایی پرداخته است. به‌طور کلی، اگرچه اهمیت ارتباط معلم - والدین به‌خوبی مستند شده است، خلأ نظری و تحلیلی در زمینه شناسایی و تبیین سبک‌های ارتباطی معلمان، به‌ویژه در دوره ابتدایی، همچنان مشهود

است. از این رو، پژوهش حاضر در پی شناسایی و تحلیل سبک‌های ارتباطی معلمان با والدین در مدارس ابتدایی و تبیین آن در چهارچوبی نظری است.

۱. هدف پژوهش

شناسایی و تحلیل سبک‌های ارتباطی معلم - والدین در مدارس ابتدایی.

۲. روش‌شناسی پژوهش

در پژوهش حاضر از روش کیفی از نوع پدیدارشناسی^{۳۰} توصیفی استفاده شد. قلمرو موردپژوهش را معلمان و والدین مقطع ابتدایی شهرستان بیرجند تشکیل می‌داد. مشارکت‌کنندگان در پژوهش به حجم ۱۸ نفر معلم و ۱۵ نفر والدین، با استفاده از نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شد. به‌طوری‌که والدینی که بیشترین ارتباط را با معلم در طول سال تحصیلی داشته‌اند و تجربه زیادی در این خصوص داشتند و معلمانی که در طول سال تحصیلی انجمن‌های کلاسی بیشتری برگزار کردند تا زمینه ارتباط‌گیری بیشتر با والدین را فراهم کرده باشند، انتخاب شده‌اند. حجم نمونه تا اشباع داده‌ها ادامه داشت. روش جمع‌آوری داده‌های مطالعه مبنی بر مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته بود. انجام مصاحبه از مشارکت‌کنندگان تا زمان اشباع داده‌ها و کفایت نمونه‌گیری ادامه پیدا کرد. مدت‌زمان مصاحبه بین ۳۰ تا ۴۵ دقیقه متغیر بود. در ابتدای هر جلسه مصاحبه از مشارکت‌کنندگان برای ضبط‌نمودن مصاحبه اجازه گرفته شد و با موافقت همه شرکت‌کنندگان مصاحبه‌ها ضبط گردید تا تحلیل داده‌ها با دقت بیشتری انجام شود و بعد از هر مصاحبه به شکل کلمه به کلمه پیاده‌سازی شدند.

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از راهبرد هفت مرحله‌ای کلایزی^{۳۱} (۲۰۰۲) استفاده شد. در این روش از رهنمودهای کلی داده‌ها استفاده شده است و شامل تعیین اظهارات مهم، ایجاد معنی، خوشه‌بندی‌های آن‌ها در مضمون‌ها و ارائه توصیفی جامع از پدیده مورد مطالعه می‌شود (کرسول، ۱۳۹۶). در این راهبرد، در مرحله اول یادداشت‌برداری از داده‌ها صورت پذیرفت. در مرحله دوم اظهارات و اصلاحات مرتبط با بحث بیرون کشیده شد. در مرحله سوم، از هریک از اظهارات یک مفهوم تدوین شده که بیانگر تفکر

30. Phenomenology

31. Colaizzi

اساسی فرد بود، استخراج شد. مرحله چهارم، پس از بررسی چندباره خوشه‌های معنایی شکل گرفته و ارتباط آن با مقوله‌های کلی صورت گرفت. مرحله پنجم، نتایج برای توصیف جامع از پدیده تحت مطالعه به هم پیوند داده و دسته‌های کلی‌تری به وجود آمدند. مرحله ششم تقلیل‌سازی از یافته‌ها صورت پذیرفت؛ به‌طوری‌که توصیفات زائد، غیرقابل کاربرد و اغراق‌شده از ساختار کلی داده‌ها حذف گردید و در مرحله هفتم باهدف تأیید یافته‌های پژوهش، با استفاده از روش بازبینی اعضا انجام گرفت.

جهت ارزیابی نتایج پژوهش کیفی حاضر، از چهار شاخص اعتبار^{۳۲}، اعتماد^{۳۳}، تأییدپذیری^{۳۴} و انتقال‌پذیری^{۳۵}، معیارهای گوبا و لینکلن^{۳۶} (۱۹۹۴) استفاده شد. به‌منظور افزایش اعتبار، از راهبردهایی مانند اختصاص زمان کافی برای جمع‌آوری و تفسیر داده‌ها و همچنین جمع‌آوری داده‌ها از منابع مختلف (معلمان و والدین)، بررسی به‌وسیله اعضا در راستای تفسیر و تحلیل داده‌ها و همچنین عرضه نتایج تحقیق به شرکت‌کننده‌ها و گرفتن تأیید از آن‌ها در طول مصاحبه استفاده شد. برای تضمین اعتماد، از توصیف انبوه و غنی اطلاعات در طول مراحل پژوهش و نمونه‌گیری هدفمند استفاده شد. برای افزایش تأییدپذیری، جمع‌آوری یادداشت‌ها مربوط به مصاحبه و یا مطالب دست‌نویس مصاحبه‌کننده در طول فرایند جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت. باهدف اطمینان‌پذیری، تمام اطلاعات در طول فرایند مطالعه با دقت، ثبت و ضبط و جزئیات مصاحبه‌ها نیز یادداشت شد.

جدول (۱): مشخصات معلمان مشارکت‌کنندگان در پژوهش

شماره مصاحبه‌شونده	سابقه تدریس	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	سن	جنسیت
۱	۱۷	کارشناسی ارشد	روانشناسی تربیتی	۳۵	مؤنث
۲	۱۲	کارشناسی ارشد	مدیریت آموزشی	۳۱	مذکر
۳	۹	کارشناسی ارشد	برنامه‌ریزی درسی	۲۸	مذکر
۴	۱۶	کارشناسی ارشد	برنامه‌ریزی درسی		مؤنث

32. Credibility
33. Dependability
34. Confirmability
35. Transferability
36. Guba & Lincoln

شماره مصاحبه‌شونده	سابقه تدریس	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	سن	جنسیت
۵	۱۲	کارشناسی ارشد	آموزش ابتدایی	۲۹	مذکر
۶	۱۱	کارشناسی ارشد	روانشناسی تربیتی	۳۰	مذکر
۷	۱۰	دانشجوی دکتری	مدیریت آموزشی	۲۹	مؤنث
۸	۱۰	کارشناسی ارشد	فیزیولوژی ورزشی	۲۸	مؤنث
۹	۲۰	کارشناسی	هنرهای تجسمی	۴۰	مذکر
۱۰	۹	کارشناسی	علوم تربیتی	۳۵	مؤنث
۱۱	۶	کارشناسی	روانشناسی	۳۴	مؤنث
۱۲	۱۰	کارشناسی	علوم تربیتی	۳۶	مؤنث
۱۳	۳	کارشناسی	علوم تربیتی	۲۶	مؤنث
۱۴	۳	کارشناسی	ریاضی	۲۹	مؤنث
۱۵	۱۹	دانشجوی دکتری	تحقیقات آموزشی	۳۳	مذکر
۱۶	۲۳	دانشجوی دکتری	برنامه‌ریزی درسی	۳۸	مذکر
۱۷	۱۲	کارشناسی ارشد	برنامه‌ریزی درسی	۳۲	مذکر
۱۸	۱۲	دانشجوی دکتری	مدیریت آموزشی	۳۲	مؤنث

جدول (۲): مشخصات والدین مشارکت‌کنندگان در پژوهش

شماره مصاحبه‌شونده	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	سن	جنسیت
۱	کارشناسی ارشد	زبان و ادبیات فارسی	۴۷	مذکر
۲	کارشناسی	حسابداری	۴۰	مؤنث
۳	کارشناسی	روانشناسی	۴۱	مؤنث
۴	کارشناسی	مددکاری اجتماعی	۴۰	مذکر
۵	کارشناسی ارشد	زبان و ادبیات فارسی	۳۵	مؤنث
۶	دیپلم	طراحی دوخت	۴۰	مؤنث
۷	کارشناسی ارشد	روانشناسی تربیتی	۴۲	مؤنث
۸	کارشناسی	علوم تربیتی	۳۷	مؤنث
۹	کارشناسی ارشد	ادبیات عرب	۴۰	مؤنث

شماره مصاحبه‌شونده	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	سن	جنسیت
۱۰	کارشناسی ارشد	روانشناسی تربیتی	۳۹	مذکر
۱۱	کارشناسی	کشاورزی	۴۰	مؤنث
۱۲	کارشناسی	علوم تربیتی	۳۵	مؤنث
۱۳	کارشناسی ارشد	زبان انگلیسی	۳۶	مذکر
۱۴	کارشناسی	روانشناسی	۴۰	مؤنث
۱۵	کارشناسی	علوم تربیتی	۳۱	مذکر

۳. یافته‌های پژوهش

یافته‌ها نشان داد که سبک‌های ارتباطی معلم و والدین را می‌توان در پنج سطح متمایز ارتباط حداقلی و منفعل، ارتباط پاسخ‌محور و واکنشی، ارتباط تعاملی فعال و آگاهانه، همکارانه و مشارکتی و توانمندساز و پایدار طبقه‌بندی کرد.

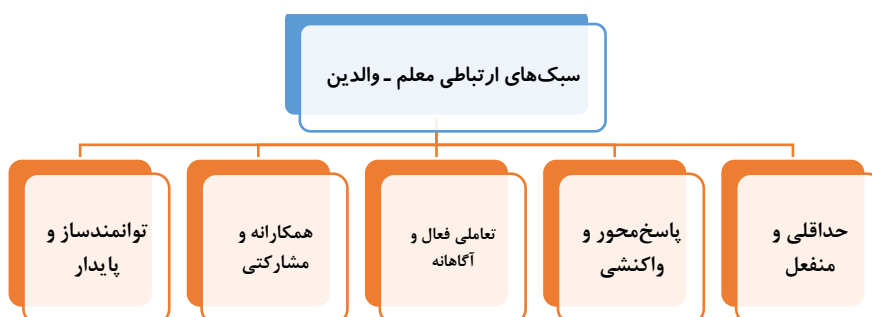
جدول (۳): فرایند تحلیل داده‌ها و تبیین سبک‌های ارتباطی بر اساس هفت مرحله کلازی

اظهارات معنا‌دار / نمونه متن مصاحبه	معانی فرمول‌بندی‌شده	خوشه معنایی (کدمحوری)	شاخص تحلیلی تمایز (مبنای مفهوم‌پردازی)	سبک ارتباطی
فقط اطلاعاتی می‌فرستم و والدین واکنشی ندارند	ارتباط انتقالی و فاقد تقارن	الگوی ارتباط یک‌سویه	فقدان تقارن ارتباطی و سرمایه اجتماعی پایین	حداقلی و منفعل
فقط موقع مشکل تماس می‌گیرند	تعامل بحران‌محور	تعامل مسئله‌محور	ناپایداری تعامل و اعتماد موقعیتی	پاسخ‌محور و واکنشی
مرتب گفت‌وگو داریم، همیشه در صورت سؤال با معلم ارتباط می‌گیرم	گفت‌وگوی مستمر و بازخورد متقابل	گفت‌وگوی دوطرفه مستمر	تداوم ارتباط بدون توزیع قدرت کامل	تعاملی فعال و آگاهانه
در برنامه‌ریزی نظر می‌دهند، در برنامه‌های آموزشی از والدین کمک می‌گیرم و با آنها جلسه می‌زارم	مشارکت در تصمیم‌گیری	تصمیم‌گیری مشترک	توزیع نسبی قدرت و مسئولیت	همکارانه و مشارکتی
خودشان پیشنهاد می‌دهند	ابتکار عمل و توانمندسازی	توانمندسازی والدین	تقارن بالا، اعتماد نهادمند، هم‌سرنوشتی تربیتی	توانمندساز و پایدار

جدول (۴): سبک‌های ارتباطی معلمان و والدین در مدارس ابتدایی

سبک ارتباطی	کدهای محوری	کدهای باز
حداقلی و منفعل	الگوی ارتباط یک‌سویه	انتقال صرف اطلاعات؛ نبود گفت‌وگو؛ فقدان بازخورد والدین
	نقش منفعل والدین	دریافت بدون واکنش؛ عدم پیگیری امور آموزشی
	مشارکت مالی اجباری	پرداخت حداقلی؛ عدم آگاهی از هزینه‌کرد؛ نبود اختیار در تصمیم مالی
	فاصله و دورشدن مدرسه و خانواده	احساس بی‌تأثیری والدین؛ نگاه اداری به ارتباط؛ محدودیت‌های رفت‌وآمد در مناطق روستایی یا حاشیه‌ای
پاسخ‌محور و واکنشی	تعامل مسئله‌محور	ارتباط فقط هنگام بروز مشکل؛ قطع ارتباط پس از حل مسئله
	کنش واکنشی والدین	ورود موقت به تعامل؛ تمرکز بر مشکل خاص؛ واکنش بیشتر به امور آموزشی فوری و امتحانات
	مشارکت مالی مقطعی	کمک مالی اضطراری؛ پرداخت موردی؛ نبود برنامه مالی
	نبود تداوم ارتباط	فقدان پیگیری بلندمدت؛ ارتباط ناپایدار، عدم درک ارزش مشارکت مستمر در آموزش ابتدایی
تعاملی فعال و آگاهانه	گفت‌وگوی دوطرفه مستمر	تبادل نظر منظم؛ پرسش و پاسخ؛ ارائه بازخورد؛ در نظر گرفتن نظرات فرهنگی خانواده‌ها
	نقش فعال والدین	پیگیری وضعیت تحصیلی؛ مشارکت در بحث‌ها
	مشارکت مالی داوطلبانه	پرداخت آگاهانه؛ اطلاع از اهداف هزینه‌ها؛ رضایت از پرداخت، حمایت از فعالیت‌های هنری و فرهنگی مدرسه
	اعتماد در حال شکل‌گیری	شفاف‌سازی نسبی؛ پذیرش توضیحات مدرسه
همکارانه و مشارکتی	تصمیم‌گیری مشترک	مشارکت در برنامه‌ریزی؛ لحاظ‌شدن نظر والدین
	مسئولیت‌پذیری دوطرفه	تقسیم نقش‌ها؛ همکاری مستمر
	برنامه‌ریزی مالی مشترک	اولویت‌بندی هزینه‌ها؛ شفافیت مالی؛ توافق بر تخصیص منابع؛ مشارکت در طرح‌های آموزشی یا حمایتی کودکان
	رابطه مبتنی بر اعتماد	احساس تعلق؛ هم‌سویی اهداف تربیتی
توانمندساز و پایدار	توانمندسازی والدین	ابتکار عمل والدین؛ نقش‌آفرینی مستقل؛ تشویق به مشارکت در مدیریت کلاس و فعالیت‌های فرهنگی
	تغییر نقش معلم به تسهیل‌گر	حمایت از مشارکت؛ واگذاری اختیار
	مشارکت مالی و پایدار	جذب منابع برای مدرسه؛ حمایت بلندمدت از برنامه‌های

سبک ارتباطی	کدهای محوری	کدهای باز
		مدرسه؛ جذب خیرین و حمایت خانواده‌ها از پروژه‌های محلی
	هم‌سرنوشتی تربیتی	نزدیک‌بودن دیدگاه‌های تربیتی، چشم‌انداز مشترک؛ پایداری ارتباط مدرسه - خانواده



شکل (۱): سبک‌های ارتباطی معلم - والدین در مدارس ابتدایی

برخلاف مدل‌های موجود مانند مدل مشارکت والدین اپستین یا طبقه‌بندی ارتباطی پوپووسکا^{۳۷} که عمدتاً بر جهت جریان ارتباط یا نوع مشارکت تمرکز دارند، مدل حاضر بر یک طیف تحولی مبتنی بر توزیع قدرت، شکل‌گیری اعتماد و نهادینه‌شدن سرمایه اجتماعی در بستر فرهنگی مدارس ابتدایی ایران استوار است؛ بنابراین، سبک‌های پنج‌گانه نه صرفاً سطحی از مشارکت، بلکه سطوحی از تحول رابطه نهادی خانه - مدرسه را نشان می‌دهند.

۳-۱. حداقلی و منفعل

این سبک ارتباطی وضعیتی است که در آن ارتباط میان معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی به سطحی حداقلی و اداری محدود می‌شود و زیرمضامینی مانند اطلاع‌رسانی یک‌سویه، نقش منفعل والدین، مشارکت مالی اجباری و فاصله عاطفی میان مدرسه و خانواده را دربرمی‌گیرد، به‌طوری‌که والدین بیشتر در جایگاه اجراکننده تصمیم‌های مدرسه قرار می‌گیرند و کمتر فرصت یا امکان اظهارنظر پیدا می‌کنند؛ در همین زمینه مصاحبه‌شونده معلم شماره ۲ بیان کرد: «معمولاً ارتباط ما با والدین بچه‌های ابتدایی

فقط در حد پیام‌هایی است که باید کاری را انجام بدهند و خیلی وارد توضیح یا گفت‌وگو نمی‌شویم»، همچنین والد شماره ۴ اشاره کرد: «وقتی مدرسه برای هزینه‌ای پیام می‌دهد ما فقط پرداخت می‌کنیم چون فکر می‌کنیم وظیفه‌مان است و اصلاً نمی‌دانیم این پول دقیقاً کجا خرج می‌شود»، و معلم شماره ۷ نیز افزود: «بعضی خانواده‌ها اصلاً وارد تعامل نمی‌شوند و همین باعث می‌شود ارتباط در همان سطح حداقلی باقی بماند».

۲-۳. پاسخ‌محور و واکنشی

در این مضمون، ارتباط میان معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی حالتی مقطعی و وابسته به بروز مسئله دارد و زیرمضامینی مانند تعامل مسئله‌محور، کنش واکنشی والدین، مشارکت مالی اضطراری و نبود تداوم ارتباط در آن دیده می‌شود، به این معنا که تا زمانی که مشکل آموزشی، رفتاری یا کمبود مالی پیش نیاید، ارتباطی شکل نمی‌گیرد و پس از حل مسئله نیز ادامه پیدا نمی‌کند؛ در این رابطه معلم شماره ۵ بیان کرد: «اغلب زمانی با والدین ارتباط می‌گیریم که مثلاً دانش‌آموز دچار افت تحصیلی شده یا برای کلاس کمبود وسیله داریم»، همچنین والد شماره ۶ گفت: «اگر مدرسه بگوید الان برای کلاس بچه‌ها پول لازم است کمک می‌کنیم، ولی بعد از آن دیگر ارتباط خاصی برقرار نمی‌شود»، و معلم شماره ۹ نیز توضیح داد: «این ارتباط‌ها معمولاً کوتاه‌مدت است و بعد از برطرف شدن مشکل ادامه‌دار نیست».

۳-۳. تعاملی فعال و آگاهانه

سبک ارتباطی تعاملی فعال و آگاهانه نشان‌دهنده سطحی از ارتباط است که در آن گفت‌وگوی دوطرفه و نسبتاً مستمر میان معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی شکل می‌گیرد و زیرمضامینی مانند نقش فعال والدین، مشارکت مالی داوطلبانه و شکل‌گیری تدریجی اعتماد قابل مشاهده است، به گونه‌ای که والدین علاوه بر دریافت اطلاعات، در جریان اهداف آموزشی و تربیتی قرار می‌گیرند و نسبت به هزینه‌ها نیز آگاهی بیشتری پیدا می‌کنند؛ در این زمینه معلم شماره ۱۱ بیان کرد: «سعی می‌کنم قبل از گرفتن هر هزینه‌ای توضیح بدهم که این کار چه کمکی به یادگیری بچه‌ها می‌کند»، والد شماره ۹

اظهار داشت: «وقتی معلم برایمان توضیح می‌دهد که پول برای چه برنامه‌ای است، با خیال راحت‌تر همکاری می‌کنیم»، و معلم شماره ۱۴ نیز گفت: «در این کلاس‌ها والدین سؤال می‌پرسند و ارتباط فقط به اطلاعیه محدود نمی‌شود».

۳-۴. همکارانه و مشارکتی

در این مضمون، رابطه میان معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی به سطحی از همکاری می‌رسد که تصمیم‌گیری‌ها به صورت مشترک انجام می‌شود و زیرمضامینی مانند مسئولیت‌پذیری دوطرفه، شفافیت مالی و هم‌سویی اهداف تربیتی در آن برجسته است، به طوری که والدین خود را شریک مدرسه در فرایند تربیت و آموزش می‌دانند؛ در همین راستا معلم شماره ۱۶ بیان کرد: «در بعضی کلاس‌ها درباره اینکه پول کلاس صرف چه کاری شود با والدین به توافق می‌رسیم»، همچنین والد شماره ۱۲ گفت: «برای ما مهم است که نظرم‌ان درباره هزینه‌ها شنیده شود چون احساس می‌کنیم واقعاً در آموزش فرزندانم شریک هستیم»، و معلم شماره ۱۸ نیز افزود: «وقتی اعتماد شکل می‌گیرد، همکاری والدین خیلی منطقی‌تر و پایدارتر می‌شود».

۳-۵. توانمندساز و پایدار

این سبک ارتباطی بالاترین سطح ارتباط را دربرمی‌گیرد که در آن معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی به عنوان اعضای یک جامعه تربیتی مشترک عمل می‌کنند و زیرمضامینی مانند توانمندسازی والدین، تغییر نقش معلم به تسهیل‌گر، مشارکت مالی پایدار و احساس هم‌سرنوشتی تربیتی در آن دیده می‌شود، به گونه‌ای که والدین نه تنها در پرداخت هزینه‌ها بلکه در پیشنهاد، برنامه‌ریزی و حمایت بلندمدت از مدرسه نقش فعال دارند؛ در این زمینه والد شماره ۱۵ بیان کرد: «ما خودمان پیشنهاد دادیم صندوقی برای حمایت از برنامه‌های مدرسه تشکیل شود چون احساس می‌کنیم این مدرسه متعلق به ما و بچه‌هایمان است»، معلم شماره ۱۳ گفت: «در این سطح من بیشتر نقش هدایت‌کننده دارم و بسیاری از ایده‌ها از خود والدین می‌آید»، و والد شماره ۱۰ نیز اظهار داشت: «این همکاری فقط مالی نیست، ما احساس می‌کنیم در تربیت فرزندانمان با مدرسه شریک هستیم».

نتیجه‌گیری

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد در این سبک حداقلی و منفعل ارتباطی، رابطه میان معلم و والدین دانش‌آموزان ابتدایی ماهیتی حداقلی، رسمی و یک‌سویه دارد و عمدتاً بر اطلاع‌رسانی آموزشی و تربیتی استوار است. یافته‌های پژوهش علی‌پور و همکاران (۱۴۰۳) که نشان می‌دهد یکی از اهداف ارتباط رسانه‌ای معلمان با والدین در جهت اطلاع‌رسانی می‌باشد و یافته‌های کیم و چین^{۳۸} (۲۰۱۴)؛ اسنیرز و همکاران^{۳۹} (۲۰۱۷)؛ چن و ریورا-ویرنزا^{۴۰} (۲۰۲۲)؛ منافی و همکاران^{۴۱} (۲۰۲۳) و پژوهش لاری و همکاران^{۴۲} (۲۰۱۹) تأییدکننده یافته‌های پژوهش حاضر است. در تبیین این سبک ارتباطی این‌طور می‌توان بیان داشت که در این الگو، معلم نقش فرستنده پیام و والدین نقش دریافت‌کننده را ایفا می‌کنند و فرصت چندانی برای گفت‌وگو، تبادل‌نظر یا مشارکت در تصمیم‌گیری‌های آموزشی و تربیتی وجود ندارد. سبک ارتباطی غالب در این سطح، دستوری و از بالا به پایین است و مشارکت والدین، به‌ویژه در حوزه مالی، بیشتر به پرداخت‌های اجباری و بدون شفافیت محدود می‌شود. این نوع ارتباط اگرچه نیازهای فوری مدرسه را برطرف می‌کند؛ اما به دلیل فقدان تعامل و احساس اثرگذاری، زمینه‌ای برای شکل‌گیری اعتماد یا مشارکت پایدار فراهم نمی‌آورد. سبک حداقلی و منفعل بیانگر پایین‌ترین سطح کیفیت ارتباط میان خانه و مدرسه است؛ سطحی که در آن ارتباط نه به‌مثابه یک فرایند تعاملی، بلکه به‌عنوان یک سازوکار اداری و انتقالی تعریف می‌شود. در این وضعیت، جریان ارتباط عمدتاً از مدرسه به خانواده است و در قالب اطلاعیه‌ها، بخشنامه‌ها یا درخواست‌های رسمی شکل می‌گیرد. والدین در موقعیت دریافت‌کننده قرار دارند و امکان یا انگیزه‌ای برای بازخورد، گفت‌وگو یا اثرگذاری بر فرایندهای تربیتی احساس نمی‌کنند. نقش آنان به حضور صوری در جلسات یا پرداخت‌های حداقلی محدود می‌شود و نوعی «فاصله نهادی» میان دو نهاد خانه و مدرسه شکل می‌گیرد. از منظر نظریه کنش ارتباطی هابرماس^{۴۳} این سبک در سطح کنش

38. Kim & Chin

39. Sneyers & et al.

40. Chen & Rivera-Vearnzza

41. Manafi & et al.

42. Lari & et al.

43. Habermas

ابزاری باقی می ماند؛ یعنی ارتباط نه با هدف دستیابی به تفاهم، بلکه برای انجام یک کارکرد اداری صورت می گیرد. زبان در این سطح کارکرد انتقالی دارد نه تفاهمی. همچنین در چهارچوب مدل مشارکت والدین هوور - دمپسی^{۴۴}، یکی از مؤلفه های کلیدی یعنی «دعوت مؤثر مدرسه» و «ادراک کارآمدی والدین» فعال نشده است؛ بنابراین والدین نه احساس می کنند حضورشان ضروری است و نه تصور می کنند توانایی اثرگذاری دارند. در بستر فرهنگی مدارس ایران، این وضعیت گاه با نگاه سلسله مراتبی به اقتدار مدرسه تشدید می شود؛ جایی که معلم یا مدیر در جایگاه مرجع دانایی قرار گرفته و مشارکت والدین به طور ضمنی محدود می شود. پیامد چنین سبکی، کاهش سرمایه اجتماعی و شکل گیری نوعی بیگانگی تربیتی است.

یافته ها حاکی از آن است که ارتباط میان معلم و والدین زمانی فعال می شود که مسئله یا مشکلی مشخص در روند آموزش، رفتار دانش آموز یا امکانات کلاس بروز پیدا کند. نوع ارتباط در این سبک پاسخ محور است و سبک ارتباطی حالتی واکنشی دارد؛ به این معنا که کنش معلم و والدین به حل یک مشکل خاص محدود می شود و پس از آن ادامه نمی یابد. مشارکت والدین، از جمله مشارکت مالی، غالباً در قالب کمک های موردی و اضطراری شکل می گیرد و کمتر مبتنی بر برنامه ریزی یا چشم انداز مشترک است. این سبک ارتباطی نشان دهنده سطحی از تعامل است که هنوز به ارتباط پایدار و سازنده منجر نشده و بیشتر بر رفع نیازهای فوری تمرکز دارد. در این سبک، ارتباط از حالت کاملاً منفعل خارج می شود؛ اما همچنان فاقد پایداری و ساختار منظم است. تعامل زمانی فعال می شود که یک مسئله یا بحران بروز کند؛ مانند اُفت عملکرد تحصیلی، تعارض رفتاری یا موضوع مالی؛ بنابراین، ارتباط نه پیشگیرانه بلکه واکنشی است. والدین در این سطح آمادگی ورود به تعامل را دارند؛ اما کنش آنان محدود به حل یک مشکل خاص است و پس از رفع مسئله، رابطه فروکش می کند. تحلیل این سبک نشان می دهد که شبکه ارتباطی میان خانه و مدرسه شکل گرفته، اما به اعتماد ساختاری تبدیل نشده است. در چهارچوب نظری سرمایه اجتماعی بوردیو^{۴۵}، می توان گفت پیوندها وجود دارند؛ اما این

44. Hoover-Dempsey

45. Bourdieu

پیوندها هنوز به منبعی پایدار برای تولید سرمایه اجتماعی تبدیل نشده‌اند. اعتماد در این سطح «موقعیتی» است نه «نهادمند». همچنین از منظر ارتباطی، این سبک در میانه طیف کنش ابزاری و تفاهمی قرار می‌گیرد؛ زیرا اگرچه گفت‌وگو رخ می‌دهد؛ اما این گفت‌وگو هدفمند و مسئله‌محور است و به افق مشترک تربیتی منتهی نمی‌شود. در زمینه فرهنگی، چنین الگویی می‌تواند بازتاب نوعی «فرهنگ حل بحران» باشد که در آن تعامل تنها هنگام بروز مشکل ضروری تلقی می‌شود.

