

مطالعات فرهنگی ارتباطات

سال بیست و پنجم، شماره شصت و پنج
شماره مسلسل ۹۷، بهار ۱۴۰۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: قاسم زائری
سر دبیر: علی انتظاری



هیأت تحریریه:

- شهاب اسفندیاری
دانشیار سینما و تئاتر دانشگاه هنر تهران
- علی انتظاری
دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبائی
- هادی خانیکی
استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی
- حسن خجسته باقرزاده
استاد رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما
- سید وحید عقیلی
دانشیار علوم ارتباطات و مطالعات رسانه‌ای
دانشگاه آزاد اسلامی
- ابراهیم فیاض
دانشیار انسان‌شناسی دانشگاه تهران
- محمد تقی کرمی قه‌بی
دانشیار مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبائی
- یونس نوربخش
دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
- سیده راضیه یاسینی
دانشیار پژوهش هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

مدیر داخلی: رقیه مهری
ویراستار: شهناز شفیعی‌خانی
صفحه‌آرا: حامد خلیلی
چاپخانه: درپچه‌نو
بهاء: ۱۷۰۰۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، پایین تراز میدان ولیعصر،
خیابان دمشق، شماره ۹
صندوق پستی: ۱۴۱۵۵.۶۴۷۴
تلفن: ۸۸۹۱۹۱۸۶ - ۰۲۱
نمابر: ۸۸۸۹۳۰۷۶ - ۰۲۱
وبگاه: www.jccs.ir

فصلنامه براساس مجوز شماره ۱۷۹۸۶۶
وزارت علوم، تحقیقات و فناوری موفق
به کسب رتبه علمی - پژوهشی شد و از
شماره پاییز ۱۳۹۰ با همکاری انجمن
ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات منتشر
می‌شود.



فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ ارتباطات»
بر اساس ارزیابی کمیسیون علمی
نشریات وزارت علوم تحقیقات و فناوری
و پایگاه استنادی علوم جهان اسلام ISC
موفق به اخذ رتبه «الف» شده است.



اعضای بین‌المللی:

- مهدی سمتی
استاد دانشگاه لبنان
- یحیی کمالی پور
استاد دانشگاه پوردو
- محمد محسن
استاد دانشگاه نورسن البنویز

این نشریه در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نمایه می‌شود.

فصلنامه مطالعات فرهنگی ارتباطات

دربارهٔ مجله

مطالعات فرهنگ و ارتباطات مجله‌ای است که به منظور انعکاس مقالات برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات تجربی و نظری در حوزهٔ فرهنگ و ارتباطات در نظر گرفته شده است. با توجه به اهمیت ارتباطات در جامعه‌ای که رسانه‌های اجتماعی نقش فعال در مناسبات اجتماعی دارند و تحولات پیش‌رو در جهان فرا ملی شده چند قطبی، اولویت انتشار، مقالاتی است که هم از بُعد نظری و هم از بُعد تجربی زوایای این تحولات را موشکافانه بررسی و به جامعه علمی منعکس نمایند. تلاش می‌شود از دیدگاه‌های متنوع به منظور فراهم کردن زمینه گفتگو و هم‌اندیشی میان اصحاب علوم اجتماعی استقبال و از طریق درج یادداشت‌ها و مقالات انتقادی به پویایی هر چه بیشتر این نهاد علمی مدد رسانده شود.

محورهای موضوعی فصلنامه علمی «مطالعات فرهنگ ارتباطات» بدین قرار است:

- فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- فرهنگ و ارتباطات در عصر تحولات فناورانه
- فرهنگ و ارتباطات در جهان فرا ملی شده و چند قطبی
- رسانه‌ها (سنتی و مجازی)، فرهنگ، ارتباطات و جامعه
- سیاستگذاری ملی ارتباطی، فرهنگی و رسانه‌ای
- فرهنگ، بازی‌های رایانه‌ای و زندگی روزمره
- رسانه‌های اجتماعی و تعامل یا تقابل با رسانه‌های مدرن و سنتی
- اخلاق حرفه‌ای در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات
- سواد رسانه‌ای، سواد فرهنگی و سواد اطلاعاتی در عصر رسانه‌های دیجیتال
- فرهنگ، ارتباطات، رسانه‌ها و سبک زندگی
- تحولات جهانی در حوزهٔ فرهنگ، ارتباطات و رسانه

اشتراک

مبلغ اشتراک سالیانه در ایران ۲۸۰۰۰۰۰ ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شمارهٔ حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۱۴۹۰۶ بانک مرکزی به نام انتشارات پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات واریز و اصل فیش را به نشانی تهران، پایین‌تر از میدان ولیعصر، خیابان دمشق، شمارهٔ ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات، طبقهٔ اول دفتر فصلنامه ارسال کنند.

راهنمای تنظیم مقالات

- مقاله باید بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ کلمه و در محیط ورد تنظیم شده باشد؛
- در ابتدای مقاله چکیده فارسی (بین ۲۵۰ تا ۱۰۰ کلمه) و انگلیسی (بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ کلمه) آورده شود که در آن خلاصه‌ای از بیان مسأله، پرسش اصلی، روش تحقیق و مهم‌ترین نتایج همراه با واژه‌های کلیدی باشد؛
- پس از چکیده ارائه بخش‌های مقدمه، مبانی نظری، روش تحقیق، یافته‌های تحقیق و نتیجه‌گیری مرتبط با مبانی نظری در مقاله ضروری است؛
- ترتیب مقاله در مباحث نظری متناسب با کنکاش نظری است؛
- تمرکز بر پرسش اصلی، نثر مقاله و شیوایی نگارش از جمله معیارهای مهم داوری است؛
- معادل لاتین اسامی و مفاهیم مهم در پاورقی هر صفحه آورده شود؛
- در متن مقاله، هر جا که لازم بود، نام مؤلف، سال انتشار منبع و صفحه مورد نظر به صورت نمونه (شعیری، ۱۳۸۸: ۵۰) و در منابع خارجی (Entman, 2009: 176) درج شود؛
- منابع ذکر شده در متن حتماً در فهرست منابع آخر مقاله درج شوند؛ همچنین هیچ منبعی در فهرست منابع نباشد که در متن استفاده نشده باشد؛
- نشانی کامل اینترنتی مقاله‌ها، کتاب‌ها، رساله‌ها و گزارش‌های لاتین ترجمه شده به فارسی باید ضمیمه مآخذ شوند؛
- مؤلف باید نام کامل، سمت پژوهشی یا آموزشی، نشانی کامل محل کار و نشانی پست الکترونیکی خود و همکاران مقاله را به فارسی و انگلیسی در سایت فصلنامه درج کند؛
- پذیرش نهایی مقاله و چاپ آن در مجله بستگی به نظر داوران مقاله دارد؛
- در صورتی که هر یک از نویسندگان علاوه بر این فصلنامه مقاله‌ای به نشریه‌ای دیگری به منظور انتشار بدهند پیگرد قانونی به دنبال خواهد داشت.
- مدیران فصلنامه حق دارند محتوا و عناوین مقالات را در فرایند انتشار ویرایش نمایند.
- فصلنامه «مطالعات فرهنگ. ارتباطات» ترجیح می‌دهد مقاله‌هایی را چاپ کند که اولویت با مقالاتی است که برگرفته از پژوهش‌ها و مطالعات اصیل و گرایش بومی، منطقه‌ای و فرا ملی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است نتیجه تحقیقات ایرانی در زمینه فرهنگ، هنر و ارتباطات است؛
- مسئولیت محتوای مقاله‌های مندرج در فصلنامه، بر عهده نویسندگان آن‌هاست.



پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

فهرست

- مروری بر تاریخچه پیدایش، رویکردهای سیاستی و مؤلفه‌های عملکردی ساختارهای قرآنی کشور
علی انتظاری، اسماعیل نوده فراهانی، امیر نوده فراهانی..... ۷
- ویژگی‌های ارتباط در قرآن کریم با نظر به آرای جان فیسک در حوزه مطالعات ارتباطی
ابوالفضل فتح‌آبادی..... ۴۵
- راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی
کمال اکبری، مجید پاک‌نیت..... ۶۷
- آسیب‌شناسی فرهنگ شهرت و سلبریتی از نگاه قرآن کریم
محمد میری..... ۹۳
- قدرت زمان مقدس (مردم‌شناسی تفسیری از کنش‌های عراقیان در ایام مرتبط با عاشورا)
عبدالحمید بیات، محمدتقی کرمی قهی..... ۱۲۳
- «هستی‌شناسی عملیات فرهنگی»، صورت‌بندی چرخه متقاطع
علی اکبر بقایی، عباسعلی قیومی، سیدرضا صالحی امیری..... ۱۶۱



An overview of the history of the origin, policy approaches and functional components of the Quranic structures of the country

Ali Entezari, Associate Professor of the Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, Email: entezari@atu.ac.ir.

Esmail Nodeh Farahani, Ph.D. candidate in economic and development sociology, Faculty of Social Sciences, Tehran University, Iran (Corresponding Author), Email: Farahani.es@gmail.com.

Amir Nodeh Farahani, Master of Sociology, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran, Email: amir251.yaran@gmail.com.

Abstract

Criticism about the existence of inefficiency and parallel work in cultural institutions, including Quranic structures, is common and requires scientific investigation. Based on this, the upcoming article has studied the Quranic policy-making in the Islamic Republic of Iran and to do this, document analysis method has been used. Also, to collect data, have been referred to the statutes, administrative structure and performance report of each of the studied institutions and organizations. According to the findings of the research, there are three categories of institutions active in the Quranic fields: a) relatively independent Quranic structures, b) Quranic structures that are a subset of other cultural institutions and are completely dependent on them from an administrative point of view, c) cultural structures that Part of their activity is Quranic. According to the investigation, inappropriate organization of relevant institutions, lack of diversity among the fields of emergence of elites in Quranic affairs, and lack of concentration of senior officials of relevant organizations on Quranic activities are among the existing challenges of Quranic structures in the country. Popularization and dynamic interaction with people's capacities is the most important proposed solution, but in order to improve the existing situation, can be pursued in the following ways: 1-Structural integration of the first class devices, 2- Coordinating and directing the structures of the second category by defining joint collaborations. 3-Alignment of the structures of the third group with the big ideas of the system in this area through the presence and participation in the council arising from the integrated structures.

Keywords

Quranic structures, Quranic activity, Organizational performance components, organizational centralization, Being humanist.

مروری بر تاریخچه پیدایش، رویکردهای سیاستی و مؤلفه‌های عملکردی ساختارهای قرآنی کشور

علی انتظاری^۱، اسماعیل نوده فراهانی^۲، امیر نوده فراهانی^۳

چکیده

انتقاد درباره وجود ناکارآمدی و موازی کاری در نهادهای فرهنگی و از جمله ساختارهای قرآنی امری شایع و نیازمند بررسی علمی است. بر این اساس، مقاله پیش رو سیاستگذاری قرآنی در جمهوری اسلامی ایران را مورد مطالعه قرار داده و برای انجام این مهم از روش تحلیل اسنادی استفاده شده است. همچنین، برای جمع‌آوری داده‌ها به اساسنامه، ساختار اداری و گزارش عملکرد هریک از نهادها و سازمان‌های مورد مطالعه مراجعه شده است. بر اساس یافته‌های تحقیق، نهادهای فعال در حوزه‌های قرآنی سه دسته هستند: الف) ساختارهای نسبتاً مستقل قرآنی، ب) ساختارهای قرآنی که زیرمجموعه دستگاه‌های فرهنگی دیگر قرار داشته و به لحاظ اداری به آن‌ها وابستگی کامل دارند، ج) ساختارهای فرهنگی که بخشی از فعالیت آن‌ها قرآنی است. مطابق بررسی صورت گرفته، مسائل ساختاری در حوزه فعالیت‌های قرآنی، سازمان‌دهی نامناسب دستگاه‌های ذی‌ربط، هم‌افزا نبودن تنوع میان زمینه‌های پیدایش نخبگی در امور قرآنی و متمرکز نبودن مسئولان ارشد سازمان‌های مربوطه بر فعالیت‌های قرآنی از جمله چالش‌های موجود ساختارهای قرآنی در کشور است. تحلیل داده‌ها مشخص می‌کند به‌رغم ظرفیت‌های موجود در کشور فاصله زیادی تا دستیابی به اهداف تبیین شده توسط رهبر انقلاب در حوزه قرآن وجود دارد. مردمی کردن و تعامل پویا با ظرفیت‌های مردمی قرآنی مهم‌ترین راهکار پیشنهادی است لکن به منظور اصلاح وضعیت موجود، ساماندهی ساختارهای قرآنی می‌تواند از طرق زیر پیگیری شود:

۱. ادغام ساختاری دستگاه‌های دسته نخست، ۲. هماهنگی و جهت‌دهی ساختارهای دسته دوم از طریق تعریف همکاری‌های مشترک و در نهایت ۳. همسوسازی ساختارهای گروه سوم با ایده‌های کلان نظام در این حوزه به‌واسطه حضور و مشارکت در شورای برآمده از ساختارهای ادغام‌شده.

واژگان کلیدی

ساختارهای قرآنی، فعالیت قرآنی، مؤلفه‌های عملکرد سازمانی، تمرکزگرایی سازمانی، مردمی بودن.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۰۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۳۰

۱. دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی

۲. دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی دانشگاه تهران. (نویسنده مسئول)

۳. کارشناسی ارشد جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی.

Entezari@atu.ac.ir

Farahani.es@gmail.com

Amir251.yaran@gmail.com

مقدمه

در سال‌های پس از پیروزی انقلاب اسلامی مباحث مرتبط با قرآن کریم اعم از تلاوت، حفظ، تفسیر و دیگر معارف قرآنی رشد چشمگیری یافت. با وجود این، به نظر می‌رسد در سالیان اخیر حوزه فعالیت‌های قرآنی با رکود خاصی مواجه شده است که به دلیل رویش‌های قرآنی در دو دهه ابتدایی انقلاب تا مدت‌ها چندان ملموس نبود و هنوز نیز تا حدودی قابل انکار است^۱.

از سوی دیگر، از آنجا که فعالیت‌های قرآنی در کشور متولی تخصصی نداشته و در شمار وظایف متعدد نهادهای مختلف دینی- تبلیغی قرار دارد و نیز چشم‌انداز و انتظار دقیقی برای آن متصور نیست، اعتراض چندان نسبت به وضعیت کنونی یا مطالبه اساسی برای اصلاح و ارتقای آن مشاهده نمی‌شود. در نتیجه، سقف انتظارات از فعالیت‌های قرآنی به‌عنوان یکی از زیرمجموعه‌های فعالیت‌های دینی و تبلیغی، اصلاح فرهنگ عمومی جامعه- آن‌هم در معنایی کلی و مبهم- است.

باین‌همه، در دهه ۱۳۸۰ مسئله تثبیت فعالیت‌های قرآنی نظر سیاست‌گذاران و مدیران این عرصه را جلب کرد و مطالعاتی باهدف ساماندهی فعالیت‌های مذکور آغاز شد. بدین ترتیب، طی سال‌های گذشته طرح‌ها و ایده‌هایی برای اصلاح و بازنگری در عملکرد نهادهای دینی و تبلیغی ارائه شد که به دلیل شتاب‌زدگی و مواجهه سطحی با مسئله و ارجاع دادن ناکارآمدی موجود به نواقصی غیرتاریخی و ایراداتی صوری در مقوله ساختار اداری به سرانجام روشنی نرسیدند^۲.

با این مقدمات، مقاله پیش‌رو درصدد معرفی ساختارهای قرآنی کشور- به‌مثابه میدان تحقیق- و نیز بررسی عوامل موفقیت یا عدم توفیق ساختارهای مربوط- از جهت اتخاذ سیاست‌های فرهنگی و ارتقاء فعالیت‌های مردمی- ارزیابی مؤلفه‌های عملکردی متناظر و درنهایت، ارائه پیشنهادها و سیاستی خواهد بود.

۱. ن. ک. سراپی، سیدعلی (۱۴۰۰). ضریب نفوذ جریان قرآنی کشور کم شده است. مورخ: ۱۶/۸/۱۴۰۰. کدخبری: ۵۳۰۶۹۶۵. خبرگزاری مهر.

۲. البته تلاش برای اصلاح و ارتقای دستگاه‌های کم‌بازده و ناموفق، منحصر به ساختارهای قرآنی نیست و در موارد مشابهی مانند تشکیل وزارت ورزش و جوانان نیز تکرار شده است. در این چارچوب، صرف ایجاد وزارتخانه‌ای که شخص وزیر را مکلف به پاسخگویی درمقابل مجلس کند، سبب نادیده‌انگاری ابعاد تخصصی و پیچیده استراتژی ادغام سازمان‌های دولتی (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۸) و تشکیل ساختاری جدید گردید؛ اما نه تنها تشکیل این وزارتخانه گرهی از کار فروبسته جوانان نگشود، بلکه از همان لحظه تأسیس و قبل از تصویب اساسنامه وزارتخانه جدید، مجدداً اظهار نظرهایی درباره انتزاع دستگاه متولی جوانان و تربیت‌بدنی شنیده شد.

پیشینه پژوهش^۱

به‌رغم فقدان پژوهش‌های دانشگاهی معتبر، دو تحقیق کلیدی و سه راه‌حل پیشنهادی در این زمینه انتشار یافته است.

۱. بررسی راهکارهای هماهنگی و ساماندهی فعالیت‌های قرآنی-۱۳۸۳

در این مطالعه که به سفارش دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی انجام شد، دیدگاه‌های مدیران و کارشناسان قرآنی کشور درخصوص چگونگی فعالیت‌های قرآنی و راهکارهای ساماندهی آن گردآوری و طبقه‌بندی شد که مهم‌ترین نتایج آن پیرامون تحلیل وضع موجود بدین شرح است:

- رشد نامتوازن فعالیت‌های قرآنی پس از پیروزی انقلاب و توجه بیشتر به روخوانی و حفظ به جای حوزه‌های درک مفاهیم، تدبیر و پژوهش‌های قرآنی؛
- پایین بودن سطح امکانات و بودجه قرآنی نهادهای دولتی؛
- عدم انسجام بین فعالیت نهادهای دولتی فعال؛
- فقدان تعامل بین نهادهای دولتی با نهادهای مردمی؛
- تعدد سازمان‌های دولتی در حوزه فعالیت‌های قرآنی و بی‌سامانی در ایجاد آن‌ها؛
- نبود عزم جدی در مسئولان کشور برای ساماندهی فعالیت‌های قرآنی.

۲. طراحی و ارزیابی مدل‌های کلان ساماندهی فعالیت‌های قرآنی-۱۳۸۴

این مطالعه نیز در دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی اجرا شد و در آن مدل‌های مختلف تشکیلاتی ارائه‌شده توسط مدیران و کارشناسان حوزه‌های قرآنی برای ساماندهی فعالیت‌های ذی‌ربط در کشور نظیر تشکیل وزارت، سازمان، شورا، ستاد و طرح‌های ملی (مانند نظام جامع توسعه تربیت‌بدنی و ورزش کشور) گردآوری و بر اساس تجربیات سازمان‌های مشابه موجود و معیارهای مورد اجماع صاحب‌نظران مورد ارزیابی قرار گرفت. برخی معیارهای طراحی نظام مطلوب ساماندهی فعالیت‌های قرآنی بدین قرار است:

- اتکای نظام تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری بر فرآیندهای علمی و کارشناسی؛
- ایجاد وحدت رویه در تدوین قوانین، ضوابط و استانداردها؛
- بهره‌مندی تصمیمات از قدرت کافی و ضمانت اجرایی؛
- ایجاد مرجع مؤسس واحد برای ایجاد ساختارهای قرآنی دولتی؛

۱. گزارش ساماندهی فعالیت‌های قرآنی از پایگاه اینترنتی شورای توسعه فرهنگ قرآنی اخذ شده است.

- افزایش نقش حاکمیتی، کاهش تصدی‌گری دولت و جلب مشارکت حداکثری مردم؛
- تخصیص صحیح و متوازن بودجه و امکانات.

مروری بر مطالعات مذکور نشان می‌دهد این آثار بیش از آنکه تحقیقاتی بنیادی باشند، تلاش‌هایی برای جمع‌آوری نظرات مسئولان و فعالان قرآنی بوده‌اند. در حالی که اگرچه بهره‌مندی از نظرات کنشگران قرآنی از اهمیت بالایی برخوردار است اما مطالعه کارشناسی نباید به این سطح تقلیل یابد، بالأخص در تحقیقات مذکور از دانش انباشته ذیل آنچه سیاست‌گذاری فرهنگی خوانده می‌شود، غفلت شده است.

از سوی دیگر، نتیجه رویکرد انتخاب‌شده برای اجرای این مطالعات انعکاس‌یابی مفاهیم متداول آن دوره تاریخی در یافته‌های این پژوهش‌هاست. شاه‌بیت یافته‌های این پژوهش‌ها را می‌توان تعدد سازمان‌های دولتی، تکثر مراجع سیاست‌گذاری، تداخل وظایف (موازی‌کاری)، ایجاد رقابت مخرب (فقر هم‌افزایی) بین نهادها و دستگاه‌های مسئول، پایین بودن امکانات و بودجه، فقدان ضمانت اجرایی تصمیمات و... دانست. در نهایت، گروه‌های متمایل به ساماندهی فعالیت‌های قرآنی در شورای عالی انقلاب فرهنگی، سازمان تبلیغات اسلامی و فراکسیون قرآن و عترت مجلس هفتم پیشنهادهایشان را در قالب سه ایده ارائه کردند:

۱. تشکیل شورای توسعه فرهنگ قرآنی

نتایج تحقیقات شورای عالی انقلاب فرهنگی که بر ضرورت تشکیل ساختار شورایی و ترجیح آن بر سایر مدل‌ها اشعار داشت، پس از طرح، نقد و تکمیل در جلسات متعدد علمی-کارشناسی دبیرخانه با حضور مدیران و کارشناسان ارشد امور قرآنی، در سال ۱۳۸۵ تدوین شد. در این طرح پیش‌بینی شده بود که «شورای توسعه فرهنگ قرآنی» به‌عنوان یکی از شوراهای اقماری شورای عالی انقلاب فرهنگی، به ریاست رئیس‌جمهور و نایب‌رئیس دبیر شورای عالی، در دبیرخانه مزبور تشکیل شود. همچنین، مقرر شد شوراهای تخصصی وابسته نیز در وزارتخانه‌های آموزشی- فرهنگی (آموزش و پرورش، علوم تحقیقات و فناوری/ بهداشت درمان و آموزش پزشکی، فرهنگ و ارشاد اسلامی) به ریاست هر یک از وزرا برگزار شود.

۲. ایجاد طرح جامع قرآنی کشور

هنگام تدوین اسناد بخشی برنامه چهارم توسعه کشور نیز کمیته هماهنگی و گسترش فعالیت‌های قرآنی پیشنهادهایی را به کارگروه مربوطه ارائه کرد که مهم‌ترین آن‌ها تهیه

طرح جامع قرآنی کشور بود، طرحی که مقرر شد توسط سازمان تبلیغات اسلامی با همکاری سایر دستگاه‌های مرتبط و تحت نظارت دبیرخانه شورای عالی تهیه شود. در این طرح که طول سال‌های ۱۳۸۴-۱۳۸۶ نگاشته شد، ضمن ارائه اصول و مبانی نظری، تبیین وضع موجود و چالش‌ها و همچنین سیاست‌های اجرایی، برنامه‌های عملیاتی، شاخص‌ها و سازمان اجرایی (تقسیم کار ملی) هریک از حوزه‌های فعالیت قرآنی نیز پیشنهاد شده بود. این طرح بر تشکیل «شورای عالی قرآن کشور» به ریاست رئیس‌جمهور و دبیری رئیس سازمان تبلیغات اسلامی به منظور سیاست‌گذاری کلان امور قرآنی کشور مبتنی بود؛ اما عدم اجماع صاحب‌نظران بر تمرکز تولیت امور قرآنی کشور در سازمان فوق‌الذکر مانع ابلاغ آن توسط دولت شد.

۳. تشکیل شورای عالی قرآن

با توجه به مطالبه ساماندهی فعالیت‌های قرآنی کشور توسط اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس هفتم، طرح «تشکیل شورای عالی قرآن» با همکاری هیئت مدیره اتحادیه تشکل‌های قرآنی کشور تدوین و با امضای ۲۲۰ نماینده در سال ۱۳۸۶ به هیئت رئیسه مجلس ارائه شد. در این طرح ریاست شورای عالی قرآن با رئیس‌جمهور و دبیری آن بر عهده وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی قرار می‌گرفت تا زمینه نظارت مجلس بر شورای مذکور فراهم شود.

جدول ۱. مقایسه پیشنهادهای ارائه‌شده

ردیف	ارائه‌دهنده	ایده مرکزی	ساختار پیشنهادی	بالاترین مقام ساختار پیشنهادی	جایگاه دوم ساختار پیشنهادی
۱	شورای عالی انقلاب فرهنگی	ایجاد شورا به منظور تمرکزبخشی و ارتقای ساختاری	تأسیس شورای اقماری	رئیس‌جمهور	دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی (نائب رئیس)
۲	سازمان تبلیغات اسلامی	ایجاد شورا به منظور تمرکزبخشی و ارتقای ساختاری	تأسیس شورای عالی مستقل	رئیس‌جمهور	رئیس سازمان تبلیغات اسلامی (دبیر شورا)
۳	مجلس شورای اسلامی	ایجاد شورا به منظور تمرکزبخشی و ارتقای ساختاری	تأسیس شورای عالی مستقل	رئیس‌جمهور	وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی (دبیر شورا)

پس از ارائه طرح‌های مذکور به محضر رهبر انقلاب وظیفه تلفیق طرح‌ها و تصویب آن به شورای عالی انقلاب فرهنگی واگذار شد.

مقدمات نظری

سازمان‌ها دارای نوعی چرخه حیاتی^۱ هستند و دوره‌های متفاوتی از تأسیس و پیدایش تا رشد و بلوغ و سپس افول و بعضاً انحلال را پشت سر می‌گذارند (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۲). آن‌ها برای انجام مأموریت‌های گوناگون و با تعیین دقیق اهداف و وظایف محوله تأسیس می‌شوند. ساختار سازمان‌ها نقش مهمی در فرهنگ سازمانی^۲ آن‌ها دارد که گهگاه سبب ایجاد مؤلفه‌های رفتاری خاصی در میان کارکنان یک سازمان می‌شود (ن.ک: علینقیان و همکاران، ۱۳۹۵). در مواردی، فرهنگ سازمانی منجر به پیدایش گونه‌ای مرام و مسلک جمعی می‌شود که می‌تواند سازمانی را از سازمان‌های دیگر متمایز نماید؛ بنابراین سازمان‌ها همانند افراد، دارای شخصیت بوده و شخصیتشان همان فرهنگ سازمانی آن‌هاست (قدمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶).

کیفیت بهره‌مندی از تخصص‌های مختلف در اداره یک سازمان به شکلی که درگیر تعارضات میان‌رشته‌ای نشده و زمینه هم‌افزایی میان کنشگران را فراهم آورد نیز چالش تعیین‌کننده‌ای است (ن.ک: محجوب عشرت‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۱). به این مسئله می‌توان مقوله سبک رهبری^۳ را نیز افزود که در برخی متون به‌عنوان عامل تعیین‌کننده ساختار رسمی سازمانی معرفی می‌شود. همچنین، در شرایط بی‌اطمینانی ناشی از رقابت در جامعه بازاری، شکل‌گیری انعطاف و نوآوری به‌مثابه گونه‌ای راه برون‌رفت از بحران مؤثر است. درنهایت، کلیت یا بخشی از محتوای ساختار سازمانی^۴ در چارت سازمانی^۵ تجلی می‌یابد (Daft, 2001: 427 به نقل از: کاظم‌زاده و فدوی‌اردستانی، ۱۳۹۶: ۶۰). بدین ترتیب، نه‌تنها بررسی ساختارهای سازمانی موجود و ارزیابی آن‌ها ضرورت دارد، بلکه تبیین الگوی مناسب و نیز بازطراحی ساختارها متناسب با تغییرات اقتصادی-اجتماعی، دگرگونی‌های فرهنگی-سیاسی و تحولات فناورانه الزامی است. چراکه ساختار سازمانی، واحدهای گوناگون یک سازمان را از یکدیگر متمایز و الگوی ایجاد روابط میان آن‌ها را تعیین می‌کند. درحالی‌که ساختارهای سازمانی به‌صورت‌های مختلفی تعریف و

1. life Cycle

2. Organizational Culture

3. Leadership Style

4. Organizational Structure

5. Organizational Chart

طبقه‌بندی می‌شوند، مرسوم‌ترین راه معرفی آن‌ها بررسی تمرکز یا عدم تمرکزشان است؛ مشخصه‌ای که چارچوب وظایف و اختیارات آن‌ها را ترسیم می‌کند.

از دیگر سو، نظریه‌پردازی درباره بوروکراسی و نیز سازمان به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های جامعه مدرن، خاستگاهی جامعه‌شناختی دارد. امروزه گفتار راست‌گرایانه جامعه‌شناسی اقتصادی به‌مثابه رویکردی آمریکایی مدعی است ویر اهمیت زیادی برای نقش بنگاه (شرکت) در نظام سرمایه‌داری قائل بود و آن را نیرویی انقلابی برای شکست قفس آهنین می‌دانست. از منظر این دیدگاه بازسازی‌شده «این سه مقوله یعنی کارآفرین منظم، بوروکرات و وظیفه‌مند و کارگر ماهر هستند که سرمایه‌داری مدرن بیشتر قدرت و برون‌رفت تاریخی‌اش را به آن مدیون است» (سوئدبرگ، ۱۳۹۵: ۲۰۰).

توصیف مفهوم کاریزمای وبر (سبک رهبری) در جامعه‌شناسی اقتصادی هم قابل توجه است:

خصوصیات دیگر اقتصاد سرمایه‌داری مدرن عبارتند از استفاده از رویه‌های حساسرسی [...] به نفع تصمیم‌گیری عقلانی و کثرت فزاینده رهبران تجارت‌پیشه‌ای که رهبری‌شان بر کاریزمای شخصی مبتنی است نه نفوذ سنتی یا عقلانی. این مفهوم کاریزما در رهبری تجاری با بحث شومپتتری «پاسخ‌های خلاقانه» در کارآفرینی سنخیت دارد. [...] استدلال ویرکه کاریزما با رشد بوروکراسی ضعیف می‌شود عین احتجاج شومپتتری است درباره افول کارکرد کارآفرینی در سرمایه‌داری مدرن. [...] بنابراین [مطالعات جدید رهبری در مدیریت بر «کارگزاران تغییر» و شکل‌دهندگان فرهنگی سازمانی تمرکز کرده‌اند (اینگرامان، ۱۳۸۹: ۳۶۰).

به‌رغم تلاش‌های نویسندگان چپ‌گرا که بعضاً به انتشار دیدگاه‌های پسینی افشاگرانه مبادرت می‌کنند (ن.ک: پرایس، ۱۴۰۲)، مواجهه سلبی و ناتوانی در ارائه چارچوب‌های ایجابی، چنین مطالعاتی را دچار نوعی بن‌بست سیاستی کرده است. فی‌المثل، مفاهیم دستگاه‌های ایدئولوژیک دولت، هژمونی دولت‌ها در جوامع سرمایه‌داری، انتقاد از صنعت فرهنگ، رمزگشایی از تبلیغات بازرگانی، آشنایی‌زدایی از محتوای محصولات فرهنگی، بازخوانی نشانه‌شناسانه کنش‌های کمپانی‌های چندملیتی ذیل گفتار مسئولیت‌شرکتی، برجسته‌سازی مقاومت از طریق سبک، ضروری دانستن سواد رسانه‌ای و... عمده‌ترین چارچوب‌های انتقادی در زمینه مطالعه ساختارها و دستگاه‌های فرهنگی هستند.

بدین ترتیب، شکاف‌های عمیقی میان جامعه‌شناسی سازمان و مطالعه بنگاه در اقتصاد و مدیریت وجود دارد. بنیاد دیدگاه‌های اقتصادپایه بر مؤلفه‌های اصالت نفع، شناسایی ذی‌نفعان و رفع تعارض منافع استوار شده و صورتی تقلیل یافته از شناسایی کارکردها، مطالعه ذی‌نقشان و بررسی تضادهای اقتصادی - اجتماعی را پیگیری می‌کند. محصول ناگزیر این وضعیت نیز سوق‌یابی رویکردهای مدیریتی به سمت نوعی ارزیابی منفی نسبت به بوروکراسی و سازمان‌های دولتی و تلاش در راستای نفی تصدی‌گری دولت بوده است.

عمده پژوهش‌هایی که امروزه در بحث ساختارهای سازمانی انجام می‌شوند در چارچوب علم مدیریت بوده و ساختارها را بر اساس شاخص‌های تمرکز، پیچیدگی و رسمیت به دودسته مکانیکی و ارگانیکی تقسیم می‌کنند. در این چارچوب ساختار ارگانیکی، وضع مطلوبی است که بر مبنای کارکردهای چهارگانه پاسخگویی، شایسته‌گزینی، انعطاف‌پذیری و سرعت عمل، سنجیده می‌شود و مهم‌ترین هدف آن تأمین چابکی سازمان است. این دسته‌بندی با تقسیم جوامع به دو دسته مکانیکی و ارگانیکی - توسط دورکیم - بی‌ارتباط نبوده و احتمالاً دیدگاه مذکور را از جامعه به سازمان تعمیم داده است.

بنابراین، اگر دیدگاه دورکیم درباره انواع جامعه به ساختارهای اداری و دیوانی تسری یابد می‌توان از انواع ساختارهای اداری مکانیکی و ارگانیکی نام برد. چراکه دورکیم درباره ساختارها، کارکردها و رابطه‌شان با نیازهای جامعه، تحلیل‌های گوناگونی را - بر حسب کارکردگرایی ساختاری - مطرح کرده است (ریترز، ۱۳۸۶: ۱۲۲). بر این مبنای، مجموعه‌ای از ساختارهای مکانیکی که بر اساس وظایف و تخصص‌های نسبتاً مشابه در کنار یکدیگر فعالیت کنند سبب شکل‌گیری کارآمدی پایین، اتلاف منابع و امکانات، رقابت برای تسلط بر یکدیگر، کمبود خلاقیت و نوآوری، کُندی در هماهنگی با تحولات فرهنگی - اجتماعی، ضعف در تخصص‌گرایی، ناتوانی در ایجاد سلسله‌مراتب و قشربندی اداری مهارت‌محور و محدودیت مسیر پیشرفت فردی کارکنان می‌شوند. در چنین شرایطی، ادغام این ساختارها به‌منظور برقراری نوعی ساختار ارگانیکی، راهبردی تحول‌گرایانه و تکاملی خواهد بود. مؤلفه‌های محوری این ساختار جدید می‌بایست تأمین‌کننده ویژگی‌های زیر باشد:

مروری بر تاریخچه پیدایش، رویکردهای سیاستی و [...]

جدول ۲. چارچوب تبدیل چند ساختار مکانیکی به یک ساختار ارگانیک

ردیف	ویژگی	محور
۱	استوارسازی روابط میان زیرمجموعه‌های سازمان جدید بر پایه فرآیند تقسیم کار تخصصی و جایگزینی آن با توزیع قلمروهای عملکردی مبتنی بر قدرت چانه‌زنی سازمان‌های غیرتخصصی؛ چراکه انسجام یک سازمان ارگانیکی توسط وابستگی متقابل تخصص‌های متنوع تأمین می‌شود.	منطق همستگی میان زیرمجموعه‌های سازمان
۲	تمهید ارتباط حقوقی و اداری مناسب با فرد یا ساختار بالادستی تعیین‌کننده اهداف و سیاست‌های کلی و کلان به گونه‌ای که روابط و مسئولیت‌ها به‌طور شفاف قابل درک و ارزیابی باشد.	وضعیت حقوقی- اداری و تعیین مسئولیت‌ها
۳	بسترسازی برای دستیابی به اهداف و وظایف سازمانی از طریق درک پیچیدگی‌های اجتماعی، روزآمدسازی سیاست‌های فرهنگی و ارتقای بهره‌مندی از ابزارهای ارتباطی و فناورانه؛ چراکه هر ساختاری برای تحقق اهداف و وظایفش به روش‌هایی برای ایجاد پیوند با محیط و فضای اجتماعی خود نیازمند است.	ساز و کار هماهنگی با تغییرات اجتماعی- فرهنگی و تحولات فناوری
۴	برقراری توازن میان تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز سازمان به نحوی که هیچ‌یک از آن‌ها مورد طرد یا بی‌مهری واقع نشده و مأموریت‌های سازمان معطل نشود؛ چراکه اگر صاحبان مهارت‌های گوناگون برای تولید خدمات و تأمین نیازهای گروه‌های مختلف مخاطبان/ مشتریان/ مراجعان کوشش نکنند، پیدایش سازمانی تخصص‌گرا ممکن نمی‌شود؛ به عبارت دیگر، «تخصیص و یکپارچگی، دو فراگرد بنیادی‌اند که برای حالت توازن نظام‌ها [و ساختارها] ضروری‌اند» (ریترز، ۱۳۸۶: ۱۳۳).	کیفیت بهره‌مندی از تخصص‌ها و مهارت‌های مرتبط
۵	تثبیت مجموعه‌ای از باورهای ارزشی و هنجارهای رفتاری در میان کارکنان که انگیزه‌بخش، امیدآفرین و تسهیل‌گر فعالیت‌های سازمانی باشد.	ایجاد انگیزه و تقویت روحیه کارکنان
۶	زمینه‌سازی برای برانگیختن مشارکت مخاطبان و نظارت بر فعالیت‌های داوطلبانه مردمی و ساماندهی آن‌ها.	ساماندهی مشارکت‌های مردمی

روش پژوهش

رویکرد پژوهش حاضر کیفی و روش مورد استفاده توصیفی- تحلیلی^۱ است. از این روش برای تجزیه و تحلیل داده‌های تاریخی مرتبط با پیدایش ساختارهای قرآنی و همچنین به‌منظور شناسایی الگوهای فعالیت و روابط موجود میان آن‌ها استفاده می‌شود؛ بنابراین، در پژوهش اخیر ابتدا ساختارهای قرآنی کشور معرفی و سپس تاریخچه پیدایش

1. Descriptive - Analytic

و کیفیت توزیع مسئولیت‌ها در حوزه قرآن به‌طور اجمالی مرور شده است. در گام دوم ارائه تحلیلی روشن از ماهیت سیاست فرهنگی ساختارهای قرآنی کشور در دستور کار است. خروجی این دو مرحله روایتی منسجم از آنچه در گذشته حادث شده و محملی برای ردیابی روندهای منتهی به شرایط کنونی در اختیار محقق قرار می‌دهد. در گام سوم، توصیف وضعیت کنونی ساختارهای موجود - شامل: شورای هماهنگ‌کننده، دستور کار ساماندهی فعالیت‌های مردمی، سازوکار حمایت‌های مالی - موردنظر قرار گرفته است. در نهایت، از خلال شناسایی مؤلفه‌های عملکردی ساختارهای مزبور کوشش می‌شود پیشنهادهایی پیرامون اصلاح ساختارهای قرآنی کشور عرضه بشود. بدین ترتیب در این پژوهش، ساختارهای قرآنی کشور و فعالیت‌های آن‌ها با هدف پاسخگویی به پرسش‌های زیر ارزیابی می‌شود:

● ساختارهای قرآنی کشور چه رویکردهایی را در سیاست فرهنگی خود اتخاذ کرده‌اند؟

● وضع مؤلفه‌های عملکردی سازمان‌های قرآنی کشور چگونه است؟
● به‌منظور تحول ساختارهای قرآنی چه ساختار نهادی و سیاست‌های فرهنگی پیشنهاد می‌شود؟

یافته‌های پژوهش

الف) مروری بر تاریخچه پیدایش و توزیع مسئولیت‌ها در حوزه قرآن
مهم‌ترین استدلال برای پیگیری ایده اصلاح نهادهای قرآنی، وجود موازی‌کاری، ناکارآمدی و کم‌بودن تجلیات فعالیت‌های آن‌ها در فضای جامعه و فرهنگ عمومی است. برای پرهیز از کلی‌گویی و ایجاد رویه‌ای منطقی و دفاع‌پذیر جهت طرح ایده‌های تحولی در حوزه سازمان‌ها و نهادهای فوق‌الذکر، مروری بر فرآیند شکل‌گیری و توزیع مسئولیت‌های قرآنی در ساختارهای فرهنگی گوناگون ضرورت دارد.