ارتباط تعاملی فعال و مشارکت آگاهانه یکی از انواع سبک‌های ارتباطی معلمان با والدین است. یافته‌های پژوهش احمدی و محبی^{۴۶} (۲۰۲۲)، پژوهش مان و گیل‌مور^{۴۷} (۲۰۲۱) و بیل‌تون و همکاران^{۴۸} (۲۰۱۸) تأیید کننده یافته‌های پژوهش حاضر است. پژوهش پوپووسکا و همکاران^{۴۹} (۲۰۲۱) و مینده و نهلوماو^{۵۰} (۲۰۲۲)، یافته‌های پژوهش حاضر را تأیید نمی‌کند. در تبیین این یافته این‌طور می‌توان گفت که ارتباط میان معلم و والدین از حالت یک‌سویه خارج شده و به سطحی از تعامل دوطرفه و نسبتاً مستمر می‌رسد. در این سبک ارتباطی، معلم تلاش می‌کند اطلاعات آموزشی و تربیتی را شفاف‌تر ارائه دهد و والدین نیز با طرح پرسش، ارائه بازخورد و پیگیری وضعیت فرزند، نقش فعال‌تری در ارتباط ایفا می‌کنند. مشارکت مالی در این سطح داوطلبانه‌تر و آگاهانه‌تر است و والدین در جریان اهداف و کارکرد هزینه‌ها قرار می‌گیرند، هرچند تصمیم‌گیری نهایی همچنان بیشتر در اختیار مدرسه باقی می‌ماند. سبک ارتباطی در این سطح تعاملی و توضیح‌محور است و نشانه‌هایی از اعتماد در حال شکل‌گیری در آن دیده می‌شود. در این سطح، ارتباط از منطق بحران‌محور فاصله می‌گیرد و به فرایندی مستمر و آگاهانه تبدیل می‌شود. گفت‌وگوی دوطرفه شکل می‌گیرد، بازخوردها مبادله می‌شود و والدین به‌طور منظم وضعیت تحصیلی و تربیتی فرزند خود را پیگیری می‌کنند. تفاوت اساسی این سبک با سطح قبلی در «تداوم» و «آگاهی» است. مشارکت مالی نیز از حالت اضطراری خارج شده و با اطلاع از اهداف و

46. Ahmadi & Mohabie

47. Mann & Gilmore

48. Bilton & et al.

49. Popovska & et al.

50. Myende & Nhlumayo

برنامه‌ها همراه است. اعتماد در حال شکل‌گیری است و مدرسه نیز تلاش می‌کند شفاف‌تر عمل کند. در چهارچوب نظریه یورگن هابرماس، این سطح به کنش تفاهمی نزدیک می‌شود؛ زیرا هدف ارتباط رسیدن به فهم مشترک درباره وضعیت دانش‌آموز است. با این حال، هنوز قدرت تصمیم‌گیری به‌طور کامل توزیع نشده و مدرسه نقش هدایتگر اصلی را حفظ می‌کند. از منظر سرمایه اجتماعی، این سبک را می‌توان مرحله شکل‌گیری سرمایه اجتماعی پیوندی دانست؛ شبکه‌های ارتباطی فعال‌تر شده‌اند و هنجارهای همکاری در حال تقویت‌اند؛ اما هنوز به سطح نهادمند نرسیده‌اند. این سطح در دوره ابتدایی اهمیت ویژه دارد؛ زیرا در این مقطع، خانواده‌ها بیشترین حساسیت و آمادگی برای تعامل را دارند و امکان نهادینه‌سازی الگوهای ارتباطی پایدار فراهم است. یکی از سبک‌های ارتباطی میان معلم و والدین، سبک همکارانه و مشارکتی است. یافته‌ها نشان می‌دهد که در این سطح، رابطه دوسویه به مرحله‌ای می‌رسد که تصمیم‌گیری‌ها به‌صورت مشترک انجام می‌شود و مسئولیت‌ها میان خانه و مدرسه تقسیم می‌گردد. ارتباط در این الگو بر گفت‌وگوی برابر، احترام متقابل و شفافیت استوار است. والدین نه تنها در جریان امور آموزشی و تربیتی قرار می‌گیرند بلکه در برنامه‌ریزی‌ها و اولویت‌بندی هزینه‌ها نیز نقش دارند و مشارکت مالی آن‌ها حاصل توافق و تصمیم جمعی است. چنین تعاملی زمینه تقویت اعتماد، احساس تعلق و هم‌سویی اهداف تربیتی را فراهم می‌کند. این سبک را می‌توان گذار از تعامل صرف به همکاری ساختاری دانست. در این مرحله، والدین علاوه بر حضور در گفت‌وگوها، در فرایندهای برنامه‌ریزی، تصمیم‌گیری و ارزیابی نیز مشارکت فعال دارند و نوعی شراکت آموزشی و تربیتی شکل می‌گیرد. مشارکت مالی نیز از حالت پرداخت منفعلانه فاصله گرفته و به برنامه‌ریزی مشترک و توافق درباره تخصیص منابع تبدیل می‌شود. بر اساس نظریه سرمایه اجتماعی بوردیو، در چنین سطحی شبکه‌های ارتباطی، اعتماد و هنجارهای مشترک به سرمایه‌ای قابل تبدیل برای ارتقای کیفیت آموزشی بدل می‌شوند. مدرسه در این چهارچوب به «میدان اجتماعی» تبدیل می‌شود که در آن معلمان و والدین از طریق تعامل مستمر، سرمایه اجتماعی و فرهنگی تولید می‌کنند. شاخص تمایز این سبک، توزیع نسبی قدرت و شکل‌گیری مسئولیت متقابل است؛ به گونه‌ای که والدین خود را نه صرفاً ناظر یا حامی

مالی، بلکه شریک رسمی و اثرگذار در فرایند تربیت می‌دانند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در بالاترین سطح ارتباط، معلم و والدین همچون اعضای یک جامعه تربیتی مشترک عمل می‌کنند و رابطه‌ای مبتنی بر اعتماد عمیق و چشم‌اندازی بلندمدت میان آن‌ها شکل می‌گیرد. در این سبک، نقش معلم از تصمیم‌گیرنده اصلی به تسهیل‌گر و هماهنگ‌کننده تغییر می‌کند و والدین نیز توانمند می‌شوند تا با ارائه پیشنهاد، ابتکار عمل و حتی مشارکت در جذب منابع، نقشی فعال و اثرگذار بر عهده بگیرند. مشارکت مالی در این سطح، حالتی پایدار، نهادمند و هدفمند دارد و در راستای اهداف کلان آموزشی و تربیتی مدرسه تعریف می‌شود. در نتیجه، مرز میان خانه و مدرسه کمرنگ شده و نوعی هم‌سرنوشتی تربیتی شکل می‌گیرد. سبک توانمندساز و پایدار، بالاترین سطح تعامل را نمایندگی می‌کند؛ مرحله‌ای که در آن رابطه خانه و مدرسه از همکاری مقطعی فراتر رفته و به شراکتی عمیق و پایدار می‌انجامد. والدین نه تنها مشارکت می‌کنند بلکه در توسعه برنامه‌های مدرسه نقش‌آفرین می‌شوند و مشارکت مالی نیز به نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت و نمادین در آینده تربیتی تبدیل می‌شود. با توجه به نظریه هابرماس، این سبک به تحقق کنش تفاهمی نزدیک است؛ زیرا تعامل بر پایه اعتماد درونی شده، درک مشترک و اهداف همسو شکل می‌گیرد. در این سطح، سرمایه اجتماعی نه تنها پایدار، بلکه مولد سرمایه فرهنگی و نمادین نیز هست و خانواده‌ها از رهگذر مشارکت فعال، هویتی تربیتی مشترک با مدرسه می‌سازند. در بستر فرهنگی ایران، دستیابی به چنین سطحی مستلزم بازتعریف نقش معلم از «مرجع مطلق» به «تسهیل‌گر مشارکت» و نیز تقویت شفافیت و اعتماد نهادی در مدرسه است.

به‌طورکلی می‌توان بیان داشت که در سطح نخست (سبک حداقلی و منفعل)، داده‌ها نشان دادند که ارتباط در قالب کنش ابزاری و انتقال یک‌سویه اطلاعات باقی می‌ماند؛ در این وضعیت، فقدان بازخورد، نبود تقارن ارتباطی و مشارکت مالی اجباری، همگی نشانگر سرمایه اجتماعی ضعیف و اعتماد حداقلی هستند. این سطح، اگرچه در ادبیات با عنوان «ارتباط یک‌طرفه» شناخته می‌شود؛ اما در این پژوهش با افزودن مؤلفه «احساس بی‌تأثیری والدین» و «ادراک اداری بودن رابطه» در بافت مدرسه ایرانی،

به صورت فرهنگی - زمینه‌مند مفهوم‌پردازی شده است. در سبک پاسخ‌محور و واکنشی، تحلیل معانی نشان داد که ارتباط از حالت کاملاً منفعل خارج می‌شود اما همچنان بحران‌محور و مقطعی باقی می‌ماند. در این سطح، تعامل در پاسخ به مسئله شکل می‌گیرد و پس از رفع مشکل فروکش می‌کند؛ بنابراین سرمایه اجتماعی به صورت موقعیتی فعال می‌شود و تداوم نمی‌یابد. این سبک نشان می‌دهد که گذار از ارتباط یک‌سویه به تعامل، لزوماً به معنای شکل‌گیری اعتماد پایدار نیست. بدین ترتیب، پژوهش حاضر با برجسته‌سازی «ناپایداری اعتماد» و «مشارکت مالی مقطعی»، بعدی تحلیلی به مدل‌های سطح‌بندی مشارکت افزوده است. در سبک تعاملی فعال و آگاهانه، فرایند تقلیل داده‌ها نشان داد که عنصر «تداوم گفت‌وگو» به عنوان شاخص محوری ظهور می‌کند. در این سطح، کنش ارتباطی به سمت تفاهم حرکت می‌کند؛ اما هنوز توزیع قدرت به صورت کامل رخ نداده است. شفافیت نسبی مالی و رضایت آگاهانه از مشارکت اقتصادی نشان می‌دهد که اعتماد در حال شکل‌گیری است، نه تثبیت‌شده. تمایز این سطح با مدل‌های پیشین در آن است که بعد اقتصادی مشارکت نه به عنوان یک متغیر جانبی، بلکه به عنوان شاخصی از کیفیت رابطه و میزان تقارن ارتباطی تحلیل شده است. در سبک همکارانه و مشارکتی، خوشه‌های معنایی حول محور «تصمیم‌گیری مشترک» و «مسئولیت‌پذیری دوطرفه» سازمان یافتند. در این سطح، قدرت به صورت نسبی توزیع می‌شود و مشارکت مالی در قالب برنامه‌ریزی مشترک معنا پیدا می‌کند. این امر نشان‌دهنده تولید و بازتولید سرمایه اجتماعی در میدان مدرسه است؛ جایی که والدین صرفاً دریافت‌کننده یا واکنش‌گر نیستند بلکه در تعریف اولویت‌ها نقش دارند. تلفیق مشارکت آموزشی و برنامه‌ریزی مالی مشترک در این سطح، یکی از وجوه تمایز با الگوهای کلاسیک مشارکت والدین است که عمدتاً این دو حوزه را جداگانه بررسی کرده‌اند. در نهایت، سبک توانمندساز و پایدار بیانگر بالاترین سطح تقارن ارتباطی و اعتماد نهادمند است. در این سطح، ابتکار عمل والدین، تغییر نقش معلم از کنترل‌گر به تسهیل‌گر و شکل‌گیری «هم‌سرنوشتی تربیتی» نشان‌دهنده گذار کامل به کنش تفاهمی است. مفهوم «هم‌سرنوشتی تربیتی» که از دل داده‌های بومی استخراج شده، بیانگر هم‌راستایی چشم‌اندازهای تربیتی خانواده و مدرسه و احساس تعلق مشترک به

سرنوشت آموزشی دانش‌آموز است. این مفهوم، فراتر از سطح‌بندی‌های متداول مشارکت، بُعدی فرهنگی و هویتی به رابطه مدرسه - خانواده می‌افزاید و نقطه تمایز اصلی پژوهش حاضر محسوب می‌شود. به‌طور کلی، سبک‌های پنج‌گانه نه به‌صورت طبقات گسسته، بلکه در قالب یک طیف تحولی از «کنش ابزاری و سرمایه اجتماعی حداقلی» تا «کنش تفاهمی و سرمایه اجتماعی نهادمند» قابل فهم‌اند. این طیف نشان می‌دهد که تحول رابطه مدرسه و خانواده صرفاً افزایش تعداد تعاملات نیست بلکه گذار تدریجی از ارتباط اداری و تک‌سویه به مشارکت نهادمند، توانمندساز و مبتنی بر هم‌سرنوشتی تربیتی است؛ گذاری که در آن ابعاد ارتباطی، اقتصادی و فرهنگی به‌صورت درهم‌تنیده بازتعریف می‌شوند.

کتابنامه

- ستاری، علی؛ یزدانی، فاطمه و فرازی، عباس (۱۳۹۶). بررسی نظریه کنش ارتباطی هابرماس و دلالت‌های آن در آموزش عالی در ایران. *مجله علوم تربیتی*، ۲۴(۱)، ۱۲۱-۱۵۰.
- علی پور، محمد؛ آیتی، محسن؛ رستمی نژاد، محمدعلی و سراجی، فرهاد (۱۴۰۳.الف). شناسایی عوامل مؤثر بر ارتباط والدین - معلم باهدف اجرای برنامه درسی مقطع ابتدایی: مطالعه پدیدارشناسی. *زنان و خانواده*، ۲۰(۷۱)، ۱۸۷-۲۰۷.
- علی پور، محمد؛ آیتی، محسن؛ رستمی نژاد، محمدعلی و سراجی، فرهاد (۱۴۰۳.ب). واکاوی تجارب زیسته ارتباطات رسانه‌ای والدین-معلم مقطع ابتدایی در سال تحصیلی ۱۴۰۲-۱۴۰۳: پژوهش پدیدارشناختی. *مطالعات راهبردی ارتباطات*، ۲۰(۷۱)، ۱۹-۳۲.
- علی پور، محمد؛ آیتی، محسن؛ رستمی نژاد، محمدعلی و سراجی، فرهاد (۱۴۰۳.ج). تجارب معلمان ابتدایی از ارتباط با والدین با هدف اجرای برنامه درسی مقطع ابتدایی: مطالعه پدیدارشناختی. *پژوهش‌های برنامه درسی*، ۲۰(۷۱).
- علی پور، محمد؛ آیتی، محسن؛ رستمی نژاد، محمدعلی و سراجی، فرهاد (۱۴۰۴).

واکاوی موانع ارتباط معلم - والدین در جهت اجرای برنامه درسی مدارس ابتدایی. *خانواده و پژوهش*، ۲۲(۶۸)، ۱۵۵-۱۷۰. <http://qjfr.ir/article-1-2724-fa.html>

کرسول، جان (۱۳۹۶). پویش کیفی و طرح پژوهش انتخاب از میان پنج رویکرد روایت پژوهی، پدیدارشناسی، نظریه داده بنیاد، قوم‌نگاری. *مطالعه موردی*. ترجمه حسن دانایی فرد و حسین کاظمی. تهران: انتشارات صفار.

منافی، بهراد؛ ساروخانی، باقر و آقاجانی مرسا، حسین (۱۴۰۲). طراحی مدل راهبردی ارتباطات اثربخش بین خانواده و مدرسه. *مطالعات راهبردی ارتباطات*، ۳(۲)، ۸۷-۱۰۳.

منافی، بهراد؛ ساروخانی، باقر و آقاجانی مرسا، حسین (۱۴۰۳). طراحی الگوی تعامل اثربخش خانواده و مدرسه با نقش راهبردی انجمن اولیاء و مربیان در راستای بند ۱۱ سیاست‌های کلی خانواده (مورد مطالعه: شهر تهران). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۱۱۲۰-۱۰۷۵.

- Miguel, F. F., & Abulon. E. L. R. (2016). Teacher-Parent Collaborative Efforts in Facilitating Students' Homework. *The Normal Liahts*, 1(1).
- Dempsey, L. (2022). You're not being serious enough!: Renegotiating Relationships during Lockdown. *Networking Knowledge: Journal of the MeCCSA Postgraduate Network*, 14(1), 75-93.
- Abdullah, D., Poetri, A. L., Saputra, N., & Al Haddar, G. (2023). The role of parent-teacher communication for improving children's achievement. *Cendikia: Media Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 13(3), 482-488. URL: <http://iocscience.org/ejournal/index.php/Cendikia/article/view/3463>.
- Ahmadi, H., & Mohabie, A. (2022). The Role of the Family in the Implementation of School Curriculum. *The Women and Families Cultural-Educational*, 17(59), 11-39. (In Persian).
- Alipour M., Avati M. & Soorgi F. (2019). Investigating the Correlation of Teachers' and Parents' Views on Students' Talent (Shahab Plan). *Rooyesh*. 8(9). 189-198. URL: <http://frooyesh.ir/article-1-1453-fa.html>
- Arghavani, M., Ahi, G., Qanifar, M. H., Shahabizadeh, F. & Dastgerdi, R. (2023). Educational Consequences Model of Secondary High School Students According to the Effects of Teacher-student and Teacher-parent Relationships by Mediating Role of Metacognitive Awareness. *Psychological Achievements*, 30(1), 79-104. (In Persian)
- Balagova, L., & Halakova, Z. (2018). Teacher-Students' Interaction in Comparison of Teacher's Self-perception and Students' Point of View. *European Journal of Educational Research*, 7(3), 465-472.
- Bang, Y. S. (2018). Parents' perspectives on how their behaviors impede

- parent-teacher collaboration. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(11), 1787-1799.
- Bilton, R., Jackson, A. & Hymer, B. (2018). Cooperation, conflict and control: Parent-teacher relationships in an English secondary school. *Educational Review*, 70(4), 510-526.
- Boonk, L., Gijsselaers, H. J., Ritzen, H. & Brand-Gruwel, S. (2018). A review of the relationship between parental involvement indicators and academic achievement. *Educational research review*, (24), 10-30. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1747938X18301027>.
- Caronia, L. & Vandini, C. D. (2019). Assessing a (gifted) child in parent-teacher conference Participants' resources to pursue (and resist) a no-problem trajectory. *Language and Dialogue*, 9(1), 125-148. <https://doi.org/10.1075/ld.00035.car>.
- Castro, M., Expósito-Casas, E., López-Martín, E., Lizasoain, L., Navarro-Asencio, E. & Gaviria, J. L. (2015). Parental involvement on student academic achievement: A meta-analysis. *Educational research review*, (14), 33-46. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1747938X15000032>.
- Chen, J. J. & Rivera-Vernazza, D. E. (2022). Communicating digitally: Building preschool teacher-parent partnerships via digital technologies during Covid-19. *Early childhood education journal*, 1-15.
- Choi, B. (2024). Parental coping strategies as predictors and outcomes of bullying: longitudinal relationships between child victimization, parent-child communication, and parent-teacher consultation. *Journal of youth and adolescence*, 1-15. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-024-02019-1>.
- Deng, L., Zhou, N., Nie, R., Jin, P., Yang, M. & Fang, X. (2018). Parent-teacher partnership and high school students' development in mainland China: The mediating role of teacher-student relationship. *Asia Pacific Journal of Education*, 38(1), 15-31.
- Dor, A. (2018). Parent-teacher relationship: The case of diverse family patterns. *Education and Society*, 36(1), 5-20.
- Elbers, E., & de Haan, M. (2014). Parent-teacher conferences in Dutch culturally diverse schools: Participation and conflict in institutional context. *Learning Culture and Social Interaction*, 3(4), 252-262. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2014.01.004>.
- Francis, G. L., Raines, A. R., Reed, A. S. & Kinase Jerome, M. (2022). Parent-teacher interactions during COVID-19: Experiences of US teachers of students with severe disabilities. *Education Sciences*, 12(7).
- Green, C. L., Walker, J. M., Hoover-Dempsey, K. V. & Sandler, H. M. (2007). Parents' motivations for involvement in children's education: An empirical test of a theoretical model of parental involvement. *Journal of educational psychology*, 99(3), 532
- Guo, Y., Wu, X. & Liu, X. (2019). Challenges and Opportunities in Parent-

- Teacher Relationships in Contemporary China. *Comparative and International Education*, 47(2).
- Halimah, L. & Margaretha, S. Y. (2020, November). Teacher-parent partnership on early childhood education curriculum development. In *2nd Early Childhood and Primary Childhood Education (ECPE 2020)* (pp. 212-222). Atlantis Press.
- Harris, A. & Goodall, J. (2008). Do parents know they matter? Engaging all parents in learning. *Educational research*, 50(3), 277-289.
- Hoover-Dempsey, K. V., Green, C. G. & Whitaker, M. W. (2010). Motivation and commitment to partnerships for families and schools. *Handbook of school-family partnerships*, 30-60
- Hoover-Dempsey, K. V., Walker, J. M., Jones, K. P. & Reed, R. P. (2002). Teachers involving parents (TIP): Results of an in-service teacher education program for enhancing parental involvement. *Teaching and teacher education*, 18(7), 843-867.
- Houri, A. K., Thayer, A. J. & Cook, C. R. (2019). Targeting parent trust to enhance engagement in a school-home relationship system: A double-blind experiment of a parental wise feedback intervention. *School Psychology*, 34(4), 421. <https://doi.org/10.1037/spq0000318>
- Kim, S. & Chin, M. (2016). Gender differences in factors associated with how parents communicate with school in Korea. *Journal of Educational Research*, 109(5), 464-477.
- Lari, N., Hejāzi, E., Ejei, J., & Jowkar, B. (2019). Teachers' perception of the factors influential on teacher-student relationship: A phenomenological analysis. *Journal of Educational Innovations*, 18(2), 53-80.
- Leenders, H., De Jong, J., Monfrance, M. & Haelermans, C. (2019). Building strong parent-teacher relationships in primary education: The challenge of two-way communication. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 519-533.
- Madadlou, G., Saadatmand, Z., & Yarmohammadiyan, M. H. (2020). Understanding parental participation components in elementary school curriculum.. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 10(40), 234-251. (In Persian)
- Manafi, B., sarookhani, B., & Aghajani Marsa, H. (2023). Designing a strategic model of effective communication between family and school. *Strategic communication studies*, 3(2), 87-103. (In Persian)
- Manafi, B., Sarookhani, B. & Aghajani Marsa, H. (2024). Designing the model of effective interaction between family and school with the strategic role of parents and teachers association in line with paragraph 11 of general family policies (case study: Tehran city). *Socio-Cultural Strategy*, 13(3), 1075-1120.
- Mann, G. & Gilmore, L. (2021). Barriers to positive parent-teacher partnerships: the views of parents and teachers in an inclusive education context. *International Journal of Inclusive Education*, 1-13.

- Marzoghi, R., Jahani, J., Turkzadeh, J. & Amiri Tavibi, M. (2017). Conceptual model of interaction between school, family and mosque from the perspective of Islamic education. *Basij strateqic studies*, 21(79), 81-114. (persion). URL: https://www.bsrq.ir/article_83801.html. (In Persian)
- Mills, C. & Gale, T. (2004). Parent participation in disadvantaged schools: Moving beyond attributions of blame. *Australian Journal of Education*, 48(3), 268-281.
- Minke, K. M. & Woodford, J. S. (2020). Parent-Teacher Relationships. The Cambridge Handbook of Applied School Psychology, 519-537.
- Mohseni, N., Hosseini, M.A. & Ghorchian, N.Q. (2022). Improving the interaction between school and family in the prevention of social misbehavior of adolescents: analysis of dimensions and components with a qualitative approach. *Sociology of Education*, 8(1), 190-206. (In Persian)
- Murray, E., McFarland-Piazza, L. & Harrison, L. J. (2015). Changing patterns of parent-teacher relationship and parent involvement from preschool to school. *Early child development and care*, 185(7), 1031-1052.
- Myende, P. E., & Nhlumayo, B. S. (2022). Enhancing parent-teacher collaboration in rural schools: parents' voices and implications for schools. *International Journal of Leadership in Education*, 25(3), 490-514.
- Naidoo, M. K. & Govender, S. (2022). Parental Participation in Supporting the Development of Communication Skills in Autistic Children. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(1).
- Pillet-Shore, D. (2015). Being a "good parent" in parent-teacher conferences. *Journal of Communication*, 65(2), 373-395. <https://doi.org/10.1111/jcom.12146>.
- Popovska, N. G., Popovski, F. & Dimova, P. H. (2021). Relationship strategies for strengthening the parent-teacher relationships in the primary schools. *International Journal of Research Studies in Education*, 123-134.
- Rogers, L., & Hyson, D. (2022). Creating Brave & Productive Learning Environments for Young Adolescents: Parents' Perspectives of Teacher-Parent and Teacher-Student Relationships. *Middle Grades Review*, 8(1), 5.
- Roomani, S., hosseinnejad, G. R., fazeli, N., & hoseinikhah, A. (2020). The Study of the Communication Culture of Teachers with Colleagues, Parents and Students: Rural and Multi-level Schools. *Educational and Scholastic studies*, 8(2), 167-192. (In Persian)
- Sneyers, E., Vanhoof, J., & Mahieu, P. (2017). Pupils' transition to secondary education: An exploratory study of teachers' recommendations discussed at teacher-parent conferences. *Pedaqogische studiën: tijdschrift voor onderwijskunde en opvoedkunde.-Groningen*, 94(6), 459-477.
- Tahmasabzadeh Sheikhlari, D., Azimpour, E., Imanzadeh, A. & Abbaszadeh,

- M. (2021). Studying the process of sex education of Iranian adolescents: the foundation data theory. *Curriculum Research*, 11(2), 126-153. (In Persian)
- Tveit, A. D. (2009). Conflict between truthfulness and tact in parent-teacher conferences. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 11(4), 237-256.
- Yang, X., Zhao, H., Zhou, J., & Gong, X. (2024). Longitudinal relations among parent-child relationships, positivity, and teachers-student relationships in Chinese children. *School Psychology*, 39(2), 201-212.
- Yushawu, A. (2020). Perspectives of teachers and parents on parent-teacher relationship and social media relationship. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, 10(4), 5-36.
- Zerraf, S., Zain, S., Khyati, A., Tridane, M., & Belaaouad, S. (2019). A pedagogical approach to educational relationship in the educational context. *International Journal of Advanced Education and Research*, 4(1), 1-14.
- Ziden, A. A., Rahman, M. A., & Ching, T. W. (2020). *Exploring the use of mobile instant messaging for parent-teacher relationship*.

References

- Abdullah, D., Poetri, A. L., Saputra, N., & Al Haddar, G. (2023). The role of parent-teacher communication for improving children's achievement. *Cendikia: Media Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 13(3), 482-488. URL: <http://iocscience.org/ejournal/index.php/Cendikia/article/view/3463>.
- Ahmadi, H., & Mohabie, A. (2022). The Role of the Family in the Implementation of School Curriculum. *The Women and Families Cultural-Educational*, 17(59), 11-39. (In Persian).
- Akbari Burang, M.; Sorgi, F.; Rostaminejad, M.A. & Pourshafi, H. (1401). Examining the governing interactions between parents and teachers in the happy network space: virtual ethnography. *Education Research*, 8(32), 50-74. URL: https://journals.cfu.ac.ir/article_2458.html. (In Persian)
- Alipour M., Ayati M. & Soorgi F. (2019). Investigating the Correlation of Teachers' and Parents' Views on Students' Talent (Shahab Plan). *Rooyesh*. 8(9). 189-198. URL: <http://frooyesh.ir/article-1-1453-fa.html>
- Alipour, M. (2025). Primary Teachers' Experiences of Communicating with Parents with the Aim of Implementing the Primary School Curriculum: A Phenomenological Study. *Journal of Curriculum Research*, 14(2), 146-127. (In Persian)
- Alipour, M., Ayati, M., Rostaminejad, M. A. & Seraji, F. (2025). Identifying effective factors on parent-teacher communication with the aim of implementing the primary school curriculum: A Phenomenological Study. *The Women and Families Cultural-Educational*, 20(71), 187-207. (In Persian)
- Alipour, M., Ayati, M., Rostaminezhad, M. A. & Seraji, F. (2024). Analyzing the lived experiences of parents-teacher media communication

- in the academic year 1402-1403: a phenomenological research. *Strategic communication studies*, 4(3), 19-32. (In Persian)
- Alipour, M., Ayati, M., RostamiNezhad, M. A. & Seraji, F. (2026). Exploring Barriers to Teacher-Parent Communication in order to Implement the Elementary School Curriculum. *QJFR*, 22(3). 155-170. URL: <http://qjfr.ir/article-1-2724-fa.html> (In Persian)
- Amir, F. R., Kartakusumah, B. & Anwar, M. (2020). Educational Relationship in the Perspective of Islamic Educational Leadership. (In Persian)
- Arghavani, M., Ahi, G., Qanifar, M. H., Shahabizadeh, F. & Dastgerdi, R. (2023). Educational Consequences Model of Secondary High School Students According to the Effects of Teacher-student and Teacher-parent Relationships by Mediating Role of Metacognitive Awareness. *Psychological Achievements*, 30(1), 79-104. (In Persian)
- Arnstein, Ellen C. & Hankins, Frances P. (2014). Basic principles and curriculum issues. Translation of Qudsi Akhr. Tehran: Azad University of Science and Research.
- Babaei, M. (2023). A Phenomenological Approach to the Lived Experience of New Teachers. *Journal of Research in Educational Systems*, 17(61), 70-86. (In Persian)
- Balagova, L., & Halakova, Z. (2018). Teacher-Students' Interaction in Comparison of Teacher's Self-perception and Students' Point of View. *European Journal of Educational Research*, 7(3), 465-472.
- Bang, Y. S. (2018). Parents' perspectives on how their behaviors impede parent-teacher collaboration. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 46(11), 1787-1799.
- Bilton, R., Jackson, A. & Hymer, B. (2018). Cooperation, conflict and control: Parent-teacher relationships in an English secondary school. *Educational Review*, 70(4), 510-526.
- Boonk, L., Gijssels, H. J., Ritzen, H. & Brand-Gruwel, S. (2018). A review of the relationship between parental involvement indicators and academic achievement. *Educational research review*, (24), 10-30. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1747938X18301027>.
- Caronia, L. & Vandini, C. D. (2019). Assessing a (gifted) child in parent-teacher conference Participants' resources to pursue (and resist) a no-problem trajectory. *Language and Dialogue*, 9(1), 125-148. <https://doi.org/10.1075/ld.00035.car>.
- Castro, M., Expósito-Casas, E., López-Martín, E., Lizasoain, L., Navarro-Asencio, E. & Gaviria, J. L. (2015). Parental involvement on student academic achievement: A meta-analysis. *Educational research review*, (14), 33-46. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1747938X15000032>.
- Chen, J. J. & Rivera-Vernazza, D. E. (2022). Communicating digitally: Building preschool teacher-parent partnerships via digital technologies

- during Covid-19. Early childhood education journal, 1-15.
- Chena, Z. X. & Chena, C. C. (2015). The intention of using smart device messages as parent-teacher relationship from the view of parents. *Procedia Manufacturing*, (3), 5617-5623.
- Choi, B. (2024). Parental coping strategies as predictors and outcomes of bullying: longitudinal relationships between child victimization, parent-child communication, and parent-teacher consultation. *Journal of youth and adolescence*, 1-15. URL: <https://link.springer.com/article/10.1007/s10964-024-02019-1>.
- Cresswell, John (2017). *Qualitative research and design: choosing from five approaches: narrative research, phenomenology, grounded theory, and ethnography. Case study*. Translated by Hassan Danaeifard and Hossein Kazemi. Tehran: Saffar Publications. (In Persian)
- Creswell, John (2021). *Qualitative survey and research design selected among five approaches: narrative research, phenomenology, foundational data theory, ethnography. Case Study*. Translated by Hassan Danaei Fard and Hossein Kazemi. Tehran: Safar Publications.
- Davern, L. (2004). School-to-home notebooks: What parents have to say. *Teaching Exceptional Children*, 36(5), 22-27.
- Dehghanpour farashah, T. & Gorjian, M. M. (2024). A Critique of the Philosophical Principles of Bourdieu's Theory of Cultural Capital Based on the Philosophical Principles of Allameh Tabatabaei. *Islam and Social Studies*, 11(43), 86-116. (In Persian)
- Deng, L., Zhou, N., Nie, R., Jin, P., Yang, M. & Fang, X. (2018). Parent-teacher partnership and high school students' development in mainland China: The mediating role of teacher-student relationship. *Asia Pacific Journal of Education*, 38(1), 15-31.
- Dor, A. (2018). Parent-teacher relationship: The case of diverse family patterns. *Education and Society*, 36(1), 5-20.
- Elbers, E., & de Haan, M. (2014). Parent-teacher conferences in Dutch culturally diverse schools: Participation and conflict in institutional context. *Learning Culture and Social Interaction*, 3(4), 252-262. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2014.01.004>.
- Francis, G. L., Raines, A. R., Reed, A. S. & Kinase Jerome, M. (2022). Parent-teacher interactions during COVID-19: Experiences of US teachers of students with severe disabilities. *Education Sciences*, 12(7).
- Graham-Clay, S. (2005). Communicating with parents: Strategies for teachers. *School Community Journal*, 15(1), 117-129.
- Green, C. L., Walker, J. M., Hoover-Dempsey, K. V. & Sandler, H. M. (2007). Parents' motivations for involvement in children's education: An empirical test of a theoretical model of parental involvement. *Journal of educational psychology*, 99(3), 532
- Guo, Y., Wu, X. & Liu, X. (2019). Challenges and Opportunities in Parent-Teacher Relationships in Contemporary China. *Comparative and International Education*, 47(2).