۱. سازمان دارالقرآن کریم

سازمان تبلیغات اسلامی از بدو تأسیس در سال ۱۳۶۰ به جهت نشر فرهنگ قرآنی بخشی تحت عنوان «دارالقرآن‌الکریم» را تأسیس نمود و به‌تبع آن کانون‌های قرآن را در دفاتر استانی خود راه‌اندازی کرد. بعدها این بخش به «اداره کل» تغییر یافته و پس از سال ۱۳۸۱ با ارتقاء ساختار تشکیلاتی به «سازمان دارالقرآن‌الکریم» تبدیل گردید.

این سازمان هم‌اکنون گسترده‌ترین شبکه تشکیلات قرآنی کشور را داراست^۱. انتصاب رئیس و اعضای هیئت امنای دارالقرآن‌الکریم توسط رئیس سازمان تبلیغات - که خود او نیز منصوب ولی فقیه است - دیگر ویژگی سازمان است. ساختار هیئت امنایی دارالقرآن‌الکریم امکان بالقوه بهره‌مندی از متخصصان حوزه‌های مختلف فعالیت قرآنی و دیدگاه‌های متنوع در این زمینه را مهیا می‌سازد. همچنین، پیش‌دستانی‌های قرآنی این سازمان یکی از زمینه‌هایی است که می‌تواند به پیوند آموزش قرآن و فرهنگ عمومی کمک کند.

مطابق اساسنامه سازمان دارالقرآن‌الکریم (ماده ۶) تأکید بر «توزیع و تسهیم متناسب امکانات و اعتبارات قرآنی» بر اساس «آمایش سرزمینی و با اولویت‌بخشی به مناطق محروم و دورافتاده» یکی از وظایف این سازمان است (بند سوم). فرض این بند، «توزیع نامتناسب امکانات قرآنی» و نیز «نقش یکسان مناطق مختلف کشور در ترویج مسائل فرهنگی» است. همچنین مواردی مانند بندهای پنجم، ششم، چهاردهم و پانزدهم وظایف سازمان که به ترتیب بر «رویکرد تربیت قرآنی و اثربخشی آن در فرهنگ عمومی و زندگی فردی و اجتماعی»، «ریشه‌کنی بی‌سوادی قرآنی در سطح کشور»، «برگزاری محافل، مراسم، جشنواره‌ها، همایش‌ها، مسابقات، نمایشگاه‌ها» و «تولید و نشر آثار و محصولات قرآنی اعم از مکتوبات، نشریات، نرم‌افزارها و آثار هنری» تأکید دارد، نشان‌دهنده رویکرد ترویجی سازمان دارالقرآن‌الکریم است. بند نهم وظایف نیز بر ایده هدایت، نظارت و ساماندهی تشکل‌ها و جلسات قرآنی مردمی از طریق صدور مجوزهای لازم تکیه دارد. این تأکید در شرایطی پیگیری می‌شود که این سازمان فاقد ابزارهای (تشویقی) لازم و مشروعیت (سیاسی) کافی برای تحقق آن است. درنهایت، بند دهم مهم‌ترین بخش و موجه‌ترین حوزه عملکردی سازمان دارالقرآن‌الکریم است که شامل صدور مجوزهای قانونی و نظارت جامع، تخصصی و همه‌جانبه بر چاپ و نشر قرآن‌کریم (از سال ۱۳۶۲ تاکنون) می‌باشد^۲.

۲. سازمان اوقاف و امور خیریه

رئیس سازمان اوقاف و امور خیریه با پیشنهاد وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی از طرف ولی فقیه تعیین می‌شود. مهم‌ترین نهادهای وابسته به این سازمان که در حوزه‌های مرتبط با قرآن‌کریم فعالیت می‌کنند، عبارت‌اند از:

۱. بخش «تاریخچه تأسیس سازمان دارالقرآن‌الکریم»، پایگاه اطلاع‌رسانی تلاوت.

۲. پیشین: بخش «وظایف».

- دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم؛ دانشکده‌های علوم قرآنی در سال ۱۳۶۸ در تهران و از سال ۱۳۷۳ در ۱۶ شهر دیگر تأسیس شده‌اند. این دانشکده‌ها در سال ۱۳۸۷ به دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم تبدیل شدند^۱.

- شرکت چاپ و انتشارات اسوه؛ این شرکت به‌عنوان بزرگ‌ترین چاپخانه قرآن کریم در خاورمیانه برای چاپ کتب دینی- مذهبی و قرآن در سال ۱۳۷۰ با سرمایه موقوفات کشور تأسیس شده است.

- مرکز ترجمه قرآن مجید به زبان‌های خارجی؛ این مرکز در سال ۱۳۷۳ به‌وسیله سازمان اوقاف و امور خیریه و با همکاری وزارت فرهنگ و ارشاد تأسیس گردید.

- مسابقات بین‌المللی قرآن تهران؛ اگرچه اطلاعات دقیقی از شرح وظایف سازمان اوقاف در عرصه قرآنی وجود ندارد اما از سال ۱۳۶۰ مسابقات قرآن در سطح ملی و بین‌المللی با مسئولیت این سازمان برگزار شده است^۲.

- ستاد عالی هماهنگی مسابقات قرآنی کشور؛ این ستاد به‌منظور سیاست‌گذاری، نظارت، ارزشیابی مستمر و تصویب استانداردهای برگزاری مسابقات قرآنی ملی و بین‌المللی در سال ۱۳۷۸ در سازمان اوقاف تشکیل شد^۳. بررسی درخواست دستگاه‌های متقاضی برگزاری مسابقات قرآنی داخلی و تعیین ضوابط اعزام نمایندگان قرآنی کشور (اعم از داور، قاری، حافظ) به مسابقات قرآنی سایر کشورها از وظایف این ستاد است^۴.

درنهایت، پرداخت کمک‌هزینه تحصیلات دانشگاهی به حافظان و قاریان ممتاز کشوری از دیگر وظایف سازمان اوقاف است^۵.

۳. شورای عالی قرآن

این شورا با هدف تأمین پشتوانه تخصصی و کارشناسی برنامه‌های قرآنی رادیو- تلویزیون در میانه سال ۱۳۷۰ با حکم رهبر انقلاب تأسیس شد و در گام نخست، سیاست‌های کلی جهت نظم‌دهی پخش برنامه‌های قرآنی و تولید آثار استاندارد و فاخر را تصویب

۱. اساسنامه آن در جلسه ۸۰۳ مورخ ۱۳۹۶/۱۰/۱۹ شورای عالی انقلاب فرهنگی به تصویب رسید.
۲. نگاهی به ۳۱ دوره مسابقات بین‌المللی قرآن جمهوری اسلامی ایران، مورخ: ۱۳۹۴/۲/۲۳، کدخبری: ۳۲۹۷۴۴۴، خبرگزاری بین‌المللی قرآن.
۳. گذر و نقدی بر چهل‌مین دوره از مسابقات سراسری قرآن، مورخ: ۱۳۹۶/۷/۱۸، کدخبری: ۸۲۶۹۰۹۳۲، خبرگزاری جمهوری اسلامی.
۴. تصویب آیین‌نامه ستاد عالی هماهنگی مسابقات قرآنی کشور، مورخ: ۱۳۹۷/۴/۱۳، کدخبری: ۳۷۲۷۸۱۰، خبرگزاری بین‌المللی قرآن.
۵. بخش «ضوابط شمول کمک‌هزینه تحصیلی دانشگاهی به قاریان و حافظان کل قرآن کریم ممتاز کشور»، پایگاه اطلاع‌رسانی مسابقات قرآن کریم جمهوری اسلامی ایران.

کرد. به‌رغم وظایف اولیه، وابستگی شورای عالی قرآن به دفتر رهبری و وجود اختلاف میان سیاست‌گذاران حوزه قرآن زمینه مشارکت این شورا در سایر فعالیت‌های قرآنی را فراهم کرد. گروه هدف این شورا فعالان قرآنی برجسته و به عبارتی نخبگان قرآنی هستند و جایگاه ظهور و بروز تلاش‌های آنان شبکه‌های متعدد صداوسیما - از جمله ظرفیت عظیم دو شبکه تلویزیونی^۱ و رادیویی^۲ مستقل قرآنی - است. به‌عبارت‌دیگر، فعالیت‌های ترویجی قرآن در سطح کلان و فاخر بر عهده شورای مزبور بوده و برگزاری: دیدار سالانه قرآنیان با رهبر معظم انقلاب، محافل جزءخوانی ماه مبارک رمضان و... را نیز عهده‌دار می‌باشد.

۴. کمیته اعزام و دعوت از قاریان قرآن کریم

سال ۱۳۷۰، متعاقب فرمان رهبر انقلاب به‌منظور ساماندهی امور مربوط به اعزام اساتید و قاریان ایرانی به خارج از کشور جهت اجرای برنامه‌های تبلیغی و حضور در مسابقات بین‌المللی، همچنین دعوت از اساتید و قاریان خارجی به ایران، کمیته‌ای تشکیل شد^۳. وظیفه سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی در این کمیته عبارتست از: ۱. توجیه رایزنان فرهنگی جمهوری اسلامی در کشورهای مختلف برای برگزاری برنامه‌های قرآنی، دریافت نیازها و دعوت‌ها و اعزام گروه‌های منتخب، ۲. انجام امور اجرایی و هزینه‌ای مربوط به اعزام‌های تبلیغی، پس از معرفی افراد توسط کمیته. وظیفه سازمان اوقاف در این کمیته نیز عبارت است از: ۱. انجام امورات مرتبط با اعزام قاریان و حافظان به مسابقات جهانی، ۲. پیگیری فعالیت‌های ناظر به ترتیب‌دادن دوره‌های آموزش و ارزیابی قاریان و حافظان با هدف انتخاب نمایندگان ایران و ایجاد آمادگی برای شرکت‌کنندگان در مسابقات بین‌المللی، ۳. برپایی اقدامات مربوط به برگزاری آزمون حج تمتع و برگزاری جلسات توجیهی برای اعضای کاروان قرآنی اعزامی، ۴. پیشنهاد اسامی اساتید و داوران مدعو برای حضور تبلیغی در ایران و یا داوری در مسابقات برون‌مرزی^۴.

۵. مرکز طبع و نشر قرآن کریم جمهوری اسلامی ایران

این مرکز در دهه هفتاد به فرمان رهبر انقلاب و به‌منظور تهیه «مصحف جمهوری

۱. شبکه قرآن و معارف‌سیما در سال ۱۳۷۹ افتتاح گردید.

۲. رادیو قرآن در مورخ ۱۳۶۲/۱۲/۲۲ و زیرمجموعه‌اش رادیو تلاوت در سال ۱۳۹۱ آغاز به کار کردند.

۳. بخش «معرفی-تاریخ تأسیس»، پایگاه اطلاع‌رسانی کمیته اعزام و دعوت از قاریان.

۴. پیشین: بخش «معرفی-اهداف و وظایف».

اسلامی ایران» تأسیس شد و غایت فعالیتش را سامان‌دهی وضعیت کتابت قرآن کریم در کشور و همسان‌سازی رسم‌الخط‌های قرآنی اعلام کرد^۱. مرکز مذکور با هدف‌گذاری «احیاء نهضت قرآن‌نویسی» در سال ۱۳۹۰ اقدام به تأسیس «دارالکتابه» کرد^۲.

۶. معاونت قرآن و عترت و وزارت فرهنگ

وزارت فرهنگ با برگزاری اولین نمایشگاه قرآن کریم در سال ۱۳۷۲ وارد عرصه فعالیت‌های قرآنی شد. تأسیس و راه‌اندازی مرکز توسعه و ترویج فعالیت‌های قرآنی در سال ۱۳۸۰ و استقلال آن از مجموعه معاونت فرهنگی در سال ۱۳۸۳ واقع شد. برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی قرآن کریم، توجه به فرهنگ قرآنی و نیز حمایت از تأسیس مؤسسات و تشکلهای قرآن و عترت از اقدامات این مرکز بود که رئیس آن قائم‌مقام وزیر به‌شمار می‌رفت. این مرکز در سال ۱۳۹۱ به معاونت قرآن و عترت ارتقاء یافت^۳. مهم‌ترین ابزارهای مشروعیت‌بخشی به اعمال مدیریت این معاونت به مواردی همچون: راه‌اندازی و حمایت از صندوق اصحاب قرآن و حل مشکل بیمه ایشان، تکریم و بزرگداشت مجامع قرآنی و خادمان قرآن و راه‌اندازی سامانه جامع خدمات قرآنی خلاصه می‌شود. درنهایت، یکی از مهم‌ترین سیاست‌های معاونت قرآن و عترت در دولت اعتدال «به‌کارگیری همه سلیقه‌ها و پرهیز از سیاسی شدن فعالیت‌های قرآنی» بود که با تغییر دولت مذکور عبارت مربوطه از بخش وظایف معاونت مربوطه حذف شده است^۴.

۷. فرهنگسرای قرآن

اگرچه برخی منابع از افتتاح فرهنگسرای قرآن در سال ۱۳۷۹ خبر می‌دهند، اما این مجموعه در سال ۱۳۸۱ فعالیت دائمی خود را آغاز کرد. این فرهنگسرا با توجه ضرورت توجه دادن شهروندان به ارزش‌ها و دستورالعمل‌های قرآنی در زندگی شهری، پیشگیری از آسیب‌های فرهنگی - اجتماعی، تقویت کانون‌های ترویج قرآن در بافت شهری، برپایی فعالیت‌های تخصصی قرآنی ادبی - هنری و حمایت از هنرمندان در جهت خلق آثار هنری قرآنی و نیز آشنایی گروه‌های مختلف جامعه با فرهنگ قرآنی ایجاد شده است^۵. علیرغم

۱. بخش «آشنایی با مرکز»، وبسایت مصحف.

۲. بخش «درباره ما»، وبسایت دارالکتابه.

۳. محمدی؛ حمید (گفتگو). نگاهی به فعالیت‌های قرآنی ارشاد: فعالیت‌ها و چشم‌انداز معاونت قرآن و عترت و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مجله پاسدار اسلام، شماره ۳۷۵، مورخ ۱۳۹۱/۱۲/۱.

۴. بخش «شرح وظایف معاونت قرآن و عترت»، پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۵. فرهنگسرای قرآن، ویکی‌پدیا.

۶. «معرفی فرهنگسرای قرآن»، پایگاه اطلاع‌رسانی سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران.

این فرهنگسرا، ۳۵۴ خانه قرآن و عترت و ۱۱ دارالقرآن در پایتخت مشغول به فعالیت‌اند.

۸. اتحادیه مؤسسات و تشکل‌های قرآن و عترت

سال ۱۳۸۰ شورای عالی انقلاب فرهنگی با دعوت از مسئولان تعدادی از تشکل‌های قرآنی مردمی برجسته و فعال در استان‌های مختلف کشور جلساتی را برای بررسی مشکلات فعالیت‌های قرآنی مردمی و ارائه راهکارهای رفع آن تشکیل داد. در این جلسات پیش‌نویس اساسنامه «اتحادیه تشکل‌های قرآن و عترت کشور» تدوین شد. همچنین به منظور رفع مشکل قانونی ثبت این اتحادیه، ماده واحده اصلاحی ضوابط تأسیس و نظارت بر مراکز فرهنگی تدوین و به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید. از مهم‌ترین اهداف و کارکردهای این اتحادیه که در سال ۱۳۸۲ زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تأسیس شد، ایجاد شبکه ارتباطی نظام‌مند و منسجم بین مراکز غیردولتی قرآنی برای هم‌افزایی با یکدیگر و همچنین تعامل با بخش‌های دولتی و جلب حمایت‌های آن‌ها از فعالیت‌های قرآنی مردمی است. همچنین از سال ۱۳۸۴ تا سال ۱۳۸۸ سازمان تبلیغات اسلامی نیز با تشکیل «اتحادیه مؤسسات قرآنی مردمی» گام دیگری برای هماهنگی نهادهای قرآنی مردمی برداشت. بر این اساس، هدف از ایجاد اتحادیه‌های مزبور کاهش تصدی‌گری دولتی، تسهیل حمایت از مؤسسات و برنامه‌های قرآنی مردمی و کاستن از حجم مراجعات به دستگاه‌های اداری قلمداد شد.^۱ در عین حال، وزارت ارشاد و سازمان تبلیغات در رقابت با یکدیگر اهداف هم‌زمانی را تعقیب می‌کردند: ۱. ایجاد سازوکار شناسایی و اعطای مجوز به منظور تثبیت موقعیت خود، ۲. ارائه تسهیلات و کمک به منظور مشروعیت‌بخشی به مجوزهای خود. در نهایت، چالش‌های فعالیت هم‌زمان اتحادیه‌های مذکور سبب شد شورای توسعه فرهنگ قرآنی مصوبه‌ای مبنی بر ادغام این دو اتحادیه و تشکیل «اتحادیه مؤسسات و تشکل‌های قرآن و عترت» صادر نماید.

۹. خبرگزاری بین‌المللی قرآن کریم

نخستین و بزرگ‌ترین خبرگزاری تخصصی قرآن کریم در جهان اسلام با عنوان خبرگزاری قرآنی ایران در سال ۱۳۸۲ کار خود را آغاز کرد. با توجه به فعالیت بین‌المللی این رسانه قرآنی، سال ۱۳۹۱ نام این مجموعه به «خبرگزاری بین‌المللی قرآن» (ایکنا^۲) تغییر یافت. این خبرگزاری ذیل جهاد دانشگاهی (که خود وابسته به شورای عالی انقلاب فرهنگی است) فعالیت می‌کند و رئیس آن با حکم رئیس جهاد دانشگاهی

۱. ن.ک: درخواست مؤسسات و تشکل‌های قرآنی؛ تکلیف مؤسسات قرآنی را مشخص کنید، مورخ: ۱۳۹۸/۱۰/۸، کدخبری: ۸۳۶۱۰۵۱۷، خبرگزاری جمهوری اسلامی.

منصوب می‌شود.