- Halimah, L. & Margaretha, S. Y. (2020, November). Teacher-parent partnership on early childhood education curriculum development. In 2nd Early Childhood and Primary Childhood Education (ECPE 2020) (pp. 212-222). Atlantis Press.
- Harris, A. & Goodall, J. (2008). Do parents know they matter? Engaging all parents in learning. *Educational research*, 50(3), 277-289.
- Hoover-Dempsey, K. V., Green, C. G. & Whitaker, M. W. (2010). Motivation and commitment to partnerships for families and schools. *Handbook of school-family partnerships*, 30-60
- Hoover-Dempsey, K. V., Walker, J. M., Jones, K. P. & Reed, R. P. (2002). Teachers involving parents (TIP): Results of an in-service teacher education program for enhancing parental involvement. *Teaching and teacher education*, 18(7), 843-867.
- Hornby, G. & Witte, C. (2010). Parental involvement in secondary schools in New Zealand: Implications for school psychologists. *School Psychology International*, 31(5), 495-508.
- Houri, A. K., Thayer, A. J. & Cook, C. R. (2019). Targeting parent trust to enhance engagement in a school-home relationship system: A double-blind experiment of a parental wise feedback intervention. *School Psychology*, 34(4), 421. <https://doi.org/10.1037/spq0000318>
- Kalin, J. & Šteh, B. (2010). Advantages and conditions for effective teacher-parent co-operation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 2(2), 4923-4927.
- Kim, S. & Chin, M. (2016). Gender differences in factors associated with how parents communicate with school in Korea. *Journal of Educational Research*, 109(5), 464-477.
- Lari, N., Hejāzi, E., Ejei, J., & Jowkar, B. (2019). Teachers' perception of the factors influential on teacher-student relationship: A phenomenological analysis. *Journal of Educational Innovations*, 18(2), 53-80.
- Leenders, H., De Jong, J., Monfrance, M. & Haelermans, C. (2019). Building strong parent-teacher relationships in primary education: The challenge of two-way communication. *Cambridge Journal of Education*, 49(4), 519-533.
- Lemmer, E. M. (2012). Who's doing the talking? Teacher and parent experiences of parent-teacher conferences. *South African journal of education*, 32(1), 83-96.
- Madadlou, G., Saadatmand, Z., & Yarmohammadiyan, M. H. (2020). Understanding parental participation components in elementary school curriculum.. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 10(40), 234-251. (In Persian)
- Manafi, B., sarookhani, B., & Aghajani Marsa, H. (2023). Designing a strategic model of effective communication between family and school. *Strategic communication studies*, 3(2), 87-103. (In Persian)
- Manafi, B., Sarukhani, B. & Aghajani, Mursa, H. (2023). Designing an

effective interaction model between family and school with the strategic role of parents and teachers association in line with paragraph 11 of general family policies (case study: Tehran). Social and cultural strategy. (In Persian)

- Manea, A. D. (2020). Educational Relationship under the Influence of Digital Changes. *Educatia* 21, (18), 146-150.
- Mann, G. & Gilmore, L. (2021). Barriers to positive parent-teacher partnerships: the views of parents and teachers in an inclusive education context. *International Journal of Inclusive Education*, 1-13.
- Marzoghi, R., Jahani, J., Turkzadeh, J. & Amiri Tavibi, M. (2017). Conceptual model of interaction between school, family and mosque from the perspective of Islamic education. *Basij strategic studies*, 21(79), 81-114. (persion). URL: https://www.bsrq.ir/article_83801.html. (In Persian)
- Marzooghi, R., Javidan, A., Jahani, J. & Turkzadeh, J. (2022). Development of a healthy school model and compliance of schools from the perspective of teachers and principals. *The Journal of New Thoughts on Education*, 18(3), 85-117. (In Persian)
- McLachlan, C., Fleer, M. & Edwards, S. (2018). *Early childhood curriculum: Planning, assessment and implementation*. Cambridge University Press.
- Mills, C. & Gale, T. (2004). Parent participation in disadvantaged schools: Moving beyond attributions of blame. *Australian Journal of Education*, 48(3), 268-281.
- Minke, K. M. & Woodford, J. S. (2020). Parent-Teacher Relationships. *The Cambridge Handbook of Applied School Psychology*, 519-537.
- Mohammadpour, A. (2010). Quality assessment in qualitative research: principles and strategies of validation and generalizability. *Social Sciences Quarterly*, 17(48), 73-107. (In Persian)
- Mohseni, N., Hosseini, M.A. & Ghorchian, N.Q. (2022). Improving the interaction between school and family in the prevention of social misbehavior of adolescents: analysis of dimensions and components with a qualitative approach. *Sociology of Education*, 8(1), 190-206. (In Persian)
- Mohsenpour, M. (2014). Evaluation of qualitative data. *Journal of Student Research Committee of Sabzevar University of Medical Sciences*, 16(34), 50-55. (In Persian)
- Munthe, E. & Westergård, E. (2023). Parents', teachers', and students' roles in parent-teacher conferences; a systematic review and meta-synthesis. *Teaching and Teacher Education*, (136), 104355. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0742051X23003438>.
- Murray, E., McFarland-Piazza, L. & Harrison, L. J. (2015). Changing patterns of parent-teacher relationship and parent involvement from preschool to school. *Early child development and care*, 185(7), 1031-1052.
- Myende, P. E., & Nhlumayo, B. S. (2022). Enhancing parent-teacher

- collaboration in rural schools: parents' voices and implications for schools. *International Journal of Leadership in Education*, 25(3), 490-514.
- Naidoo, M. K. & Govender, S. (2022). Parental Participation in Supporting the Development of Communication Skills in Autistic Children. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(1).
- Nevenglosky, E. A. (2018). Barriers to effective curriculum implementation (Doctoral dissertation, Walden University).
- Noroznezhadghadi, M., Seraji, F. & Yosofzadeh, M. (2019). Identify and extract parent and teacher readings from the concept of participation in school affairs. *Curriculum theory and practice*, 7(14), 319-356. URL: <http://cstp.khu.ac.ir/article-1-3039-fa.html>. (In Persian)
- Obilo, P. I. & Sangoleye, S. A. (2010). Curriculum implementation and the teacher: Challenges and way forward. In A paper presented at the 9 th National Conference of the school of social sciences, AIFCE, Owerri.
- Özkan Yıldız, F. & Yılmaz, A. (2021). Parent-teacher relationship and parental expectations in the assessment process in Turkish preschool settings. *Education 3-13*, 49(6), 761-775.
- Pillet-Shore, D. (2015). Being a "good parent" in parent-teacher conferences. *Journal of Communication*, 65(2), 373-395. <https://doi.org/10.1111/jcom.12146>.
- Popovska, N. G., Popovski, F. & Dimova, P. H. (2021). Relationship strategies for strengthening the parent-teacher relationships in the primary schools. *International Journal of Research Studies in Education*, 123-134.
- Rogers, L., & Hyson, D. (2022). Creating Brave & Productive Learning Environments for Young Adolescents: Parents' Perspectives of Teacher-Parent and Teacher-Student Relationships. *Middle Grades Review*, 8(1), 5.
- Roomani, S., hosseinnejad, G. R., fazeli, N., & hoseinikhah, A. (2020). The Study of the Communication Culture of Teachers with Colleagues, Parents and Students: Rural and Multi-level Schools. *Educational and Scholastic studies*, 8(2), 167-192. (In Persian)
- Sattari, Ali; Yardani, Fatemeh & Farazi, Abbas (2017). A study of Habermas's theory of communicative action and its implications in higher education and universities. *Educational Sciences*, 24(1), 121-150. (In Persian)
- Snevers, E., Vanhoof, J., & Mahieu, P. (2017). Pupils' transition to secondary education: An exploratory study of teachers' recommendations discussed at teacher-parent conferences. *Pedagogische studiën: tijdschrift voor onderwijskunde en opvoedkunde*.-Groningen, 94(6), 459-477.
- Spencer, J. (2003). Learning and teaching in the clinical environment. *BmJ*, 326(7389), 591-594.
- Tahmasabzadeh Sheikhlari, D., Azimpour, E., Imanzadeh, A. & Abbaszadeh, M. (2021). Studying the process of sex education of Iranian adolescents: the foundation data theory. *Curriculum Research*, 11(2), 126-153. (In Persian)

- Tveit, A. D. (2009). Conflict between truthfulness and tact in parent–teacher conferences. *Scandinavian Journal of Disability Research*, 11(4), 237–256.
- Yang, X., Zhao, H., Zhou, J., & Gong, X. (2024). Longitudinal relations among parent–child relationships, positivity, and teachers–student relationships in Chinese children. *School Psychology*, 39(2), 201–212.
- Yushawu, A. (2020). Perspectives of teachers and parents on parent-teacher relationship and social media relationship. *Journal of Applied Technical and Educational Sciences*, 10(4), 5-36.
- Zarei, A., Dehghani, M. & Salehi, K. (2019). The Analysis of Parent Involvement Restrictions in Secondary School: A Phenomenology Study. *Curriculum theory and practice*, 7(14), 71-96. URL: <http://cstp.khu.ac.ir/article-1-2896-fa.html>. (In Persian)
- Zerraf, S., Zain, S., Khyati, A., Tridane, M., & Belaaouad, S. (2019). A pedagogical approach to educational relationship in the educational context. *International Journal of Advanced Education and Research*, 4(1), 1-14.
- Ziden, A. A., Rahman, M. A., & Ching, T. W. (2020). Exploring the use of mobile instant messaging for parent-teacher relationship.
- Zorluoglu, S. L., Ergazi, T., & Eser, S. (2019). Learning Probability of 4th Grade Science Curriculum Learning Outcomes among Visually Impaired Students. *International Journal of Evaluation and Research in Education*, 8(3), 417-424.



doi: 10.30497/rc.2024.246254.2047



OPEN ACCESS

Received: 2024/05/07

Accepted: 2024/11/01

Synthesis of the research done on New Religious Movements

Kiyumars Moladoost* Mostafa Akbarian** Mohammadreza Rezalou***

Abstract

Modernity has made deep and profound changes to cultures by changing lives and media and also by disseminating various user demands. Therefore, emerging religious movements follow this rule. This study was aimed to systematically review emerging religious movements. The present study was exploratory based on its objectives and the outcome was developmental, while qualitative data and the systematic review were conducted by the meta-composite technique. The statistical population of the study was comprised of previous research with keywords of "emerging religious movements" in 13 articles released from 2010 to 2022. Findings indicated that some 79 open codes were obtained regarding the explanation of emerging religious movements, followed by 18 codes in the axial coding stage and 3 codes in the selective coding stage. The first category of underlying elements included the sub-categories of the philosophy of genesis, the form of genesis, the origin of genesis, the form of movements, the grounds of tendency, the areas of influence, the globalization phenomenon, modernity and the media. The second category includes the subcategories of exegesis, characteristics and forms, while the third category involved outcomes with the subcategories of role, significance, applicants, quality, attraction and changes. Conclusion: In their part, modernity and globalization have basically changed the lifestyle of various social, cultural and religious changes in different societies, with media playing an outstanding role in this connection.

Keywords: Religious, Mysticism, Emerging, Spirituality.

* MA. Cultural Affairs Management, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, Iran (Corresponding author).

k.moladoost@gmail.com

0000-0001-9908-3675

** Faculty member of the Department of Social Sciences, Islamic Azad University and Ahad, Tehran, Iran.

akbarian4490@gmail.com

0000-0002-5794-2432

*** Ph.D defense Management, The researcher of center of strategic studies of AJA, Tehran, Iran.

amirmohammadqwer@gmail.com

0000-0001-6292-1241

فرا ترکیب پژوهش‌های انجام‌شده پیرامون جنبش‌های نوپدید دینی

کیومرث مولادوست* مصطفی اکبریان** محمدرضا رضالو***

چکیده

مدرنیته با ایجاد تغییر در سبک زندگی و رسانه‌ها نیز با اشاعه خواسته‌های مختلف مخاطبان، باعث ایجاد تغییرات ژرف و عمیقی در فرهنگ می‌شوند؛ بنابراین، پیدایش جنبش‌های نوپدید دینی نیز از این قاعده پیروی می‌کند. هدف از این مطالعه مرور نظامند جنبش‌های نوپدید دینی است. پژوهش حاضر بر مبنای اهداف پژوهش، اکتشافی و نتیجه پژوهش، توسعه‌ای و داده‌های پژوهش کیفی و مرور نظام مند با تکنیک فرا ترکیب انجام شده است. جامعه آماری شامل پژوهش‌های انجام‌شده با کلیدواژه «جنبش‌های نوپدید دینی» در عنوان مقالات از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۱ است. تعداد ۱۳ مقاله در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌ها نشان داد: در تبیین جنبش‌های نوپدید دینی، تعداد ۷۹ کد باز و در مرحله کدگذاری محوری ۱۸ کد و نهایتاً در مرحله کدگذاری انتخابی تعداد ۳ کد به دست آمد. اولین مقوله زمینه‌های شکل‌گیری شامل زیرمقوله‌های فلسفه پیدایش، شکل پیدایش، منشأ پیدایش، شکل جنبش‌ها، زمینه‌های گرایش، زمینه‌های تأثیرپذیری، پدیده جهانی‌شدن، مدرنیته و رسانه است. دومین مقوله شامل دیدگاه و زیرمقوله آن شامل تفسیر، ویژگی و شکل؛ سومین مقوله نیز پیامد با زیرمقوله‌های نقش، اهمیت، متقاضیان، چگونگی، جذب و تغییر است. می‌توان گفت، ذات مدرنیته، جهانی‌شدن و تغییرات اساسی در سبک زندگی آحاد جامعه، نگرش و تغییرات فرهنگی و دینی در جوامع مختلف ایجاد کرده است و رسانه‌ها نیز در این امر نقش تسهیل‌گری داشته‌اند.

واژگان کلیدی: ادیان، عرفان، نوظهور، نوپدید، معنویت.

* کارشناس ارشد مدیریت امور فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران مرکزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

k.moladoost@gmail.com

0000-0001-9908-3675

** استادیار گروه مردم‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

akbarian4490@gmail.com

0000-0002-5794-2432

*** دکتری مدیریت دفاعی، پژوهشگر مرکز مطالعات راهبردی آجا، تهران، ایران.

amirmohammadqwer@gmail.com

0000-0001-6292-1241

مقدمه

جهان امروزی، شاهد دگرگونی‌ها و تحولات سریع و بی‌سابقه‌ای است؛ در این شتاب بیکران، تغییرات بنیادی در نمایه‌های «فضایی و زمانی»، «مرززدایی سیاسی، اجتماعی و اقتصادی»، «تعاملات عمیق و رها از پای‌بست‌های بومی»، «کاهش حاکمیت دولت - ملت»، «انفجار تجارت و سرمایه»، «مهاجرت‌های جهانی»، «بحران‌های محیطی» و غیره عرصه جهانی را با تغییرات و پیامدهای بسیار مواجه شده است. برخی از اندیشمندان قرن نوزدهم، به‌ویژه فلاسفه و جامعه‌شناسانی مانند کانت^۱ و مارکس^۲ بر آن بودند که با گذشت زمان و تحول جوامع بشری، نقش و تأثیر خرده‌فرهنگ‌های مختلفی همچون: دین، ملیت و قومیت، در زندگی اجتماعی کمرنگ شده و یک جامعه جهانی بدون تمایزها و شکاف‌های اجتماعی - فرهنگی شکل خواهد گرفت (ناصری‌زاده، ۱۳۹۵، ص. ۶). اما تجارب بشری نشان داد که با تغییرات پیش‌آمده نه تنها فرهنگ‌های مختلف در بسیاری از موارد کمرنگ نشده‌اند بلکه قوام و دوام بیشتری هم یافته‌اند. گرایش به دین و مذهب در بسیاری از جوامع از این قبیل رفتارهای بشر امروزی است.

جنبش‌های نوپدید دینی^۳ یا به تعبیری دیگر «جنبش‌های نوپدید معنوی^۴»، گروه‌هایی هستند که عمدتاً از دهه ۱۹۶۰ به بعد در بطن مدرنیته و پست‌مدرنیته ظهور یافته‌اند. این گروه‌ها که به‌دلیل سازگاری با چهارچوب ارزشی پسااستی، به دوام و بقای خود تاکنون قوت بخشیده‌اند، به‌عنوان جایگزین‌هایی برای ادیان سنتی، ظاهر شده‌اند (حمیدیه، ۱۳۹۲، ص. ۳۷). بررسی‌ها در مورد جنبش‌های دینی جدید به‌عنوان یک زمینه تخصصی در حوزه مطالعات دینی و جامعه‌شناسی دین از دهه ۱۹۷۰ آغاز شده است (Melton, 1999؛ ریاحی و جعفری، ۱۳۸۸، ص. ۵۶). اصطلاح ادیان جدید، ترجمه یک واژه ژاپنی^۵ است که جامعه‌شناسان این کشور برای اشاره به این پدیده ابداع کردند. این واژه سپس توسط اندیشمندان اروپایی در پی جایگزینی، از اصطلاح «کیش^۶» بهره گرفته شد که در دهه ۱۹۷۰ معنای تحقیرآمیز و پستی داشت و عموم منتقدان و مخالفان، برای بی‌فضیلت

-
1. Kant
 2. Marx
 3. NRMs- New Religious Movements
 4. NSMs
 5. Shinshuky
 6. Cul

دانستن ادیانی که آموزه‌هایشان غیرمعمول یا بدعت‌گذارانه به حساب می‌آمدند، از آن استفاده می‌کردند (ریاحی و جعفری، ۱۳۸۸، ص. ۵۶). برخی از دانشمندان، به‌خصوص جامعه‌شناسان دین، برای توصیف ادیان فرعی و جزئی، از واژه «جنبش‌های دینی جدید» استفاده می‌کنند (Introvigne, 2001).

جنبش‌های دینی از هر دو حیث زمانی و محتوایی «نو» هستند. تعریف ملتون^۷ با مرتبط کردن آن‌ها به منابع شرقی و لحاظ مداخله فرهنگی در غرب، جنبش‌های کمتری را دربرمی‌گیرد. درحالی‌که پیتر کلارک^۸ و ایلین بارکر^۹ (پژوهشگران جامعه‌شناس) فرقه‌ها و جنبش‌های بعد از جنگ جهانی دوم را «جنبش‌های نوپدید دینی» می‌دانند. این در حالی است که از نظر رابرت الوود^{۱۰} که دین‌شناس است، به لحاظ کیفی به گروه‌های ۱۵۰ سال پیش تا به حال «جنبش‌های نوپدید دینی» اطلاق می‌شود. پس به لحاظ کمی به جنبش‌های مقارن با دوره پست‌مدرن اتکا می‌شود و به لحاظ کیفی به همه جریان‌هایی که ویژگی بالقوه این جنبش‌ها را از قبل داشته‌اند و حدود ۱۹۵۰ با تحولاتی، استعداد جنبش نوپدیدی را به فعل رسانده‌اند. بدین‌نحو فرقه‌هایی نظیر بهائیت، شهود یهوه و مومون‌ها نیز «جنبش‌های نوپدید دینی» خواهند بود (گوهری، ۱۳۹۸، ص. ۱۵۸).

پیروان جنبش‌های نوپدید دینی؛ به ساختار طبقاتی و نهادهای دینی توجه نداشته و گرایش آن‌ها به فرامادی است و به دنبال یافتن عالم معنا هستند (لارنا، ۱۳۸۷، ص. ۱۶). فعالیت «جنبش‌های نوپدید دینی» در «رسانه‌های نوین» مشاهده می‌شود که مجموعه متمایزی از فناوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های مشترک «دیجیتالی‌بودن» و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی، عاملی بودن، تمرکززدایی، تکه‌تکه‌بودن، بی‌زمانی و بی‌مکانی و جهانی‌بودن است (وکیلی، ۱۳۸۶، ص. ۱۰) به‌گونه‌ای که اکثریت قریب به اتفاق این جنبش‌ها، در فضای مجازی به‌ویژه اینترنت، پایگاهی را به‌خود اختصاص داده و به دلیل کثرت ظهور و بروز در این دنیا، گاه از آن به‌عنوان «پدیده رسانه‌ای» نیز یاد می‌کنند (مشایخی و حمیدیه، ۱۳۹۶، ص. ۴۹).

7. Melton

8. Peter Clark

9. Eileen Barker

10. Elwood

با عنایت به اینکه جنبش‌های دینی جدید بر حسب عقاید، مناسک، ساختار سازمانی و پذیرش اجتماعی باهم تفاوت دارند، اندیشمندان علوم اجتماعی در بیان تعریفی جامع از جنبش‌های دینی جدید و تدوین معیارهای مشخص برای طبقه‌بندی آن‌ها، با مشکلاتی روبه‌رو هستند. با این حال، امروزه متفکران معمولاً اصطلاحات «دین جایگزین»^{۱۱}، «دین جدید»^{۱۲}، یا «جنبش دینی» را برای توصیف گروه‌هایی که از مسیر اصلی دینی جدا شده‌اند، به کار می‌برند (Encarta, 2004). از جنبش‌ها و گروه‌های معنویت‌گرای معاصر، به گونه‌های مختلف تعبیر می‌شود و برای هر تعبیر، می‌توان توجیه یا توجیهاتی آورد. در متون علمی «مطالعات دین» و «جامعه‌شناسی دین»، رایج‌ترین و جافتاده‌ترین این تعبیر «دین» است؛ از این جنبش‌ها، با عنوان «جنبش‌های نوپدید دینی» یا حتی «ادیان جدید» نام برده می‌شود. به نظر می‌رسد که این تعبیر، موجه‌تر از تعبیر «عرفان» است. این جنبش‌ها از لحاظ ماهیت «معنویت معاصر»، دعوی جایگزینی دین را دارند و برحسب ادعا، همه خدمات و نقش‌های دین را متناسب با جهان نوین ایفا می‌کنند. می‌توان استدلال کرد که آنچه نیازهای دینی انسان معاصر را برمی‌آورد، باید هم‌سنخ دین باشد. در نتیجه، گروه‌های معنویت‌گرای نوپدید، هم‌سنخ دین سنتی هستند و به تسامح می‌توان آن‌ها را دین خواند: «ادیان نوپدید». به علاوه، از آن‌روی که این گروه‌ها و جنبش‌ها، فضایی قدسی می‌آفرینند و در این فضا، جهان‌بینی اعتقادی، اعمال مناسک‌گونه، اخلاقیات ویژه، تجربه‌های امر والا و سیستم جمعی مبتنی بر یک یا چند شخصیت فراهم‌آید می‌کنند، به معنی درست کلمه (و نه به مسامحه و مجاز)، «دین» هستند (حمیدیه، ۱۳۹۲، الف، ص. ۴۶). این جنبش‌ها را در ایران، «عرفان‌های کاذب» یا «عرفان‌های منهای دین» و مانند آن خوانده‌اند. البته تناسب‌هایی میان معنویت و عرفان هست: نوعی باطن‌گرایی، درگذشتن از تجربه‌های حسی روزمره، همچنین به‌کاررفتن برخی اصطلاحات و واژگان رایج عرفان به‌عنوان پس‌زمینه ذهنی تعبیر بالا، این تعبیر، چه‌بسا گمراه‌کننده نیز باشند؛ زیرا واژه «عرفان»، ما را به یاد رویکردی خدامحور و راهی برای وصول به قرب الهی و تجربه توحید افعالی، صفاتی و ذاتی می‌اندازد، حال آنکه معنویت معاصر، اصولاً به‌سوی خدا

11. Alternative Religion
12. New Religion

جهت نگرفته است بلکه در پای شکوفایی و تعالی خویشتن انسانی است و این جدایی در هدف، شکافی پرشدنی میان معنویت معاصر و عرفان اسلامی ایجاد می‌کند (حمیدیه، ۱۳۹۲، الف، ص. ۴۶).

پیتر کلارک^{۱۳} (2006, p. 454) پس از توجه‌دادن به این نکته که پیدایش مفهوم «ادیان جدید» در دهه ۱۹۶۰ اتفاق افتاده است، به توضیح این مسئله می‌پردازد که چرا به جنبش‌های نوپدید معنوی، «ادیان جدید» گفته می‌شود. از جمله او خاطر نشان می‌کند که این جنبش‌ها، نمادهای غیر معمول برای امر قدسی دارند و به علاوه، تفاسیر تازه‌ای از امر متعالی ارائه می‌دهند. این دلایلی که کلارک برای «دین» دانستن جنبش‌های معنوی نوپدید آورده است، به روشنی حاکی از آن است که این جنبش‌ها، از حوزه عرفی و نامقدس^{۱۴} به حوزه امر قدسی وارد شده‌اند (حمیدیه، ۱۳۹۲، ب، ص. ۴۱).

پدیده‌های اجتماعی و انسانی، خصوصیتی چندبعدی دارند. به همین دلیل، انتخاب یک رویکرد نظری خاص برای بررسی این پدیده‌ها امری سخت و گاه غیرممکن است (هزارجریبی و فراهانی، ۱۳۹۴، ص. ۲۲). شناسایی تغییرات پیش‌آمده در حوزه دین و معنویت در جوامع جهانی و تأثیرات آن بر جوامع مختلف، ضروری و بااهمیت است. چنانچه به موقع به مسئله تحولات دینی توجه نشود و ارزش‌های بنیادی جامعه حاکم فرو به پاشد، قطعاً اقدامات ثانویه کارسازی و اثربخشی لازم را نخواهند داشت.

۱. مبانی نظری

۱-۱. پلورالیزم دینی

«پلورالیزم»^{۱۵} به تکثر، چندگانگی، آیین کثرت، کثرت‌گرایی، چندگرایی، تعدد مقام، تعدد شغل معنی شده است. از آنجاکه هر مکتبی قرائت خاصی از «پلورالیزم دینی» دارد، نمی‌توان برای «پلورالیزم دینی» یک تعریف جامع و کاملی بیان کرد؛ ولی معنای شایع و رایج امروزی از «پلورالیزم دینی» این است که حق مطلق، نجات و رستگاری را منحصر در یک دین و مذهب و پیروی از یک شریعت و آیین ندانند، بلکه معتقد باشند که حقیقت مطلق، مشترک میان همه ادیان است و آیین‌های مختلف درواقع جلوه‌های

13. Clarke

14. Profane

15. Pluralism

گوناگون «حق مطلق» اند؛ در نتیجه، پیروان تمام ادیان و مذاهب، به هدایت و نجات دست می‌یابند (ناصری‌زاده، ۱۳۹۵، ص. ۷).

۲-۱. هویت دینی

هویت دینی از مهم‌ترین عناصر ایجادکننده همگنی و همبستگی اجتماعی در سطح جوامع است که طی فرایندی با ایجاد تعلق خاطر به دین و مذهب در بین افراد جامعه، نقش بسیار مهمی در ایجاد و شکل‌گیری هویت جمعی دارد (قنبری برزیان و همتی، ۱۳۹۴، ص. ۱۱۸). هویت دینی متضمن سطحی از هویت اجتماعی است که با «مای جمعی» یا همان اجتماعی دینی متناظر است و نشان‌دهنده احساس تعلق به دین و جامعه دینی و همچنین تعهد به دین و جامعه دینی است (قنبری برزیان و همتی، ۱۳۹۴، ص. ۱۱۸). هویت دینی می‌تواند هنجارسازی کند و در تقویت یا تثبیت هنجارهای جامعه مؤثر باشد (اکبری، ۱۳۸۷، ص. ۲۲۴). هویت دینی، به‌عنوان یک هویت جمعی متشکل از عضویت در یک گروه مذهبی، پذیرش نظام‌های باوری آن، تأیید اهمیت ارزش‌های دینی، تعهد به گروه مذهبی و اعمال مرتبط با دین تعریف شده است (Seol, 2010؛ حاتمی کاکش و دیگران، ۱۴۰۲، ص. ۷۲).

از دید لئونارد بایندر^{۱۶} گذر از بحران هویت شرط لازم برای پیشرفت و توسعه است و مقدمه‌ای برای رشد و توسعه اجتماعی و اقتصادی کشورها به حساب می‌آید (مهرابی کوشکی و دیگران، ۱۳۹۵، ص. ۴۴). گروه‌های نوپدید معنویت‌گرا که فعالیت آن‌ها در پنج دهه اخیر کاملاً مشهود است، برای مخاطبان خود، فضایی ایجاد می‌کنند که بی‌شبهت به فضای قدسی ادیان سنتی نیست (حمیدیه، ۱۳۹۲، ص. ۳۵).

جنبش‌های جدید متناسب فرهنگ مدرن و پست‌مدرن، بیشتر به انسان توجه دارند تا خدا. هرچند این ادعا قطعیت ندارد، ولی در بیشتر آن‌ها بدین‌گونه است. ادیان نو با نگرش اومانیستی به دین، به علایق انسان امروزی توجه بیشتری دارند (مدنی و ابراهیمی، ۱۳۹۶، ص. ۹۹). دین‌شناسان، به دنبال تمایزبخشی، هویت «جنبش‌های نوپدید دینی» از سنت‌های رایج دینی در تقاطعی بودن این جنبش‌ها هستند (Chryssides, 2007). این

ویژگی التقاطی، سبب شده است تا هنگام تعیین مصداق و دسته‌بندی این جنبش‌ها؛ مکتب‌ها و فرقه‌های مختلفی مثل بهائیت - که در قرن‌های گذشته در جهان اسلام و مسیحیت شکل گرفته‌اند و تا حدی از ماهیتی التقاطی دارند و یا حداقل، این ظن و گمان درباره آن‌ها مطرح است - را نیز در زمره ادیان جدید قرار دهند (Chryssides, 1999, p. 231)؛ اما به نظر می‌رسد که صرف التقاطی بودن را نمی‌توان دلیل متفاوت شدن هویت این جنبش‌ها با سنت‌های رایج دینی قلمداد کرد؛ زیرا التقاط، پدیده جدیدی نیست و در طول تاریخ شکل‌گیری فرقه‌های التقاطی در ادیان، رایج بوده است (رستمیان، ۱۳۹۰، ص. ۳۹).

۳-۱. ویژگی‌ها و شاخص‌ها

یکی از خصوصیت‌های «جنبش‌های نوپدید دینی» که آن‌ها را از ادیان ابراهیمی مثل اسلام و مسیحیت جدا می‌کند، دور شدن از اعتقاد به خدای شخصی است. خدای مطرح در این جنبش‌ها نوعی روح یا نوعی نیروی حیات است (Campbell, 1999, p. 36). خدا در این جنبش‌ها روحی است که در سراسر عالم، ساری و جاری است (رستمیان، ۱۳۹۰، ص. ۴۷). مؤلفه‌ها مدرنیته علت اساسی پیدایش فرقه‌گرایی جدید بوده است و عمده تفاوت‌های فرقه‌گرایی جدید با سنتی، تأثر مدل جدید از مدرنیسم و مؤلفه‌های مدرنیته بوده است. هرآنچه در فضای مدرنیته رخ داده، مستقیم و غیرمستقیم به پیدایش فرقه‌های جدید دامن زده است. موارد مؤثر عبارت‌اند (کیانی، ۱۳۹۱، ب، ص. ۶۸):

- تغییرات سیاسی: اعم از امپریالیسمی و سوسیالیسمی؛
 - بحران‌های اقتصادی؛
 - مجادله‌های نظامی: بالأخص جنگ جهانی اول و دوم و پاره‌ای از شبه‌جنگ‌های مذهبی؛
 - بحران‌های روان‌شناسانه: افزایش ترس و دلهره در جوامع انسانی که بعدها نمودهای فلسفی آن - همچون گرایش‌های اگزیستانسیالیسمی - نیز رونق چشم‌گیری یافت؛
 - علم‌گرایی افراطی و فناوری لجام‌گسیخته.
- جنبش‌های نوپدید دینی پدیده‌ای فرهنگی - اجتماعی‌اند. لازمه پیدایش پدیده‌های

اجتماعی دست‌به‌دست هم‌دادن مجموعه علل گوناگون، در بازه زمانی نسبتاً طولانی است. از این رو، پدیده‌های اجتماعی معلول عوامل متعددی هستند که به مرور زمان فضای اجتماعی را برای تحقق آن فراهم می‌کند، لازمه شناسایی دقیق چنین پدیده‌هایی بررسی دقیق تمامی مبانی و مبادی موجود است (کیانی، ۱۳۹۱، ب، ص. ۶۹). جوامع و فرهنگ اجتماعی نیز مأمّن حوادث و تغییرات فراوانی است. فرهنگ جوامع که بسان شخصیت افراد محسوب می‌شوند، همواره دستخوش تحولات فراوان و بعضاً اساسی قرار می‌گیرد. در بطن چنین تحولاتی همواره نیازهای جدیدی متولد می‌شوند، خواسته‌های نوظهوری که جنس آنان در حوزه‌هایی نظیر اقتصاد، سیاست، فرهنگ، دین و غیره بیان می‌شوند همواره باید توسط نمادها و سازمان‌های مرتبط «پاسخ‌های جدید و مناسبی» را دریافت کنند؛ زیرا لازمه تداوم حیات یک سازمان اجتماعی به پویایی و جوابگویی مناسب به خواسته‌های تازه افراد جامعه وابسته است (کیانی، ۱۳۹۱، ب، ص. ۷۰).

۴-۱. رویکرد ایران به مسئله

جامعه ایران در دهه‌های اخیر شاهد رشد گروه‌های دینی و معنوی جدید بوده است. این گروه‌ها یکی از اهدافشان را آرامش بخشیدن به انسان و کاهش رنج‌ها و شفای دردهای او اعلام می‌کنند و در فرایند جذب اعضا، به تدریج، محتواهای غیرمرسوم و نامتعارف دینی و معنوی خود را آشکار می‌کنند (سعیدی، ۱۴۰۱، ب، ص. ۲۲۵). به راحتی می‌توان بر اساس مشاهدات موردی، دریافت که گروندگان به این گروه‌ها طیف متنوعی از افراد را شامل می‌شوند و از جمله برخی زنان و مردان مسلمان و متدین را می‌توان مشاهده کرد که از سر ناآگاهی در جلسات و محافل این گروه شرکت می‌کنند یا به مطالعه کتاب‌ها و مجلات «معنویت‌گرایی نوپدید» می‌پردازند (حمیدیه، ۱۳۹۲، ص. ۳۶). نهادهای رسمی دین معمولاً این افراد را فریب‌خورده تبلیغات بیگانگان می‌دانند و نهادهای سیاسی نیز غالباً با مرییان آنها، برخوردی امنیتی دارند. در عین حال، طی چند دهه اخیر شواهد عادی حاکی از ادامه گسترش این گروه‌ها به‌طور مخفی و نیمه مخفی بوده است (سعیدی، ۱۴۰۱، ب، ص. ۲۲۵). در ایران، مهم‌ترین دغدغه اکثر نهادهای دینی و فرهنگی و بخش مهمی از دینداران سنتی جامعه این است

که معنویت‌ها و عرفان‌های نوظهور، همگی ساخته نظام سلطه، با هدف نابودی دین و انقلاب اسلامی هستند و بنابراین، مناسب‌ترین راهکار مواجهه بعد از کمی ارشاد و هشدار، برخورد امنیتی و فیزیکی است (سعیدی، ۱۴۰۱، ب، ص. ۲۳۶). یکی از راه‌های مورد استفاده مخالفان تحول دینی در جوامع مختلف، برای منع فعالیت جنبش‌های نوظهور، تهمت‌زدن است. کلارک (2006, pp. 57-66) مشهورترین اتهام، یعنی شستشوی مغزی را با تفصیل بیشتری بررسی کرده است. درحالی‌که به نظر می‌رسد این اتهام توسط فجایی نظیر معبد خورشیدی و دروازه بهشت تأیید شده باشد، کلارک نشان می‌دهد این ادعا هرگز از طریق شواهد مستحکم اثبات نشده است (سعیدی، ۱۴۰۱، ب، ص. ۲۳۱).