۱۰. موزه ملی قرآن کریم

ساختمانی که احداث آن به پیش از انقلاب اسلامی بازمی‌گردد و در کنار کاخ مرمر و ساختمان مجلس خبرگان قرار دارد، پس از سال‌ها بلا تکلیفی در سال ۱۳۸۴ به موزه ملی قرآن کریم تبدیل شد.^۱ در این موزه، نسخ خطی قرآن، کتب ادعیه و دیگر آثار منشعب از علوم قرآنی نگهداری می‌شود. این موزه از زمان تأسیس به صورت هیئت‌امنایی اداره و حکم ریاست آن توسط رئیس‌جمهور صادر می‌شد، اما از سال ۱۳۸۸ مسئول آن توسط رئیس سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی منصوب شد؛ رویه‌ای که پس از تبدیل سازمان مذکور به وزارت میراث فرهنگی نیز تداوم یافت.^۲ از جمله چالش‌های این موزه می‌توان به کم‌انگیزگی مسئولان وزارت میراث فرهنگی، ناتوانی در گردآوری آثار نفیس، موانع حفاظتی برای بازدید عموم و همچنین مشکلات حفظ و نگهداری از گنجینه‌های موجود اشاره کرد.^۳

۱۱. شورای توسعه فرهنگ قرآنی شورای عالی انقلاب فرهنگی

خروجی بررسی پیشنهادها مطرح شده در پیشینه، پذیرش ایده «تشکیل شورای توسعه فرهنگ قرآنی» بود؛ زیرا به نظر می‌رسید استقرار این شورای تازه تأسیس ذیل شورای عالی انقلاب فرهنگی، تأمین‌کننده جایگاه آن است؛ شورایی که دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی و وزیر فرهنگ و ارشاد اسلامی، رئیس و نایب‌رئیس آن شدند. لذا در سال ۱۳۸۸ و با تصویب منشور توسعه فرهنگ قرآنی در شورای عالی انقلاب فرهنگی، شورای تخصصی پیش‌گفته تأسیس و آیین‌نامه آن مصوب گردید. بر اساس ماده (۳) منشور توسعه فرهنگ قرآنی (جلسه ۶۴۳ شورای عالی، مورخ ۱۳۸۸/۲/۲۲) هدف از تشکیل این شورا، اجرایی‌سازی اهداف، سیاست‌ها و راهبردهای منشور و تحقق عزم ملی برای توسعه تمسک و اعتصام به قرآن کریم در همه عرصه‌هاست. البته برخلاف پیشنهاد اولیه، دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی، ریاست شورای

۱. این خبرگزاری در حال حاضر به تولید و انعکاس اخبار قرآنی به ۱۹ زبان زنده دنیا می‌پردازد و در ۳۰ استان کشور شعبه دارد (خبرگزاری بین‌المللی قرآن در یک نگاه).

۲. بخش «درباره ما- پیشینه»، پایگاه اطلاع‌رسانی موزه ملی قرآن کریم.

۳. پیشین.

۴. قصه پرغصه موزه ملی قرآن تمامی ندارد؛ از درهای بسته تا انتظار برای بازدید مجازی، مورخ: ۱۳۹۹/۷/۵، کدخبری: ۳۹۲۴۷۷۹، خبرگزاری بین‌المللی قرآن.

۵. شورای توسعه فرهنگ قرآنی در انتظار تحول، مورخ: ۱۳۹۷/۱۰/۱۵، کدخبری: ۱۹۱۵۲۷۴، خبرگزاری تسنیم.

توسعه فرهنگ قرآنی را عهده‌دار شده است نه رئیس‌جمهور. همچنین، دو ایده تحقق فرهنگ قرآنی در نظام مدیریت، تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی کشور و نیز تلاش برای حاکم کردن اصول و مبانی قرآنی در برنامه‌های توسعه بلندمدت و میان‌مدت کشور از ویژگی‌های اختصاصی رویکرد شورای توسعه فرهنگ قرآنی بوده و در وظایف سایر دستگاه‌ها و نهادهای قرآنی بی‌سابقه است. سرانجام، مسئله ضمانت اجرا یکی از چالش‌های عمومی مجموعه‌های شورایی است، مسئله‌ای که ضمانت اجرای مصوبات را با بحث تأمین مالی آن‌ها پیوند داده و شورای توسعه فرهنگ قرآنی را به سمت و سوی ایجاد یک نهاد مالی سوق داده است.^۱

- صندوق مشارکت توسعه فرهنگ قرآنی؛ تشکیل این صندوق زیر نظر شورای تخصصی توسعه فرهنگ قرآنی در مورخ ۱۳۹۰/۱۲/۹ به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی رسید.

ب) ماهیت سیاست فرهنگی ساختارهای قرآنی کشور

۱. اگرچه سازمان دارالقرآن‌الکریم بر آموزش سطح‌بندی‌شده (کلاسیک) امور قرآنی در پراکندگی جغرافیایی وسیع تأکید داشته و توفیقاتی کسب کرده است، اما شیوه فعلی آموزش این سازمان از کفایت لازم برای فعالیت‌های ترویجی برخوردار نیست چراکه: اولاً دو ایده متفاوت درباره نحوه اداره جلسات قرآنی وجود دارد: ۱. آموزش کاملاً تخصصی و سطح‌بندی‌شده که طی آن، داوطلب باید در کنار افراد هم‌سطح خود تعلیم ببیند و سختی آموزش تخصصی را به‌منظور قدم گذاشتن به دنیای حرفه‌ای پیگیری کند. ۲. آموزش نسبتاً تخصصی و سطح که طی آن، داوطلب می‌تواند در کنار بستگان و دوستان غیر هم‌سطح خود آموزش ببیند و تجربه یک فضای نیمه‌آموزشی و نیمه‌دوستانه را به‌جهت برخورداری از تربیت و اخلاق قرآنی تجربه کند. بدیهی است ایده نخست برخلاف روش‌های مرسوم در جلسات اساتید برجسته نظیر ابراهیم پورفرزب (مولایی)، سیدمحسن خدام‌حسینی، علی اربابی و... بوده و همواره انتقادهایی نسبت به آموزش‌های سطح‌بندی‌شده وجود داشته است.

ثانیاً امروزه با توجه به پوشش جغرافیایی وسیعی که در دهه اول انقلاب رخ داده است، صرف تأکید بر توسعه کمی و پراکندگی جغرافیایی هرچه بیشتر فعالیت‌های فرهنگی نمی‌تواند مهم‌ترین اولویت باشد بلکه اکنون سیاست حضور مستقیم و ارتباط فیزیکی با ساکنان مناطق محروم به سطح مناسبی رسیده است و توسعه بیشتر آن بدون

تمرکز بر مقوله معروف‌سازی^۱ بازده لازم را نخواهد داشت. چراکه رویکرد گسترش پراکندگی جغرافیایی فعالیت‌های قرآنی نسبت به خط سیر انتشار ارزش‌های فرهنگی بی‌توجه است؛ خط سیری که با افزایش تحرک جغرافیایی جمعیت، فزونی تحصیلات دانشگاهی، گسترش رسانه‌های عمومی، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و... به کلی دگرگون شده است.^۲

۲. برخلاف سازمان تبلیغات اسلامی که عمدتاً در سطوح عمومی- ترویجی به فعالیت‌های قرآنی می‌پردازد، سازمان اوقاف و امور خیریه با وجود دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم و نیز ترجمه قرآن به زبان‌های خارجی از ظرفیت لازم برای پیشرو بودن در حوزه‌های اندیشه‌ای و نخبگانی برخوردار است. همچنین، به واسطه برگزاری مسابقات قرآنی به نوعی مسئول کشف استعدادها و قرآنی در سطوح مختلف به‌شمار می‌رود. با وجود چنین ظرفیت‌هایی اولاً نشانه‌های روشنی برای تولید محتوای پژوهشی راهگشا و مورد اقبال جامعه در این دانشگاه به چشم نمی‌خورد. ثانیاً برگزاری مسابقات قرآنی در سطوح مختلف نیز با گلیه‌های متسابقین و فقدان استانداردهای لازم برای برگزاری آبرومند و شوق‌آفرین چنین رویدادهایی همراه است. سرانجام، چاپ و انتشار قرآن کریم از مسئولیت‌های خطیر این سازمان است. در این شرایط، آنچه عملکرد سازمان اوقاف در حوزه‌های قرآنی را قابل دفاع می‌سازد، برگزاری باشکوه مسابقات بین‌المللی قرآن تهران است که این پدیده نیز در سال‌های اخیر با کاهش استقبال مردمی همراه بوده است.

۳. فعالیت‌های شورای عالی قرآن نشان می‌دهد غلبه معیارهای فنی و استانداردهای تعیین شده این شورا بر تلاوت‌های قاریان ایرانی موجب اجرای تلاوت‌های بی‌روح، غیرجذاب و فاقد خلاقیت در صداوسیما شده و این شورا در تأمین نغمه‌های الهی فاخر نیز توفیق چندانی نداشته است.

۴. فعالیت‌های قرآنی ایران در ارتباط با سایر کشورها در چارچوب وظایف کمیته اعزام و دعوت از قاریان قرآن کریم قابل تعریف است. برگزاری جلسات باشکوه شبی با قرآن در شهرهای مختلف ایران- با حضور قاریان سرشناس مصری- که در دهه ۱۳۷۰ مهم‌ترین فعالیت و جریان فرهنگ قرآنی کشور به‌شمار می‌رفت، در حوزه

۱. مقصود از تبلیغات، «معروف‌سازی و شناسایی موضوع و جلب مخاطبان به انتخاب، خرید و یا تبعیت است» (رهبریا و مهریزی‌ثانی، ۱۳۸۷: ۸۷).

۲. کماینکه تأثیرات ظهور چهره‌های برجسته قرآنی مانند جواد فروغی، سیدمحمدحسین طباطبایی، شهریار پرهیزکار و... نشان می‌دهد چگونه یک پدیده چشمگیر و استثنایی می‌تواند فرهنگ خاصی را در جامعه گسترش دهد.

اختیارات این کمیته قلمداد می‌شود.

۵. مرکز طبع و نشر قرآن کریم با فعالیت‌های عمومی - ترویجی و هنری - نخبگانی پیوند داشته و علاوه بر مسئله رسم الخط که با آموزش همگانی قرآن ارتباط مستقیمی دارد، در زمینه کتابت می‌تواند میراث تمدنی مغفول مانده‌ای از خوشنویسان و کاتبان ایرانی را بازآفرینی نماید (ن.ک: شاهینی و نوده‌فراهانی، ۱۳۹۶).

۶. همانطور که مهم‌ترین اقدام وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در حوزه‌های مختلف شامل اعطای مجوز به مؤسسات/تولیدات و سپس برگزاری نمایشگاه/جشنواره به‌منظور عرضه یک‌باره دستاوردها و محصولات خروجی است (ن.ک: نوده‌فراهانی، ۱۳۹۷)، معاونت قرآن و عترت نیز منطق مشابهی دارد. به‌علاوه، رویکرد وزارت ارشاد در حوزه‌های صنعت فرهنگ نیز با انتقادات جدی روبه‌روست و تنها صنایع فرهنگی نیازمند عرضه قانونی، خود را ملزم به دریافت مجوز می‌دانند در حالی که بسیاری از محصولات و فعالیت‌ها عملاً در مجاری غیررسمی جریان می‌یابند. بدین‌سان، عملکرد این وزارتخانه در مورد فعالیت‌های قرآنی چالش بیشتری دارد، زیرا منطق اقتصادی فعالیت‌های قرآنی با صنعت فرهنگ مشابه نیست و چنین فعالیت‌هایی مگر به‌واسطه وجود حمایت‌های مادی و معنوی قابل توجه، به سازوکارهای وزارت ارشاد تن نمی‌دهند. در این چارچوب، گزارش‌هایی وجود دارد که نشان می‌دهد افزایش برخی حمایت‌ها در سال‌های اولیه‌ی تشکیل معاونت قرآنی ارشاد سبب ثبت تعداد کثیری مؤسسه غیرفعال برای جذب برخی مساعدت‌ها شده است. غرّفه‌های ضعیف، محصولات تکراری و کاهش استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه قرآن در گذر زمان مهم‌ترین نتیجه چنین واقعیتی است.

اگرچه پرهیز از سیاسی شدن فعالیت‌های قرآنی بدواً غیرمعقول به نظر نمی‌رسد اما با رویکرد کلان انقلاب اسلامی و انقلابیون نسل اول - که فعالیت‌های سیاسی خود را با تفسیر قرآن پیوند داده و آن را کانون اندیشه‌ورزی برای ترسیم حکومت اسلامی کرده بودند- تفاوت بسیاری دارد. فی‌المثل، مجموعه ۱۵ جلدی «آشنایی با قرآن» از آیت‌الله مطهری، مجموعه ۶ جلدی «پرتوی از قرآن» از آیت‌الله طالقانی، کتاب‌های «طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن» و «مروری بر مبانی، روش و قواعد تفسیری [...]» در تفسیر سوره توبه» از آیت‌الله خامنه‌ای، تفسیر سوره حمد امام خمینی (ره) و تلاش‌های تفسیری آیت‌الله منتظری و آیت‌الله هاشمی رفسنجانی در سال‌های زندان در همین راستا قابل طرح است. در این شرایط تنها در دیدارهای سالانه قاریان قرآن با

رهبر انقلاب به قرآن به عنوان کتاب زندگی در همه حوزه‌ها و از جمله سیاست پرداخته می‌شود.

۷. ایجاد فرهنگسرای مجزا و متمرکز با کار ویژه قرآن در يك محله پراسیب شهری (خیابان قزوین) نتوانسته است به اهداف تعریف شده یعنی ترویج ارزش‌ها و دستورالعمل‌های قرآنی در زندگی و بافت شهری، پیشگیری از آسیب‌های فرهنگی - اجتماعی و حمایت از خالقان آثار هنری قرآنی و... بینجامد. شاید یکی از دلایل این امر بی توجهی نسبت به سازوکار خلق معنا، ترویج باورها و بسط رفتارها در فضای طبقاتی زندگی شهری معاصر است؛ فضایی که در گفتمان راست‌گرا با صفات اغواگرانه فراغتی شدن، مصرفی شدن، زنانه شدن، جنسی شدن، بصری شدن، زیبایی‌شناسی شدن، عرفی شدن، امروزی شدن، فرهنگی شدن، فردی شدن، رسانه‌ای شدن، دیجیتال‌شدن و... معرفی می‌شود (ن.ک: فاضلی، ۱۳۹۴). به عبارت دیگر، مادامی که درک صحیحی درباره چرخه تولید، توزیع و مصرف ارزش‌ها و هنجارهای جمعی وجود نداشته باشد، تلاش برای مرجعیت بخشی فرهنگی به مجموعه‌ای که در کانون یکی از مراکز تجمع طردشدگان اجتماعی (از جمله معتادان متجاهر) قرار دارد، بستر ظهور حاشیه‌نشینی در متن بافت سکونتگاهی فرسوده است و با کسب و کارهای اقتصادی مردانه در روز و فضای بی دفاع شهری در شب شناخته می‌شود، مقدور نخواهد نبود.

۸. نهادهای مدعی ساماندهی امور قرآنی (سازمان تبلیغات اسلامی و معاونت قرآن و عترت وزارت ارشاد) هدف از تشکیل اتحادیه‌های متبوع خود را بسترسازی برای مشارکت نهادهای مردمی در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و نیز کاهش تصدی‌گری دولت اعلام می‌کنند. این در حالی است که در عمل رقابت به منظور مداخله تنظیم‌گرانه در فعالیت‌های قرآنی که توسط مردم و تقریباً مجزای از حاکمیت برگزار می‌شود سبب اصالت بخشی به سازوکارهای مدرن، افزایش مؤسسات غیرفعال ثبت شده، غفلت از جلسات سنتی فعال و سرانجام ادغام دو اتحادیه شد.

۹. راه‌اندازی خبرگزاری قرآن در روزگار گسترش مطبوعات، فضای مجازی، رسانه‌های نوین و... اقدام آوانگاردی به نظر می‌رسید اما این رسانه نتوانست جایگاه خود را در راستای معنا بخشی، جهت‌دهی، جذب مخاطب و اطلاع‌رسانی حفظ کرده و متناسب با تحولات سریع ارتباطی - رسانه‌ای تحول یابد.

۱۰. در سال‌های پیش از انقلاب، ساخت بنای امروزی موزه قرآن کریم با هدف راه‌اندازی فرهنگسرا (شامل: کتابخانه، آمفی‌تئاتر، نگارخانه و...) آغاز شد و در دوره سازندگی - علیرغم وجود محدودیت‌های ناشی از محل استقرار ساختمان - صرفاً برای

جلوگیری از بلااستفاده ماندن این مجموعه به موزه تبدیل شد، درحالی که احساس ضرورت و نیاز یا برنامه مدونی برای بهره‌برداری از آن وجود نداشت.

۱۱. مطابق دیدگاه مؤسسان شورای توسعه فرهنگ قرآنی، قاعدتاً ارتباط مستقیم شورای عالی انقلاب فرهنگی با رهبر انقلاب و حوزه‌های علمیه، عضویت مدیران ارشد نظام و دستگاه‌های فرهنگی کشور در شورا و جایگاه شورا در تعامل با هیئت‌وزیران و مجلس شورای اسلامی، می‌بایست پشتوانه‌های اداری لازم برای رسمیت‌بخشی و نفوذ تصمیمات شورا در بدنه دستگاه‌ها و مجموعه فعالان قرآنی کشور را فراهم آورد. ضمن این‌که نه‌تنها تشکیلات شورای عالی، فرادستگاهی بوده و تحولات مدیریتی کشور تأثیر کمتری در آن دارد، بلکه تشکیل کمیسیون‌های تخصصی شورا در وزارتخانه‌ها ابزار اجرایی لازم را در اختیار شورا قرار داده و اهتمام و ثبات تکالیف دولت نسبت به امور قرآنی را پدید می‌آورد. این در وضعیتی است که اولاً ایده‌های شورایی اساساً با هدف ایجاد هماهنگی و همفکری تشکیل می‌شود و غالباً نسبت به فعالیت‌های خلاقانه و نوآورانه کم‌توجه است. ثانیاً بررسی عملکرد مصوبات شوراهای عالی کشور نشان می‌دهد صرف تصمیم‌گیری‌های شورایی، ضمانت لازم برای اجرای اسناد را ایجاد نمی‌کند.

جدول ۳. سنخ‌شناسی و ارزیابی سیاست‌های تبلیغی دستگاه‌های قرآنی

ردیف	دستگاه	نوع سیاست تبلیغی غالب	وضعیت کنونی	عملکرد نهایی
۱	سازمان دارالقرآن الکریم	برگزاری دوره‌های آموزشی سطح‌بندی‌شده امور قرآنی در پراکندگی جغرافیایی گسترده	- کم‌توجهی آموزش‌های فعلی به فضای دوستانه و تربیت قرآنی - ناکامی در نوآوری و معروف‌سازی	بهره‌وری پایین گسترش فعالیت‌های عمومی و ترویجی
۲	سازمان اوقاف و امور خیریه	پیشتازی در حوزه‌های اندیشه‌ای و نخبگانی و کشف استعدادها قرآنی	- فقدان نشانه‌های روشن تولید محتوای راهگشا - گلابه‌های متسابقین و ناکامی در برگزاری رویدادهای شوق‌آفرین	ناتوانی در تعمیق فعالیت‌های نخبگانی و جریان‌سازی در جهت شناسایی نیروهای مستعد
۳	شورای عالی قرآن	تعیین استانداردهای صوری و معیارهای فنی برای تولید و پخش تلاوت‌ها و نغمه‌های الهی فاخر	- ساخت آثار بی‌روح، غیرجذاب و فاقد خلاقیت و غلبه تلاوت‌ها و نغمات یکنواخت در صداوسیما	جهت‌دهی انتقادآمیز تولیدات رادیو-تلویزیونی

ردیف	دستگاه	نوع سیاست تبلیغی غالب	وضعیت کنونی	عملکرد نهایی
۴	کمیته اعزام و دعوت از قاریان	اعزام اساتید ایرانی و دعوت از خبرگان خارجی برای فعالیت‌های تبلیغی، شرکت در مسابقات و ارتقاء فعالیت‌های قرآنی	تکرار نشدن جلسات باشکوه شنبی با قرآن در شهرهای مختلف ایران در دهه ۱۳۷۰	رضایت‌بخش نبودن ارتباطات تبلیغی و تعاملات هنری-دانشی در دو دهه گذشته
۵	مرکز طبع و نشر قرآن کریم جمهوری اسلامی ایران	حفظ، پاسداشت و ارتقاء میراث کتابت در پیشینه ایران اسلامی (فعالیت نخبگانی) - گسترش فرهنگ کتابت قرآن کریم - تأمین منظر زیبایی‌شناختی در کتابت کلام وحی (اقدام عمومی-ترویجی)	راه‌اندازی واحدهای تخصصی مانند تحقیق و پژوهش در زمینه علوم کتابت، امور هنری و فنی، آماده‌سازی رایانه‌ای، نظارت و بازبینی مصاحف - تهیه مصحف جمهوری اسلامی ایران	عدم استقبال عمومی از مصحف ملی پیگیری رویه استعلایی همسان‌سازی رسم‌الخط‌های قرآنی ناکامی در ایده احیاء نهضت قرآن‌نویسی
۶	معاونت قرآن و عترت	اعطای مجوز و حمایت از مؤسسات، برگزاری نمایشگاه‌های سالانه، تجلیل از پیشکسوتان و... پرهیز از سیاسی شدن فعالیت‌های قرآنی	ثبت تعداد کثیری مؤسسات غیرفعال برای جذب حمایت - غرفه‌های ضعیف و محصولات تکراری و کاهش استقبال بازدیدکنندگان از نمایشگاه - دور افتادن قرآن از کانون اندیشه‌ورزی‌های اجتماعی-سیاسی	سستی در به جریان انداختن مضامین و محصولات قرآنی در عرصه‌های فکری، فرهنگی و هنری
۷	فرهنگسرای قرآن	ترویج ارزش‌های قرآنی در زندگی و بافت شهری برای کاهش آسیب‌های اجتماعی	ایجاد فضای متمرکز در محله‌ای پرآسیب و حاشیه‌ای در فضای مصرفی، فراغتی، تجملی تهران امروز	به نتیجه نرسیدن هدف گسترش رفتارهای قرآنی در روابط و محیط‌های شهری
۸	اتحادیه تشکل‌های قرآن و عترت کشور	زمینه‌سازی مشارکت نهادهای مردمی در تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری و نیز کاهش تصدی‌گری دولت	عدم وجود ابزار لازم برای مداخله در فعالیت‌های قرآنی مردمی و ضرورت ایجاد مشوق‌های مالی و حمایتی از مؤسسات	ناکارآمدی در تنظیم‌گری، ایجاد رقابت مخرب میان دستگاه‌های ارائه‌دهنده تسهیلات

ردیف	دستگاه	نوع سیاست تبلیغی غالب	وضعیت کنونی	عملکرد نهایی
۹	خبرگزاری بین‌المللی قرآن کریم	پر کردن خلاء ارتباطی در دوره گسترش مطبوعات، رسانه‌ها، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی	– تأکید بیش از حد بر توسعه دایره زبان‌های خارجی و افتتاح شعب استانی و بالعکس، عقب‌ماندگی از فناوری‌های ارتباطی جدید	ضعف در معنابخشی، جهت‌دهی، جذب مخاطب و اطلاع‌رسانی
۱۰	موزه ملی قرآن کریم	بهره‌برداری بهینه از یک بنای بلااستفاده و فاخر	– مکان‌یابی نامناسب، عدم احساس ضرورت، فقدان انگیزه	بی‌انگیزگی در تعریف کار ویژه مکمل سایر دستگاه‌های قرآنی
۱۱	شورای توسعه فرهنگ قرآنی	تأمین پشتوانه حقوقی و نظارتی لازم برای نفوذ تصمیمات شورا بر دستگاه‌ها و فعالان قرآنی، تشکیل کمیسیون‌های تخصصی	– غفلت از فعالیت‌های خلاق و نوآورانه – عدم تحقق انتظارات از کمیسیون‌های تخصصی در وزارتخانه‌های سه‌گانه	شکست در سیاستگذاری تخصصی و غلبه رویکردهای مدیریتی و کلی‌گویانه

ج) ارزیابی مؤلفه‌های عملکردی ساختارهای حوزه قرآن

۱. نخستین موضوع، ابهام پیرامون مسئله مطلوبیت تمرکز یا پراکندگی مدیریت فعالیت‌های قرآنی در نهادهای مختلف است. به‌طور کلی چنانچه پراکندگی نهادهای فرهنگی، به گسترش خلاقیت و نوآوری بینجامد، تکرر نهادی ایده‌ای راهبردی است^۱. این در حالی است که امروزه تأثیرات منفی و غیرسازنده پراکندگی ساختارهای قرآنی سبب حاشیه‌ای شدن آن‌ها نسبت به سایر حوزه‌های فعالیتی دستگاه‌های دینی – تبلیغی شده و عملاً حوزه قرآن از حیطه اصلی تمرکز نهادها و سازمان‌های مربوطه خارج شده است. این وضعیت بر فرهنگ و ساختار سازمانی نهادهای قرآنی کشور تأثیر غیرقابل‌انکاری دارد. زیرا اولاً فعالیت‌های قرآنی را از اولویت اصلی و اولیه سازمان‌های مزبور خارج کرده و این فعالیت‌ها و مسئولان مربوطه را از چرخه برنامه‌ریزی و پاسخگویی در سازمان مبرا می‌سازد. ثانیاً به‌دلیل محدود و مسدود شدن وضعیت ارتقاء جایگاه شغلی و سازمانی کارکنان این بخش‌ها سبب شکل‌گیری نوعی بی‌انگیزگی و کم‌تحرکی در میان نیروی انسانی می‌شود (برای مطالعه بیشتر ن.ک: علینقیان و همکاران، ۱۳۹۵:

۱. به‌عنوان مثال، فعالیت مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) تحت‌نظر آیت‌ا... مصباح یزدی سبب گسترش خلاقیت و نوآوری در فعالیت‌های متعارف حوزه علمیه قم شده و از این جهت وجود این نهاد علمی – به‌رغم بودجه محدود آن – واجد آثار بسیاری برای حوزه‌های علمیه بوده‌است.

۴۳۸). همچنین، وجود یک ساختار سازمانی نامتناسب سبب جلوگیری از دسترسی کارکنان سازمان به اطلاعات لازم، کاهش تعاملات شغلی و پویایی اداری کارکنان، صعوبت، کندی و کیفیت پایین جریان تصمیم‌گیری، از دست رفتن توان کنشگری سازمان، دلسردی و ائتلاف توان نیروی انسانی، ضعف مدیریت دانش، بازدهی کم و نارضایتی کارمندان و سرانجام ناتوانی در بروز واکنش‌های مقتضی در برابر تحولات بیرونی می‌شود (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰: ۴۲-۴۳).

۲. یکی از ویژگی‌های فعالیت‌های قرآنی آن است که بسیاری از فعالان این حوزه به‌صورت غیرآکادمیک و از طریق آموختن هنر-مهارت تلاوت، تواشیح، ابتهال، خوشنویسی و... به این عرصه وارد می‌شوند. در مقابل، علاوه بر حافظان قرآن کریم، رشته‌های تحصیلی موجود در مراکز حوزوی و دانشگاهی نیز عمدتاً به دانش‌های قرآنی معنایی، تفسیری و تاریخی ناظرند؛ بنابراین اولاً به دلیل وجود تکرر میان بسترهای پیدایش نخبگی در امور قرآنی (اکتساب جایگاه استادی از طریق آموختن هنر-مهارت، تحصیلات آکادمیک، حوزوی و...) مشخص نیست چه کسی یا کسانی از صلاحیت لازم برای مدیریت دستگاه‌ها و نهادهای قرآنی برخوردار هستند. ثانیاً همواره این اختلاف دیدگاه وجود داشته است که اولویت در فعالیت‌های قرآنی با کدام‌یک از فعالیت‌های ترویجی - عمومی، تخصصی - نخبگانی، هنری - مهارتی یا ذهنی - تفسیری است. ثالثاً حصول موقعیت خُبرگی در این عرصه‌ها لزوماً به معنای برخورداری از دانش نظری و به‌طور خاص آشنایی با فنون سیاست‌گذاری در عرصه‌های مزبور نیست. برای فهم بهتر این معضله می‌توان بسترهای پیدایش نخبگی در امور قرآنی را با رشته‌های علمی دانشگاهی مقایسه کرد که در سه سطح طبقه‌بندی می‌شوند: حوزه‌های فلسفی - معرفت‌شناختی؛ حوزه‌های علمی - تجربی؛ حوزه‌های ابزاری - اجرایی (فولر، ۲۰۰۲ به نقل از: محجوب عشرت‌آبادی و همکاران، ۱۳۹۱: ۸). از این منظر، هیچ‌یک از سطوح موجود نافی یکدیگر نیستند و نمی‌توانند قلمرو یکدیگر را نادیده بگیرند اما اجرای این توصیه ظاهراً بدیهی به هیچ وجه کار آسانی نیست؛ بنابراین، اگرچه بعید است درباره تعدد راه‌های کسب سمت استادی و تنوع حوزه‌های تخصصی قرآنی تردیدی وجود داشته باشد اما در شرایطی که تعداد کثیری دستگاه فرهنگی دارای زیرمجموعه‌های کوچک مقیاس قرآنی هستند فی‌المثل امکان سپرده شدن مدیریت یک نهاد قرآنی به یکی از کاتبان قرآن امری غیرممکن به نظر می‌رسد.

۳. دیگر نکته تعیین‌کننده، وضع مدیریتی سازمان‌های ذی‌ربط به‌لحاظ استقلال نهادی و تمرکز تخصصی بر فعالیت‌های قرآنی است؛ زیرا قرآن و فعالیت‌های قرآنی

عموماً یکی از انبوه دغدغه‌های اکثر سازمان‌های فرهنگی است و متمرکز نبودن مسئولان ارشد سازمان‌های مربوطه بر فعالیت‌های قرآنی، پیامدهای منفی قابل تأملی دارد. فی‌المثل، از آنجاکه مأموریت غالب سازمان‌های مرتبط با فعالیت‌های قرآنی در حوزه‌های دین و تبلیغ اسلامی تعریف شده است، بعضاً روحانیونی مدیریت فعالیت‌های قرآنی را به دست می‌گیرند که علیرغم وجود نهادهای تخصصی مردمی، عمومی و حکومتی در حوزه گسترش فرهنگ اسلام و اهل بیت (ع) مانند هیئتت، حسینیه‌ها، مساجد، بقاع متبرکه، سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی، حوزه‌های علمیه، مرکز رسیدگی به امور مساجد و انواع شوراها و ستادها همچون شورای سیاست‌گذاری ائمه جمعه، ستاد احیای امر به معروف، ستاد اقامه نماز، ستاد احیای زکات و نیز انواع نهادهای آموزشی - تبلیغی جانبی حوزه مانند پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، جامعه المصطفی (ص) العالمیه، دانشگاه باقرالعلوم (ع) و... به جانب مسائل تفسیری گرایش دارند^۱ و اگر اهتمام رهبر معظم انقلاب اسلامی نسبت به حوزه‌های هنری - مهارتی و ترویجی - عمومی این عرصه نمی‌بود چه بسا بسیاری از فعالیت‌های مذکور به کلی منزوی و حاشیه‌ای می‌شدند. حتی در مواردی موقعیت درجه دومی فعالیت‌های قرآنی در ساختارهای فرهنگی سبب پذیرش مسئولیت‌های هم‌زمان توسط مسئولان قرآنی می‌شود؛ پدیده‌ای که اگرچه بعضاً به واسطه تعهدات شخصی افراد به تصمیماتی مانند نگرفتن حقوق مجزا و نوعی مسئولیت‌پذیری ایثارگرانه می‌انجامد، اما خسارت کم‌رنگ شدن ظرفیت‌های فرهنگی نظام قابل محاسبه نیست.

۴. ساماندهی و نظارت بر فعالیت‌های قرآنی مردمی در قالب وظایف و اهداف

عموم سازمان‌های قرآنی کشور آمده است اما این امر بیش از آن‌که ناشی از وجود ابزارهای لازم و مشروعیت کافی برای انجام چنین وظیفه‌ای باشد، برآمده از رقابت بر سر گسترش اختیارات و منابع مالی است. به عبارت دیگر، سازمان‌ها و نهادهای مذکور نه به دلیل آن‌که واجد شرایط لازم برای حمایت از فعالیت‌های قرآنی هستند، اقدام به طرح چنین ادعاهایی می‌کنند، بلکه آن‌ها می‌کوشند از طریق ادعای ساماندهی دیگران، منابع اقتصادی و قدرت ساختاری لازم را به دست بیاورند؛ بنابراین ایده ساماندهی و نظارت بر فعالیت‌های قرآنی مردمی، سیاستی مداخله‌گرانه و استعلایی است که بدون انجام حمایت و پشتیبانی مادی قابل توجه، ممکن نیست؛ چراکه فعالان مربوطه ضرورتی برای پذیرش نظارت و ساماندهی توسط دیگران احساس نمی‌کنند. این رویکرد دو

۱. البته تعدد دستگاه‌های مرتبط با حوزه دین و تبلیغ به معنای به‌سامان بودن امور در این حوزه‌ها نیست.

پایامد اساسی داشته است: الف) تأکید غیرضروری بر مؤسسات ثبت شده و رسمی به عنوان نهادهای حقوقی که به اخذ مجوز و دریافت حمایت مالی متمایل هستند؛ موضوعی که باعث افزایش کمی مؤسسات قرآنی شده است. ب) غفلت از جلسات قرآنی که به صورت خانگی و یا در هیئت، حسینیه‌ها و مساجد تشکیل می‌شود و نیز خبرگانی که به هر دلیل در قالب مؤسسه‌ای خاص فعالیت نمی‌کنند.

۵. مردمی کردن و جلب مشارکت مردم یکی از موضوعاتی است که در سال‌های اخیر مورد توجه بیشتر سیاست‌گذاران قرار گرفته است، اما چنین طلبی مستلزم شناسایی دقیق ابعاد و زوایای وضعیت مستقر است. به عبارت دیگر، این وضعیت مستقر است که ضرورت، نوع و کیفیت مشارکت مردم را تعیین می‌کند. فی‌المثل، جلب مشارکت سیاسی زمانی در دستور کار قرار می‌گیرد که برخی اقشار و گروه‌های اجتماعی دچار طرد و انزوای فرهنگی-سیاسی بوده و خواسته‌ها و مطالبات‌شان شنیده نمی‌شود؛ نوع و کیفیت چنین مشارکتی نیز می‌تواند از طریق برپایی انتخابات برای تعیین مسئولان عالی‌رتبه نظام، تعیین سازوکار فعالیت سیاسی قانونمند به واسطه تشکیل احزاب و تأسیس مطبوعات، تصویب ضوابط برگزاری تجمعات اعتراضی و... صورت‌بندی بشود. به همین ترتیب، انواع مشارکت اقتصادی، اجتماعی و غیره در شرایط متنوعی ضرورت می‌یابد؛ بنابراین، مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد جوانان، مشارکت خیرین مدرسه‌ساز، مشارکت در خرید اوراق سرمایه‌گذاری اجرای یک پروژه اقتصادی و یا مشارکت در وقف کتاب از جهت ضرورت، نوع و کیفیت مشارکت مردم به کلی متفاوت هستند. با این تفاسیر نوع مشارکت مورد تقاضای سیاست‌گذاران حوزه قرآن، دیدگاه ایشان راجع به فضای کلی فعالیت‌های قرآنی کشور را نشان می‌دهد. بر این اساس، مطالعه صورت گرفته با حمایت معاونت قرآن و عترت و وزارت ارشاد معتقد است:

مبنای مدل جذب مشارکت‌های مردمی برای فعالیت‌های قرآنی، تسهیل‌گری نهادهای متولی از طریق: راه‌اندازی ساختار جذب مشارکت مردمی در سازمان‌ها و همکاری با مجمع ملی خیرین قرآنی و ایجاد واحد جذب مشارکت در مؤسسات قرآنی است. این ساختار همکارانه با اجرای راهبردهای شناسایی شده بر پایه شناخت اولویت‌ها و نیازها در مسیر دستیابی به هدف توسعه منابع پایدار برای فعالیت‌های قرآنی قرار می‌گیرد (سیدی، ۱۴۰۲: ۸۲).

مطابق این گفتار تأمین منابع مالی پایدار، مهم‌ترین چالش فعالیت‌های قرآنی و بستر الزام‌آور جلب مشارکت مردم است. به عبارت دیگر، حداقل برخی سیاست‌گذاران حوزه

قرآن معتقدند تأمین منابع مالی پایدار مهم‌ترین چالش فعالیت‌های قرآنی در کشور بوده و چنانچه مشارکت مردمی در تأمین چنین منابعی فراهم شود، فعالیت‌های قرآنی کشور به وضعیت مطلوبی دست خواهند یافت. این درحالی است که از دیدگاه فعالان قرآنی از دهه ۱۳۷۰ و خصوصاً از نیمه دهه ۱۳۸۰ تاکنون مشارکت عمومی - و نه مشارکت مالی - مردم در فعالیت‌های جمعی قرآنی رو به کاهش بوده است (انتظاری و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۴). از این منظر، کاهش شرکت و حضور مردم در فعالیت‌های جمعی قرآنی معضله اصلی است که از دید سیاستگذاران قرآنی کشور پنهان مانده است و همین غفلت سبب تقلیل یک معضله فرهنگی - اجتماعی به چالشی مالی - اقتصادی شده است. کما اینکه مردم از تأمین هزینه‌های مالی فعالیت‌های مذهبی که در آن‌ها شرکت می‌کنند، ابائی ندارند.

مطابق برخی مطالعات، زمینه‌های کاهش فعالیت‌های جمعی قرآنی عبارت‌اند از: اولویت‌یابی مسائل اقتصادی برای خانواده‌ها و جامعه؛ رجحان‌یابی آموختن مهارت‌هایی نظیر زبان انگلیسی و ورزش حرفه‌ای که به نوعی زمینه کسب موفقیت‌های اقتصادی قلمداد می‌شوند برای نسل‌های جدید؛ بروز بسترهای فراغتی نوین فردگرایانه میان کودکان، نوجوانان و جوانان؛ کاهش منزلت فعالان قرآنی و تنزل گرایش مردم به برپایی این فعالیت‌ها (انتظاری و همکاران، ۱۴۰۱: ۴۹). همچنین، باید عنایت داشت که احیا و ارتقای فعالیت‌های قرآنی در شکل سنتی آن به‌سهولت ممکن نبوده و متقابلاً سازوکار مورد نظر شورای توسعه فرهنگ قرآنی از تحقق اهداف مورد نظر جمهوری اسلامی ناتوان است.

جدول ۰۴. ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی دوره‌های تاریخی و صورت رایج فعالیت‌های قرآنی متناظر با آن (نوده‌فراهانی، ۱۳۹۸).

دوره تاریخی	ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی دوره	صورت غالب فعالیت‌های قرآنی مردمی
پیش از پیروزی انقلاب اسلامی	<ul style="list-style-type: none"> - محدودتر بودن مهاجرت‌ها و فقدان فرهنگ کلانشهری، - نقش‌آفرینی نسبی فرهنگ‌های قومی و محلی، - تأثیرگذاری محلات شهری و فرهنگ محله‌ای، - شکل‌گیری هیئت‌های مذهبی بر اساس پیوندهای خانوادگی و محله‌ای و همشهری‌محور، - سطح پایین سواد و بهره‌مندی محدود از تحصیلات عمومی و عالی. 	<ul style="list-style-type: none"> - فعالیت جلسات قرآنی مستقل یا زیرمجموعه هیئت‌های مذهبی که بر اساس پیوندهای خانوادگی و محله‌ای و همشهری‌محور شکل گرفته بودند. - برپایی جلسات قرآنی با هدف کسب ثواب و در امتداد روش آموزشی مکتب‌خانه‌ای که در مساجد، تکایا و منازل مردم برگزار می‌شد.