پژوهش‌های متنوعی در حوزه جنبش‌های دین و معنویت انجام شده است؛ البته بررسی پژوهش‌های مختلف در این حوزه بسیار مهم و اساسی است. برخی از پژوهش‌هایی که به جنبش‌های معنویت پرداخته‌اند در جدول ۱ آمده است:

جدول (۱): برخی از پژوهش‌های مربوط به جنبش‌های معنویت

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌های پژوهش
مشهدیان عطاش (۱۳۸۹)	سیر اخلاق در جنبش‌های نوپدید دینی	مؤلفه‌های اخلاقی در مکاتب و ادیان نوپدید مورد سنجش قرار گرفته و در نهایت اثبات شود که: ۱- در این جنبش‌ها عموماً اخلاق چه به معنای سکولار و چه غیر آن رعایت نمی‌شود؛ ۲- مکاتب عرفانی نوپدید، بر خلاف ادعایشان، فاقد ارزش‌های اخلاقی هستند.
شاه‌حسینی (۱۳۹۳)	شست‌وشوی مغزی، کنترل ذهنی و جنبش‌های نوپدید دینی	فرایندهای کنترل ذهنی، شست‌وشوی مغزی و روش‌های ظریفی پرداخته شده که به‌طور ناآشکار، ذهن افراد درگیر در فرقه‌ها را ماهیتی متفاوت می‌دهد.
ناصری‌زاده (۱۳۹۵)	پلورالیزم دینی در آیین‌ها و عرفان‌های نوپدید	آنچه ظاهر مسئله بیان می‌کند که تأثیر حمایتی از سوی پلورالیزم دینی بر حفظ «عرفان‌های نوپدید»

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌های پژوهش
	معناگرا	در سطح جهان می‌باشد؛ اما با توجه به یافته‌های این مطالعه می‌توان به نقش دوطرفه کنشی، واکنشی حفظ و بقا بین «پلورالیزم دینی» و «اصل ظهور عرفان‌های» نوپدید در سطح جهان، به ویژه در کشورهای اسلامی اشاره کرد.
تاجی اشکفتکی و همکاران (۱۳۹۹)	آسیب‌شناسی جریان‌های فرهنگی نوپدید در ایران (مطالعه موردی عرفان حلقه)	آسیب‌های ناشی از ترویج آموزه‌های عرفان حلقه در حوزه اجتماعی، شامل تغییر فرهنگ، ایجاد چالش در هویت ملی، متهم کردن نظام به اعمال محدودیت، ترویج سیاست تساهل و تسامح افراطی و... است و آسیب‌ها در حوزه سیاسی نیز شامل راه‌اندازی جنگ نرم، نفوذ در حاکمیت، تضعیف و تشکیک در مبانی امنیت ملی، ترور فرقه‌ای، تبلیغات ضدنظام و غیره است.
سعیدی (۱۴۰۱)	جامعه و گروه‌های نوپدید دینی و معنوی	رواج این گروه‌ها را نمی‌توان، تنها نوعی نفوذ خارجی دانست بلکه رشد این گروه‌ها، بیشتر تحولی فرهنگی و دینی و متأثر از روندهای کلان اجتماعی است و بنابراین، مسائلی را که در برهم کنش با جامعه به وجود آورده‌اند، نمی‌توان صرفاً با برخورد فیزیکی و امنیتی حل کرد.
کاظم‌زاده (۱۴۰۱)	علل گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی در ایران معاصر (مطالعه موردی: فرقه اکنکار)	نتایج پژوهش بر وجود ارتباط و همبستگی میان «احساس محرومیت» و «گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی - اکنکار» حکایت دارد؛ به‌طوری‌که طبق یافته‌ها، هر پنج نوع احساس محرومیت، در گرایش ایرانیان به اکنکار مؤثر بوده است.
احمدی و ایزدی (۱۴۰۲)	آسیب‌شناسی هویتی عرفان‌های نوظهور	رشد و نفوذ این گروه‌ها در بلندمدت با توجه به انحرافی که ناآگاهانه در ذهن مخاطب از معنویت

پژوهشگر(ان)	عنوان پژوهش	یافته‌های پژوهش
		ایجاد می‌کند، می‌تواند هویت افراد را تحت تأثیر قرار داده و باورهای دینی را خدشه‌دار نماید، به‌همین دلیل شناخت و مدیریت آن لازم و تنها در پرتو بصیرت صورت می‌گیرد.

در بخش بررسی مطالعات خارجی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

گوردن لینچ^{۱۷} در کتاب «معنویت جدید: مقدمه‌ای بر باور پیشرو در قرن بیست‌ویکم»^{۱۸} مباحثی را درباره معنویت جدید و ریشه‌های آن، ارتباطش با سازمان‌های دینی جدید و تمدن مطرح کرده است. جرمی کارت^{۱۹} و ریچارد کینگ^{۲۰} نیز در کتابشان با عنوان «فروش معنویت: به نرمی تصاحب‌کردن دین»^{۲۱} بیشتر به جنبه‌ها و کارکردهای سیاسی و اقتصادی جنبش‌های معنویت‌گرا برای جوامع معاصر پرداخته‌اند (سعیدی، ۱۴۰۱، الف، ص. ۱۶۳). پژوهش‌گرانی چون دیوید لیون^{۲۲}، پاول هیلاس^{۲۳}، لیندا وودهد^{۲۴}، دیوید ری‌گریفین^{۲۵}، ولتر هنینگراف^{۲۶}، و شووان چندلر^{۲۷} کسانی هستند که مفهوم جدید معنویت را در خلال تحلیل گفتمان فرهنگی پست‌مدرن تبیین کرده‌اند (شاکرنژاد، ۱۳۹۴، ص. ۹۹). مطالعه حاضر سعی دارد با ترکیب یافته‌های پژوهش‌های دیگران به واکاوی موضوع پردازد و راهی جدید برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و دینی نمایان کند. واکاوی پژوهش‌ها باعث گسترش علمی حوزه مورد مطالعه می‌شود. مطالعه دیدگاه‌های مختلف پژوهشگران می‌تواند در توسعه علم کمک کند و موجب گسترش فهم و درک عمیق دانش شود؛ بنابراین واکاوی پژوهش‌های ادیان در پاسخ به این پرسش بسیار مهم و اساسی است که پژوهشگران ایرانی به چه مباحثی در

17. Gordon Lynch

18. The New Spirituality: An Introduction to Progressive Belief in the Twenty-first Century

19. Jeremy Card

20. Richard King

21. Selling Spirituality: The Silent Takeover of Religion

22. David Lyon

23. Paul Heelas

24. Linda Woodhead

25. David Ray Griffin

26. Wouter Hanegraaff

27. Siobhan Chandler

خصوص جنبش‌های نوپدید دینی پرداخته‌اند. شناخت مباحث مورد توجه پژوهشگران و تبیین پدیده‌های مورد مطالعه بسیار مهم و حائز اهمیت است. این مطالعه به دنبال پاسخ این پرسش‌های است:

- ۱- موضوعات و مباحث مورد توجه در پژوهش‌ها با عنوان جنبش‌های نوپدید دینی کدامند؟
- ۲- مقوله‌ها و مفاهیم مرتبط با جنبش‌های نوپدید دینی در ایران در چه دسته‌هایی قابل طبقه‌بندی هستند؟

۲. روش پژوهش

این پژوهش از نظر هدف از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای و اکتشافی است. روش پژوهش از نوع روش پژوهش‌های کیفی و مرور نظام‌مند است و از روش فراترکیب سود برده است. فراترکیب؛ تحلیل کیفی یافته‌های پژوهش‌های گذشته است (Bench & Day, 2010)، فراترکیب نوعی مطالعه کیفی است که اطلاعات و یافته‌های استخراج‌شده از پژوهش‌های کیفی دیگر با موضوع مرتبط و مشابه را بررسی می‌کند. در نتیجه، نمونه مورد نظر برای فراترکیب، از مطالعات کیفی منتخب و بر اساس ارتباط آن‌ها با سؤال پژوهش تشکیل می‌شود (سهرابی و دیگران، ۱۳۹۰). فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف به کشف موضوع‌ها و استعاره‌های جدید و اساسی می‌پردازد و با این روش، دانش جاری را ارتقاء داده و دید جامع و گسترده را نسبت به مسائل به وجود می‌آورد. فراترکیب مستلزم این است که پژوهشگر بازنگری دقیق و عمیقی انجام داده و یافته‌های کیفی مرتبط را ترکیب کند (Zimmer, 2006).

جامعه آماری شامل پژوهش‌های انجام‌شده با کلیدواژه «جنبش‌های نوپدید دینی» در عنوان مقالات از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۱ است، تعداد ۱۳ مقاله در این مطالعه مورد استفاده قرار گرفتند. به منظور اعتباربخشیدن به پژوهش حاضر، قابل ذکر است؛ معیارهای متفاوتی جهت ارزیابی اعتبار و کیفیت مطالعات مرور ادبیات وجود دارد از قبیل: ۱- ثبت مراحل انجام پژوهش، ۲- انتخاب دقیق معیارهای ورود و خروج و ۳- انتخاب پژوهش‌ها از

منابع معتبر. بر اساس این معیارها، مراحل پژوهش حاضر بر اساس روش انجام مرور ادبیات یک‌به‌یک ثبت شده است. از طرفی معیارهای ورود و خروج از مطالعات در بخش مربوطه به تفصیل شرح داده شده است. پژوهش‌ها نیز همگی از پایگاه‌های معتبر، «SID»، «civilica»، «ensani»، «noormags» و نشریات علمی انتخاب شده‌اند؛ بنابراین می‌توان از اعتبار و کیفیت پژوهش حاضر اطمینان حاصل کرد. در رابطه با نوآوری پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- ۱- تمرکز بر موضوع و جامعه آماری خاص؛ این مطالعه اولین مرور جامع در زمینه «جنبش‌های نوپدید دینی» در جامعه «مقالات» است.
- ۲- بازه زمانی؛ این پژوهش، مطالعات منتشر شده در بازه زمانی «۱۳۸۸ تا ۱۴۰۲» را بررسی می‌کند که تاکنون مرور نشده است.
- ۳- روش شناسی نوین؛ در این مطالعه از روش «جنبش‌های نوپدید دینی» برای تحلیل داده‌ها استفاده شده که در مطالعات قبلی به کار نرفته است.
- ۴- ترکیب پژوهش‌ها و روش‌ها؛ این پژوهش با ترکیب پژوهش‌ها و روش‌های مورد مطالعه، دیدگاه جامع‌تری نسبت به مطالعات قبلی ارائه می‌دهد.
- ۵- شناسایی شکاف‌های پژوهشی؛ این مطالعه به شناسایی شکاف‌های در پژوهش‌های موجود و ادبیات مربوطه مطالعات قبلی می‌پردازد و مسیرهای جدیدی برای پژوهش‌های آینده آشکار می‌کند.
- ۶- کاربرد علمی؛ نتایج این پژوهش می‌تواند به‌طور مستقیم در زمینه «جنبش‌های نوپدید دینی» مورد استفاده قرار گیرد.

۳. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

۳-۱. یافته‌های توصیفی

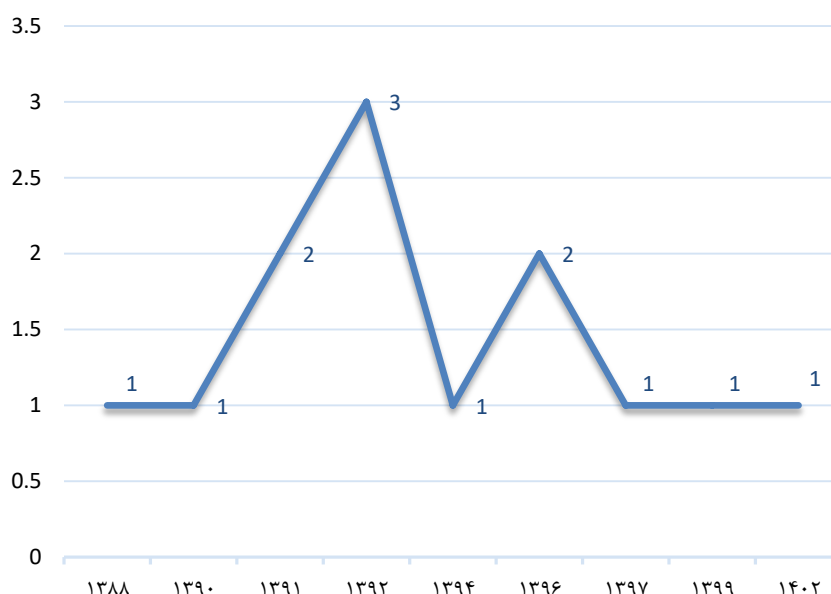
پژوهش حاضر به دنبال درک عمیق و شناسایی جنبش‌های نوپدید دینی است. بدین‌منظور، مطالعات مختلف مورد ارزیابی قرار گرفت. جداول ۲ تا ۶ بیانگر یافته‌های این بخش از پژوهش هستند.

جدول (۲): مقالات جنبش‌های نوپدید دینی مورد مطالعه

نام نویسنده	کد نویسنده	عنوان مقاله	نوع روش
ریاحی و جعفری (۱۳۸۸)	P1	بررسی همبسته‌های اجتماعی میزان گرایش دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران به جنبش‌های دینی جدید	کمی
رستمیان (۱۳۹۰)	P2	تأثیر ادیان شرق بر جنبش‌های نوپدید دینی	کیفی
کیانی (۱۳۹۱)	P3	در باب چیستی جنبش‌های نوپدید دینی	کیفی
کیانی (۱۳۹۱)	P4	علت شناسی جنبش‌های نوپدید دینی	کیفی
کیانی (۱۳۹۲)	P5	خاستگاه «جنبش‌های نوپدید دینی» از نگاه جامعه‌شناختی	کیفی
کیادربندسری و خانی اوشانی (۱۳۹۲)	P6	مدرنیته، رسانه و جنبش‌های نوین دینی	کیفی
حمیدیه (۱۳۹۲)	P7	جنبش‌های نوپدید معنوی: دین یا عرفان؟	کیفی
هزارجریبی و فراهانی (۱۳۹۴)	P8	بررسی عوامل اجتماعی و سیاسی مؤثر بر گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی (مطالعه موردی: دو جنبش اکنکار و ایلیا رام‌الله)	کمی
مدنی و ابراهیمی (۱۳۹۶)	P9	آسیب‌شناسی رابطه زنان و جنبش‌های نوپدید دینی	کیفی
مشایخی و حمیدیه (۱۳۹۶)	P10	زمینه‌های فرهنگی — اجتماعی گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی در ایران (با تأکید بر عرفان حلقه و اکنکار)	کمی
خیری و آتشین صدف (۱۳۹۷)	P11	نقد و بررسی آموزه‌های اگزیستانسیالیستی در جنبش‌های نوپدید دینی	کیفی
هوشمندخوی و حمیدیه (۱۳۹۹)	P12	مطالعه جنبش‌های نوپدید دینی در چشم‌انداز جهانی شدن با تأکید بر تجربه ژاپن	کیفی
علوی (۱۴۰۲)	P13	درآمدی بر جریان‌شناسی جنبش‌های دینی نوپدید نوستی در قاره آفریقا	کیفی

آنچه که برای انتخاب مقالات در جدول ۲ ملاک عمل قرار گرفت، وجود کلید

واژه‌های «جنبش‌های نوپدید دینی» در عنوان مقاله‌های فارسی بود. بقیه موارد نظیر عرفان نوظهور، ادیان نوظهور و غیره فقط در تدوین ادبیات و الگوهای ذهنی و در شناخت بهتر پدیده مورد مطالعه استفاده شده‌اند؛ بنابراین فقط تعداد ۱۳ مقاله مرتبط با هدف این مطالعه به دست آمد. فراوانی مقالات بر اساس سال نشر در نمودار ۱ بیان شده است.



نمودار (۱): فراوانی مقالات جنبش‌های نوپدید دینی بر اساس سال نشر

مطابق نمودار ۱، سال ۱۳۹۲ با ۳ فراوانی بیشترین مقدار از مقالات منتخب را به خودش اختصاص داده است. با نگاه دقیق‌تر به این نمودار مشاهده می‌شود که در سال ۱۳۹۱ با ۲ مقاله نشان می‌دهد در بازه زمانی ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ بیشترین توجه از سوی پژوهشگران به این پدیده صورت گرفته است. مقالات مربوط به سرمایه انسانی بر اساس محل نشر و جایگاه علمی محل انتشار مورد بررسی قرار گرفتند و در جدول ۳ بیان شده است.

جدول (۳): آمار مقالات جنبش‌های نوپدید دینی بر اساس سال نشر

درجه علمی نشریه	فراوانی	درصد فراوانی
علمی - پژوهشی	۳	۲۳/۰۸
علمی تخصصی	۸	۶۱/۵۴
تخصصی	۱	۷/۷
علمی ب	۱	۷/۷
فصلنامه	۳	۲۳/۰۸
دوفصلنامه	۱۰	۷۶/۹۲
جمع	۱۳	۱۰۰

مطابق جدول ۳، همه مقاله‌ها در نشریات چاپ شده‌اند. ۶۱/۵۴ درصد مقالات بررسی شده مربوط به نشریات علمی - پژوهشی است. مقالات مربوط به «جنبش‌های نوپدید دینی» بر اساس جایگاه علمی و وابستگی سازمانی نویسندگان بررسی شده‌اند و اطلاعات مربوطه در جدول ۴ بیان شده است.

جدول (۴): مقالات بر اساس جایگاه علمی و وابستگی سازمانی نویسندگان

درجه علمی نویسندگان			وابستگی نویسندگان		
درجه علمی	فراوانی	درصد فراوانی	نام سازمان/دانشگاه	فراوانی	درصد فراوانی
عضو هیئت علمی	۴	۲۰	دانشگاه‌های دولتی	۱۴	۷۰
استاد	۱	۵	دانشگاه آزاد اسلامی	۲	۱۰
استادیار	۶	۳۰	پژوهشکده‌ها	۴	۲۰
دکتری	۲	۱۰	جمع	۲۰	۱۰۰ درصد
دانشجوی دکتری	۳	۱۵			
کارشناس ارشد	۳	۱۵			
دانشجوی کارشناسی ارشد	۱	۵			
جمع	۲۰	۱۰۰ درصد	جمع	۲۰	۱۰۰ درصد

جدول ۴ حاکی از آن است که ۵۵ درصد از نویسندگان عضو هیئت علمی بودند که

شامل؛ ۱ نفر استاد، ۶ نفر استادیار بودند. بیشترین درصد وابستگی سازمانی نویسندگان متعلق به دانشگاه‌های دولتی با ۷۰ درصد شامل؛ دانشگاه تهران (۴)، دانشگاه علامه طباطبائی (۲)، دانشگاه مازندران (۲) و دانشگاه‌های تربیت مدرس، شهید بهشتی، الزهراء، مفید قم، ادیان و مذاهب و باقرالعلوم هرکدام یک نویسنده داشته‌اند. دانشگاه آزاد اسلامی نیز با دو نفر، ۱۰ درصد نویسندگان را به خود اختصاص داده است. پژوهشکده باقرالعلوم و پژوهشگاه بین‌المللی المصطفی (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) نیز به ترتیب با سه و یک نفر، ۲۰ درصد از نویسندگان را به خود اختصاص داده‌اند.

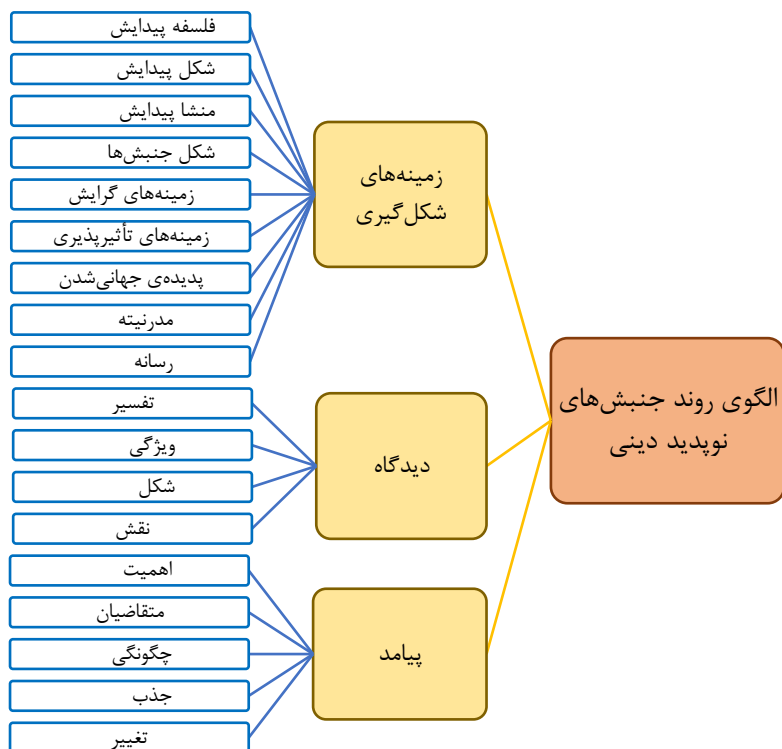
۲-۳. یافته‌های استنباطی

پس از بررسی چکیده و نتایج پژوهش‌ها، تعداد گزاره‌ها و مقوله‌های مرتبط دسته‌بندی شد. نتایج این فرایند در ادامه آمده است:

جدول (۵): موضوعات و مباحث مورد مطالعه در مقالات جنبش‌های نوپدید دینی

موضوعات عمده	مقوله‌های اصلی
زمینه‌های شکل‌گیری	تأثیر ادیان شرق (P2)
	گرایش به جنبش‌های دینی (P10)
	گرایش به جنبش‌های دینی (P8)
	علت‌شناسی جنبش‌های (P4)
	خاستگاه جنبش‌های (P5)
	مدرنیته و رسانه (P6)
	جریان‌شناسی جنبش‌های (P13)
دیدگاه	آموزه‌های اگزیستانسیالیستی در جنبش‌های (P11)
	چیستی جنبش‌های (P3)
	چیستی جنبش‌های (P7)
پیامد	چشم‌انداز جهانی‌شدن و جنبش‌های (P12)
	پیوستن زنان به جنبش‌های (P9)
	میزان گرایش دانشجویان به جنبش‌های (P1)

بر اساس یافته‌های جدول ۵، موضوعات عمده پژوهش‌های انجام شده در سه مقوله «زمینه‌های شکل‌گیری»، «دیدگاه» و «پیامد» دسته‌بندی شده است. شکل ۱ و جدول ۷ بیانگر یافته‌های این بخش است.



شکل (۱): الگوی روند جنبش‌های نوپدید دینی

جدول (۶): کدگذاری مقوله‌های پژوهش

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
زمینه‌های شکل‌گیری	فلسفه پیدایش	انسان امروز در زندان تنهایی، گسستگی پیوندها، فشارهای روانی، اضطراب‌ها، افسردگی‌ها، پوچی‌ها و بی‌معنایی‌ها گرفتار است و معنویت‌های نوظهور صرفاً برای حل این مشکلات به عرصه حیات بشری وارد شده است (مظاهری سیف، ۱۳۸۹، ص. ۵۷). فرقه‌ها اغلب کوچک باقی می‌مانند و تبدیل آن‌ها به یک فرقه نهادینه‌شده و سازمان‌یافته به سختی اتفاق می‌افتد (ملتون، ۱۳۸۱، صص. ۲۴۱-۲۴۲). جنبش‌های اجتماعی نوپدیدی هستند که دینی‌اند و از تعالیم و آموزه‌های معنوی شکل گرفته و داعیه به سعادت رساندن پیروان خود را دارند (P3: ۸۶). این جنبش‌ها که با عضوگیری سعی در افزایش کمی خود دارند با استفاده از شخصیت کاریزماتیک رهبر فرقه و همچنین روش‌هایی نظیر شستشوی مغزی^{۲۸} و کنترل ذهن سعی در یکسان‌سازی ذهنیت تمام اعضای فرقه با رهبر آن و در نتیجه حرف شنوی تمامی آن‌ها از وی دارند (P6). جنبش‌های نوین دینی در تلاش روزافزون برای جذب عضو و افزایش کمیت‌گرایی هستند. به‌گونه‌ای که اساساً تداوم حیات این جنبش‌ها به کثرت اعضای آن‌ها وابسته است (P6). امیل دورکیم، بی‌ رغبتی مردم به دین را از یک‌سو و زوال آن را در جامعه و ازسوی دیگر، دین به‌مثابه مهم‌ترین عامل ایجاد یکپارچگی و نظم اجتماعی، به ابراز نظریه‌های التقاطی درباره جامعه و دین پرداخت که اکنون همگی آنان از اصول اساسی معنویت‌های سکولار به حساب می‌آیند (P5: ۹۴).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	۳ ۳ ۳	«تصور اینکه جنبش‌های نوپدید دینی راه نجاتی برای انسان‌های مصیبت‌زده، درمانده و بی‌پناه است» اگرچه در شکل‌گیری آن، عامل اصلی نیست؛ اما در گسترش و پیوستن مردم به این جنبش‌ها عامل اصلی است (P2: ۴۳). تفاوت و تکرار زیادی در جنبش‌های معنوی وجود دارد و هیچ معنای واحد و اشکالی واحد از جنبش‌های معنوی در جهان وجود ندارد و معنای جنبش‌های دینی پیدایش در ایران بر حسب اینکه ریشه هندوستانی یا ژاپنی متفاوت هستند (P3: ۹۰).
	۳ ۳ ۳	منشأ جنبش‌های نوپدید دینی از لحاظ تاریخی از شرق شروع شده است (P2). کانون جنبش‌های نوپدید، کشور ژاپن است (P2). آیین بودا زمینه‌ساز جنبش‌های نوپدید دینی است (P2). جنبش‌های دینی نوشتنی آفریقا در سه جریان اصلی سعی در احیا و ابقای خود در صحنه متنازع دینی آفریقا دارند که این سه جریان عبارت‌اند از: جنبش‌های درآمیخته با مسیحیت، جنبش‌های درآمیخته با اسلام و جنبش‌های پان‌آفریقایی (P13). در فرایند شکل‌گیری این جنبش‌ها در آفریقا، عوامل عدیده‌ای دخالت دارند؛ بسیاری از آن‌ها به‌مثابه واکنشی به ظلم استعمارگران، استثمار طولانی‌مدت، تبعیض‌های دینی - قومیتی از سوی نهادهای استعماری - دینی خارجی، به‌ویژه سفیدپوستان غربی، جوانه زده‌اند (P13: ۵۷). اروپا در دوره رنسانس با ظهور گرایش پروتستان در مسیحیت، نگرش جدیدی را به دین پدید آورد. در دوره انقلاب صنعتی نیز اروپاییان با فرهنگ و اقوام دیگر که زمینه‌های نگرش جدید به دین‌شناسی را فراهم کرد آشنا شدند و تأثیر عمیقی، هم بر فرهنگ غرب گذاشت و هم کشورهایی که فرهنگ غرب در آن حضور می‌یافت. دو جنگ جهانی، انسان غربی را به‌دنبال راه جدیدی برای زندگی کشاند (رستمیان، ۱۳۹۰، ص. ۴۰).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	۳ ۲ ۱ ۰	این جنبش‌ها اجتماعی هستند و شامل سازمانی کاملاً مشخص و شکل گرفته که برای دفاع، گسترش و دستیابی به اهدافی خاص به گروه‌بندی و تشکل اعضا می‌پردازند (P3: ۸۶). گیدنز (۱۳۷۸، ص. ۱۲۰) معتقد است که در هر نوع جامعه مدرن، فرد را بر تنوع دشواری از انتخاب‌های ممکن قرار می‌دهد و چندان کمکی به فرد ارائه نمی‌دهد تا وی را در گزینش‌هایش یاری کند (P10: ۵۶). عموماً جنبش‌های نوپدید دینی پدیده‌ای شهری به‌شمار می‌آیند (P10: ۶۲). گرایش افراد به جنبش‌ها دارای شدت و ضعف است؛ این امر به ساختار خانواده و شخصیت آنان بستگی دارد (P10: ۶۲). خاستگاه جنبش‌های نوپدید دینی، اعتراض علیه مدرنیته و پاسخی به کاستی‌های پدیدآمده در جامعه غربی است (P11: ۶۸). تنوع فزاینده ادیان و سنت‌های بومی در آفریقا (Laura et al., 2019, p. 5).
	۲ ۱ ۰	سبک زندگی نوین، بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10). تنها یک زمینه موجبات گرایش افراد به جنبش‌ها را فراهم نیاورده، بلکه مجموعه‌ای از زمینه‌ها در گرایش به آن اثرگذار است (P10: ۶۲). بحران هویت، بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10). محرومیت اخلاقی (تضاد ارزشی)، بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10). التقاط‌گرایی، بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	زمینه‌های پیشینه‌ای	جنبش‌های نوپدید دینی، به شدت متأثر از جریان‌های معرفت‌شناسانه و اجتماعی بوده و هستند (P3: ۸۹). تغییرات سیاسی نظیر؛ امپریالیسمی و سوسیالیسمی، بحران‌های اقتصادی، مجادله‌های نظامی؛ به‌خصوص جنگ جهانی اول و دوم و شبه‌جنگ‌های مذهبی، بحران‌های روان‌شناسانه نظیر؛ افزایش ترس، استرس و اضطراب، علم‌گرایی افراطی و فناوری لجام گسیخته بخش مهمی از مدرنیته را شکل داده اند که در پیدایش جنبش‌های دینی موثرند (P4: ۶۸). استقلال فزاینده معنویت از دین در اواخر قرن بیستم را می‌توان در تمایل مردم مشاهده کرد به اینکه خود را نه دیندار بلکه پیرو معنویت بدانند (P7: ۳۹). معنویت‌های معاصر، به‌راستی و به‌معنای درست کلمه، به دین‌هایی نوپدید تبدیل شده‌اند (P7: ۴۳). سست شدن هویت‌های ملی، بسیاری از این جنبش با جستجوی نوعی هویت فراملی به مدد ابزارهای جهانی‌شدن تا اندازه‌ای درصدد بازسازی هویت‌های ملی نیز هستند (P12: ۲۸۳). جنبش‌های نوین دینی از لحاظ ماهیت «معنویت معاصر»، دعوی جایگزینی دین را دارند (P7). رهبری کاریزماتیک، بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10). چنانچه فرقه‌های نوظهور در ایران را در ساحت جنبش‌های نوین اجتماعی قلمداد شوند، برخی از مؤلفه‌های مشترک بین این دو مشاهده می‌شوند که حاکی از وجود شرایط مساعد در جامعه برای رشد چنین پدیده‌هایی است (P8: ۱۰). بین تغییر الگوی مرجع، هژمونیک شدن نظام سیاسی و گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی رابطه معنادار است (P8).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	پدیدارشناسی	پدیده جهانی‌شدن دو اثر بر گسترش فرقه‌ها داشته است. یکی غربی‌شدن شرقی‌ها که از قرن ۱۹ به‌شدت سبک زندگی و آداب و رفتار آنان به غرب گرایش یافت. دوم شرقی‌شدن غربی‌ها که در این فرایند به عقاید دینی شرقی‌ها تمایل نشان داده‌اند و تأثیر پذیرفته‌اند (P4: ۷۹). جنبش‌های نوپدید در گرو فرایند جهانی‌شدن برای غلبه بر بحران هویت معنا، پدید آمده‌اند (P5). جنبش‌های نوپدید دینی در ژاپن، قرار گرفتن در معرض دادوستدهای اطلاعاتی جهان جهانی‌شدن (P12).
	تفسیر	جنبش‌های اجتماعی نوپدید و ماهوی‌اند. یعنی متأثر از مدرنیته و فضای جدید فلسفی - اجتماعی دوران معاصر هستند و نوپدید زمانی‌اند (P3: ۸۶). مدرنیته زمینه‌ساز جنبش‌های نوین دینی است (P6). همه رخدادهای فضای مدرنیته به‌طور مستقیم و غیرمستقیم در پیدایش فرقه‌های جدید مؤثر بوده است (P4: ۶۸). جنبش‌های نوپدید دینی در ژاپن، در بستر انقلاب فناوری اطلاعات پدید آمده‌اند (P12). توماس لاکمن ^{۲۹} (۱۹۹۹) جامعه‌شناس معاصر آلمانی، رابطه مشخصی بین ظهور جنبش‌های نوپدید دینی و پیامدهای مدرنیته قائل است (P6). مدرنیته به‌مثابه خاستگاه و منشاء شکل‌گیری جنبش‌های نوین دینی تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متعددی بر این پدیده داشته است (P6).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	چ	از دید برخی از پژوهشگران، ماهیت برخی از رسانه‌ها ازجمله تلویزیون متضاد با ماهیت و غایت دین و دین‌پذیری است (حسینی، ۱۳۸۷، ص. ۱۲). رسانه‌ها توده مردم را به سمت‌وسوی سلیقه‌ای یکسان که متناسب با اهداف آنهاست پیش می‌برند و از این رهگذر بهره‌برداری‌های اقتصادی یا سیاسی و فرهنگی مختلفی می‌کنند (P6). از ظرفیت‌های اینترنت و شبکه‌های مجازی، تلویزیون، رادیو و شبکه‌های ماهواره‌ای، جراید، نشریات، مجلات و حتی ارتباط چهره‌به‌چهره بهره می‌گیرند (P6). رسانه زمینه‌ساز جنبش‌های نوین دینی است (P6). رسانه‌های نوین بر گرایش به جنبش‌های نوپدید مؤثر بودند (P10). توسعه رسانه‌های جمعی، وسایل الکترونیکی، ماهواره و اینترنت، امکان مسافرت‌های سریع و آسان، پیشرفت صنعت چاپ و غیره باعث افزایش تنوع دینی در سطح وسیع دسترسی آسان به آن‌ها برای همه افراد و جوامع بشری با فرهنگ‌های مختلف شده است (P4: ۸۰). فعالیت جنبش‌های نوپدید دینی در «رسانه‌های نوین» مشهود است که مجموعه متمایزی از فناوری‌های ارتباطات و دارای ویژگی‌های مشترک «دیجیتالی‌بودن» و دسترسی گسترده شهروندان به آن برای استفاده شخصی، عاملی بودن، تمرکززدایی، تکه‌تکه‌بودن، بی‌زمانی و بی‌مکانی و جهانی‌بودن است (وکیلی، ۱۳۸۶، ص. ۱۰). زوئن معتقد است که رسانه‌ها به سه طریق به جنبش‌های نوین کمک کرده‌اند. نخست اینکه جنبش‌ها از طریق رسانه‌ها قادر هستند به جمعیت بزرگ‌تری از مخاطبان دست یابند و تصدیق مدام را برای آرمان‌های هر جنبش جلب کنند. دوم اینکه پوشش رسانه‌ای می‌تواند بین جنبش‌ها و سایر عواملان اجتماعی پیوندهایی نمادین برقرار کند و قادر است اولویت‌ها و دستور کار نهادهای مختلف را زیر نفوذ قرار دهد. سوم اینکه فعالیت جنبش‌ها وقتی تحت پوشش رسانه‌های خبری قرار می‌گیرد، در برخی اعضای آن‌ها این احساس را برمی‌انگیزد که کوشش ایشان برای دنیای خارج اهمیت دارد (زند وکیلی، ۱۳۸۳: ۶۵).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
دین‌گاه	دین‌گاه	خدا در جنبش‌های نوپدید دینی روحی است که در سراسر عالم، ساری و جاری است (P2: ۴۸). منظور از دینی‌بودن این جنبش‌ها، این نیست که ساختار و اهداف رایج در ادیان بزرگ را دارند، بلکه مشمول همه مراسم و آیین‌های شبه‌دینی می‌شوند (P3: ۸۶). جنبش‌های نوپدید دینی، ده‌ها هزار مصداق خارجی را پوشش می‌دهد (P3: ۸۹). دورکیم ^{۳۰} (1961, p. 9) در مورد فروپاشی دین‌های سنتی در دوران مدرن معتقد است؛ باید جانشین‌های معقولی برای مفاهیم دینی کشف کرد. مفاهیمی که از دیرباز به‌مثا به گردونه‌هایی در خدمت ضروری‌ترین تصورات اخلاقی به‌کار می‌رفتند (P5: ۸۲).
	دین‌گاه	جنبش‌های معنوی دارای خصیصه‌های انعطاف‌پذیری و متغیری دارند (P3: ۸۹). این جنبش‌ها ویژگی‌های مشترکی از جمله: ۱- رهبری فرهمند با پیامی منحصر به فرد، ۲- طلب اطاعت محض از پیروان، ۳- معنویت شخصی، ۴- اقتباس از تعالیم دیگر ادیان و نقد کلیت ادیان، ۵- تلاش برای ارائه برداشت‌های دقیق‌تر و روشن‌تر از حقیقت، ۶- بیش‌ازحد احساسی و تزلزل در بنیادهای معرفتی، ۷- تفاوت فاحش با سنتی‌های عرفانی که از آن پدید آمده‌اند، ۸- تعهد در سبک زندگی و تمایز میان خودی و غیرخودی و غیره دارند (P3: ۹۰).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	۳ دین	عمده تفاوت فرقه‌گرایی جدید با سنتی، تأثر مدل جدید از مدرنیسم و مؤلفه‌های مدرنیته است (P4: ۶۸). جنبش‌های نوپدید دینی، تمایل می‌یابند که با گسترش پیروان و آموزه‌های خود فراتر از مرزهای فرهنگی جغرافیایی موطن خویش به ادیانی جهانی بدل شوند (P12: ۲۸۳). هرچند عناصر دینی موجود در جنبش‌های نوپدید معنوی، نسبت به عناصر مشابه در ادیان سنتی، تمایزهای شایان توجهی دارند؛ اما به نظر نمی‌رسد این تمایزها مانع از اطلاق عنوان «دین» بر این جنبش‌ها شوند (P7: ۴۴). ادیان جدید با فروکاستن مفهوم دین، زدودن اتوریته الهی آن، جایگزینی خودمحوری به جای خدامحوری و فرعی‌سازی دین نسبت به غایات اومانیستی، بزرگ‌ترین ضربه را بر کیفیت تدین وارد آورند، هر چند کمیت به اصطلاح دینداران را احیاناً بالا می‌برند (P8: ۱۲). هر انسانی در شرایط وجودی متفاوتی با دیگر انسان‌ها قرار دارد و در ماهیت با یکدیگر متفاوت هستند (P11: ۴۹). جنبش‌های نوپدید معنوی، دارای تمایزاتی آشکارند. این تمایزات عمدتاً از اومانیستی‌بودن ساختار تقدیس در این جنبش‌ها سرچشمه گرفته‌اند (P7: ۴۳).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	۳۱	فرقه‌ها از زمان شکل‌گیری ادیان رونق یافته و نقش نقادی ادیان را داشته‌اند (P4: ۶۸). وبر (۱۳۷۱: ۴۲) معتقد بود که فرقه‌های مذهبی که در سده‌های آغازین مدرنیته و در نهضت اصلاح دینی پا می‌گیرند جریاناتی ستیزگونه نسبت به خدا، مسیحیت و کلیسا نیستند بلکه قصد اصلاح رهاورد معنویت و مسیحیت را در سر می‌پروراند (P5: ۸۴). جنبش‌های نوین دینی برحسب ادعا، همه خدمات و نقش‌های دین را متناسب با جهان نوین ایفا می‌کنند (P7). جنبش‌های نوین دینی برخلاف ادیان آسمانی، فاقد الهیات هستند. «الهیات تعهدی است، هم عملی و هم نظری که در کنار جست‌وجوی پاسخ به پرسش‌های عقلانی، به‌خاطر خود پرسش‌ها - یعنی برای کشف حقیقت، صورت‌های عملی مختلفی نظیر فعالیت اخلاقی، عبادت عمومی و نظام‌معنوی را نیز زیر پوشش دارد» (ری‌گریفین، ۱۳۸۸، ص. ۱۸۹). جنبش‌های نوین دینی ادعا دارند ظرفیت بالایی برای فعال‌کردن و به‌صحنه درآوردن مردم عادی دارند و به آن‌ها فرصت و فراغت به‌مراتب بیشتر از ادیان سنتی در به‌دست گرفتن ابتکارعمل در زندگی و تصمیم‌گیری خصوصی می‌دهند (طالبی‌دارابی، ۱۳۸۳، ص. ۹۷).
۳۲	۳۲	برخی جامعه‌شناسان، ماهیت جنبش‌های نوپدید دینی را از دیدگاه جامعه‌شناسی، پسندیده، لازم و برای حیات و نظم اجتماعی ضروری می‌پندارند (P4).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	ف.۱.۱	بالاترین میزان گرایش به جنبش‌های دینی جدید در بین دانشجویان مجرد (P1)، دانشجویان رشته‌های هنر و علوم انسانی (P1)، دانشجویان اقوام لر و ترک و کرد (P1)، دانشجویان طبقات اجتماعی بالاتر (P1)، بود. گرایش دانشجویان دیندار و علاقه‌مند به هویت قومی به جنبش‌های دینی جدید، معکوس و معنادار بود (P1). در این دوران، جامعه نوین به دنبال جذب همه شهروندان به فرهنگ انتخاب آزادانه است و این امر باعث کاهش ارزش و اقتدار دیدگاه دینی می‌شود (همیلتون، ۱۳۷۷، ص. ۱۰). جهت‌گیری اصلی عضوگیری جنبش‌های نوین دینی، معطوف به جوانان بین ۱۸ تا ۲۵ سال و میان‌سالان ۳۵ تا ۴۰ سال است، برای جذب عضو معمولاً به سراغ کسانی می‌روند که مرحله گذار را سپری می‌کنند. چه گذار از کودکی به دوره بلوغ و چه گذار از چیزی که اغلب به آن بحران میان‌سالی می‌گویند (ملتون، ۱۳۸۱، صص. ۲۴۸-۲۴۹). لورا وانس، معتقد است که زنان نقش‌های گوناگونی در جنبش‌های نوین دینی ایفا می‌کنند، حتی گاهی نقش رهبری جنبش‌ها را نیز به عهده دارند؛ اما در بسیاری موارد به مرور از نقش رهبری به حاشیه رانده می‌شوند (P9: ۱۰۴). اثرهای مدرنیته، پیوستن زنان به جنبش‌های نوپدید دینی را ترغیب می‌کند (P9).
	ف.۱.۲	پلورالیسم از دیگر پیامدهای جریان فکری نوین است که به نحو وثیقی ریشه در تعالیم کانتی دارد (P6). جنبش‌های نوپدید دینی، چه در همسویی با جهانی‌شدن و چه در مخالفت با آن، لاجرم برخی از اقتضائات آن را می‌پذیرند (P12: ۲۸۳).
	ف.۱.۳	این جنبش‌ها در کل برای جذب مخاطب حداکثری و نیل به اهدافشان، به معنویت‌گرایی انسان معاصر نگاه سطحی داشته و غالباً دغدغه‌های رایج در زندگی روزمره را مورد توجه قرار داده‌اند (P13).

کدگذاری انتخابی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
	۳۱	تعداد کمی از جنبش‌ها نقش‌های جنسیتی را دچار تغییر و تحول کرده‌اند (Puttick, 1997, pp. 129-150). نقش اساسی رسانه‌ها در جهانی‌شدن، دگرگونی فرهنگی را از پیامدهای مدرنیته و جهانی‌شدن می‌داند که در نتیجه برخورد فرهنگی با فرهنگ دیگر، دگرگونی در نهادها، ارزش‌ها، گرایش‌ها و روش‌های آن فرهنگ و جامعه ایجاد می‌شود (ریویر، ۱۳۸۴، ص. ۲۵۷).

نتیجه‌گیری

یکی از مؤلفه‌های مهم و اساسی در امنیت ملی، امنیت فرهنگی است. در این راستا، یکی از آسیب‌های گسترش عرفان حلقه، مختل‌سازی امنیت فرهنگی است (تاجی اشکفتکی و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۱۴۹). جریان نوپدید با تغییر فرهنگ دینی مردم، فرهنگ سیاسی و اجتماعی را دگرگون می‌کند. در جوامع دینی، رواج جریان‌های نوپدید و تکرار آسیب‌های آن‌ها، امکان تخریب مشروعیت نظام کلی و سیاسی کشور را به همراه دارد (تاجی اشکفتکی و دیگران، ۱۳۹۹، ص. ۱۴۹). شکل‌گیری این عرفان‌ها، معلول علت‌های متنوع و متکثری است که در حوزه‌های فردی، خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و امنیتی قابلیت تبیین پیدا می‌کند (پسند، ۱۳۹۳، ص. ۷۴).

در این مطالعه سعی شد با هدف واکاوی ادیان نوظهور به بررسی پژوهش‌های انجام‌شده پیرامون جنبش‌های نوپدید پرداخته شود. تعداد ۱۳ مقاله مورد واکاوی قرار گرفت که نشان‌دهنده فقر پژوهشی در این حوزه است. مطابق جدول ۳ توزیع فراوانی مطالعات انجام‌شده در حوزه جنبش‌های نوپدید دینی و آسیب‌شناسی آن تقریباً هر سال یک مورد بوده که این تعداد پژوهش از نظر کمی کفایت لازم را برای بررسی وضعیت جنبش‌های نوپدید دینی در کشور و جهان نمی‌کند و نمی‌توان انتظار داشت که با این پژوهش‌های محدود نتایج فراگیر به‌دست آید؛ بنابراین انجام پژوهش‌های گسترده و فراگیر لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

در تحلیل یافته‌های پژوهش نشان داد تعداد ۷۹ کد باز و در مرحله کدگذاری

محوری ۱۹ کد و نهایتاً در مرحله کدگذاری انتخابی تعداد ۳ کد به دست آمد. اولین مقوله زمینه‌های شکل‌گیری شامل زیرمقوله‌های فلسفه پیدایش، شکل پیدایش، منشأ پیدایش، شکل جنبش‌ها، زمینه‌های گرایش، زمینه‌های تأثیرپذیری، پدیده جهانی شدن، مدرنیته و رسانه است. دومین مقوله شامل دیدگاه و زیرمقوله آن شامل؛ تفسیر، ویژگی و شکل، سومین مقوله نیز پیامد با زیرمقوله‌های نقش، اهمیت، متقاضیان، چگونگی، جذب و تغییر است.

به نظر می‌رسد تغییراتی که در افکار، رفتار، شیوه و سبک زندگی انسان‌ها در جهان رخ می‌دهد، باعث دگرگونی‌های مختلف در ابعاد سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و دینی جوامع می‌شود. بروز ادیان جدید و عرفان‌های نوظهور نیز از این قاعده پیروی می‌کند. پدیده جهانی شدن نیروی محرکه این تغییرات است. ازسوی دیگر رسانه‌ها و امکانات ارتباطی که به واسطه مدرنیته شدن در دست افراد مختلف جوامع بشری وجود دارد تسهیلات لازم را برای ایجاد تغییرات بنیادی در همه جوانب و شئون زندگی بشری فراهم می‌کند.

بشر امروزی با تمدن مدرن با در دست داشتن رسانه‌ها می‌تواند در سریع‌ترین زمان ممکن با هر فردی در جهان ارتباط برقرار کنند و این تسهیل‌گری رسانه و ذات جوامع مدرن باعث به وجود آمدن پدیده‌های جدید می‌شود؛ بنابراین پذیرش ذات این پدیده‌ها و اتخاذ تدابیر مناسب می‌تواند به سیاست‌گذاران و حاکمان جوامع مختلف کمک کند، تا کنترل و مدیریت بهتری نسبت به پدیده‌های نوظهور داشته باشند.

پیشنهاد

از آنجایی که موضوع دین از طریق ارتباطات و آگاهی‌رسانی ترویج می‌یابد؛ بنابراین، مروجان دینی باید در هر دو حوزه دین برای افراد مختلف به خصوص جوانان روشنگری کنند. همچنین موضوع مورد مطالعه به شدت با فقر پژوهشی مواجهه است. انجام پژوهش‌های بنیادی و کاربردی و بررسی میزان گرایش اقشار مختلف جامعه به موضوع مورد بحث می‌تواند در فهم عمیق مسئله برای سیاست‌گذاران و مدیران فرهنگی کارساز باشد.

کتابنامه

- احمدی، روح‌اله و ایزدی، جهانبخش (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی هویتی عرفان‌های نوظهور. *مطالعات بین‌رشته‌ای دانش راهبردی*، ۱۳(۵۰)، ۱۷۱-۱۹۵.
- اکبری، بهمن (۱۳۸۷). بحران هویت و هویت دینی. *فصلنامه پیک نور (علوم انسانی)*، ۶(۴)، ۲۱۹-۲۳۱.
- پسنده، مریم (۱۳۹۳). بررسی علل گرایش به عرفان‌های نوظهور در ایران و پیامدهای امنیتی ناشی از آن. *فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی/امنیتی*، ۳(۹)، ۷۱-۹۴.
- تاجی اشکفتکی، محمدرضا؛ ودیعه، ساسان و صفری شالی، رضا (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی جریان‌های فرهنگی نوپدید در ایران (مطالعه موردی عرفان حلقه). *مطالعات ملی*، ۲۱(۸۴)، ۱۳۷-۱۵۴.
- حاتمی کاکش، فرزین؛ ایدر، نبی‌اله و حسابی، احمدعلی (۱۴۰۲). تحلیل جامعه‌شناختی هویت مدرن و هویت دینی زنان (مورد مطالعه: زنان جوان نسل پس از انقلاب اسلامی شهر اهواز). *زن و مطالعات خانواده*، ۱۶(۵۹)، ۶۶-۹۳.
- حسینی، سیدحسن (۱۳۸۷). رسانه دینی یا دین رسانه‌ای. *ماهنامه پژوهشی اطلاعات حکمت و معرفت*، ۳۱(۳)، ۱۲-۱۶.
- حمیدیه، بهزاد (۱۳۹۲). ساختار قداست بخشی نوپدید موردپژوهی یک شماره از نشریه دانش یوگا. *راهبرد فرهنگ*، ۶(۲۲)، ۳۵-۶۰.
- حمیدیه، بهزاد (۱۳۹۲ الف). جنبش‌های نوپدید معنوی: دین یا عرفان؟ *ادیان و عرفان (مقالات و بررسی‌ها)*، ۴۶(۱)، ۲۹-۵۰.
- خیری، محمد و آتشین صدف، عبدالرضا (۱۳۹۷). نقد و بررسی آموزه‌های اگزیستانسیالیستی در جنبش‌های نوپدید دینی. *دوفصلنامه مطالعات معنوی*، سال هفتم، ۲۶(۲)، ۴۷-۷۰.
- رستمیان، محمدعلی (۱۳۹۰). تأثیر ادیان شرق بر جنبش‌های نوپدید دینی. *دوفصلنامه مطالعات معنوی*، ۱(۲)، ۳۷-۵۸.
- ری گریفین، دیوید (۱۳۸۸). *خدا و دین در جهان پسامدرن*. ترجمه حمیدرضا آیت‌اللهی، تهران: نشر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ریاحی، محمداسماعیل و جعفری، زین‌العابدین (۱۳۸۸). بررسی همبسته‌های اجتماعی

- میزان گرایش دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران به جنبش‌های دینی جدید. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۰(۲)، ۵۵-۸۶.
- ریویر، کلود (۱۳۸۴). درآمدی بر انسان‌شناسی. ترجمه ناصر فکوهی، تهران: نی.
- زندوکیلی، مهدی (۱۳۸۳). مردم‌شناسی فرهنگی. قم: زمزم هدایت.
- سعیدی، محمدمسعود (۱۴۰۱ الف). تحولات دینی در دنیای معاصر با تأکید بر دین‌ها و معنویت‌های جدید. مطالعات جامعه‌شناسی، ۱۵(۵۵)، ۱۶۱-۱۸۳.
- سعیدی، محمدمسعود (۱۴۰۱ ب). جامعه و گروه‌های نوپدید دینی و معنوی. مطالعات جامعه‌شناختی (نامه علوم اجتماعی سابق)، ۲۹(۲)، ۲۲۳-۲۴۰.
- سهرابی، بابک؛ اعظمی، امیر و یزدانی، حمیدرضا (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مدیریت اسلامی با رویکرد فراترکیب. نشریه چشم‌انداز مدیریت دولتی، ۲(۶)، ۹-۲۴.
- شاکرنژاد، احمد (۱۳۹۴). رواج «معنویت»؛ روی‌گردانی از دین یا بازگشت به دین؟ اسلام و مطالعات اجتماعی، ۳(۹)، ۹۵-۱۲۲.
- شاه‌حسینی، سمیه (۱۳۹۳). شست‌وشوی مغزی، کنترل ذهنی و جنبش‌های نوپدید دینی. مطالعات معنوی، ۱۳(و ۱۴)، ۳۷-۵۴.
- طالبی دارابی، باقر (۱۳۸۳). درآمدی بر چرایی و چیستی ادیان جدید. مجله اخبار/ادیان، سال دوم، ۷(۷)، ۹۶-۱۰۳.
- علوی، سیدحسین (۱۴۰۲). درآمدی بر جریان‌شناسی جنبش‌های دینی نوپدید/نوستی در قاره آفریقا. دوفصلنامه جریان‌شناسی دینی - معرفتی در عرصه بین‌الملل، ۴(۷)، ۳۷-۶۲.
- قنبری برزبان، علی و همتی، رضا (۱۳۹۴). هویت دینی در جامعه ایرانی: مرور نظام‌مند مطالعات انجام‌شده (۱۳۸۰-۱۳۹۲). جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۶(۳)، ۱۱۷-۱۳۸.
- کاظم‌زاده، پروین (۱۴۰۱). علل گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی در ایران معاصر (مطالعه موردی: فرقه اکنکار). رساله دکتری. استاد راهنما: باقر طالبی دارابی، استاد مشاور: الله‌کرم کرمی‌پور. قم: دانشگاه ادیان و مذاهب، دانشکده ادیان.
- کیادربندسری، علی و خانی اوشانی، نسرين (۱۳۹۲). مدرنیته، رسانه و جنبش‌های نوین

- دینی. دوفصلنامه مطالعات معنوی، (۷)، ۱۶۴-۱۴۱.
- کیانی، محمدحسین (۱۳۹۱.الف). در باب چیستی جنبش‌های نوپدید دینی. آینه معرفت، ۱۲(۲)، ۷۳-۹۴.
- کیانی، محمدحسین (۱۳۹۱.ب). علت‌شناسی جنبش‌های نوپدید دینی. دوفصلنامه مطالعات معنوی، (۶)، ۶۱-۸۸.
- کیانی، محمدحسین (۱۳۹۲). خاستگاه «جنبش‌های نوپدید دینی» از نگاه جامعه‌شناختی. دوفصلنامه مطالعات معنوی، (۷)، ۷۱-۹۸.
- گوهری، شهناز (۱۳۹۸). زنان در جنبش‌های نوپدید دینی. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. استاد راهنما: بهزاد حمیدیه، استاد مشاور: محمود شیخ، تهران: دانشگاه تهران، دانشکده الهیات و معارف اسلامی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). جامعه‌شناسی. ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نی.
- لارنا، انریک (۱۳۸۷). جنبش‌های نوین اجتماعی. ترجمه کمال سروریان و علی صبحدل، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
- مدنی، آزاده و ابراهیمی، زینب (۱۳۹۶). آسیب‌شناسی رابطه زنان و جنبش‌های نوپدید دینی. دوفصلنامه مطالعات معنوی، سال ششم، (۲۳)، ۹۳-۱۱۲.
- مشایخی، مصطفی و حمیدیه، بهزاد (۱۳۹۶). زمینه‌های فرهنگی - اجتماعی گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی در ایران (با تأکید بر عرفان حلقه و اکنکار). دوفصلنامه مطالعات معنوی، سال ششم، (۲۳)، ۴۷-۷۰.
- مشهدیان عطاش، وهاب (۱۳۸۹). سیر اخلاق در جنبش‌های نوپدید دینی. مطالعات اخلاق کاربردی، ۶(۲۱)، ۲۲۲-۱۹۳.
- مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۹). جریان‌شناسی انتقادی عرفان‌های نوظهور. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- ملتون، گاردون (۱۳۸۱). مطالعات ادیان جدید، گذشته و حال. ترجمه باقر طالبی دارابی، مجله هفت آسمان، (۱۵)، ۲۳۹-۲۶۰.
- مهرابی کوشکی، راضیه؛ امام‌جمعه‌زاده، سیدجواد؛ مسعودنیا، حسین و ربانی خوراسگانی، علی (۱۳۹۵). نقش سبک‌های هویتی در تبیین هویت ملی (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه اصفهان). جامعه‌شناسی کاربردی (مجله پژوهشی علوم

- انسانی دانشگاه اصفهان)، ۲۷(۶۲)، ۴۳-۶۰.
- ناصری‌زاده، محمدرضا (۱۳۹۵). پلورالیزم دینی در آیین‌های عرفان‌های نوپدید معناگرا. دوفصلنامه تأمل، ۱(۲)، ۳۰-۵.
- هزارجریبی، جعفر و فراهانی، حسن (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی و سیاسی مؤثر بر گرایش به جنبش‌های نوپدید دینی (مطالعه موردی: دو جنبش اکنکار و ایلیا رام الله). توسعه اجتماعی، ۱۰(۱)، ۷-۳۴.
- همیلتون، ملکم (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی دین. محسن ثلاثی، تهران: ثالث.
- هوشمندخوی، علی و حمیدیه، بهزاد (۱۳۹۹). مطالعه جنبش‌های نوپدید دینی در چشم‌انداز جهانی شدن با تأکید بر تجربه ژاپن. دوفصلنامه پژوهشنامه ادیان، ۱۴(۲۷)، ۲۸۶-۲۶۱.
- وبر، ماکس (۱۳۷۱). اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری. ترجمه عبدالمعبود انصاری، تهران: سمت.
- وکیلی، هادی (۱۳۸۶). آسیب‌شناسی معنویت‌گرایی نوپدید در ایران. کتاب نقد، شماره ۴۵، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.

- Bench, S & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharge: a meta-synthesis of qualitative research. *Journal of Nursing Studies*, 47(4), 487-499.
- Campbell, C. (1999). *The easternization of the west*. In B. Wilson & J. Cresswell (Eds.). *New religions movements: Challenge and response*. Routledge.
- Chandler, Siobhan (2010). *Private Religion in the Public Sphere*. in: *Religions of Modernity*, brill.
- Chryssides, G. D. (2007). *Defining the New Age*. In D. Kemp & J. R. Lewis (Eds.), *Handbook of New Age*. Brill.
- Chryssides, George D. (1999). *Exploring New Religions*. New York: Cassell.
- Chryssides, George D. (2007). *Defining the New Age*. In D. Kemp & J. R. Lewis (Eds).
- Clarke, P. (2006). *New Religions in Global Perspective*. London and New York: Routledge.
- Durkheim, E. (1961). *Moral education*. New York: NY: Free Press.
- Encarta (2004). *Cult*. In Encarta Encyclopedia. Redmond WA: Microsoft Corporation.
- Heelas, P.; Woodhead, Linda & et al. (2005). *The Spiritual Revolution: Why Religion is Giving Way to Spirituality (Religion and Spirituality in the Modern World)*. Blackwell Publishing.

- Introvigne, M. (2001). *The future of religion and the future of new religions*. CESNUR. http://www.cesnur.org/2001/mi_june03.htm
- Laura, S., Ndlovu, H. J., & van Klinken, A. (2019). *Religions in contemporary Africa: An introduction*. Routledge.
- Melton, J. G. (1999). *The rise of the study of new religions [Paper presentation]*. CESNUR 99, Bryn Athyn, PA, United States. https://www.cesnur.org/testi/bryn/br_melton.htm
- Puttick, E. (1997). *Women in New Religions: In Search of Community, Sexuality and Spiritual Power*. St. Martin's Press.
- Seol, K. (2010). *Religious identity as a mediator between religious socialization from parents, peers and mentors and psychological well-being and adjustment among Korean American adolescents [Doctoral dissertation, University of Minnesota]*. ProQuest Dissertations Publishing.
- Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Nursing*, 53(3).

References

- Ahmadi, Ruhollah and Izadi, Jahanbakhsh (2003). Identity pathology of emerging mysticisms. *Interdisciplinary Studies of Strategic Knowledge*, 13(50), 171-195. (In Persian)
- Akbari, Bahman (2008). Identity crisis and religious identity. *Peek Noor Quarterly (Humanities)*, 6(4), 219-231. (In Persian)
- Alavi, Seyyed Hossein (2003). An Introduction to the Flow of Emerging Neo-Traditional Religious Movements in the African Continent. *Bi-Quarterly Journal of Religious-Epistemological Flow in the International Arena*, 4(7), 37-62. (In Persian)
- Bench, S & Day, T. (2010). The user experience of critical care discharge: a meta-synthesis of qualitative research. *Journal of Nursing Studies*, 47(4), 487-499.
- Campbell, C. (1999). The easternization of the west. In B. Wilson & J. Cresswell (Eds.). *New religions movements: Challenge and response*. Routledge.
- Chandler, Siobhan (2010). Private Religion in the Public Sphere. in: *Religions of Modernity*, brill.
- Chryssides, G. D. (2007). Defining the New Age. In D. Kemp & J. R. Lewis (Eds.), *Handbook of New Age*. Brill.
- Chryssides, George D. (1999). *Exploring New Religions*. New York: Cassell.
- Chryssides, George D. (2007). Defining the New Age. In D. Kemp & J. R. Lewis (Eds.).
- Clarke, P. (2006). *New Religions in Global Perspective*. London and New York: Routledge.
- Durkheim, E. (1961). *Moral education*. New York: NY: Free Press.
- Encarta (2004). *Cult*. In *Encarta Encyclopedia*. Redmond WA: Microsoft Corporation.