دوره تاریخی	ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی دوره	صورت غالب فعالیت‌های قرآنی مردمی
پس از پیروزی انقلاب اسلامی	<p>- گسترش مهاجرت و رشد سریع فرهنگ کلان‌شهری،</p> <p>- کاهش نسبی اثرگذاری فرهنگ‌های قومی و محلی،</p> <p>- تضعیف محلات شهری و فرهنگ محله‌ای،</p> <p>- افول هیئت‌های مذهبی خانوادگی و محله‌ای و همشهری محور در برابر قدرت‌یابی هیئت‌های مذهبی فراگیر ملی یا مرتبط با صنوف و اقشار،</p> <p>- سطح بالای سواد و توسعه چشمگیر تحصیلات عمومی و حتی عالی.</p>	<p>- تبدیل آموزش قرآن در سطح عمومی به بخشی از وظایف نهاد آموزش و پرورش و سایر مجموعه‌های آموزشی دولتی و در نتیجه تضعیف جلسات قرآنی مستقل یا زیرمجموعه هیئت‌های مذهبی خانوادگی و محله‌ای و همشهری محور.</p> <p>- گسترش کمی و کیفی آموزش تخصصی قرآن در مساجد و مؤسسات قرآنی مردمی.</p> <p>- تلاش برای توسعه فرهنگ قرآنی از طریق ارائه آموزش‌های تخصصی سطح‌بندی شده در قالب مؤسسات قرآنی مردمی.</p> <p>- ناتوانی فعالان قرآنی حرفه‌ای تربیت شده در دوره جمهوری اسلامی برای انطباق با تحولات فرهنگی - سیاسی، فرهنگی - اجتماعی و ارتباطی - رسانه‌ای (بر خلاف مداحان و منبری‌ها).</p>

درنهایت، مادامی که فعالیت‌های قرآنی در دستگاه‌های مختلف فرهنگی پراکنده بوده و استقلال نهادی ساختارهای قرآنی مورد توجه قرار نگیرد؛ چارچوب صلاحیت لازم برای مدیریت دستگاه‌ها و نهادهای قرآنی روشن نخواهد شد و لاجرم مدیریت‌های عمومی و غیرتخصصی بر آن‌ها حاکم می‌شود و در نتیجه به‌طور همزمان شاهد دو پدیده خواهیم بود: الف) تلاش برای کسب منابع اقتصادی و قدرت ساختاری، ب) عدم پذیرش مسئولیت فضای کلی و کلان حاکم بر فعالیت‌های قرآنی کشور توسط ساختارهای مسئول.

۶. وابستگی ساختارهای قرآنی به رهبر انقلاب و جایگاه ایشان در سیاست‌گذاری کلان این حوزه از یک طرف، خروجی تحقیقات ذکر شده در پیشینه پژوهش و تمایل مسئولان ساختارهای قرآنی برای فعالیت در ساختارهای شورایی به ریاست رئیس‌جمهور از طرف دیگر، سبب تشکیل راه حل میانه‌ای به نام شورای توسعه فرهنگ قرآنی شد؛ که می‌تواند نوعی جایابی کلان در ساخت اداری کشور تلقی بشود. اگرچه این شورا در راستای کاهش معضله «زدودن پراکنده‌کاری از فعالیت‌های قرآنی» و نیز «ساماندهی و نظارت بر فعالیت‌های قرآنی مردمی» قدم‌هایی را برداشته و رویکرد قابل انتقادی را در راستای «جلب مشارکت مردم» اتخاذ کرده است؛ اما درباره حل و فصل مناقشات مرتبط با «وضع مدیریتی سازمان‌های قرآنی به لحاظ استقلال نهادی» و «صلاحیت

لازم برای مدیریت دستگاه‌ها و نهادهای قرآنی» توفیقی به دست نیاورده است. ترکیب شورای توسعه فرهنگ قرآنی^۱ به خوبی گویای وضعیت نهادی ساختارهای قرآنی به لحاظ استقلال ساختاری و بلا تکلیف ماندن حوزه‌های تخصصی مربوطه است. همچنین، گستراندن جغرافیایی آموزش‌های سطح‌بندی‌شده قرآنی، رویکرد شورای توسعه فرهنگ قرآنی در حمایت از مؤسسات قرآنی و نیز عملکرد آن در کمیسیون‌های مستقر در وزارتخانه‌های سه‌گانه را تشکیل می‌دهد. جهت مسلط این فعالیت‌ها را نیز روخوانی و روان‌خوانی، حفظ، ترجمه و تفسیر تشکیل می‌دهد که مشتمل بر فعالیت‌های ترویجی - عمومی، تخصصی - نخبگانی و ذهنی - تفسیری بوده و تمایل چندانی به سایر فعالیت‌های هنری - مهارتی ندارد.

مروری بر ماهیت سیاست فرهنگی و مؤلفه‌های عملکردی ساختارهای قرآنی کشور نشان می‌دهد ساختارهای مزبور دارای مشخصات ساختارهای مکانیکی هستند و نخستین مرحله برای اصلاح این وضعیت، تبدیل آن‌ها به ساختاری ارگانیک است.

د) پارامترهای مؤثر بر امکان‌پذیری و کیفیت ادغام ساختاری

یکی از مسائل پیش روی فعالیت‌های قرآنی، هدف‌گذاری عمومی و جهت‌دهی این فعالیت‌هاست. بر این اساس، رهبر معظم انقلاب علاوه بر جلسات مختلف کاری با مسئولان دستگاه‌های مربوطه مدتهاست دو جلسه سالانه با «شرکت‌کنندگان در مراسم اختتامیه مسابقات بین‌المللی قرآن کریم» و نیز «دیدار رضایی با جمعی از قرآنیان کشور» داشته و نکاتی را طرح فرموده‌اند که رئوس اصلی، کلی و کلان آن‌ها عبارت‌اند از: الف) یکی از برنامه‌های اصلی دوران جمهوری اسلامی و حاکمیت اسلام ترویج قرآن است. ب) چهار مقوله تلاوت، انس، حفظ و تدبر در قرآن باید در ارتباط با یکدیگر مورد توجه قرار گیرند. ج) تأثیرگذاری قرآن کریم در جامعه می‌باید از سطح فرهنگ عمومی تا دایره فرهنگ تخصصی و منطق اداره حکومت را شامل شود. بدین ترتیب، چشم‌انداز کلان فعالیت‌های قرآنی و راهبری آن‌ها در جمهوری اسلامی ایران غالباً ذیل بیانات معظم‌له ترسیم می‌شود.

به‌لحاظ اداری نیز شورای عالی قرآن، کمیته اعزام و دعوت از قاریان قرآن کریم، مرکز طبع و نشر قرآن کریم جمهوری اسلامی ایران، سازمان دارالقرآن‌الکریم، ستاد عالی هماهنگی مسابقات قرآنی کشور و نیز دانشگاه علوم و معارف قرآن به‌طور مستقیم و غیرمستقیم تحت نظر رهبر انقلاب اسلامی هستند. شورای توسعه فرهنگ قرآنی

۱. اسامی اعضای شورای توسعه فرهنگ قرآنی و سمت‌های آنان مندرج در: [v/https://sccr.ir/members](https://sccr.ir/members)

و صندوق آن به علاوه خبرگزاری بین‌المللی قرآن کریم نیز در زمره زیرمجموعه‌های شورای عالی انقلاب فرهنگی بوده و با واسطه از مراکز وابسته به معظم‌له هستند. در مقابل، معاونت قرآن و عترت وزارت ارشاد، موزه ملی قرآن کریم، فرهنگسرای قرآن و اتحادیه مؤسسات و تشکل‌های قرآن و عترت، اگرچه فاقد وابستگی مستقیم به مقام معظم رهبری هستند اما پیوستگی ماهوی و غیرقابل تفکیک از دستگاه‌های متبوع خود ندارند؛ بنابراین، هرگونه بازسازی ساختارهای قرآنی در جمهوری اسلامی نیازمند تأمین نظر رهبری است.

همچنین، بررسی ساختارهای قرآنی کشور نشان‌دهنده تنوع و تکثر ساختارهای فعال در این حوزه است. علاوه بر ساختارهای ماهیتاً قابل تفکیک که در این مقاله مختصراً بررسی شدند، بخشی از فعالیت‌ها متعلق به زیرمجموعه‌هایی مانند معاونت‌های قرآنی مربوطه در آموزش و پرورش، آموزش عالی، نیروهای مسلح و... است. ساختارهای قرآنی دیگری مانند شبکه‌های تلویزیونی و رادیویی قرآن نیز وجود دارند که زیرمجموعه سایر دستگاه‌های فرهنگی بوده و وابستگی ذاتی به آن‌ها دارند. در توصیف این وضع می‌توان گفت عمده فعالیت‌های مذکور به‌استثنای بخشی از فعالیت‌های دارالقرآن‌الکریم در حیطه امور حاکمیتی می‌گنجند. ضمناً تفکیک زیرمجموعه‌های قرآنی دسته دوم از دستگاه‌های مادر اقدام موجهی نبوده و منجر به نوعی سکولاریزم می‌شود. سرانجام، ساماندهی ساختارهای دسته نخست می‌تواند از طریق رفع تشتت و سازماندهی دوباره ساختارهای قرآنی موجود پیگیری شود.

از سوی دیگر، وجود تنوع و تکثر میان بسترهای پیدایش نخبگی در امور قرآنی باعث شکل‌گیری اختلاف دیدگاه‌هایی درباره کیفیت مدیریت بر دستگاه‌ها و نهادهای قرآنی و نیز تعیین تقدم و تأخر فعالیت‌های متناظر شده است. در این وضع، نظام هیئت‌امانی - که در سازمان دارالقرآن‌الکریم نیز تجربه شده - از بیشترین ظرفیت برای استفاده از متخصصان حوزه‌های مختلف قرآنی برخوردار بوده است. این در حالی است که در سالیان گذشته برخی از مسئولان حوزه‌های قرآنی در جایگاه‌های متعددی مشغول به فعالیت بوده‌اند و بعضاً مسئولیت‌های قرآنی را به‌منظور انجام تکلیف الهی، خدمت به نظام اسلامی و چه بسا بدون چشمداشت مالی برعهده گرفته‌اند اما نتیجه این رویه، حرکت بطئی و بلااستفاده ماندن بسیاری از ظرفیت‌های قرآنی کشور بوده است. ضمن این‌که ظرفیت نهادی حوزه‌های دینی و تبلیغی در جمهوری اسلامی به میزانی هست که تشکیل یک نهاد قرآنی مستقل را توجیه کند.

درنهایت، یکی از راه‌های رفع تشتت ساختارهای قرآنی موجود ادغام است. ادغام دو یا چند سازمان، نوعی تجدید ساختار بوده و یکی از راهبردهای اصلاح نظام اداری است که ضمن ایجاد تشکیلات جدید می‌تواند تأثیر زیادی بر بهبود عملکردهای سابق بگذارد. از سوی دیگر، اگرچه کوچک‌سازی شایع‌ترین انگیزه ادغام سازمان‌ها در ایران است، اما مقصود این نوشتار از ادغام، ترکیب منابع موجود برای ارتقاء و بازآفرینی ساختارهاست که می‌تواند به‌منزله نوعی استراتژی استحکام‌بخشی یا ساخت‌دهی مجدد عمل کند. به‌عبارت‌دیگر، ادغام در نقش یک راهبرد می‌تواند سبب تبدیل قابلیت‌های بالقوه ساختارهای متعدد مکانیکی به عملکرد بالفعل سازمانی ارگانیکی شده و تعارضات میان ساختارها را کاهش دهد.

نتیجه‌گیری

۱. حمایت از فعالیت‌های قرآنی مردمی و اقدام ساختارهای قرآنی در جهت تسهیلگری این نوع فعالیت‌ها مهم‌ترین راهبرد پیشنهادی به‌منظور پایداری ساختارهای قرآنی در کشور است. به‌عبارت‌دیگر ساختارهای قرآنی در کشور نباید به‌گونه‌ای سامان یابند که به تصدی‌گری معطوف شوند و انگیزه‌های مردمی را با فعالیت‌های نامنظم و گاه‌وبیگاه خود تعطیل نمایند. درعین‌حال با توجه به ماهیت فعالیت‌های قرآنی الگوهای حمایتی از کشمگری‌های مردمی در این حوزه مستلزم بازنگری خاص است و سازمان‌های حمایتی نمی‌توانند همانند سایر سازمان‌های مردم‌نهاد با آن‌ها تعامل داشته باشند. بعلاوه، توجه به منطق غیرمادی و غیرانتفاعی فعالیت‌های قرآنی و لزوم پیوند آن‌ها با سبک زندگی افراد می‌بایست موردنظر باشد.

۲. تأکید بر توسعه جغرافیایی فعالیت‌های قرآنی توسط نهادها و سازمان‌های مرتبط با حوزه آموزش‌های عمومی و ترویجی، کماکان مهم‌ترین راهبرد سیاست‌گسترش فعالیت‌های قرآنی در کشور است. این در حالی است که چنین سیاستی اگرچه با توجه به اقتضائات جامعه ایرانی در دهه‌های نخست انقلاب ضروری بود، اما اکنون نمی‌تواند به‌عنوان سیاستی تحول‌آفرین مطرح بشود.

۳. در توصیف وضعیت ساختارهای قرآنی به نظر می‌رسد خروجی ساختارهای قرآنی موجود تناسبی با ظرفیت عظیم کنونی ندارد. همچنین، سیاست ارتقاء فعالیت‌های قرآنی بدون ایجاد تحول نهادی اساسی در ساختارهای قرآنی کشور - یعنی همان ایده‌ای که در شورای توسعه فرهنگ قرآنی پیگیری می‌شد - ممکن نیست.

۴. راه خروج از وضعیت کنونی، ادغام ساختارهای قرآنی و تبدیل آن‌ها از ساختارهای مکانیکی وابسته به ساختار ارگانیکی مستقل است. رئیس این سازمان مستقل قرآنی نیز می‌بایست از جانب مقام معظم رهبری حکم گرفته و منتصب شود. ضمن اینکه، ساختارهای موجود در ایران از سه طریق: تأیید شده در قانون اساسی، مصوبه مجلس و سرانجام با حکم ولی فقیه شکل گرفته‌اند^۱ و از این جهت، تشکیل سازمان جدید به دوروش اخیر ممکن است.

۵. ادغام ساختارهای قرآنی متفرق و تشکیل یک ساختار قرآنی روزآمد تحت نظر

مقام معظم رهبری از مزایایی زیر برخوردار است:

* عموماً ساختارهای سازمانی در ایران، ساختارهای موضوعی بوده و حول یک محور تخصصی، مسئله عمده یا وظیفه خاص تشکیل شده‌اند و از آنجایی که ماهیت، ظرفیت و مأموریت سازمان‌هایی که مطابق پیشنهاد این متن با یکدیگر ادغام می‌شوند، کمابیش مشابه است نه تنها سبب به محاق رفتن بخشی از حیطه‌های عملکردی نمی‌شود، بلکه حوزه‌های مزبور را از وضع حاشیه‌ای دستگاه‌های کنونی خارج می‌سازد.

* این ادغام امکان هماهنگی و کنترل بیشتر، افزایش پاسخگویی، بالا رفتن بودجه امور قرآنی، پرهیز از موازی کاری، صرفه‌جویی به علت همسوس شدن فعالیت‌ها، کاهش و حذف ساختارها و رویه‌های زائد، انسجام، تمرکز و تخصصی شدن امور قرآنی را فراهم می‌کند و با سیاست‌های کلی نظام اداری به‌ویژه بندهای (۱۰) و (۲۵)^۲ مطابقت دارد. به عبارت دیگر، مطابق نکات پیش گفته، به نظر می‌رسد ادغام مجموعه‌های فوق خللی در عملکرد آن‌ها ایجاد نمی‌کند بلکه به شناسایی متولی واحد، تجمیع امکانات و پاسخگویی فرد و سازمان مسئول منتهی می‌شود.

۶. پراکندگی مسئولیت‌ها و تنوع نقشی ساختارهای قرآنی کشور به‌گونه‌ای است که عملاً هیچ کدام از آن‌ها را نمی‌توان در وضعیت ادغام به‌عنوان سازمان اصلی و پایه در نظر گرفت. با وجود این، سازمان دارالقرآن الکریم به لحاظ قدمت و امکانات و شورای عالی قرآن به دلیل مشارکت مؤثر در سیاست‌گذاری‌های قرآنی از امتیاز بیشتری برای محوریت یافتن در فرآیند ادغام برخوردار هستند.

۱. برای مثال، سازمان صداوسیما (ن.ک: اصل ۱۷۵ قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۸)، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (ن.ک: لایحه اهداف و وظایف وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۶۴)، وزارت ورزش و جوانان (ن.ک: طرح ادغام سازمان تربیت بدنی و سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۹) و سازمان تبلیغات اسلامی (ن.ک: اساسنامه سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۵۸) در همین چارچوب تأسیس شده‌اند.

۲. چابک، متناسب و منطقی ساختن تشکیلات نظام اداری.

۳. کارآمدی و هماهنگی ساختارها، شیوه‌های نظارت و کنترل و یکپارچه‌سازی اطلاعات.

منابع و مآخذ

- انتظاری، علی، نوده‌فراهانی، امیر و نوده‌فراهانی، اسماعیل (۱۴۰۱). فراز و فرود فعالیت‌های جمعی قرآنی؛ توصیفات و تبیین‌های فعالان این عرصه. *دین و سیاست فرهنگی*. (۱)۹. ۴۹-۹۴.
- اینگرمان، استنلی (۱۳۹۸). «ماکس وبر به‌عنوان اقتصاددان و مورخ اقتصادی» در: ترنر، استفان پی. (ویراستار). *ویر؛ راهنمای کیمبریج*. ترجمه سجاد احمدیان. تهران: علمی و فرهنگی.
- پرایس، دیوید اچ. (۱۴۰۲). *مردم‌شناسی در روزگار جنگ‌سرد؛ سیا، پنتاگون و رشد استفاده دوگانه (نظامی مدنی) از مردم‌شناسی*. ترجمه محسن بدره و روح‌الله گلمرادی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- جلیلی، اسماعیل، خدادادحسینی، سیدحمید، شبکی، اصغر و آذر، عادل (۱۳۹۸). طراحی مدل اجرای استراتژی ادغام سازمان‌های دولتی ایران. *پژوهش‌های مدیریت در ایران*. ۲۳(۲)، ۱۵۱-۱۸۱.
- حسن‌زاده، حمیدرضا، خنیفر، حسین، کولیوند، حسن و عسگری، ناصر (۱۳۹۰). *آسیب‌شناسی ساختار سازمانی بیمه مرکزی جمهوری اسلامی ایران*. مدیریت دولتی، ۳(۷)، ۴۱-۶۲.
- DOI: 20.1001.1.20085877.1390.3.7.3.4
- رهبرنیا، زهرا و مهریزی‌ثانی، سمیه (۱۳۸۷). *راهبردهای تبلیغات در اعلان*. نشریه هنرهای زیبا، ۳۶(۱)، ۸۷-۱۰۰.
- ریتزر، جورج (۱۳۸۶). *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: علمی. چاپ ۱۷.
- سوئدبرگ، ریچارد (۱۳۹۵). *جامعه‌شناسی اقتصادی: ساخت اجتماعی و کنش اقتصادی*. ترجمه علی‌اصغر سعیدی. تهران: تیسا.
- سیدی، سیدحسین (۱۴۰۲). *ارائه مدل جذب مشارکت‌های مردمی در فعالیت‌های قرآنی*. *پژوهشنامه مطالعات وقف و امور خیریه*. ۱(۱). ۱۰۱-۸۲.
- DOI: 10.22108/ECS.2022.135282.1024
- شاهینی، عبدالکریم و نوده‌فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۶). *اظهارنظر کارشناسی درباره: «طرح ترویج کتابت قرآن کریم به رسم‌الخط مفاخر ملی»*. مرکز پژوهش‌های مجلس، شماره مسلسل: ۱۵۴۲۴.
- علینقیان، نسرين، نصر اصفهانی، علی و صفری، علی (۱۳۹۵). *تأثیر عوامل ساختار سازمانی و فرهنگ سازمانی بر تمایل به افشاگری در سازمان*. مدیریت دولتی، ۸(۳)، ۴۳۷-۴۵۸.
- DOI: ۱۰/۲۲۰۵۹/JIPA.۲۰۱۶/۶۰۷۶۳.۴۵۸-۴۳۷،(۳)
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۹۴). *کتاب فرهنگ و شهر: چرخش فرهنگی در گفتمان‌های شهری*. تهران: تیسا. چاپ ۳.
- قدمی، محسن، مرزبان، اسماعیل و قدمی، مینا (۱۳۹۲). *رابطه فرهنگ با پیچیدگی ساختار سازمانی*. *مجله مدیریت فرهنگی*. ۷(۱)، ۲۵-۴۰.
- کاظم‌زاده، صابر، فدوی‌اردستانی، منوچهر (۱۳۹۶). *تأثیر ساختار سازمانی بر میزان صادرات و واردات از دیدگاه مشتریان اداره کل بندر و دریانوردی استان گیلان*. *صنعت حمل و نقل دریایی*. ۳(۳)، ۵۹-۶۲.
- محجوب‌عشرت‌آبادی، حسن، ملکی‌نیا، عماد و قرونه، داوود (۱۳۹۱). *اعضای هیئت‌علمی و ساختار سازمانی: تعارضات میان‌رشته‌ای*. *مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی*. ۴(۴)، ۱-۳۴.
- DOI: 10.7508/isih.2012.16.001

نوده‌فراهانی، امیر (۱۳۹۸). زمینه‌های اجتماعی و فرهنگی فراز و فرود فعالیت‌های جمعی قرآنی (پایان‌نامه کارشناسی ارشد). تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

Alinaqian, Nasreen, Nasr Esfahani, Ali and Safari, Ali (2016). Impact of Factors Organizational Culture and Organizational Structure on Whistle-blowing Intention in Organization, *Journal of Public Administration*, 3(8), 437-458. DOI: 10.22059/JIPA.2016.60763

[In Persian]

Daft, Richard L. (2001). *Organization Theory and Design*, Cincinnati, Ohio: South-Western College Publishing.

Entezari, Ali, Nodeh Farahani, Amir and Nodeh Farahani, Esmail (2022). The ups and downs of Quranic collective activities; Descriptions and explanations of activists in this field. *Journal of Religion and Cultural Policy*. 9(1). 94-49. [In Persian]

Fazeli, Nematullah (2014). *The Culture and the City: Cultural Turn in Urban Discourses*. Tehran: Tisa. Print 3. [In Persian]

Fuller, S. (2002). *Social Epistemology* (2nd Ed). Bloomington: Indiana University Press.

Ghadami, Mohsen, Marzban, Ismail and Ghadami, Mina (2012). The relationship between culture and organizational structure complexity, *Journal of Cultural Management*, 7(1), 25-40. [In Persian]

Hassanzadeh, Hamidreza, Khenifar, Hossein, koolivand, Hasan and Asgari, Naser (2011). Organizational Structure Pathology of Islamic republicOf Iranian central insurance. *Journal of Public Administration*, 3(7), 41-62. DOR: 20.1001.1.20085877.1390.3.7.3.4 [In Persian]

Ingerman, Stanley (2018). "Max Weber as Economist and Economic Historian" in: Turner, Stephen P. (Editor). *Weber: The Cambridge Guide*. Translated by Sajjad Ahmadian, Tehran: Scientific and Cultural Publishers. [In Persian]

Jalili, Ismail, Khodadad hoseini, Seyed hamid, moshabaki, Asghar and Azar, Adel (2021). Designing the model of implementation of integration strategy of public organizations in Iran, *Management Research in Iran*, 23(2), 151-181. [In Persian]

Kazemzadeh, Saber, Fadavi Ardestani, Manouchehr (2016). The Impact of the organizational structure on the amount of export and import from the point of view of customers of the General Directorate of Ports and Maritime Affairs of Gilan Province, *Marine Transport Industry*, 3(3), 59-62. [In Persian]

Mahjoob Eshratabadi, Hasan, Malekinia, Emad and Ghorooneh, Davoud (2012). Faculty members and organizational structure: interdisciplinary conflicts, *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 4(4), 1-34. DOI: 10.7508/isih.2012.16.001 [In Persian]

Nodeh Farahani, Amir (2018). *Social and cultural contexts of the ups and downs of Qur'anic collective activities* (Master's thesis). Tehran: Allameh Tabatabai University. [In Persian]

Price, David H. (2023). *Anthropology during the Cold War: The CIA, the Pentagon, and the rise of the dual (civil-military) use of anthropology*. Translated by Mohsen Badre and Ruhollah Golmoradi. Tehran: Research Institute for, Art and Communication. [In Persian]

مروری بر تاریخچه پیدایش، رویکردهای سیاستی و [...]

Rahbarnia, Zahra and Mehrizi sani, Somayeh (2008). Advertising strategies in notice, *Journal of Fine Arts*, 36(1), 87-100. **[In Persian]**

Ritzer, George (2016). *Sociological theory in the contemporary era*. Translated by Mohsen Salasi. Tehran: Elmi. Print 17. **[In Persian]**

Seyedi, Seyed Hossein (2021). Presenting a Model for Attracting Public Participation in Quranic Activities. *Journal of Endowment & Charitable Studies* 1(1). 101-82. DOI: 10.22108/ECS.2022.135282.1024 **[In Persian]**

Shahini, Abdul Karim and Nodeh Farahani, Esmaeil (2016). *Expert opinion on: "The Plan to Promote the Writing of the Holy Quran in the Script of the National Honors"*. Majlis Research Center, serial number: 15424. **[In Persian]**

Swedberg, Richard (2015). *Economic sociology: social construction and economic action*, translated by Ali Asghar Saeedi, Tehran: TISA. **[In Persian]**

The Characteristics of Communication in Holy Quran Regarding to John Fiske's Theories in the Field of Communication Studies

Abolfazl Fathabadi, PhD in Sociology, Allameh Tabatabai University, Tehran, Iran. (Corresponding Author)

Abstract

John Fiske assumes two main schools in the study of communication: The Process School that sees communication as the transmission of messages and also emphasizes on senders' importance, and The Semiotic School that sees communication as the production and exchange of meanings and also emphasizes on readers' importance. Fiske himself He is one of the theorists belonging to the semiotic school, but despite this, he believes that in order to better understand the communication, a combination between the two mentioned schools should be formed. Therefore, I also believe that in study of religious texts in Islam, none of these schools can be separately efficient. So, in this article, by content analysis of Holy Quran, I have study the communication in this religious text and I have present some evidences which show that, to understand the communication in such cases, we need an approach that can brings these two schools closer together, in order to use their assumptions altogether. The new school can be named "Islamic School of Communication".

Keywords

John Fiske, The Process School of Communication, The Semiotic School of Communication, The Islamic School of Communication, Holy Quran.

ویژگی‌های ارتباط در قرآن کریم با نظر به آرای جان فیسک در حوزه مطالعات ارتباطی ابوالفضل فتح‌آبادی^۱

چکیده

از دیدگاه جان فیسک دو مکتب عمده را در مطالعات ارتباطی می‌توان تشخیص داد: مکتب فرایندی که ارتباط را همانا پیام می‌داند و بر اهمیت فرستنده تأکید می‌کند؛ مکتب نشانه‌شناختی، ارتباط را به منزله تولید و تبادل معانی در نظر می‌گیرد و بر اهمیت مخاطبان تأکید دارد. خود فیسک از اصحاب مکتب نشانه‌شناختی است؛ ولی با این وجود، معتقد است به منظور فهم بهتر ارتباط، می‌بایست تلفیقی میان دو مکتب مزبور شکل گیرد. بر همین اساس، نگارنده این نوشتار نیز معتقد است، در مطالعه متون دینی اسلام، هیچ‌یک از دو مکتب فرایندی یا نشانه‌شناختی به تنهایی نمی‌تواند کارآمد باشند؛ بدین صورت در نوشتار حاضر با تحلیل محتوای قرآن کریم به بررسی ویژگی‌های ارتباط در این متن دینی پرداخته و شواهدی ارائه کرده که نشان می‌دهد، جهت فهم ویژگی‌های ارتباط در این کتاب مقدس، رویکردی تلفیقی مورد نیاز است که بتواند دو مکتب فرایندی و نشانه‌شناختی را به هم نزدیک کند و از مفروضه‌های هر دو مکاتب استفاده نماید. مکتب جدید را بر مبنای مفروضاتش می‌توان «مکتب اسلامی ارتباط» نام‌گذاری کرد.

واژگان کلیدی

فیسک، مکاتب فرایندی، نشانه‌شناختی و اسلامی ارتباط.

مقدمه

جان فیسک (۲۰۲۱-۱۹۳۹) یکی از نظریه‌پردازان برجسته حوزه ارتباطات است. از جمله کارهای عمده او، ارائه رویکرد معناکاوانه در مطالعات ارتباطی است که برخاسته از مطالعات فرهنگی و مبتنی بر روش نشانه‌شناسی می‌باشد. وی دو مکتب فرایندی و نشانه‌شناسی از مکاتب عمده در مطالعه ارتباطات می‌داند و برخلاف نمایندگان مکتب فرایندی که معتقدند معنا در پیام نهفته است و در نهایت فرستندگان پیام را در ارتباط دارای اهمیت اصلی می‌دانند، به‌عنوان یکی از نمایندگان مکتب نشانه‌شناسی، در مقام منتقد رویکرد فرایندی، معتقد است که معنا در لحظه مصرف و در تعامل پیام و مخاطب تولید می‌شود؛ بدین منظور، مخاطبان پیام را دارای اهمیت اصلی در ارتباط مد نظر قرار می‌دهند. با این حال، فیسک معتقد است که پژوهشگران، در کنار بهره‌گیری از مبانی مکتب نشانه‌شناسی برای فهم موقعیت‌هایی که در زندگی روزمره با آن‌ها مواجه می‌شوند، به مطالعات تجربی‌تر مکتب فرایندی نیز نیاز دارند تا کمبودهای مکتب نشانه‌شناسی را پوشش دهند؛ یعنی جهت فهم بهتر ارتباط، می‌بایست دو مکتب را به هم نزدیک کنند.

با عنایت به آنچه گفته شد و برای بررسی ویژگی‌های ارتباط در متن قرآن کریم، باید توجه داشت که از دیدگاه فرد مسلمانی که معتقد به منشأ الهی و وحیانی قرآن کریم است، فرستنده پیام و البته پیام‌آور، دارای تقدس و اهمیت فراوانی است، همچنین پیام الهی نیز دارای معنایی عمیق و هدفی خاص می‌باشد؛ ولی با این حال و با توجه به فرموده پیامبر اکرم (ص) مبنی بر اینکه «لَوْ عَلِمَ أَبُو ذَرٍّ مَا فِي قَلْبِ سَلْمَانَ لَقَتَلَهُ»^۱ (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۱: ۱۹۰)، هریک از افراد بشر به قدر درک، استعداد و از منظری عرفانی، بسته به مراتب سلوک، حالات و مقامات خویش، درکی منحصر به فرد از آیات و مضامین قرآن خواهند داشت. در این میان، حتی شناخت «ابوذر غفاری» و «سلمان فارسی» که هر دو از مشایخ پیامبر خاتم (ص) هستند، نیز نسبت به آموزه‌های دین اسلام شبیه به هم و یکسان نیست. علاوه بر این، از آنجاکه هریک از جوامع بشری «در شمار موجودات زنده و مکلف هستند و نیز اراده و اختیار دارند، نامه عمل دارند و به‌سوی نامه عمل خود خوانده می‌شوند» (زرنگار، ۱۳۹۵: ۱۹۷). از مطلب پیش گفته درباره ابوذر و سلمان هم می‌توان فراتر رفت و اظهار داشت که جوامع اسلامی یا اجتماع مسلمانان نیز، براساس درک و برداشتی که از آیات قرآن می‌کنند و راه و روشی

۱. اگر ابوذر بر آنچه که در دل سلمان بود اطلاع می‌یافت، او را می‌کشت.

که بر این مبنا در حیات جمعی و اجتماعی خویش پیش می‌گیرند، مسیرهای گوناگونی را می‌پیمایند و به مقاصد و منازل متفاوتی می‌رسند. این واقعیت، از حدیث حضرت امام صادق (ع) نیز قابل برداشت است که می‌فرماید «کتاب خدا بر چهار گونه است: عبارت، اشارت، لطایف و حقایق. عبارت برای عموم مردم است؛ اشارت برای خواص، لطایف برای اولیا و حقایق از آن انبیا علیهم‌السلام است» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۸۹: ۱۷). بر همین اساس، قرآن کریم پیامی با معانی خاص و مشخص است که از سوی منشأ وحی نازل شده و هر مخاطبی براساس استعداد خویش، معنایی از آیات آن درک و استنباط می‌کند؛ یعنی فرستنده پیام (پیام او معنا و هدفی مشخص دارد) و مخاطب پیام (مراتب و مقاماتش در فهم معنای پیام تأثیر دارد)، دارای اهمیت هستند؛ بدین ترتیب، هدف نوشتار حاضر حاکی از آن است که جهت بررسی ویژگی‌های ارتباط در قرآن کریم، صرفاً یکی از رویکردهای ارتباطی فرایندی یا نشانه‌شناختی کفایت لازم را ندارند؛ بلکه مطابق نظر خود فیسک که پژوهشگران را به اتخاذ رویکردی تلفیقی فرامی‌خواند، در زمینه پژوهش حاضر نیز می‌باید از رویکردی تلفیقی استفاده کرد.

جهت نیل بدین هدف، در ادامه نوشتار ابتدا در قالب پیشینه پژوهش به برخی پژوهش‌ها اشاره خواهد شد که به بررسی ارتباطات در قرآن کریم پرداخته‌اند و سپس در قالب مبانی نظری، به منظور آشنایی با نظریات و مفروضات موجود در دو مکتب فرایندی و نشانه‌شناختی ارتباطات از دیدگاه فیسک، شرحی مختصر ارائه می‌گردد.

پیشینه پژوهش

براساس جست‌وجویی که در میان آثار منتشر شده اعم از کتب تألیفی یا ترجمه‌ای، مقالات علمی یا ترویجی و... صورت گرفت، پژوهشی نظیر یا شبیه به پژوهش حاضر که براساس آرای جان فیسک و منظر خاص او، به منظور تحقق اهداف پژوهش حاضر به بررسی آیات قرآن کریم پرداخته باشد، تاکنون صورت نگرفته است. با این حال، در ادامه، به اقتضای شکل‌بندی مقاله‌ای علمی، به برخی مقالات نسبتاً مشابه با پژوهش حاضر اشاره می‌شود:

احمد زرنگار (۱۳۸۹) در مقاله‌ای با عنوان «مفهوم‌شناسی واژه‌های ارتباطات اجتماعی در قرآن کریم» به پنج واژه کلیدی نزدیک به واژه المجتمع (جامعه) در آیات قرآن؛ یعنی جمع، قوم، شعب، قبیله و امت پرداخته و چگونگی دلالت مصداقی این واژگان بر ارتباطات اجتماعی و روابط میان‌فردی و جمعی را شرح داده است.

همچنین، احمد زرنگار (۱۳۹۵) در کتاب «مبانی ارتباطات اجتماعی از منظر قرآن کریم» با موضوع بررسی جنبه‌های اخلاق اجتماعی و مبانی روابط اجتماعی از دیدگاه قرآن، اسلام و هدف آن، آشنایی با بخش‌هایی از تعالیم حیات‌بخش مکتب اسلام و گسترش ارزش‌های اجتماعی، اخلاقی و معنویت در جامعه معاصر، نخست در باب مفهوم‌شناسی واژه‌های ارتباطات اجتماعی و ضرورت ارتباطات اجتماعی از نظر قرآن کریم بحث کرده و سپس موضوع ارتباطات اجتماعی و ارتباط آن با محیط‌های طولی و عرضی را با توجه به برخی سوره‌ها تشریح نموده است. وی در بخش دیگری از کتاب، روش ارتباطات میان‌فردی و جمعی، همچنین درون‌فردی در دو بُعد زمان و مکان را مطالعه و در پایان، روش‌ها و شیوه‌های بنیادی اولیا و انبیا در ارتباطات اجتماعی را تشریح کرده است.

احمد زرنگار و مرتضی مطهری (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «موانع پیام‌رسانی دینی در دو حوزه مجرا و دریافت از منظر قرآن کریم با تأکید بر منظومه فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» اظهار داشته‌اند که در زمینه دانش ارتباطات و به موازات پرداختن به ارکان اصلی الگوهای ارتباطی، می‌بایست به موانع موجود در این زمینه نیز پرداخت؛ موانعی که ممکن است هریک از عناصر سه‌گانه منبع، مجرا و دریافت را مختل کنند. آنان سپس ادعا می‌کنند که قرآن کریم نیز علاوه بر ارائه شاخص‌های یک ارتباط موفق با مضامین متعالی، به موانع موجود در هر سه حوزه مزبور اشاره داشته است و بر همین اساس، درباره ارتباط موفق و بازنگری سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی در عرصه‌های داخلی و خارجی با مدل قرآنی، به بررسی موانع ارتباط موفق در دو حوزه مجرا و دریافت پرداخته‌اند.

موارد پیش‌گفته که به مبحث ارتباطات اجتماعی، موانع پیام‌رسانی دینی و غیره پرداخته‌اند، به‌خوبی می‌توانند در مقام پیش‌زمینه‌ای مطالعاتی به فهم بهتر مقاله حاضر کمک کنند؛ البته باید توجه داشت که نگارنده این مقاله، متن قرآن کریم را به مثابه محملی برای ارتباط یک فرستنده و گیرندگان آن در نظر گرفته، سپس تلاش کرده تا مفروضات و ویژگی‌های این ارتباط را با نگاهی به آرای جان فیسک، استخراج و ارائه کند. این واقعیت، در عین اینکه نشان‌دهنده فقدان در این زمینه است، مبین جنبه‌های نوآورانه پژوهش حاضر نیز می‌باشد که می‌تواند به‌عنوان گامی مقدماتی برای مطالعات و پژوهش‌هایی از این دست در نظر گرفته شود.