- Ghanbari-Barzian, Ali and Hemmati, Reza (2015). Religious Identity in Iranian Society: A Systematic Review of Studies (2001-2013). *Applied Sociology (Research Journal of Humanities, University of Isfahan)*, 26(3), 117-138. (In Persian)
- Giddens, A. (1999). *Sociology*. Translated by Manouchehr Sabouri, Tehran: Ney. (In Persian)
- Gohari, Shahnaz (2019). Women in emerging religious movements. Master's thesis. Supervisor: Behzad Hamidieh, Advisor: Mahmoud Sheikh, Tehran: University of Tehran, Faculty of Theology and Islamic Studies. (In Persian)
- Hamidieh, Behzad (2013). The structure of emerging sanctity: a case study of an issue of the journal *Danesh Yoga*. *Rahbar Farhang*, 6(22), 35-60. (In Persian)
- Hamidieh, Behzad (2013a). Emerging spiritual movements: religion or mysticism?. *Religions and mysticism (articles and reviews)*, 46(1), 29-50. (In Persian)
- Hamilton, M. (2000). *Jame'eh-shenasi-ye din [The sociology of religion]* (M. Salasi, Trans.). Sales Publication. (Original work published 1995). (In Persian)
- Hatami-Kakesh, Farzin; Ayder, Nabialah and Hesabi, Ahmad Ali (2003). Sociological analysis of modern identity and religious identity of women (case study: young women of the generation after the Islamic Revolution in Ahvaz). *Women and Family Studies*, 16(59), 66-93. (In Persian)
- Heelas, P.; Woodhead, Linda & et al. (2005). *The Spiritual Revolution: Why Religion is Giving Way to Spirituality (Religion and Spirituality in the Modern World)*. Blackwell Publishing.
- Hezarjaribi, Jafar and Farahani, Hassan (2015). Investigating social and political factors affecting the tendency towards emerging religious movements (case study: two movements of Akkankar and Ilya Ramallah). *Social Development*, 10(1), 7-34. (In Persian)
- Hosseini, Seyed Hassan (2008). Religious media or media religion, *Monthly Research Journal of Information and Knowledge*, (31), 12-16. (In Persian)
- Houshmandkhai, Ali and Hamidieh, Behzad (2019). Study of emerging religious movements in the perspective of globalization with emphasis on the Japanese experience. *Bi-Quarterly Journal of Religious Studies*, 14(27), 261-286. (In Persian)
- Introvigne, M. (2001). The future of religion and the future of new religions. CESNUR. http://www.cesnur.org/2001/mi_june03.htm
- Kazemzadeh, Parvin (2013). Causes of the Tendency to New Religious Movements in Contemporary Iran (Case Study: Akkankar Sect). PhD Thesis. Supervisor: Bagher Talebi Darabi, Advisor: Allahkaram Karamipour. Qom: University of Religions and Denominations, Faculty of Religions. (In Persian)
- Khairy, Mohammad and Atashin Sadaf, Abdolreza (2018). Critique and study of existentialist teachings in emerging religious movements. *Bi-Quarterly Journal of Spiritual Studies*, Seventh Year, (26), 47-70. (In Persian)
- Kiadarbandsari, Ali and Khani-Oshani, Nasrin (2013). Modernity, Media and New Religious Movements. *Bi-Quarterly Spiritual Studies*, (7), 141-

164. (In Persian)
- Kiani, Mohammad Hossein (2012a). On the Nature of New Religious Movements. *Mirror of Knowledge*, 12(2), 73-94. (In Persian)
- Kiani, Mohammad Hossein (2012b). The etiology of emerging religious movements. *Bi-Quarterly of Spiritual Studies*, (6), 61-88. (In Persian)
- Kiani, Mohammad Hossein (2013). The origins of “emerging religious movements” from a sociological perspective. *Bi-Quarterly of Spiritual Studies*, (7), 71-98. (In Persian)
- Larna, Enrique (2008). *New social movements*. Translated by Kamal Sarwarian and Ali Sobhdel, Tehran: Strategic Studies Research Institute. (In Persian)
- Laura, S., Ndzovu, H. J., & van Klinken, A. (2019). *Religions in contemporary Africa: An introduction*. Routledge.
- Madani, Azadeh and Ebrahimi, Zeinab (2017). Pathology of the relationship between women and emerging religious movements. *Bi-Quarterly Journal of Spiritual Studies*, Year 6, (23), 93-112. (In Persian)
- Mashayekhi, Mustafa and Hamidieh, Behzad (2017). Cultural-Social Backgrounds of the Tendency to Emerging Religious Movements in Iran (with Emphasis on the Mysticism of the Circle and Ekonkar). *Bi-Quarterly Journal of Spiritual Studies*, Year 6, (23), 47-70. (In Persian)
- Mashhadian Atash, Vahab (2010). The Course of Ethics in Emerging Religious Movements. *Applied Ethics Studies*, 6(21), 222-193. (In Persian)
- Mazaheri Seif, Hamid Reza (2009). *Critical Flow of Emerging Mysticisms*. Qom: Islamic Science and Culture Research Institute. (In Persian)
- Mehrabi Koushki, Razieh; Imamjomehzadeh, Seyyed Javad; Masoudnia, Hossein and Rabbani Khorasgani, Ali (2016). The Role of Identity Styles in Explaining National Identity (Case Study of Isfahan University Students). *Applied Sociology (Isfahan University Humanities Research Journal)*, 27(62), 43-60. (In Persian)
- Melton, Gordon (2002). *Studies of New Religions, Past and Present*. Translated by Baqer Talebi Darabi, *Haft Aseman Journal*, (15), 239-260. (In Persian)
- Melton, J. G. (1999). The rise of the study of new religions [Paper presentation]. CESNUR 99, Bryn Athyn, PA, United States. https://www.cesnur.org/testi/bryn/br_melton.htm
- Naserizadeh, Mohammad Reza (2016). Religious Pluralism in the Mirror of Emerging Semantic Mysticisms. *Taml Bi-Quarterly*, 1(2), 5-30. (In Persian)
- Pasandeh, Maryam (2014). Investigation of the causes of the tendency towards emerging mysticisms in Iran and its security consequences. *Quarterly Journal of Security Protection Research*, 3(9), 71-94. (In Persian)
- Puttick, E. (1997). *Women in New Religions: In Search of Community, Sexuality and Spiritual Power*. St. Martin's Press.
- Ray Griffin, David (2009). *God and Religion in the Postmodern World*. Translated by Hamidreza Ayatollahi, Tehran: Institute for Humanities

- and Cultural Studies. (In Persian)
- Riahi, Mohammad Esmail and Jafari, Zeinal Abedin (2009). A Study of Social Correlates of the Attitude of Tehran University Students to New Religious Movements. *Journal of Sociology of Iran*, 10(2), 55-86. (In Persian)
- Riviere, Claude (2005). *An Introduction to Anthropology*. Translated by Nasser Fakuhi, Tehran: NI. (In Persian)
- Rostamian, Mohammad Ali (2011). The Influence of Eastern Religions on Emerging Religious Movements. *Bi-Quarterly Spiritual Studies*, 1(2), 37-58. (In Persian)
- Saeedi, Mohammad Masoud (2002a). Religious Developments in the Contemporary World with Emphasis on New Religions and Spiritualities. *Sociological Studies*, 15(55), 161-183. (In Persian)
- Saeedi, Mohammad Masoud (2023b). Society and Emerging Religious and Spiritual Groups. *Sociological Studies (Former Journal of Social Sciences)*, 29(2), 223-240. (In Persian)
- Seol, K. (2010). Religious identity as a mediator between religious socialization from parents, peers and mentors and psychological well-being and adjustment among Korean American adolescents [Doctoral dissertation, University of Minnesota]. ProQuest Dissertations Publishing.
- Shahhosseini, Somayeh (2014). Brainwashing, Mind Control and Emerging Religious Movements. *Spiritual Studies*, (13 and 14), 37-54. (In Persian)
- Shakernejad, Ahmad (2015). The Popularity of "Spirituality"; Turning Away from Religion or Returning to Religion?. *Islam and Social Studies*, 3(9), 95-122. (In Persian)
- Sohrabi, Babak; Azami, Amir and Yazdani, Hamid Reza (2011). Pathology of Research Conducted in the Field of Islamic Management with a Meta-Compositional Approach. *Government Management Perspective Journal*, 2(6), 9-24. (In Persian)
- Taji-Eshkeftaki, Mohammad Reza; Vadieh, Sasan and Safari Shali, Reza (2019). Pathology of emerging cultural trends in Iran (case study of the mysticism of the circle). *National Studies*, 21(84), 137-154. (In Persian)
- Talebi Darabi, Baqer (2004). An Introduction to the Why and What of New Religions. *Akhbar Al-Dian Magazine*, Year 2, (7), 96-103. (In Persian)
- Vakili, Hadi (2007). Pathology of Emerging Spiritualism in Iran. *Book of Criticism*, No. 45, Tehran: Islamic Culture and Thought Research Institute. (In Persian)
- Weber, Max (1992). *Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*. Translated by Abdolmaboud Ansari, Tehran: Samt. (In Persian)
- Zandokili, Mehdi (2004). *Cultural Anthropology*. Qom: Zamzam Hedayat.
- Zimmer, L. (2006). Qualitative meta-synthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of Advanced Nursing*, 53(3).



doi: 10.30497/rc.2026.250061.2168



Received: 2026/02/26

Accepted: 2026/05/17

The participation-based religious absorption pattern of young girls in the Fanous Cultural-Religious Group of Isfahan (Qualitative Study)

Maryam Akhtarian*

Ahmad Kuhi**

Abstract

Popular religious organizations play an important role in attracting young girls to religion by creating a safe and empowering environment. This research aims to identify the pattern of religious attraction in the Fanous cultural-religious group of Isfahan. The main question of the research is: What components is the model used by Fanous based on and how does it attract young girls to religious participation?

The research was conducted with a qualitative approach and case study method. Data were collected through semi-structured interviews with 36 people (including 12 staff members, 15 participating girls, and 9 parents), participatory observation in 24 sessions of group programs, and analysis of 17 internal documents and 236 social media posts. Sampling was done in a purposive, snowball, and maximum diversity manner. Data were analyzed using thematic analysis (Brown & Clark, 2006) in three stages of descriptive, interpretive, and integrative coding.

The findings showed that the Fanous religious engagement model is based on nine key themes: centrality of religious values, adherence to moral virtues, trust-building, collective participation, audience empowerment, responsiveness to audience needs, audience-centeredness, seriousness in implementation, and empathetic leadership. These themes, in interaction with each other, form a participatory and non-coercive process that leads to sustainable engagement and an impact on girls' religious attitudes.

Research limitations include the lack of generalizability of the case study results and the possibility of interpretive bias resulting from the researcher's long presence in the field. This model can be used to redesign religious engagement programs in other cultural-religious organizations.

Keywords: Method, Participatory religious outreach, Attraction, Religion, Girl and Missionary, Fanoos Cultural-Religious Group of Isfahan.

* Member of the Culture and Society Think Tank of Isfahan Elite Foundation, Isfahan, Iran (Corresponding author).

ammzomi@gmail.com

0009-0003-1601-4845

** Faculty of Family Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran.

ahmadkuhi@ut.ac.ir

0009-0001-6412-848X

الگوی جذب دینی مشارکت محور دختران جوان در گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان (مطالعه کیفی)

مریم اختریان* احمد کوهی**

چکیده

تشکل‌های دینی مردمی با ایجاد فضای امن و توانمندساز، نقش مهمی در جذب دینی دختران جوان دارند. این پژوهش با هدف شناسایی الگوی جذب دینی در گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان انجام شده است. پرسش اصلی پژوهش این است: الگوی مورد استفاده گروه فانوس بر چه مؤلفه‌هایی استوار است و چگونه دختران جوان را به مشارکت دینی جذب می‌کند؟ پژوهش با رویکرد کیفی و روش مطالعه موردی انجام شد. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۳۶ نفر (شامل ۱۲ عضو کادر، ۱۵ دختر شرکت‌کننده و ۹ والدین)، مشاهده مشارکتی در ۲۴ جلسه از برنامه‌های گروه و تحلیل ۱۷ سند داخلی و ۲۳۶ پست شبکه‌های اجتماعی گردآوری شد. نمونه‌گیری به صورت هدفمند، گلوله برفی و حداکثر تنوع انجام گردید. داده‌ها با استفاده از تحلیل مضمون براون و کلارک در سه مرحله کدگذاری توصیفی، تفسیری و یکپارچه‌سازی تحلیل شدند. یافته‌ها نشان داد الگوی جذب دینی گروه فانوس بر سه مضمون کلیدی استوار است: محوریت ارزش‌های دینی، تقید به فضایل اخلاقی، اعتمادسازی، مشارکت جمعی، توانمندسازی مخاطب، پاسخگویی به نیازهای مخاطب، مخاطب‌محوری، جدیت در اجرا و رهبری همدلانه. این مضامین در تعامل با یکدیگر، فرایندی مشارکتی و غیرتحمیلی را شکل می‌دهند که به جذب پایدار و تأثیر بر نگرش دینی دختران می‌انجامد. محدودیت‌های پژوهش شامل عدم تعمیم‌پذیری نتایج مطالعه موردی و احتمال سوگیری تفسیری ناشی از حضور طولانی پژوهشگر در میدان است. این مدل می‌تواند برای بازطراحی برنامه‌های جذب دینی در سایر تشکل‌های فرهنگی - مذهبی مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: روش جذب دینی مشارکت‌محور، جذب، دین، دختر، مبلغ، گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان.

* عضو هیئت اندیشه‌ورز فرهنگ و اجتماع بنیاد نخبگان اصفهان، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

ammzomi@gmail.com

0009-0003-1601-4845

** عضو هیئت علمی دانشکده علوم خانواده دانشگاه تهران، تهران، ایران.

ahmadkuhi@ut.ac.ir

0009-0001-6412-848X

مقدمه

دختران جوان ایرانی، هویت دینی خود را در قالب ترکیبی سیال و موقعیتی بازمی‌آفرینند که هم پاسخگوی الزامات سنتی است و هم نیازهای جهان نوین را برآورده می‌کند (Khabibi & Ansari, 2024).

در دهه اخیر، دختران ایرانی نسل زد (متولدین دهه ۸۰ و ۹۰ شمسی) با ویژگی‌های اجتماعی متمایزی مانند سیالیت هویت، فردگرایی بالا، نفوذ گسترده شبکه‌های اجتماعی و عاملیت جنسیتی قوی‌تر ظاهر شده‌اند (Ghasemi & Alizadeh, 2024; Khabibi & Ansari, 2024) که نیازمند رویکردهای نوین تربیت دینی متناسب با این واقعیت‌هاست. این نسل برخلاف دهه ۷۰، با چالش‌هایی نظیر آسیب‌های فضای مجازی، هویت‌های ترکیبی دینی و شکاف نسلی روبه‌روست و تربیت دینی باید بر تقویت باورهای الهی، اخلاقی و تاب‌آوری در برابر رسانه‌ها تمرکز کند.

طبق نگرشی کلی دین، مجموعه عقاید، قوانین و مقرراتی است که هم اصول بینشی فرد را در نظر دارد، هم درباره اصول گرایشی او سخن می‌گوید و همچنین اخلاق و مسائل دیگر در زندگی او را نیز پوشش می‌دهد (رنجبر و علامت‌ساز، ۱۳۹۵). ازجمله آثار و نتایج دینداری می‌توان به احساس اشتراک، همبستگی اجتماعی، سعادت، اصلاح فرد و اجتماع، ساده‌زیستی و آرامش، احساس شرافت و بزرگی و... اشاره کرد که این آثار می‌تواند به انسان کمک کند تا خود را بشناسد و به جایگاه واقعی خود پی ببرد و به کرامت و تعالی دست یابد.

نگرش اسلام به جوان و دوران جوانی، نگرشی مبتنی بر واقعیت است. این نگاه واقع‌بینانه تصویری کامل از ابعاد و زوایای وجودی انسان در دوره جوانی به تصویر می‌کشد، به گونه‌ای که نقاط مثبت و منفی ویژگی‌هایی انگاشته شده است؛ بدین معنا که اسلام برخی ویژگی‌هایی را که ما نسبت به آن‌ها ارزش داورى منفی داریم، مقتضای دوره جوانی و حتی لازمه آن می‌داند که البته باید هدایت و تربیت شود؛ این ویژگی‌ها مقطعی و عرضی است و چنان نیست که همیشگی و تا آخر عمر با جوان همراه باشد (میرحسینی، ۱۴۰۲).

درمقابل، الگوهای سنتی تبلیغ دین - که عمدتاً مبتنی بر ارتباط یک‌طرفه، خطابی و

انتقال محتوای صرفاً عقیدتی بدون توجه به مشارکت فعال مخاطب هستند - عموماً ناتوان از ایجاد پیوند پایدار با دختران نسل جدید بوده‌اند (سلیمانان، ۱۳۹۱، ص. ۶۷). این الگوهای سنتی، مخاطب را دریافت‌کننده منفعل می‌پندارند و به نیازهای عاطفی، هویتی و اجتماعی دختران جوان توجهی ندارند. در نقطه مقابل، الگوی جدید جذب دینی مبتنی بر ارتباط مشارکتی، گفت‌وگو محور، همدلانه و پاسخگو به نیازهای چندلایه مخاطب است که در آن دختران نه به عنوان «هدف تبلیغ»، بلکه به عنوان «شریکان فعال در فرایند معناسازی» دیده می‌شوند. بحران کاهش مشارکت دینی در میان دختران تحصیل کرده، ناکارآمدی شیوه‌های خطابی یک‌سویه و غفلت از ظرفیت‌های مشارکت‌جویانه دختران را آشکار می‌سازد. تغییرات سریع فرهنگی، گسترش رسانه‌های نوین و تنوع الگوهای هویتی، ضرورت بازاندیشی در شیوه‌های سنتی تبلیغ دین و حرکت به سوی الگوهای جدید و مشارکتی را پُررنگ ساخته است.

ازاین‌رو با وجود نقش محوری زنان در تربیت نسل انقلابی و عدم توجه پژوهش‌های موجود در این حوزه به مختصات هویت جنسیتی دختران (انصاری، ۱۳۸۸، ص. ۳۵) باید گفت مؤثرترین روش‌های جذب دینی، الزاماً مبتنی بر درک عمیق از نیازهای زیستی، روانی و اجتماعی خاص هر جنس است (رنجبر و علامتساز، ۱۳۹۵، ص. ۸).

هرچند این چالش منحصر به ایران نیست. داده‌های پژوهشی بین‌المللی نیز حاکی از فاصله‌گیری نسل جوان از ساختارهای سنتی مذهبی و میل شدید آنان به جوامعی است که بر مشارکت فعال، پاسخگویی به دغدغه‌های اجتماعی و ایجاد فضای امن برای پرسش و گفت‌وگو تأکید دارند (Pew Research Center, 2023)؛ بنابراین، واکاوی الگوی موفق گروه فانوس که بر همین مؤلفه‌ها استوار است، می‌تواند حاوی درس‌هایی فراتر از مرزهای جغرافیایی باشد.

دراین‌میان، تشکل‌های مردمی مذهبی به‌عنوان بازوهای غیررسمی نظام تربیتی، نقشی کلیدی در ایجاد پیوند میان نسل جوان با معارف دینی ایفا می‌کنند. این گروه‌ها با ایجاد فضای امن برای پرسشگری و مشارکت فعال، به تقویت تاب‌آوری معنوی جوانان کمک می‌کنند (Rahmani & Jafari, 2024). بااین‌حال، پژوهش‌های موجود عمدتاً بر

جنبه‌های نظری یا کلیات روش‌های تبلیغ متمرکز بوده‌اند و کمتر به واکاوی الگوهای عملیاتی موفق در فضای میدانی پرداخته‌اند.

پژوهش‌های انجام‌شده در این حوزه نشان می‌دهد مطالعات در حوزه جذب دینی جوانان، بیشتر بر تأثیر فردی عواملی مانند تأثیر نهادهای خانواده و یا نظام آموزشی تأکید داشته‌اند (انصاری، ۱۳۸۸، ص. ۳۵؛ سلیمانیان، ۱۳۹۱، صص. ۶۵-۷۵). خلاصه‌ای از پژوهش‌های حاضر، نبود مطالعات عمیق کیفی درباره عواملی است که به صورت غیررسمی و مشارکت‌محور، موفق به ایجاد تأثیرگذاری پایدار در نگرش‌های دینی دختران می‌شوند. این در حالی است نقش تشکلهای خودجوش مردمی با رویکردهای نوین، به رغم اثربخشی آشکار، کمتر مورد توجه پژوهشی قرار گرفته است.

گروه فرهنگی مذهبی فانوس در اصفهان به عنوان مطالعه موردی این پژوهش، نمونه‌ای کم‌نظیر از تلفیق هوشمندانه ارزش‌های دینی با نیازهای نسلی دختران و نمادی از گذار از الگوی سنتی تبلیغ یک طرفه به الگوی جدید ارتباط مشارکتی است.

نوآوری پژوهش حاضر در ترکیب منحصربه‌فرد روش‌های میدانی طولانی‌مدت با تحلیل ساختارهای خودسازمان‌ده در زمره تشکلهای مردمی مذهبی است که پنجره‌ای نوین به شیوه‌های غیررسمی تربیت دینی می‌گشاید. این پژوهش با اتخاذ رویکردی مشارکتی، در پی کشف تجربه زیسته دختران جوان به عنوان شریکانی فعال در فرایند معناسازی دینی است (Chen & Smith, 2023).

با توجه به آنچه گفته شد، مسئله اصلی این پژوهش را می‌توان در دو سطح صورتبندی کرد: در سطح نظری، شناسایی و توصیف الگوی ارتباطی - مشارکتی که گروه فانوس به کار می‌گیرد (یعنی مؤلفه‌های اصلی این الگو کدامند و چگونه با یکدیگر تعامل دارند). در سطح عملی، بررسی کارآمدی این الگو در جذب پایدار دختران جوان و ایجاد تأثیر عمیق بر نگرش دینی آنها. بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال توصیف الگوی موجود (نه ارزیابی کمی کارآمدی یا ارائه مدل نظری قابل تعمیم بدون مطالعه تطبیقی) است. از این رو، پرسش محوری به صورت زیر بازتعریف می‌شود: الگوی جذب دینی گروه فرهنگی مذهبی فانوس در تعامل با دختران جوان بر چه مؤلفه‌هایی استوار است و این مؤلفه‌ها چگونه در فرایند جذب مشارکتی عمل می‌کنند؟

۱. پیشینه پژوهش

۱-۱. مقدمه: گستره مطالعات جذب دینی جوانان

پژوهش‌های مرتبط با جذب دینی جوانان و نوجوانان را می‌توان در سه حوزه کلی دسته‌بندی کرد:

الف) مطالعات متمرکز بر عوامل فردی و روان‌شناختی گرایش به دین؛
ب) پژوهش‌هایی که نقش نهادهای رسمی (خانواده، مدرسه) را بررسی کرده‌اند؛
پ) مطالعاتی که به شکل‌های غیررسمی و روش‌های مشارکتی پرداخته‌اند.
آنچه در این میان کمتر دیده شده، واکاوی الگوهای عملیاتی میدانی با تأکید بر ویژگی‌های جنسیتی و نیازهای نسل جدید است. در ادامه، پیشینه‌ها بر اساس نزدیکی رویکردی و نه صرفاً ترتیب زمانی مرور می‌شوند.

۲-۱. مرور پیشینه‌ها بر اساس گروه‌بندی رویکردی

۱-۲-۱. رویکرد فردی - روان‌شناختی و نقش نهادهای رسمی

دسته نخست از پژوهش‌ها، عوامل درونی و محیطی مؤثر بر دینداری جوانان را کانون توجه قرار داده‌اند. انصاری (۱۳۸۸)، در مقاله «راه‌کارهای جذب جوانان به دین» با تکیه بر منابع اسلامی، عواملی مانند شناخت جوان، نهادهای سازی دین در خانواده، پاسخ به شبهات و معرفی صحیح سیره معصومان (علیهم‌السلام) را پیشنهاد می‌کند. این پژوهش اگرچه از نظر محتوایی غنی است؛ اما به تفاوت‌های جنسیتی در روش‌های جذب توجهی ندارد و الگوی ارتباطی را عمدتاً یک‌سویه (مبلغ - مخاطب) فرض می‌کند.
سلیمانیان (۱۳۹۱)، در پایان‌نامه «بررسی راه‌کارهای جذب دانش‌آموزان متوسطه به معنویت‌گرایی»، عوامل مؤثر بر معنویت در دوره متوسطه را مبتنی بر آیات و روایات و سیره پیامبر (صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم) بررسی کرده و با بهره‌گیری از تجربیات معلمان، راهکارهایی ارائه می‌دهد. رویکرد او نیز عمدتاً آموزشی - خطابی است و به نقش شکل‌های خودجوش مردمی نپرداخته است.

در مطالعه‌ای دیگر، قریشی (۱۳۹۲)، با عنوان «راه‌کارهای جذب و تربیت دینی جوانان در کتاب و سنت» دوازده ویژگی جوانان را از منابع شیعه استخراج کرده و سپس عوامل محیطی (خانواده، دوست، اجتماع) و فردی (تقوا، دوری از رذایل) را

تبیین می‌کند. او ابزارهایی مانند الگوپذیری، محبت اهل بیت، محیط نشاط‌آور و تکریم شخصیت جوان را پیشنهاد می‌دهد. با این حال، این پژوهش نیز فاقد نگاه جنسیتی و میدانی است و الگوی ارتباطی را به صورت انتزاعی و بدون آزمون عملی ارائه می‌کند. نقطه مشترک همه مطالعات فوق، نادیده گرفتن ظرفیت‌های تشکلی‌های غیررسمی و رویکردهای مشارکتی است. آن‌ها بیشتر به «آنچه باید انجام شود» اشاره دارند تا «چگونه در عمل می‌توان الگویی موفق پیاده کرد».

۲-۲-۱. رویکرد خانواده‌محور و آسیب‌شناختی (با تأکید بر دختران)

دسته دوم، به طور خاص به تربیت دینی دختران پرداخته و بیشتر جنبه آسیب‌شناختی دارد. هادیان رسنائی (۱۳۷۹)، در مقاله «آسیب‌شناسی عوامل مؤثر بر تربیت دینی دختران» با روش توصیفی - تحلیلی، موانع تربیت دینی در حوزه حیا و حجاب را ریشه‌یابی کرده و راهکارهایی از قرآن و سنت ارائه می‌دهد. او بر فرصت کودکی برای انتقال ارزش‌ها تأکید دارد؛ اما به سنین نوجوانی و جوانی و نقش گروه‌های همسالان نمی‌پردازد. نصرتی (۱۳۹۳)، در پژوهشی پیمایشی با عنوان «شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت باورهای دینی دانش‌آموزان دختر»، بیشترین تأثیر را به عوامل آموزشگاهی و کمترین را به عوامل اقتصادی نسبت می‌دهد. این پژوهش اگرچه بر دختران متمرکز است؛ اما باز هم الگوی ارتباطی را خطی و از بالا به پایین می‌بیند و به روش‌های مشارکتی توجهی ندارد. نورتراب (۱۳۸۵)، در کتاب «دختران نوجوان» (ترجمه شده) از منظر روان‌شناسی رشدی، بر نیاز دختران به مشارکت فعال در فرایند معناسازی تأکید می‌کند. این دیدگاه با یافته‌های پژوهش‌های ایرانی تفاوت اساسی دارد: 前者 بر «گفت‌وگو و هم‌آفرینی معنا» و 后者 بر «انتقال محتوا» تأکید می‌کنند. این شکاف نشان می‌دهد که الگوهای بومی جذب دینی دختران همچنان فاقد مؤلفه مشارکتی هستند.

۳-۲-۱. رویکردهای نوین بین‌المللی و ضرورت فضاهای غیررسمی

مرور مطالعات بین‌المللی نشان می‌دهد که در دهه اخیر تمرکز بر «دینداری تجربه‌محور» و «فضاهای سوم» (ترکیبی از فضای فیزیکی و دیجیتال) افزایش یافته است. آقاپور و خسروآبادی (۲۰۲۴)، در مرور نظام‌مند نشان می‌دهند که جوانان نسل Z

جذب گروه‌های دینی می‌شوند که بر مشارکت معنادار، پاسخگویی به دغدغه‌های اجتماعی و فضای امن پرسش‌گری تأکید دارند.

همچنین گزارش مرکز پیو (۲۰۲۳)، تأکید می‌کند که نهادهای سنتی مذهبی به دلیل الگوی یک‌سویه خود، با کاهش شدید جذب جوانان مواجه شده‌اند.

باین حال، این مطالعات عمدتاً بر بسترهای دیجیتال و جوامع غربی متمرکزند و کمتر به تشکلهای مردمی فیزیکی در جوامع اسلامی - شیعی پرداخته‌اند. پژوهش حاضر با تمرکز بر گروه فانوس به عنوان نمونه‌ای عینی از چنین تشکلی، در صدد پُرکردن این خلأ است.

با جمع‌بندی پیشینه‌های فوق، می‌توان چهار خلأ عمده را شناسایی کرد:

۱- کمبود مطالعات کیفی عمیق میدانی - بیشتر پژوهش‌ها به صورت نظری، پیمایشی یا توصیفی انجام شده‌اند و به کشف فرایندهای پنهان و تعاملات واقعی در تشکلهای مذهبی نپرداخته‌اند.

۲- غفلت از روش‌های مشارکتی و غیرخطی - الگوی غالب، ارتباط یک‌سویه مبلغ - مخاطب است؛ درحالی‌که موفقیت‌های میدانی اخیر نشان می‌دهد الگوهای گفت‌وگو محور و همدلانه مؤثرترند.

۳- عدم تمرکز بر جنسیت در طراحی روش‌ها - حتی پژوهش‌هایی که مخاطبشان دختران هستند، روش‌های جذب را جنسیت خنث فرض کرده‌اند و به ویژگی‌های روانی - اجتماعی خاص دختران جوان (مانند: حس زنانگی، نیاز به امنیت عاطفی، میل به مشارکت در تصمیم‌گیری) توجهی ندارند.

۴- نداشتن الگوی عملیاتی بومی از تشکلهای موفق مردمی - در ادبیات داخلی، هیچ مطالعه‌ای که به طور دقیق و با روش مطالعه موردی به واکاوی یک تشکل موفق مردمی (مانند فانوس) پرداخته باشد، یافت نشد.

بنابراین، پژوهش حاضر با تمرکز بر گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان به عنوان مطالعه موردی، تلاش می‌کند تا این خلأ را با ارائه الگویی مبتنی بر داده‌های میدانی و با تأکید بر رویکرد مشارکتی و جنسیت‌محور پُر کند. بر خلاف پژوهش‌های پیشین که به «چه باید کرد» پرداخته‌اند، این پژوهش به دنبال کشف «چگونه عملاً این کار انجام شده است» می‌باشد.

۲. تعریف مفاهیم

در این پژوهش، چند مفهوم کلیدی نیازمند تعریف عملیاتی هستند:

۲-۱. دین

مجموعه عقاید، قوانین و مقرراتی که اصول بینشی، گرایشی و اخلاقی فرد را پوشش می‌دهد و او را به سعادت دنیوی و اخروی رهنمون می‌شود (رنجبر و علامتساز، ۱۳۹۵). در این پژوهش، منظور از دین، اسلام ناب محمدی با تأکید بر آموزه‌های تشیع است.

۲-۲. جذب دینی

فرایندی ارتباطی که طی آن فرد با استفاده از روش‌های متناسب (اعتقادی، اخلاقی، عاطفی و رفتاری) به گونه‌ای تأثیر می‌پذیرد که باورها و رفتارهای دینی در او نهادینه شده و تداوم یابد. (اضافه شده) این مفهوم در تقابل با «تحمیل دینی» یا «تبلیغ یک‌طرفه» قرار دارد و بر عنصر «انتخاب آگاهانه و مشارکت فعال» تأکید می‌کند.

۲-۳. دختران جوان

منظور از دختر، جنس مؤنث در محدوده سنی نوجوانی و جوانی (تقریباً ۱۲ تا ۲۵ سال) است که به دلیل نقش آینده‌شان در خانواده و جامعه به عنوان «مادران نسل آینده» اهمیت ویژه‌ای در جذب دینی دارند.

۲-۴. مبلغ و تبلیغ مشارکتی

مبلغ کسی است که صرفاً به انتقال پیام دینی اکتفا نمی‌کند، بلکه با شناخت نیازهای مخاطب، استفاده از روش‌های گفتاری و غیرگفتاری جذاب و ایجاد فضای گفت‌وگو و همکاری، مخاطب را به مشارکت فعال در فرایند معناسازی دعوت می‌کند. تبلیغ مشارکتی در مقابل الگوی خطی و دستوری سنتی قرار دارد و بر عقلانیت ارتباطی، اعتماد متقابل و همدلی استوار است.

۳. مبانی نظری

پژوهش کیفی به جای تکیه بر یک «چارچوب نظری» بسته و ازپیش‌تعیین‌شده، از «مبانی نظری» به عنوان چشم‌اندازی برای فهم عمیق یک پدیده استفاده می‌کند. در این

پژوهش، برای تحلیل الگوی جذب دینی مشارکتی گروه فانوس، از تلفیق سه رکن نظری بهره گرفته شده است. این نظریه‌ها نه به عنوان حقیقتی نهایی، بلکه به عنوان ابزارهایی تحلیلی در خدمت فهم بهتر تجربه زیسته دختران جوان و کنشگران این تشکل قرار گرفته‌اند.

۳-۱. نظریه کنش ارتباطی یورگن هابرماس: از تحمیل تا تفاهم

یورگن هابرماس^۱، فیلسوف و جامعه‌شناس آلمانی، در نظریه «کنش ارتباطی» خود (۱۹۸۴) انتقادی اساسی به الگوهای سنتی ارتباط دارد. به باور او، در بسیاری از تعاملات انسانی، ارتباط به شکلی «ابزاری» و «یک‌طرفه» انجام می‌شود: فرستنده پیام، پیام خود را بدون توجه به وضعیت و نیاز گیرنده بر او تحمیل می‌کند. هابرماس در مقابل، بر «عقلانیت ارتباطی» تأکید می‌کند؛ یعنی ارتباطی مبتنی بر گفت‌وگوی آزاد، بدون سلطه و با هدف رسیدن به تفاهم و همدلی.

در الگوهای سنتی تبلیغ دینی، اغلب شاهد همین ارتباط یک‌طرفه و خطابی هستیم: مبلغ «صاحب حقیقت» است و مخاطب «ظرفی خالی» که باید پُر شود. اما گروه فانوس عملاً نشان داده است که با جایگزین کردن رابطه «مبلغ - مخاطب» با رابطه «همراه - همراه»، می‌توان به تأثیرگذاری عمیق‌تر و پایدارتری دست یافت. برای نمونه، برگزاری جلسات پرسش و پاسخ بدون ترس از قضاوت، مشورت با دختران جوان در تصمیم‌گیری‌های گروه و طراحی برنامه‌ها بر اساس نیازهای واقعی آن‌ها، همگی مصداق‌هایی از «عقلانیت ارتباطی» در فانوس هستند. همان‌طور که یکی از شرکت‌کنندگان گفت: «در تمام کارها باهم مشورت می‌کردیم و تصمیم می‌گرفتیم، حتی برای انتخاب اسم برای اصل‌های اخلاقی رفتاری». این جمله نشان می‌دهد که مخاطب، نه یک شنونده منفعل، بلکه شریکی فعال در فرایند معناسازی است.

۳-۲. نظریه سرمایه فرهنگی پیر بوردیو: از محدودیت تا فرصت

پیر بوردیو^۲، جامعه‌شناس فرانسوی، مفهوم «سرمایه فرهنگی» را مطرح کرد (۱۹۸۶). او

1. Jürgen Habermas
2. Pierre Bourdieu

معتقد است در جامعه، منابع مختلفی از قدرت وجود دارد که تنها به سرمایه اقتصادی ختم نمی‌شود. «سرمایه فرهنگی» شامل دانش، مهارت‌ها، سلیقه‌ها و آشنایی با نمادهای فرهنگی معتبر است. افرادی که از سرمایه فرهنگی بیشتری برخوردارند، می‌توانند جایگاه اجتماعی بالاتری کسب کنند.

نکته جالب توجه اینجاست که بوردیو دین را نیز نوعی «سرمایه فرهنگی» می‌داند. آشنایی با متون دینی، تسلط بر مناسک و درون‌سازی ارزش‌های اخلاقی، می‌تواند منبع قدرت و مشروعیت باشد. اما گروه فانوس گامی فراتر برداشته و از این نظریه برای تبدیل «محدودیت‌های جنسیتی» به «فرصت‌های تربیتی» استفاده کرده است. به این معنا که در بسیاری از فضاها، سستی، دختران جوان به دلیل محدودیت‌های اجتماعی و فرهنگی، کمتر فرصت بروز خلاقیت و احساس مسئولیت پیدا می‌کنند. اما فانوس با ایجاد «کانون‌های تخصصی» (مانند: کانون مادران، کانون کودکان، کانون علمی) و تشویق دختران به انجام فعالیت‌های هنری، نمایشی، نویسندگی و حتی کسب درآمد، عملاً سرمایه فرهنگی جدیدی در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. برای نمونه، طراحی دکور مراسم‌های مذهبی توسط خود دختران یا نوشتن متن سرودهای فانوسی به دست آن‌ها، نمونه‌هایی از تبدیل هنرهای زنانه به ابزاری برای انتقال پیام دینی و همچنین تقویت هویت جمعی است. این همان «بازتوزیع سرمایه نمادین» در نظریه بوردیو است.

۳-۳. نظریه ساختاربندی آنتونی گیدنز: انتخاب آگاهانه به جای تقلید کورکورانه

آنتونی گیدنز^۳، جامعه‌شناس بریتانیایی، در نظریه «ساختاربندی» خود (۱۹۹۱) بر مفهوم «عاملیت بازاندیشانه» تأکید می‌کند. به این معنا که انسان‌ها در دنیای نوین، دیگر صرفاً از روی عادت یا اجبار از سنت‌ها پیروی نمی‌کنند. آن‌ها پیوسته در حال بازاندیشی در باورها، ارزش‌ها و هویت خود هستند و به صورت آگاهانه انتخاب می‌کنند که چه چیزی را بپذیرند و چه چیزی را نپذیرند. رابطه دیالکتیکی است: ساختارها (قوانین، سنت‌ها، نهادها) بر افراد تأثیر می‌گذارند؛ اما افراد نیز با کنش‌های خود این ساختارها را تغییر می‌دهند.

در مورد دختران جوان ایرانی، این نظریه به خوبی قابل مشاهده است. آن‌ها با احکام و سنت‌های دینی (مثل: حجاب، ارث، ازدواج) مواجه می‌شوند. برخی از این قوانین ممکن است در نگاه اول سخت یا نامتناسب با شرایط امروز به نظر برسد. اما گیدنز معتقد است که همراهی پایدار با دین، زمانی ممکن است که فرد این قوانین را به صورت آگاهانه و بر اساس درک و پذیرش درونی انتخاب کند، نه از روی ترس یا عادت. گروه فانوس با برگزاری کارگاه‌های «پرسش و پاسخ اعتقادی» و «اقناع عقلی»، فضایی ایجاد کرده است که در آن دختران می‌توانند بدون ترس از برچسب «بی‌دین» یا «متمرد»، سؤالات خود را مطرح کرده و به بازاندیشی در باورهایشان بپردازند.

۴. روش پژوهش

این پژوهش با رویکرد کیفی و با استفاده از روش مطالعه موردی انجام شده است. انتخاب این روش به دلیل توانایی آن در بررسی عمیق و چندلایه یک پدیده خاص (در اینجا، گروه فرهنگی مذهبی فانوس) در بستر واقعی آن بود. مطالعه موردی به محقق اجازه می‌دهد تا ابعاد پنهان و پیچیدگی‌های فرایند جذب دینی دختران جوان را با جزئیات و از زوایای مختلف واکاوی کند.

۴-۱. طرح پژوهش و روش تحلیل داده‌ها

برای تحلیل داده‌ها از تحلیل مضمون به شیوه براون و کلارک (۲۰۰۶) استفاده شد. این روش شامل شش مرحله است که در این پژوهش در قالب سه گام اصلی اجرا گردید:

- **کدگذاری توصیفی:** ابتدا تمام مصاحبه‌ها (۳۶ مورد) پیاده‌سازی و همراه با یادداشت‌های مشاهده (۲۴ جلسه) و اسناد (۱۷ سند داخلی و ۲۳۶ پست شبکه اجتماعی) چندین بار مطالعه شدند. سپس بخش‌های مهم متن که به پرسش پژوهش مرتبط بودند، به صورت کدهای اولیه (برچسب‌های توصیفی) استخراج شدند. این کدها مستقیماً از عبارات مشارکت‌کنندگان یا مشاهدات محقق گرفته شدند.
- **کدگذاری تفسیری:** در این مرحله، کدهای توصیفی با یکدیگر مقایسه و بر اساس شباهت معنایی در گروه‌های بزرگ‌تر دسته‌بندی شدند. محقق با تفسیر روابط بین کدها، مفاهیم انتزاعی‌تری را استخراج کرد. برای مثال، کدهایی مانند «توسل به

ائمه (علیهم السلام)، «اخلاص در عمل» و «ایمان قوی» در ذیل مفهوم «محوریت ارزش‌های اعتقادی» قرار گرفتند.

• **یکپارچه‌سازی و شکل‌گیری مضامین:** در گام نهایی، مفاهیم به‌دست‌آمده مجدداً تحلیل و با یکدیگر ترکیب شدند تا مضامین اصلی (تم‌ها) پدیدار گردند. این فرایند به‌صورت رفت‌وبرگشتی بین داده‌ها و مفاهیم انجام شد تا از دقت و اعتبار یافته‌ها اطمینان حاصل شود. درنهایت، ۹ مضمون کلیدی به‌عنوان هسته مرکزی الگوی جذب دینی گروه فانوس شناسایی شد.

۲-۴. جامعه و نمونه پژوهش

مشارکت‌کنندگان در این پژوهش شامل ۳۶ نفر بودند که به سه گروه تقسیم می‌شوند:

- ۱۲ نفر از اعضای کادر ارشد گروه فانوس (حداقل ۵ سال سابقه فعالیت مستمر)
- ۱۵ نفر از دختران جوان که به‌عنوان مخاطب در جلسات حضور داشتند (با تنوع در میزان پابندی دینی و مدت زمان آشنایی با گروه)
- ۹ نفر از والدین این دختران (برای دستیابی به دیدگاهی مکمل و افزایش اعتبار داده‌ها)

۳-۴. روش‌های نمونه‌گیری: ترکیبی از سه روش استفاده شد:

- نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب کادر ارشد (بر اساس سابقه و نقش کلیدی در گروه)
- نمونه‌گیری گلوله برفی برای انتخاب مخاطبان (معرفی توسط اعضای کادر)
- نمونه‌گیری حداکثر تنوع برای انتخاب والدین (با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی متفاوت از نظر سن، تحصیلات و وضعیت اقتصادی - اجتماعی)

مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ یعنی تا جایی که داده‌های جدید اطلاعات تازه‌ای به مقوله‌های موجود اضافه نمی‌کردند.

۴-۴. ابزارها و روش‌های گردآوری داده‌ها

داده‌ها از سه منبع اصلی گردآوری شدند تا امکان مثلث‌سازی و افزایش اعتبار یافته‌ها فراهم شود:

۴-۱. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته

پرسش‌های مصاحبه بر اساس اهداف پژوهش و پیشینه موضوع طراحی شدند. مصاحبه‌ها به صورت انفرادی و با میانگین زمانی حدود ۳۰ دقیقه انجام گردید. مکان مصاحبه‌ها با توجه به ترجیح مشارکت‌کنندگان، گاهی در محل برگزاری جلسات (قبل یا بعد از برنامه) و گاهی در مکان‌های خنثی (مانند: کتابخانه‌ها یا منازل) انتخاب شد تا تأثیر محیط بر پاسخ‌ها به حداقل برسد.

۴-۲. مشاهده مشارکتی

محقق به مدت یک سال (۱۳۹۸-۱۳۹۹) در جلسات هفتگی گروه فانوس (لحظه‌های ناب) و برخی برنامه‌های جانبی (اردوها، مراسم‌های مذهبی، جلسات هماندیشی) حضور یافت. در این مدت، محقق هم به عنوان ناظر (یادداشت برداری از رفتارها، تعاملات و فضای جلسات) و هم گاهی به عنوان مشارکت‌کننده (برای درک بهتر تجربه زیسته) عمل کرد. تعداد جلسات مشاهده شده ۲۴ جلسه بود.

۴-۳. اسناد و رسانه‌ها

۱۷ سند داخلی فانوس شامل دستورالعمل‌های تشکیلاتی، مرام‌نامه، شرح وظایف قانون‌ها، گزارش‌های سالانه و جزوه‌های آموزشی تحلیل شدند. همچنین ۲۳۶ پست منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی گروه (در بازه زمانی ۱۳۹۸-۱۴۰۰) از نظر محتوا و بازخورد مخاطبان بررسی گردید.

۴-۵. ملاحظات اخلاقی

پیش از شروع مصاحبه‌ها، رضایت آگاهانه کتبی از تمام مشارکت‌کنندگان اخذ شد. به آن‌ها اطمینان داده شد که اطلاعات شخصی آن‌ها محرمانه باقی می‌ماند و در گزارش نهایی از اسامی مستعار استفاده شد. همچنین به مشارکت‌کنندگان این حق داده شد که در هر مرحله از پژوهش، از ادامه همکاری انصراف دهند. پس از اتمام پژوهش، خلاصه یافته‌ها برای تأیید نهایی در اختیار گروه فانوس قرار گرفت.

۴-۶. محدودیت‌های پژوهش

- مانند بسیاری از مطالعات کیفی، این پژوهش نیز با محدودیت‌هایی مواجه بود:
- عدم امکان تعمیم آماری نتایج به سایر گروه‌ها یا جوامع (به دلیل ماهیت مطالعه موردی).
 - احتمال سوگیری تفسیری ناشی از حضور طولانی مدت محقق در میدان پژوهش.
 - محدودیت دسترسی به برخی اسناد داخلی گروه به دلیل محرمانه بودن.
 - چالش در ثبت و مستندسازی تجربیات عرفانی و احساسی برخی مشارکت‌کنندگان که ممکن است در بازگویی کامل موفق نبوده باشند. محقق تلاش کرد با استفاده از روش‌های مثلث‌سازی، بازبینی همتا و بازخورد به مشارکت‌کنندگان، اثر این محدودیت‌ها را به حداقل برساند.

۵. بخش یافته‌ها (نتایج)

پس از انجام مراحل سه‌گانه تحلیل مضمون (کدگذاری توصیفی، تفسیری و یکپارچه‌سازی)، مجموعاً ۵۷ کد اولیه استخراج گردید. این کدها بر اساس شباهت معنایی در ۱۵ مفهوم اولیه دسته‌بندی شدند و در نهایت، ۱۰ مضمون اصلی به‌عنوان هسته مرکزی الگوی جذب دینی گروه فانوس پدیدار گشتند. در ادامه، ابتدا جدول این مضامین به همراه تعریف عملیاتی و نمونه پاره‌گفتارهای مرتبط ارائه می‌شود و سپس هر مضمون به تفصیل تحلیل می‌گردد.

جدول (۱): مضامین اصلی الگوی جذب دینی گروه فانوس

ردیف	مضمون	تعریف عملیاتی	نمونه پاره گفتار (کد مصاحبه)
۱	محوریت ارزش‌های دینی	دینی باور و عمل بر اساس آموزه‌های دینی (توسل، نماز، اخلاص، توجه به محتوای اصیل دین)	«بچه‌ها را هر سال که می‌برند مشهد دستشونو تو دست آقا می‌زارن» (مصاحبه با کادر، شماره ۳)
۲	تقید به فضایل اخلاقی	رعایت اخلاق در روابط (صمیمیت، احترام، گذشت، دغدغه برای دیگران)	«بچه‌هاشون حتی تو اولین برخورد انگار مدت‌ها بود ما را می‌شناختند» (مصاحبه با شرکت‌کننده، شماره ۱۲)
۳	اعتمادسازی	سپردن مسئولیت به مخاطب و باور به توانایی او بدون سرگروه کردند حس کردم چقدر قوی	«اولین دفعه که تو اردوی مشهد منو

ردیف	مضمون	تعریف عملیاتی	نمونه پاره گفتار (کد مصاحبه)
		نظارت‌های سختگیرانه	هستم» (مصاحبه با کادر، شماره ۷)
۴	مشارکت و همکاری	تصمیم‌گیری جمعی، تقسیم کار و انجام فعالیت‌ها به صورت گروهی	«در تمام کارها باهم مشورت می‌کردیم و تصمیم می‌گرفتیم حتی برای انتخاب اسم اصل‌های اخلاقی» (مصاحبه با کادر، شماره ۲)
۵	میدان‌دادن به مخاطب	فراهم کردن فضای تجربه، آزمون و خطا و رشد برای دختران جوان	«فانوس یه جامعه کوچیک بود که همه‌چی داشت و ما با اکثر موضوعات برخورد داشتیم و می‌تونستیم تجربه کنیم» (مصاحبه با شرکت‌کننده، شماره ۸)
۶	محوریت نیاز مخاطب	طراحی برنامه‌ها بر اساس نیازهای واقعی (روحی، عاطفی، تحصیلی، تفریحی) دختران	«هرچیزی که برای گروه سنی ما مسئله بود یا دغدغه بود تو فانوس براش فکر شده بود مثل ازدواج، کنکور، آموزش هنری و حتی تفریح» (مصاحبه با شرکت‌کننده، شماره ۵)
۷	مخاطب‌محوری	شناخت دقیق روحیات مخاطب و انطباق محتوا و روش با سطح فکری و اعتقادی او	«برای هر گروه به لحاظ سطح اعتقادی برنامه خاصی داشتند... هرکس فکر می‌کرد مخاطب صحبت‌های استاد خودش است» (مصاحبه با شرکت‌کننده، شماره ۱۱)
۸	جدیت در کار	نظم، دقت و پیگیری مستمر در اجرای برنامه‌ها و مسئولیت‌ها	«برنامه‌هایی که تنظیم شود حتماً باید به صورت صحیح اجرا شود و هیچ چشم‌پوشی در اجرای آن نداریم چراکه پشت آن اتاق فکر است» (مصاحبه با کادر، شماره ۴)
۹	رهبری همدلانه	ارتباط دوسویه، مشورت و همراهی رهبر گروه بدون تحکم و اعمال قدرت زائد	«جاها که حاج‌آقا می‌دیدند کارها داره جلو میره دخالتی نداشتند... فقط جهادی دخالت می‌کردند که احساس

ردیف	مضمون	تعریف عملیاتی	نمونه پاره گفتار (کد مصاحبه)
			می شد داره به خط قرمزها برخورد میشه» (مصاحبه با کادر، شماره ۱)
۱۰	یادگیری و آموزش	برگزاری دوره‌های مهارتی، اعتقادی و تربیت مربی برای توانمندسازی مخاطبان	«تو دوره بینش مطهر که بیشتر بچه‌های هم سن و سال خودمون بودند راحت تر می‌تونستیم اشکالاتمون را پرسیم» (مصاحبه با شرکت کننده، شماره ۹)

۱-۵. تحلیل توصیفی - تفسیری هر مضمون

هریک از مضامین فوق به‌طور جداگانه تحلیل می‌شود و ارتباط آن با سایر مضامین و نقش آن در فرایند جذب دینی توضیح داده می‌شود.

۱-۱-۵. محوریت ارزش‌های دینی

این مضمون پُربسامدترین و زیربنایی‌ترین مؤلفه الگوی فانوس است. داده‌ها نشان می‌دهند که تمام فعالیت‌های گروه با توسل به خدا و ائمه آغاز می‌شود و هدف غایی آن، تربیت «سرباز برای امام زمان (عجل‌الله‌تعالی فرجه)» تعریف شده است. بر خلاف برخی تشکلهای دینی که ارزش‌های دینی را به‌صورت شعاری و سطحی مطرح می‌کنند، فانوس با برگزاری جلسات «ابهام‌زدایی اعتقادی» و پاسخ به چالش‌های ذهنی دختران، زمینه را برای پذیرش آگاهانه دین فراهم می‌کند. یکی از مشارکت‌کنندگان می‌گوید: «تنها دلیلی که موندم این بود که جواب چالش‌های ذهنم را پیدا کرده بودم».

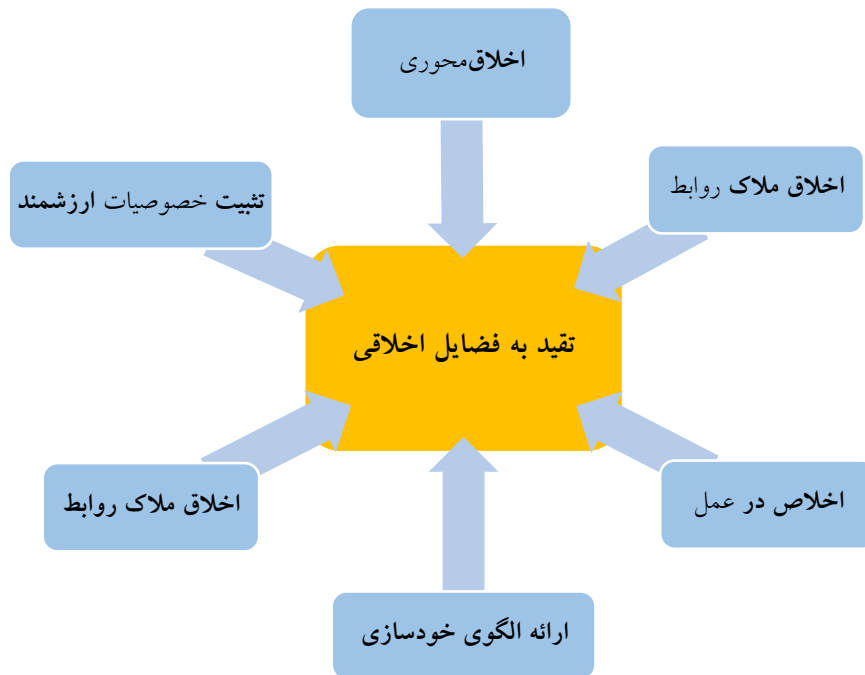


شکل (۱): مقوله محوریت ارزش‌های اعتقادی و مفاهیم شکل دهنده آن

این مضمون پایه و اساس سایر مضامین است و بدون آن، اعتمادسازی، مشارکت و رهبری همدلانه بی‌معنا می‌شود.

۵-۲. تقید به فضایل اخلاقی

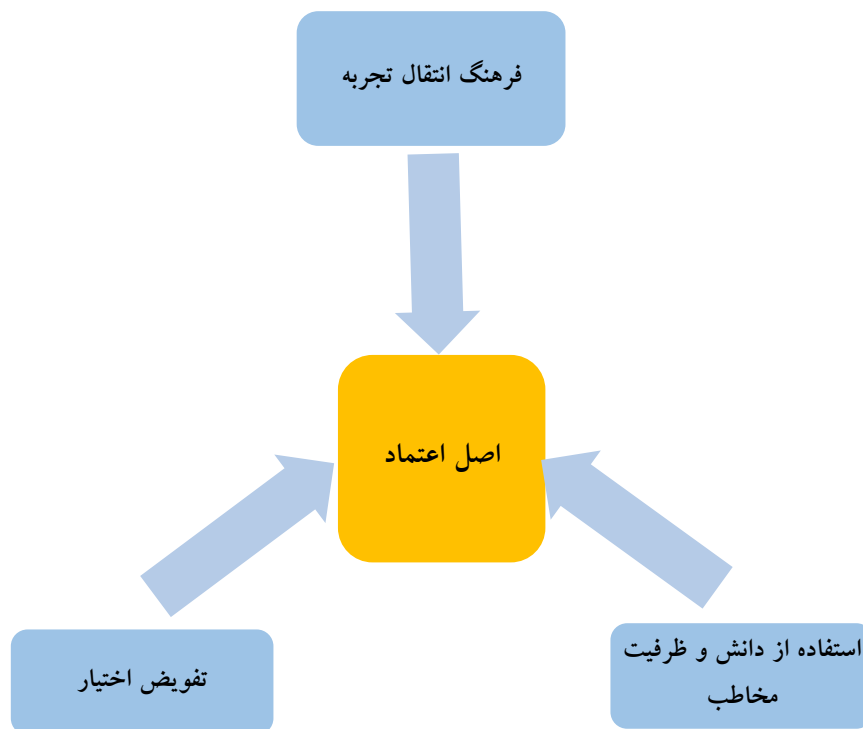
رفتارهای اخلاقی (صمیمیت، احترام، خیرخواهی، گذشت) در فانوس نه به‌عنوان یک توصیه، بلکه به‌عنوان یک اصل اجرایی دیده می‌شود. کادر گروه با مخاطبان تازه‌وارد چنان محترمانه و گرم رفتار می‌کنند که فرد احساس غریبگی نمی‌کند. این مضمون ارتباط مستقیمی با «اعتمادسازی» و «رهبری همدلانه» دارد؛ زیرا تا مخاطب فضای اخلاقی را نپسندد، حاضر به مشارکت و پذیرش مسئولیت نخواهد شد. نمونه عینی آن، اجرای «اصل ۲۴ ساعته» است که بر اساس آن دلخوری بین اعضا نباید بیش از یک روز طول بکشد.



شکل (۲): مقوله‌ی تقید به فضایل اخلاقی و مفاهیم شکل‌دهنده آن

۵-۱-۳. اعتمادسازی

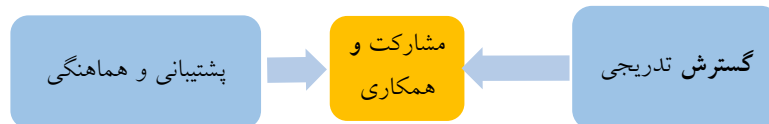
بر خلاف سازمان‌های سنتی که سیستم‌های نظارتی سختگیرانه دارند، فانوس با اعتماد به توانایی دختران جوان، مسئولیت‌های واقعی (مانند سرگروهی در اردوی هزار نفره) را به آن‌ها می‌سپارد. یکی از شرکت‌کنندگان بیان می‌کند: «قبلاً گاهی حوصله نداشتم برم جلسات ولی از وقتی مسئولیت کنترل ورود و خروج را به من دادند حس کردم اگه نَرَم ممکنه مشکلی پیش بیاید». این اعتماد متقابل، پیوند عاطفی عمیقی ایجاد می‌کند که ترک گروه را دشوار می‌سازد. اعتمادسازی با «میدان‌دادن به مخاطب» و «مشارکت» رابطه دوسویه دارد.



شکل (۳): مفاهیم تشکیل دهنده مقوله اصل اعتماد

۵-۱-۴. مشارکت و همکاری

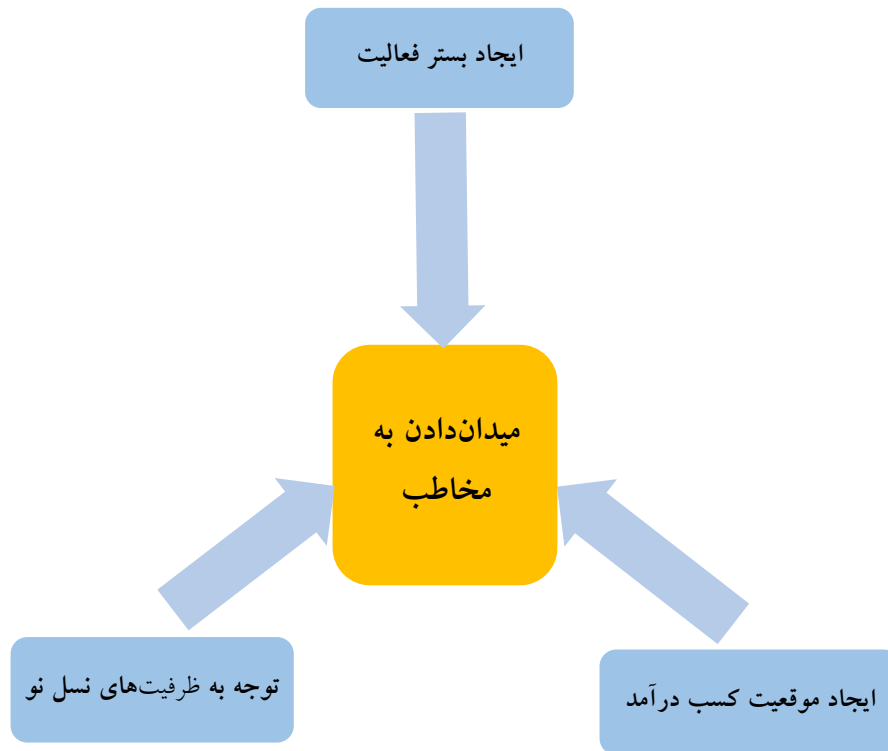
فانوس فعالیت‌های خود را به صورت جمعی و با تقسیم کار پیش می‌برد. تشکیل کانون‌های تخصصی (نوجوانان، متأهلین، کودکان، علمی) نمونه‌ای از این مشارکت محوری است. بر خلاف الگوی خطی مبلغ - مخاطب، در فانوس مخاطبان خود به تولیدکننده محتوا و تصمیم‌گیرنده تبدیل می‌شوند. یکی از اعضای کادر می‌گوید: «تصمیماتی که برای اجرای امور گرفته می‌شد بر اساس نوع آن در شوراهای مربوطه که متشکل از خود بچه‌ها بود مطرح می‌شد و توافق اکثریت را اگر نمی‌گرفت اجرا نمی‌شد». این امر حس تعلق و مالکیت روانی نسبت به گروه را تقویت می‌کند.



شکل (۴): مقوله مشارکت و همکاری و مفاهیم شکل دهنده آن

۵-۱-۵. میدان دادن به مخاطب

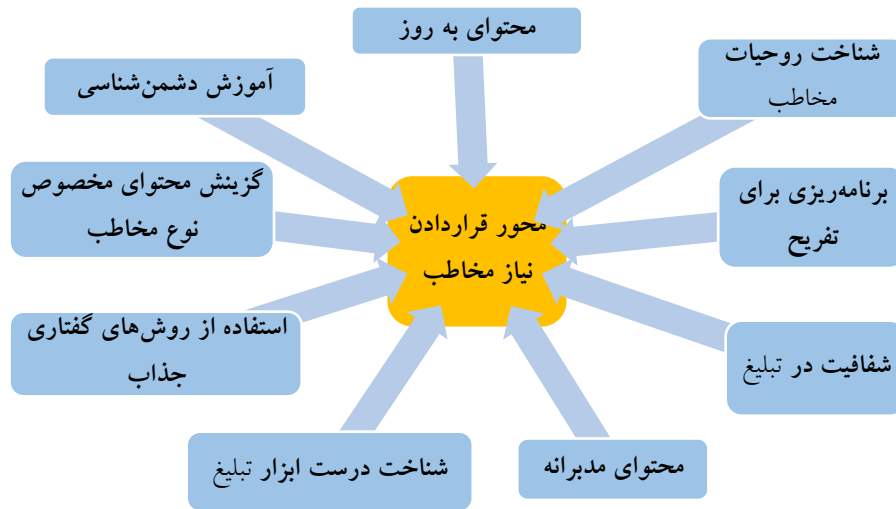
این مضمون به معنی فراهم کردن فضایی برای تجربه، حتی با امکان اشتباه کردن است. فانوس به دختران جوان اجازه می‌دهد استعدادهای خود را بیازمایند و مهارت‌های جدید یاد بگیرند. شرکت‌کنندگان گزارش داده‌اند که به تدریج از یک مخاطب ساده به عضو کادر، سپس سرگروه و حتی مربی ارتقا یافته‌اند. این مسیر رشد، انگیزه ماندگاری را افزایش می‌دهد. میدان دادن با «تفویض اختیار» (زیرمجموعه اعتماد) و «یادگیری» گره خورده است.



شکل (۵): مقوله میدان دادن به مخاطب و مفاهیم شکل دهنده آن

۵-۱-۶. محوریت نیاز مخاطب

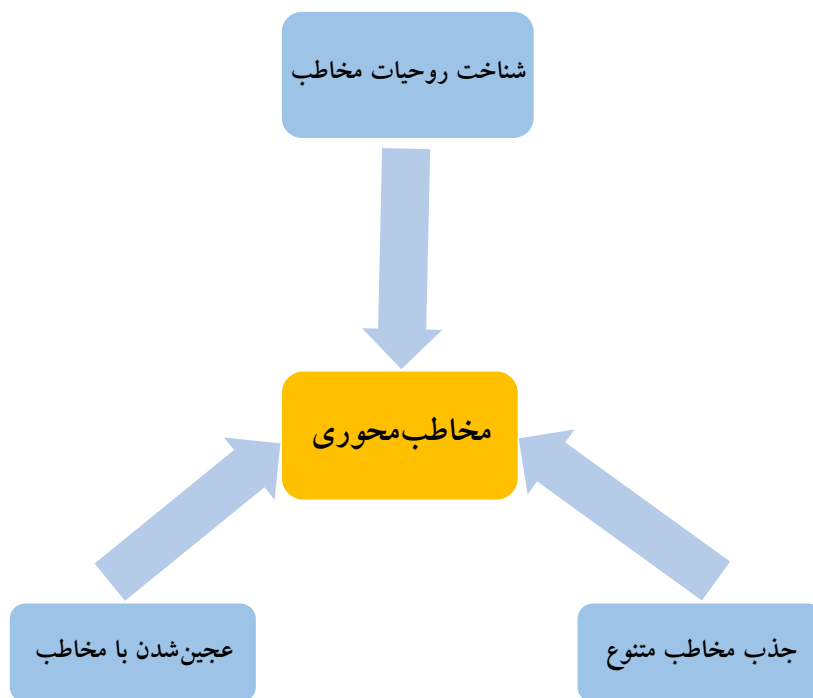
فانوس بر اساس نیازهای واقعی دختران (تحصیلی، شغلی، روانی، تفریحی، معرفتی) برنامه‌ریزی می‌کند. برگزاری کمپ‌های مطالعاتی برای کنکوری‌ها، کلاس‌های مهارتی (عکاسی، نویسندگی، باغبانی)، اردوهای تفریحی منظم و مشاوره تحصیلی و خانوادگی نمونه‌هایی از این رویکرد نیازمحور است. یکی از مادران مصاحبه‌شده گفت: «دخترم به خاطر کلاس‌های تقویتی و مشاوره کنکور جذب فانوس شد، بعداً به مباحث اعتقادی هم علاقه پیدا کرد». این مضمون مستقیماً با «مخاطب‌محوری» همپوشانی دارد.



شکل (۶): مقوله محور قراردادن نیاز مخاطب و مفاهیم شکل دهنده آن

۷-۱-۵. مخاطب محوری

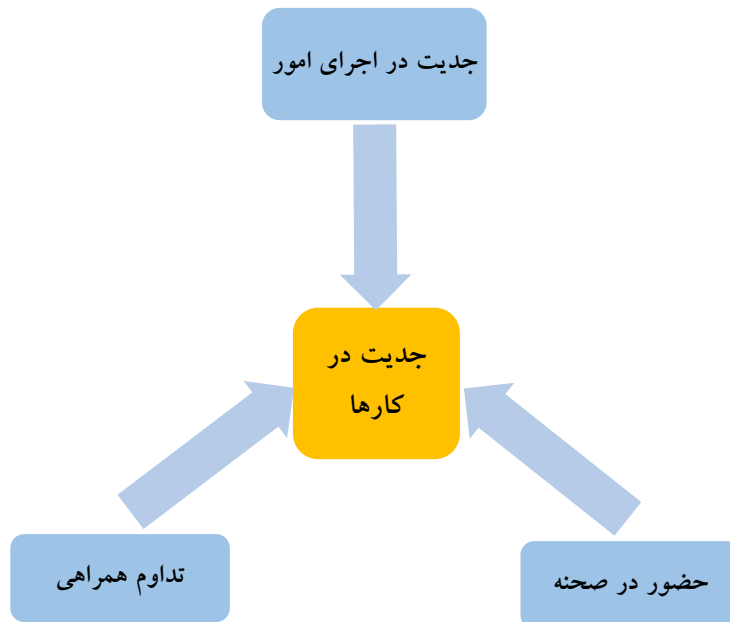
مخاطب محوری فراتر از نیازسنجی، به معنای شناخت عمیق روحیات، سطح فکری و پیشینه اعتقادی هر فرد است. رهبر گروه و کادر، محتوای جلسات و حتی لحن کلام خود را متناسب با گروه های مختلف (کم اعتقاد، مذهبی سنتی، پرسشگر) تنظیم می کنند. یکی از شرکت کنندگان با سابقه کم اعتقادی می گوید: «حتی جواب چراهای غیرمذهبی ها را هم در صحبت های حاج آقا داشتند». این مضمون ضامن فراگیری الگوی فانوس است و باعث شده دخترانی با سطوح مختلف دینداری در کنار هم حضور یابند.



شکل (۷): مقوله مخاطب محوری و مفاهیم شکل دهنده آن

۵-۱-۸. جدیت در کار

اگرچه فانوس فضایی صمیمی و غیررسمی دارد؛ اما در اجرای برنامه‌ها و پیگیری مسئولیت‌ها بسیار جدی و منظم عمل می‌کند. رهبر گروه بر رعایت زمان‌بندی، کیفیت محتوا و انجام دقیق وظایف تأکید دارد. این جدیت از سوی اعضای کادر نیز به مخاطبان منتقل می‌شود. وجود نمودار سازمانی، شرح وظایف و مرام‌نامه نشان‌دهنده این نظم است. بدون این مضمون، مشارکت و میدان دادن به هرج و مرج منجر می‌شد.



شکل (۸): مقوله جدیت در کارها و مفاهیم سازنده آن

۵-۱-۹. رهبری همدلانه

رهبری فانوس (حجت‌الاسلام داستان‌پور) به جای مدیریت دستوری و از بالا، سبکی همدلانه و همراه دارد. ایشان با حضور مستقیم در میدان، کمترین فاصله را با اعضا دارد، از نظرهای آن‌ها مشورت می‌گیرد و تا حد امکان اختیار عمل می‌دهد. یکی از اعضای کادر بیان می‌کند: «هیچ وقت از جایگاه بالا و ریاست با ما برخورد نمی‌کردند». این سبک رهبری باعث شده است اعضا نه از روی ترس، بلکه از روی علاقه و تعهد به گروه پایبند بمانند. رهبری همدلانه با اعتمادسازی و مشارکت رابطه تنگاتنگ دارد.

۵-۱-۱۰. یادگیری و آموزش

آموزش در فانوس به دو دسته تقسیم می‌شود: آموزش‌های اعتقادی (مانند سیر مطالعاتی شهید مطهری، پاسخ به شبهات) و آموزش‌های مهارتی (تربیت مربی، نویسندگی، تدوین، فن بیان). این آموزش‌ها به صورت کارگاه، کمپ، دوره‌های فشرده و

جلسات منظم برگزار می‌شوند. یکی از اعضای کادر می‌گوید: «گاهی کارگاه‌هایی گذاشته می‌شد برای ایجاد مهارت برای بچه‌ها مثل عکاسی و نویسندگی و فیلم‌برداری...». یادگیری، بستر توانمندسازی مخاطب و آماده‌سازی او برای نقش‌های بالاتر در گروه است. این مضمون با «میدان‌دادن» و «اعتمادسازی» در تعامل است.



شکل (۹): مقوله یادگیری و مفهوم آموزش

شبکه مضامین و فرایند جذب دینی و تحلیل روابط بین مضامین نشان می‌دهد که الگوی فانوس یک فرایند چرخه‌ای و تعاملی است و نه صرفاً مجموعه‌ای از مؤلفه‌های مجزا.

به‌طور خلاصه ارزش‌های دینی و اخلاقی (مضامین ۱ و ۲) به‌عنوان بنیان، فضای کلی گروه را شکل می‌دهند. رهبری همدلانه (مضمون ۹) و اعتمادسازی (مضمون ۳) به‌عنوان تسهیلگران، بستر را برای مشارکت و میدان‌دادن فراهم می‌کنند. مشارکت و همکاری (مضمون ۴) و میدان‌دادن (مضمون ۵) به‌عنوان کانون فرایند جذب، دختران را از جایگاه مخاطب منفعل به کنشگر فعال تبدیل می‌کنند. مخاطب‌محوری و محوریت نیاز مخاطب (مضامین ۶ و ۷) تضمین می‌کنند که تمام فعالیت‌ها با واقعیت‌های زیستی - اجتماعی دختران جوان هماهنگ باشد. جدیت در کار (مضمون ۸) و یادگیری (مضمون ۱۰) به‌عنوان عوامل پایداری، مانع از سست‌شدن ساختار و فرسودگی اعضا می‌شوند.

این مضامین در عمل به‌گونه‌ای درهم‌تنیده‌اند که نمی‌توان هیچ‌یک را بدون دیگری تصور کرد. برای مثال، اعتمادسازی بدون رهبری همدلانه ممکن نیست و مشارکت بدون میدان‌دادن به مخاطب ناقص می‌ماند. (حذفی) (جمله پایانی قبلی که تکراری و انتزاعی بود حذف شد). (اضافه شده) در فصل بعد (بحث و نتیجه‌گیری) این شبکه مضامین در پرتو مبانی نظری پژوهش (هابرماس، بوردیو، گیدنز) تحلیل خواهد شد.

۶. نتایج پژوهش و یافته‌ها در پرتو پرسش‌های پژوهش

این پژوهش با هدف شناسایی الگوی جذب دینی دختران جوان در گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان انجام شده است. پرسش اصلی پژوهش عبارت بود از: «الگوی جذب دینی گروه فانوس در تعامل با دختران جوان بر چه مؤلفه‌هایی استوار است و این مؤلفه‌ها چگونه در فرایند جذب مشارکتی عمل می‌کنند؟» در ادامه، یافته‌های برگرفته از تحلیل مضمون (۱۰ مضمون اصلی) در پرتو این پرسش و همچنین پرسش‌های فرعی (روش‌ها، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) تحلیل می‌شوند.

۶-۱. روش‌های جذب دینی دختران جوان: (پاسخ به پرسش فرعی اول)

یافته‌ها نشان داد گروه فانوس از روش‌های متنوع، غیرخطی و مشارکت‌محور استفاده می‌کند که در قالب ۱۰ مضمون اصلی دسته‌بندی شدند. در سطح عملیاتی، این روش‌ها عبارتند از: جلسات هفتگی «لحظه‌های ناب» (بستر اصلی گفت‌وگوی رو در رو و مشورت جمعی) / اردوهای زیارتی (مشهد، کربلا، امامزاده‌ها) و تفریحی (کوه‌گشت) (برای ایجاد تجربه‌های معنوی جمعی و تقویت همبستگی). طرح «مهمان تا مدیر» (مسیر طراحی شده برای توانمندسازی تدریجی مخاطبان طی ۱۲ تا ۱۴ مرحله) / تشکیل کانون‌های تخصصی (نوجوانان، متأهلان، کودکان، علمی) برای پاسخ به نیازهای متمایز سنی و خانوادگی / همایش‌های اقناع عقلی و تحصیلی (به‌ویژه برای دانش‌آموزان کنکوری) / کمپ‌های مطالعاتی و مشاوره‌های اخلاقی - اعتقادی (در کنار جلسات اصلی) این روش‌ها در تعامل با یکدیگر، فرایندی چرخه‌ای را شکل می‌دهند که در آن دختران جوان از جایگاه «مخاطب منفعل» به «کنشگر فعال، مسئول و حتی مربی» ارتقا می‌یابند. داده‌های مصاحبه نشان می‌دهد که همین ویژگی «میدان‌دادن به مخاطب» (مضمون ۵) و «مشارکت و همکاری» (مضمون ۴)، اصلی‌ترین دلایل تداوم همراهی دختران با گروه بوده است.

۶-۲. نقاط قوت گروه فرهنگی مذهبی فانوس (پاسخ به پرسش فرعی دوم)

بر اساس تحلیل مضامین و شواهد میدانی، مهم‌ترین نقاط قوت گروه به شرح زیر است: نقطه قوت مضمون مرتبط شاهد میدانی (پاره‌گفتار) استفاده از نیرو و توان خود

دختران میدان دادن به مخاطب، اعتمادسازی (اولین دفعه که تو اردوی مشهد منو سرگروه کردند حس کردم چقد قوی هستم)، توجه دقیق به نیازهای واقعی مخاطب محوریت نیاز مخاطب، مخاطب محوری (هرچیزی که برای گروه سنی ما مسئله بود... مثل ازدواج، کنکور، آموزش هنری و حتی تفریح)، ایجاد فضای صمیمی و دوستانه تقید به فضایل اخلاقی، رهبری همدلانه (بچه هاشون حتی تو اولین برخورد انگار مدت ها بود ما رو می شناختند)، روش های خلاقانه در نهادینه سازی ارزش ها یادگیری و آموزش (اصل ۲۴ ساعته و اصل ۲۹ صفت شهدا)، کارگاه های هنری تأثیر عمیق معنوی و تحول پایدار محوریت ارزش های دینی برگزاری سالانه «جشن تحول» برای اعضایی که دچار تغییر اعتقادی شده اند. این نقاط قوت نشان می دهد که فانوس بر خلاف الگوهای سنتی (که عمدتاً خطابی و یک سویه هستند)، با اتکا به اعتماد متقابل، مشارکت واقعی و پاسخگویی به نیازهای هویتی - عاطفی دختران، توانسته است جذب پایدار و تأثیر عمیق ایجاد کند.

۶-۳. نقاط ضعف و چالش های درونی (پاسخ به پرسش فرعی سوم)

با وجود موفقیت ها، گروه فانوس با کاستی هایی نیز مواجه است که از تحلیل مصاحبه ها و اسناد داخلی به دست آمده اند. محدودیت شدید منابع مالی (وابستگی کامل به کمک های مردمی و نبود بودجه پایدار) - مضمون مرتبط: جدیت در کار (تأمین نشدن کامل زیرساخت ها). نداشتن مکان ثابت (اجاره های مکرر و صرف انرژی زیاد برای تأمین مکان مناسب) - مرتبط با پایداری ساختاری. گسترش سریع و کنترل ناپذیر (افزایش مخاطبان به بیش از ۲۰۰۰ نفر و کاهش امکان توجه فردی). فرسودگی شغلی برخی اعضای کادر (فشار کاری بالا بدون پشتیبانی مادی). طولانی بودن پروسه عضویت در کادر (۱۲ تا ۱۴ مرحله) و ایجاد دلزدگی در برخی جوانان. خطر انحصارطلبی هویتی (برچسب «فانوسی بودن» و محدودیت در ارتباطات اجتماعی بیرون از گروه) برخی از این نقاط ضعف ریشه در ساختار کاملاً مردمی و غیردولتی گروه دارند و از منظر نظری، نبود «حمایت نهادی» (ضعف در سرمایه اقتصادی) را نشان می دهند.

۶-۴. فرصت‌ها و تهدیدهای پیش‌روی گروه فانوس (پاسخ به پرسش فرعی چهارم و پنجم) فرصت‌ها:

- افزایش آگاهی عمومی نسبت به اهمیت تربیت دینی دختران (به‌ویژه پس از همه‌گیری کرونا)؛
- حمایت‌های محدود دولتی و شهرداری (مانند واگذاری موقت فضاهای فرهنگی)؛
- استفاده از فناوری‌های نوین (گسترش فعالیت در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی - تجربه موفق لایوهای اینستاگرامی در کرونا)؛
- اعتماد نهادی خانواده‌ها به گروه (به‌دلیل سابقه موفق و عدم حاشیه‌سازی) - مرتبط با مضمون اعتمادسازی این فرصت‌ها می‌توانند به انباشت سرمایه اجتماعی و نمادین گروه کمک کنند و دایره تأثیرگذاری آن را گسترش دهند.

تهدیدها و چالش‌های بیرونی:

- تغییرات سریع فرهنگی و اجتماعی (رقابت الگوهای هویتی غربی در فضای مجازی)؛
- رقابت ناسالم برخی گروه‌های مذهبی دیگر (تخریب چهره فانوس توسط تشکل‌های رقیب)؛
- همه‌گیری بیماری‌هایی مانند کرونا (تعطیلی مکرر جلسات حضوری - هرچند فانوس با لایوهای اینستاگرامی تا حدودی آن را مدیریت کرد)؛
- سنگ‌اندازی برخی نهادهای دولتی (اتهام جناح‌گرایی به رهبر گروه و عدم همکاری). این تهدیدها نشان می‌دهند که ساختارهای کلان اجتماعی و سیاسی می‌توانند حتی تشکل‌های موفق مردمی را با چالش مواجه کنند. با این حال، توانایی فانوس در تطبیق سریع با شرایط بحرانی (مانند کرونا) از «عاملیت بازاندیشانه» قوی گروه حکایت دارد. جمع‌بندی در پاسخ به پرسش اصلی پژوهش («الگوی جذب دینی گروه فانوس بر چه مؤلفه‌هایی استوار است و این مؤلفه‌ها چگونه عمل می‌کنند؟») می‌توان گفت الگوی فانوس بر ۱۰ مضمون مرتبط با یکدیگر استوار است که در تعامل با هم، فرایندی چرخه‌ای، مشارکتی و غیرتحمیلی را شکل می‌دهند. این مضامین در چهار سطح کلی قابل دسته‌بندی هستند:

- ۱- سطح بنیادین: محوریت ارزش‌های دینی و تقید به فضایل اخلاقی؛
- ۲- سطح تسهیلگرانه: رهبری همدلانه و اعتمادسازی؛
- ۳- سطح کنشگرانه: مشارکت و همکاری، میدان‌دادن به مخاطب، مخاطب‌محوری و محوریت نیاز مخاطب؛
- ۴- سطح پایداری: جدیت در کار و یادگیری و آموزش این الگو بر خلاف روش‌های سنتی (یک‌طرفه و خطابی)، دختران جوان را به‌عنوان شریکانی فعال در فرایند معناسازی دینی می‌بیند و با ایجاد فضایی امن، پاسخگو و توانمندساز، موجبات جذب پایدار و تأثیر عمیق بر نگرش دینی آن‌ها را فراهم می‌آورد.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف شناسایی و توصیف الگوی جذب دینی مشارکت‌محور در گروه فرهنگی - مذهبی فانوس اصفهان و با تمرکز بر دختران جوان (۱۲ تا ۲۵ سال) انجام شد. در پاسخ به سؤال اصلی پژوهش که الگوی فانوس بر چه مؤلفه‌هایی استوار است و چگونه عمل می‌کند، یافته‌ها نشان داد که این الگو بر ۱۰ مضمون مرتبط با یکدیگر استوار است که در چهار سطح «بنیادین»، «تسهیلگرانه»، «کنشگرانه» و «پایداری» سازمان‌دهی می‌شوند. این مضامین در تعامل با هم، فرایندی چرخه‌ای و غیرخطی را شکل می‌دهند که در آن دختران جوان از جایگاه «مخاطب منفعل» به «کنشگر فعال و مسئول» ارتقا می‌یابند.

در پرتو مبانی نظری، الگوی فانوس سه کارکرد اصلی را به انجام می‌رساند:

- ۱- جایگزینی ارتباط خطی با گفت‌وگوی افقی (هابرماس)؛
 - ۲- تبدیل محدودیت‌های جنسیتی به فرصت‌های تربیتی از طریق بازتوزیع سرمایه فرهنگی (بوردیو)؛
 - ۳- تقویت عاملیت بازاندیشانه دختران در پذیرش آگاهانه دین (گیدنز).
- این الگو بر خلاف روش‌های سنتی (یک‌طرفه، خطابی، جنسیت‌خشی و مبتنی بر تحمیل)، رویکردی کل‌نگر، مشارکتی و جنسیت‌آگاه ارائه می‌دهد که می‌تواند برای سایر تشکلهای فرهنگی - مذهبی به‌عنوان یک الگوی عملی مورد استفاده قرار گیرد.

محدودیت‌های پژوهش

شامل عدم تعمیم‌پذیری نتایج مطالعه موردی، احتمال سوگیری تفسیری ناشی از حضور طولانی پژوهشگر در میدان، محدودیت دسترسی به برخی اسناد داخلی و چالش مستندسازی تجربیات عرفانی است.

پیشنهادهای پژوهشی

مطالعه تطبیقی فانوس با تشکلهای مشابه، بررسی آثار بلندمدت الگوی مشارکتی بر هویت دینی دختران و طراحی ابزار کمی مبتنی بر مضامین استخراج‌شده.

پیشنهادهای عملی برای اولیای امر تبلیغ

شامل طراحی برنامه‌های دینی مشارکت‌محور (شوراهای دانش‌آموزی، تبلیغ افقی)، بازآموزی مبلغان با رویکرد جنسیت آگاه و سیاست‌گذاری فرهنگی برای حمایت از پروژه‌های هنری با مضامین دینی است.

جمع‌بندی نهایی

موفقیت فانوس در جذب هزاران دختر جوان ریشه در سه مؤلفه کلیدی دارد: بازتعریف نقش زن مسلمان از «مخاطب» به «شریک فعال»، طراحی فضاهای امن برای بروز خلاقیت‌های زنانه در چهارچوب ارزش‌ها و تقویت عاملیت و مسئولیت‌پذیری اجتماعی دختران. الگوی فانوس به عنوان پلی میان نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی و نیازهای نسل جدید، پنجره‌ای نوین به سوی تبلیغ دین در عصر دیجیتال می‌گشاید.

کتابنامه

- آقاپور، س. و خسروآبادی، ر. (۲۰۲۴). بررسی سیستماتیک دین دیجیتال و شکل‌گیری هویت جوانان (۲۰۲۰-۲۰۲۳). دین، رسانه و فرهنگ دیجیتال، ۸(۱)، ۶۷-۴۵.
- انصاری، علیرضا (۱۳۸۸). راه‌کارهای جذب جوانان به دین. *مجله معارف اسلامی*، (۷۷).
- رنجبر، مریم‌السادات و علامتساز، بتول (۱۳۹۵). نقش و تأثیر دین در زندگی اجتماعی انسان. *نشریه پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم*، ۱۲(۳)، ۱-۱۵.
- سلیمانیان، محسن (۱۳۹۱). بررسی راه‌کارهای جذب دانش‌آموزان متوسطه به معنویت‌گرایی. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*. مؤسسه آموزش عالی دارالقرآن کریم اصفهان.
- قریشی، سید مسعود (۱۳۹۲). راه‌کارهای جذب و تربیت دینی جوانان در کتاب سنت. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشکده اصول‌الدین.
- میرحسینی، زیبا (۱۴۰۲). فمینیسم اسلامی و عاملیت جوانان: بازاندیشی اقتدار مذهبی در عصر دیجیتال. *اسلام معاصر*، ۱۷(۳)، ۳۲۱-۳۴۰.
- نصرتی، فاطمه (۱۳۹۳). شناسایی عوامل مؤثر بر تقویت باورهای دینی دانش‌آموزان دختر دوره متوسطه در شهرستان نجف‌آباد از دیدگاه دبیران دینی و مشاوران. *پایان‌نامه کارشناسی ارشد*، دانشگاه اصفهان.
- نورتراپ، کریستین (۱۳۸۵). *دختران نوجوان*. ترجمه ف. رضایی. تهران: انتشارات فلسف. (اثر اصلی در ۲۰۰۱ منتشر شده است).
- هادیان رسنائی، الهه (۱۳۷۹). آسیب‌شناسی عوامل مؤثر بر تربیت دینی دختران. *نشریه پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم*، سال هشتم، (۲)، ۲۹-۴۶.

- Bourdieu, P. (1986). *The forms of capital*. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Chen, Y., & Smith, R. (2023). Participatory approaches in religious socialization: Co-constructing meaning with young believers. *Religion and Society*, 14(1), 45-63.
- Ghasemi, M., & Alizadeh, S. (2024). Digital religiosity: How social media platforms shape religious identity among Iranian Gen Z girls. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 13(2), 145-167.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason

and the rationalization of society. Beacon Press.

Khabibi, Z., & Ansari, S. (2024). Negotiating religious identity among Iranian Gen Z girls: Between tradition and modernity. *Journal of Youth Studies*, 27(2), 210-228.

Pew Research Center. (2023). *Young people and religion: A global survey of Gen Z and Millennials*. Washington, D.C.: Pew Research Center.

Rahmani, F., & Jafari, M. (2024). Informal religious organizations and spiritual resilience among young women in Iran. *International Journal of Islamic Studies*, 11(3), 89-107.

References

- Aghapour, S., & Khosrowabadi, R. (2024). Barrasi-ye sistemātik-e din-e dijital va shekl-giri-ye hovyat-e javānān (2020-2023) [A systematic review of digital religion and youth identity formation (2020-2023)]. *Din, Resāneh va Farhang-e Dijital*, 8(1), 45-67. (In Persian)
- Alizadeh Bami, M. A. (2018). Dalāy-e din-gorizi-ye nojavānān va javānān va ravish-hā-ye jazb-e nojavānān va javānān be din [Reasons for youth religiosity avoidance and methods of attracting adolescents and youth to religion]. Presented at the 4th Provincial Scientific-Research Conference. (In Persian)
- Ansari, A. R. (2009). Rahkār-hā-ye jazb-e javānān be din [Strategies for attracting youth to religion]. *Ma'āref-e Eslāmi*, 77. (In Persian)
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Greenwood.
- Chen, Y., & Smith, R. (2023). Participatory approaches in religious socialization: Co-constructing meaning with young believers. *Religion and Society*, 14(1), 45-63.
- Chen, Y., & Smith, R. (2023). Participatory approaches in religious socialization: Co-constructing meaning with young believers. *Religion and Society*, 14(1), 45-63.
- Ghasemi, M., & Alizadeh, S. (2024). Digital religiosity: How social media platforms shape religious identity among Iranian Gen Z girls. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 13(2), 145-167.
- Ghasemi, M., & Alizadeh, S. (2024). Digital religiosity: How social media platforms shape religious identity among Iranian Gen Z girls. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 13(2), 145-167.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.

- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Stanford University Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Beacon Press.
- Habermas, J. (1984). *The theory of communicative action*, Vol. 1: Reason and the rationalization of society. Beacon Press.
- Hadian Rasnayi, E. (2000). *Āsib-shenāsi-ye avāmel-e mo'asser bar tarbiyat-e dini-ye dokhtarān* [Pathology of factors affecting religious education of girls]. *Pazhuhesh-hā-ye Miyān-reshte-i-ye Qurān-e Karim*. (In Persian)
- Khabibi, Z., & Ansari, S. (2024). Negotiating religious identity among Iranian Gen Z girls: Between tradition and modernity. *Journal of Youth Studies*, 27(2), 210-228.
- Khabibi, Z., & Ansari, S. (2024). Negotiating religious identity among Iranian Gen Z girls: Between tradition and modernity. *Journal of Youth Studies*, 27(2), 210-228.
- Khosravi Katuli, A. (2017). *Ravish-hā-ye jazb-e kudakān be ma'āref-e Qurān* [Methods of attracting children to Quranic teachings] (Master's thesis). University of Quran and Hadith. (In Persian)
- Mirhosseini, Z. (2023). Islamic feminism and youth agency: Rethinking religious authority in the digital age. *Contemporary Islam*, 17(3), 321-340.
- Nasrati, F. (2014). *Shenāsā'i-ye avāmel-e mo'asser bar taqviyat-e bāvar-hā-ye dini-ye dāneshāmuzān-e dokhtar-e dowre-ye motevaseteh dar shahrestān-e Najafābād az didgāh-e dabirān-e dini va moshaverān* [Identifying factors affecting the strengthening of religious beliefs of female high school students in Najafabad] (Master's thesis). University of Isfahan. (In Persian)
- Nortrap, C. (2005). *Dokhtarān-e nojavān* [Teenage girls] (F. Rezaei, Trans.). Tehran: Falsaf Publications. (Original work published 2001) (In Persian)
- Pew Research Center. (2023). *Young people and religion: A global survey of Gen Z and Millennials*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Pew Research Center. (2023). *Young people and religion: A global survey of Gen Z and Millennials*. Washington, D.C.: Pew Research Center.
- Qaemi, A. (1994). *Donyā-ye nojavāni-ye dokhtarān* [The world of adolescent girls]. Tehran: Amiri Publications. (In Persian)
- Qoreshi, S. M. (2013). *Rahkār-hā-ye jazb va tarbiyat-e dini-ye javānān dar ketāb va sonnat* [Strategies for attracting and religiously educating youth in the Book and Tradition] (Master's thesis). Faculty of Osul al-Din. (In Persian)
- Rahmani, F., & Jafari, M. (2024). Informal religious organizations and spiritual resilience among young women in Iran. *International Journal of Islamic Studies*, 11(3), 89-107.
- Rahmani, F., & Jafari, M. (2024). Informal religious organizations and spiritual resilience among young women in Iran. *International Journal of*

Islamic Studies, 11(3), 89-107.

Ranjbar, M. A., & Alamat Saz, B. (2016). Naqsh va ta'sir-e din dar zendegi-ye ejtemā'i-ye ensān [The role and impact of religion in human social life]. Pazhuhesh-hā-ye Miyān-reshte-i-ye Qurān-e Karim, 12(3), 1-15. (In Persian)

Soleimanian, M. (2012). Barrasi-ye rahkār-hā-ye jazb-e dāneshāmuzān-e motevaseteh be ma'naviyat-garāyi [Investigating strategies for attracting high school students to spirituality] (Master's thesis). Institute of Higher Education of Dar al-Quran, Isfahan. (In Persian)

In the Name of Allah the Compassionate the Merciful

69

Religion and Communication

Bi-quarterly scientific journal of Religion & Communication,

Vol. 33, No. 1, (Serial 69), Spring and Summer 2026

Publisher: Imam Sadiq University

Managing Director: Mohammad Reza Rohani

Editor in Chief: Naser Bahonar

Manager Editorial: Maryam Shahrabi Farahani

The Editorial Board:

Saeed Reza Ameli

Professor (Expertise: Communication & Sociology) Tehran University

Naser Bahonar

Professor (Expertise: Islamic Studies Culture & Communication) Imam Sadiq University

Hassan Bashir

Professor (Expertise: International Communication) Imam Sadiq University

Mohammad Hadi Homayoon

Professor (Expertise: Islamic Studies Culture & Communication) Imam Sadiq University

Sayyed Hassan Hosseini Sarvari

Professor (Expertise: Theology, Philosophy & Theology) Sharif University of Technology

Mohsen Khandan Alwiri

Professor (Expertise: History & Civilization - Out of Jurisprudence & Principles) Baqir al-ulum University

Mahdi Mohsenian Rad

Professor (Expertise: Communication & Sociology) Imam Sadiq University

Mahmoud Taghizadeh Davari

Associate Professor (Expertise: Sociology of Religion) Tehran University

Masoud Kowsari

Associate Professor (Expertise: Communication & Sociology) Tehran University

428 Pages / 2,500,000 RIS

The Articles in this Publication do not Necessarily the Views of the University

The Quotes Are Only Full References

Address: Imam Sadiq University, Modiriat Bridge, Shahid Chamran Highway, Tehran, Iran

P. O. Box: 14655-159

Management of Technical and Printing: Deputy of Research and Technology,

Telfax: +9821-88094915

Management of Scientific & Editorial Affairs: Islamic Studies & Culture & Communication

Faculty, Tel Fax: +9821-88094913

Website: <http://www.rc.isu.ac.ir>

E-mail (1): rc@isu.ac.ir / Email (2): din.ertebatat@gmail.com

Contents

- **tasynthesis of critical studies of social media based on data-driven analysis.... 1**
Maryam Razani^{}; Mohammad Hadi Homayoun and Mohammadsadegh Nasrollahi*
- **Conceptual Development of Jurisprudential Deception and Its Application in Commercial Advertising Based on Media Theories..... 45**
Farzin Morsali^{}; Seyed ali Hosseini and Mohammad reza Borzooei*
- **The Rhetoric of Jihad in Nahjul-Balaghah: A Neo-Aristotelian Critique of Imam Ali's (PBUH) War Sermons 77**
Karim khanmohammadi^{}; Ali Asghar Eslami Tanha and Muhammad Rezabaygi*
- **A Rhetorical Analysis of Persuasive Discourse in the Letters of Nahj al-Balagha Based on Ethos, Pathos, and Logos 111**
Maryam Farzadinia; Sobhan Kavosi^{} and Mohammad Ghafourifar*
- **Investigating The Ethical Foundations of Artificial Intelligence and Its Comparison with Islamic Anthropological and Epistemological Principles. 139**
Nazila Khatib Zanjani
- **Analysis of Story-driven Video Games based on Christopher Vogler's Hero's Journey Narrative Pattern - A Case Study of God of War: Ragnarök, Children of Morta, and Ambassador of Love..... 173**
Seyed Rahim Hashemi Karoe^{} and Meysam Farokhi*
- **The Role of Life Skills in Adolescents' Religious Orientation: Emphasizing Communication and Critical Thinking..... 213**
Zahedeh Rahmanian^{} and Abazar KafiMousavi*
- **Factors Influencing Female Student Teachers' Participation in Religious Programs (Case Study: Female Student Teachers at Bint al-Huda Sadr Campus, Rasht)..... 243**
Sonia Zare Bazghaleh
- **Designing a Communication Model of Jihad-e Tabyin on Social Media: Emphasizing Media Literacy and Its Implications for Education in Advancing the Objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution..... 275**
Ali jafari
- **Identifying and Analyzing Teacher-Parent Communication Styles in Elementary Schools: A Qualitative Study..... 307**
Mohammad Alipour^{} and Mohsen Ayati*
- **Synthesis of the research done on New Religious Movements 339**
Kiyumars Moladoost^{}; Mostafa Akbarian and Mohammadreza Rezalou*
- **The participation-based religious absorption pattern of young girls in the Fanous Cultural-Religious Group of Isfahan (Qualitative Study) 377**
Maryam Akhtarian^{} and Ahmad Kuhi*