مبانی نظری

اکثر اندیشمندان حوزه مطالعه ارتباطات اذعان دارند، ارتباط یکی از فعالیت‌های انسانی است که تمامی افراد، کم‌وبیش، آن را می‌شناسند؛ اما شمار اندکی می‌توانند تعریفی کامل، قانع‌کننده و مورد پذیرش همگانی از آن ارائه دهند. یکی از نتایج چنین امری، شاید این باشد که هنگام مطالعه ادبیات موجود در حوزه علوم ارتباطات، با طیف گسترده و گوناگونی از مفاهیم، نظریه‌ها، مکاتب و نیز نظریه‌پردازان مواجه می‌شویم که براساس سلیقه، علائق، دیدگاه‌ها و تجربیات شخصی خود به ارائه و بررسی مباحث مختلف مرتبط با این حوزه پرداخته‌اند (بهرامی کمیل، ۱۳۹۱: ۱۵). یکی از نظریه‌پردازان این حوزه، جان فیسک، از نمایندگان برجسته سنت مطالعات فرهنگی است. وی با توجه به این واقعیت که در سده بیستم میلادی، الگوهای ارتباطی که قدرت اصلی را به فرستندگان پیام‌ها می‌دادند، نقش حاشیه‌ای پیدا کردند و اندیشمندان حوزه ارتباطات به الگوهایی روی آوردند که بر قدرت تأثیرگذار مخاطبان در خواندن و تفسیر پیام‌ها تأکید می‌کردند (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۲۹۵)، دو مکتب عمده را در مطالعه ارتباطات تشخیص داده و مطرح می‌کند. فیسک، نخستین مکتب ارتباط را انتقال پیام می‌داند و به این موضوع می‌پردازد که فرستندگان و گیرندگان پیام‌ها چگونه رمزگذاری و رمزگشایی می‌کنند و انتقال‌دهندگان چگونه مجاری و رسانه‌های ارتباطی را به کار می‌گیرند. علاقه دیگر این مکتب، موضوعاتی نظیر کارایی و صحت است که بر این اساس، ارتباط را به مثابه روندی در نظر می‌گیرد و شخص از طریق آن، بر رفتار یا ذهنیت دیگری تأثیر می‌گذارد. حال اگر تأثیر پیام از آنچه که مورد نظر فرستنده بود متفاوت یا از آن کمتر باشد، جهت‌گیری این مکتب بدین صورت است که از آن، در چارچوب شکست ارتباط صحبت کند و مراحل گوناگون موجود در روند انتقال پیام را بررسی کند تا دریابد که شکست واقع شده در کجای فرایند مزبور رخ داده است. بدین منظور، فیسک این نوع مطالعه ارتباطات را «مکتب فرایندی» نام می‌نهد؛ لذا در واقع مکتب فرایندی، ارتباط را همانا انتقال پیام می‌داند و بر مبنای دیدگاه‌ها و مفروضات مکتب مزبور، این فرستندگان پیام‌ها (رمزگذاران) هستند که دارای اهمیت هستند و صحبت بر سر این است که فرستندگان پیام‌ها، چگونه مجاری و رسانه‌های ارتباطی را به کار می‌گیرند تا به وسیله انتقال پیام بر رفتار و ذهنیت مخاطبان اثر بگذارند (Fiske, 1990: 2).

مکتب دوم ارتباط را تولید و تبادل معانی می‌داند و به دنبال فهم اینکه مردم چگونه در کنش متقابل با پیام و متن‌ها قرار می‌گیرند تا معنا تولید کنند؛ معنایی که به نقش متن‌ها در فرهنگشان وابسته است. این مکتب، اصطلاحاتی نظیر دلالت را به کار

می‌برد و وجود سوءتفاهمات را لزوماً به معنای شکست ارتباط نمی‌داند و معتقد است چه‌بسا، این تعدد و تفاوت در برداشت‌ها، ناشی از تمایزات فرهنگی میان فرستنده و گیرنده باشد. نزد این مکتب، مطالعه ارتباط، همانا مطالعه متن و فرهنگ است و روش اصلی آن، نشانه‌شناسی است. به همین دلیل فیسک، مکتب مزبور را «نشانه‌شناختی» نام‌گذاری می‌کند. در واقع، در مکتب نشانه‌شناختی که ارتباط را به منزله تولید و تبادل معانی در نظر می‌گیرد، این مخاطبان پیام‌ها (رمزگشایان) هستند که دارای اهمیت می‌باشند و موضوع این است که مخاطبان، چگونه در کنش متقابل با پیام‌ها به تولید معنا اقدام می‌کنند (Fiske, 1990: 3). بدین ترتیب، برخلاف نمایندگان مکتب فرایندی که معتقدند معنا در پیام نهفته است، جان فیسک به‌عنوان یکی از نمایندگان مکتب نشانه‌شناختی و در مقام منتقد رویکرد فرایندی، معتقد است، معنا هرگز در پیام نهفته‌شده و تعبیه‌شده نیست؛ بلکه تولید معنا در لحظه مصرف و در تعامل پیام مخاطب اتفاق می‌افتد و در نتیجه، تولید معنا عمل پویایی است که هر دو عنصر پیام و مخاطب به‌طوری مساوی و یکسان در آن سهم و نقش دارند (Fiske, 1990: 164).

باتوجه به آنچه گفته شد فیسک معتقد است، اگر بنا بر یک تعریف کلی، ارتباط را به منزله «کنش متقابل اجتماعی از راه پیام‌ها» در نظر بگیریم؛ هرکدام از این دو مکتب، تعریف مذکور را به شیوه خاص خود مورد تفسیر قرار خواهد داد. بدین جهت مکتب فرایندی، کنش متقابل اجتماعی را همانند فرایندی توصیف می‌کند که شخص از راه آن با دیگران مرتبط می‌شود یا بر رفتار، ذهنیت یا واکنش عاطفی سایر افراد تأثیر می‌گذارد. در نقطه مقابل، مکتب نشانه‌شناختی، کنش متقابل اجتماعی را این‌گونه تعریف می‌کند که فرد به مدد آن، عضوی از یک فرهنگ یا جامعه خاص می‌شود (Fiske, 1990: 2). علاوه بر این، دو مکتب مزبور در فهم‌شان از عناصر سازنده یک پیام نیز باهم تفاوت دارند، بنابراین مکتب فرایندی، پیام را انتقال‌دهنده فرایند ارتباط می‌داند و بسیاری از پیروان این مکتب معتقدند که در تصمیم‌گیری اینکه «پیام چیست؟»، قصد و منظور از آن، عامل مهمی می‌باشد؛ یعنی شاید قصد فرستنده بیان‌شده یا بیان‌نشده و همچنین آگاهانه یا ناآگاهانه باشد؛ اما در هر حال باید با تحلیل، قابل دریافت باشد؛ در واقع پیام چیزی است که فرستنده، همه مقاصد خود را در آن قرار می‌دهد. از سوی دیگر، پیام در نظر مکتب نشانه‌شناختی، ساختی از نشانه‌هاست که از راه کنش متقابل با دریافت‌کنندگان، تولید معنا می‌کند. در اینجا، فرستنده که انتقال‌دهنده پیام است، اهمیت خود را از دست می‌دهد و بر تأکید متن و

چگونگی «خواندن» آن متمرکز می‌شود.

خواندن، فرایند فهم و کشف معانی است که به هنگام کنش متقابل یا گفت‌وگو با متن برای خواننده رخ می‌دهد. این گفت‌وگو زمانی صورت می‌گیرد که خواننده، جنبه‌های تجربه فرهنگی خویش را در مواجهه با رمزها و نشانه‌هایی که متن را می‌سازند، احضار می‌کند و به کار می‌گیرد. فرایند مزبور، دربرگیرنده مفاهیم مشترک درباره چیزهایی است که متن درباره آن‌ها می‌باشد (Fiske, 1990: 3). در تأیید این مدعا، فیسک بیان می‌کند که کافی است، نگاهی به روزنامه‌های گوناگون بیندازیم و ببینیم از یک حادثه خاص چه گزارش‌های متفاوتی ارائه شده است تا به اهمیت این تعامل در نگاه به جهان که هر روزنامه با خواندگانش در آن سهیم است، پی ببریم. به این ترتیب خواندگانی با تجارب مختلف اجتماعی و از فرهنگ‌های گوناگون، چه بسا در متنی مشابه و یکسان، معانی مختلفی بیابند که این امر، چنان که گفتیم، به منزله شکست ارتباط نیست (Fiske, 1990: 16). لازم به ذکر است، کشف معانی مختلف در متنی واحد یا همان خوانش‌های متفاوت از یک متن، ممکن است تحت تأثیر عواملی چون نژاد، جنسیت، طبقه یا تجربه‌های زیسته صورت گیرند (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۳۰۷).

باتوجه به مباحث فیسک، به عنوان تعدادی از الگوهای مربوط به مکتب فرایندی در ارتباطات، می‌توان از الگوهای شآن و ویور، گرینر، لاسول، نیوکامب، وستلی و مک‌لین، یاکوبسن و... یاد کرد که شرح تمامی آن‌ها در این نوشتار نمی‌گنجد و خوانندگان می‌توانند جهت آشنایی با این الگوها و مفروضاتشان به منابع مرتبط مراجعه کنند. با این حال، به عنوان یک نمونه، می‌توان در مورد مدل «لاسول» گفت که از نظر وی، برای فهم فرایندهای ارتباط جمعی لازم است، هریک از مراحل و عناصر ذیل را بررسی کنیم تا دریابیم که چه کسی؟ چه می‌گوید؟ به چه کسی؟ از چه مجرای؟ با چه تاثیری؟ (ساروخانی و دیگران، ۱۳۹۳: ۷۱). همان‌طور که ملاحظه می‌شود، در این مدل باتوجه به ترتیب عناصر مطرح شده، تأکید بر فرستنده، پیام، گیرنده، مجرا و تأثیر پیام است. بر این اساس، مدل «لاسول» الگویی خطی است که در نظر وی، ارتباط همانا انتقال پیام است و موضوع «تأثیر» را بیش از «معنا» می‌پروراند. تأثیر، مستلزم تغییر قابل مشاهده و سنجش در گیرنده است که عناصر قابل شناسایی فرایند، سبب آن شده باشند و تغییر یکی از این عناصر، تأثیر را تغییر خواهد داد؛ مثلاً می‌توان فرستنده، پیام یا مجرا را تغییر داد که هریک از این تغییرات، سبب تغییر متناسب تأثیر می‌شوند، بنابراین بایستی توجه داشت که بیشتر مطالعات و پژوهش‌های صورت گرفته در مکتب فرایندی درباره تولیدکنندگان ارتباطات، مخاطب و چگونگی تأثیرپذیری او، به وضوح از چنین الگوهایی که خطی و مبتنی بر فرایند هستند، پیروی می‌کنند (فیسک، ۱۳۸۶: ۵۰).

در نقد جهت گیری فوق و مرتبط با موضوع پژوهش حاضر و بسیار شبیه آرای فیسک، برخی اندیشمندان حوزه ارتباطات میان فرهنگی که این نوع ارتباط را چرخش از نگاه خطی و مکانیکی مدل «لاسول» به نگاهی زمینه‌ای و فرهنگی می‌دانند، بر این باورند، آنچه در ارتباطات میان فرهنگی بر مبنای برخی الگوهای قرآنی قابل تحقق می‌باشد با طرح سوالاتی کاملاً متفاوت از سوالات لاسول شکل گرفته است و به همین خاطر، معتقدند که چرایی، چه جایی و چه گاهی سوالاتی هستند که در مدل «لاسول» وجود ندارند و می‌توانند موجب حک و اصلاح مدل مزبور شوند (غمامی و اسلامی تنها، ۱۴۰۱: ۲۵). در کل، می‌توان گفت، الگوهای مبتنی بر رویکرد فرایندی، همگی به درجات گوناگون بر فرایند ارتباط تأکید دارند و اساساً ارتباط را انتقال پیام از الف به ب می‌دانند و در نتیجه، توجه عمده آن‌ها معطوف به واسطه، مجرا، انتقال‌دهنده، انتقال‌گیرنده، اختلال، بازخورد و دیگر موارد است؛ زیرا این موارد، چارچوب‌های ارتباطی با روند پیام‌رسانی می‌باشند.

در تقابل با مکتب فرایندی ارتباطات، فیسک بر این باور است که باید توجه و تمرکز خود را بر رویکرد متفاوتی از مطالعه ارتباطات معطوف کنیم که طی آن، نه تنها بر ارتباط به مثابه فرایند تأکید نمی‌شود؛ بلکه ارتباط را تولیدکننده معنا می‌داند. وی در قالب یک مثال بیان می‌کند که وقتی من با شما ارتباط برقرار می‌کنم، شما کم‌وبیش می‌فهمید که منظور من چیست و برای اینکه ارتباط صورت گیرد، من ناگزیرم پیامم را از نشانه‌ها بسازم. پیام من، شما را وادار می‌کند تا معنایی را از خود تولید کنید که به طریق و معنایی که در وهله نخست در پیام تولید کرده‌ام، مرتبط باشد؛ بنابراین، هرچه بیشتر در رمزها سهیم شویم و بیشتر از نظام نشانه‌ای یکسان استفاده کنیم، دو معنای پیام به یکدیگر نزدیک‌تر خواهند شد (فیسک، ۱۳۸۶: ۶۳). مکتب نشانه‌شناختی (برخلاف مکتب فرایندی که توجهی بیش از سایر عناصر به متن نشان نمی‌دهد و تقریباً بدون تفسیر از آن می‌گذرد) در وهله اول توجهش را به متن معطوف می‌دارد. به علاوه، مکتب نشانه‌شناختی گیرنده یا خواننده را دارای نقش فعال‌تری نسبت به بیشتر الگوهای فرایندی می‌داند (الگوی‌گیرنده در این زمینه استثناست).

مکتب نشانه‌شناختی اصطلاح «خواننده» را (حتی در مورد عکس یا نقاشی) به جای گیرنده به کار می‌برد؛ زیرا هم دربرگیرنده، میزان بالاتری از فعالیت است و هم خواندن چیزی است که ما می‌آموزیم و از این رو، به وسیله تجربه فرهنگی خواننده تعیین می‌شود. بدین جهت، خواننده با قرار دادن تجربه، برداشت و عواطف خود در

متن، به خلق معنا رهنمون می‌شود (Fiske, 1990: 40). همین امر، به معنای قدرتی است که فیسک برای خواننده در مواجهه با متن قائل است (اسمیت و رایلی، ۱۳۹۴: ۳۰۵)، قدرتی که به خواننده امکان می‌دهد که از متن، قرائت‌های متفاوتی داشته باشد. به‌عنوان نمونه، وی در فرهنگ تلویزیونی برخلاف اندیشمندان وابسته به مرکز سنتی بررسی‌های بریتانیایی که بر کیفیت‌های سرکوبگر و ایدئولوژیک تلویزیون تأکید می‌کردند، چنین اظهار می‌دارد که تلویزیون مردم‌پسند، خصلت‌های بخشی نیز دارد؛ چون به تماشاگران (خوانندگان) اجازه می‌دهد که از برنامه‌های آن لذت ببرند و در ضمن، با خوانش‌های مقاومت‌آمیز نسبت به آن واکنش نشان دهند. وی ادامه می‌دهد که افراد گوناگون با دیدن برنامه‌های مختلف تلویزیونی به تفریح می‌پردازند؛ ولی «بازیگوشی تلویزیونی»، نشان‌دهنده «دموکراسی نشانه‌ای» است که از طریق آن، تولید معانی و لذاژد به بینندگان واگذار می‌شود (Fiske, 1978: 236).

پس می‌توان گفت فیسک از چندمعنایی بودن متن، سخن می‌گوید و اینکه یک متن، می‌تواند حاوی معانی متعدد و گاه متضادی باشد که به تجربه و فرهنگ مخاطب در لحظه مصرف فعال می‌شوند، بستگی دارد. ناگفته نماند که عقیده فیسک در این مورد، بسیار شبیه آرای استوارت هال، از نظریه‌پردازان برجسته مکتب بیرمنگام است که به باور وی نیز همه افراد، متون یکسان را به شیوه‌ای یکسان نگاه نمی‌کنند و در این زمینه، بر خوانش فعالانه و ارزش‌های چندمعنایی تأکید می‌کند (Hall, 1980: 134). علاوه بر این، فیسک برخلاف اندیشمندان رویکرد فرایندی، معتقد است، معنا هرگز در پیام نهفته نیست و تولید معنا در لحظه مصرف اتفاق می‌افتد؛ پس معانی تولیدشده، نباید ذاتی متون، اشیاء، کالاها و مکان‌ها در نظر گرفته شوند (Fiske, 1990: 164)؛ بنابراین، نه لحظه رمزگذاری (مورد تأکید مکتب فرایندی)، بلکه لحظه رمزگشایی است که تعیین‌کننده است.

در نهایت، لازم به توضیح است که جان فیسک باور دارد که مکتب فرایندی ارتباطات با الگوی فهم متعارف از ارتباط، جذابیت و کارکرد بسیاری دارد و می‌تواند ما را تشویق کند تا مهارت‌های خود را اصلاح کنیم و بتوانیم خود را به طرز مؤثرتر به جهان پیرامون‌مان تحمیل کنیم. مکتب فرایندی، ارتباط را سبب‌ساز و اصلاح ارتباط را راهی برای کنترل اجتماعی می‌داند؛ بنابراین به شکلی جذاب، مخاطب و آثار ارتباط را مطالعه می‌کند. مکتب نشانه‌شناختی اما نه تنها به انتقال پیام، بلکه به تولید و تبادل معانی وابسته است. در اینجا تأکید نه بر مراحل فرایند، بلکه بر متن و

تعامل آن با فرهنگ فرستنده و گیرنده است. نقش ارتباط بر ایجاد، حفظ ارزش‌ها و بر چگونگی اینکه ارزش‌ها، ارتباط را به کسب معنا توانا می‌سازند، متمرکز شده است. این مکتب به نقش ارتباط نمی‌پردازد و به کارایی و صحت آن وابسته نیست. ارتباط بایستی صورت گیرد و اگر معنای من با معنای شما متفاوت باشد، این از نقص ارتباط نیست؛ بلکه نشان‌دهنده تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی بین ماست. اختلاف معانی نیز لزوماً و به خودی خود، امر بدی نیست و چه‌بسا نشان و منشأ غنای فرهنگی و بقای فرهنگ‌ها باشد (فیسک، ۱۳۸۶: ۲۷۴ و ۲۷۳).

با وجود مطالبی که گفته شد، بسیار قابل توجه است که جان فیسک با اینکه بر این باور است که مکتب نشانه‌شناختی، پرسش‌های مهم‌تری را در مقوله ارتباط مطرح می‌کند، چه‌بسا در کمک به ما در جهت فهم موقعیت‌هایی که در زندگی روزمره به آن‌ها بر می‌خوریم، مفیدتر است؛ اما این مکتب را برای ارائه همه پاسخ‌ها کافی نمی‌داند و معتقد است که غالباً به کار تجربی‌تر مکتب فرایندی نیز نیاز داریم تا شکاف‌های خطرناک به‌جای مانده از مکتب نشانه‌شناختی را پوشش دهیم. فیسک با ابراز تأسف از اینکه هواداران هر مکتب تمایل دارند تا کار آن دیگری را نادیده بگیرند، با ابراز رضایت از برخی کارهای گرینر و مورلی بیان می‌کند که چنین کارهایی نوید این را می‌دهند که می‌توان این دو مکتب را به هم نزدیک کرد (Fiske, 1990: 190). بر همین اساس، مدعای نوشتار حاضر این است که برای بررسی ارتباط و ویژگی‌های آن در متون دینی اسلامی و مشخصاً قرآن کریم، استفاده صرف از یکی دو رویکرد فرایندی یا نشانه‌شناختی، به‌تنهایی نمی‌تواند مثمر و راهگشا باشد و لذا جهت بررسی این متون از منظر مطالعات ارتباطی، باید به قول جان فیسک، این دو مکتب را به هم نزدیک کرد و از رویکردی تلفیقی بهره برد.

در جمع‌بندی مطالبی که بیان شد، اهمیت فرستنده و قائل بودن به وجود معنا در پیام را می‌توان دو مفروضه اصلی مکتب فرایندی و در مقابل، اهمیت مخاطب و شکل‌گیری معنا در لحظه مصرف را دو مفروضه اصلی مکتب نشانه‌شناختی در نظر گرفت؛ بنابراین، مفروضات محوری هر یک از این دو مکتب و نوع جهت‌گیری هر مکتب در قبال این چهار مفروضه را می‌توان در جدولی به شکل ذیل به نمایش گذاشت:

جدول ۱. مکاتب ارتباطی از دیدگاه جان فیسک و مفروضات این مکاتب

مفروضات مکاتب	اهمیت فرستنده (لحظه رمزگذاری)	وجود معنا در پیام	اهمیت مخاطب (لحظه رمزگشایی)	شکل‌گیری معنا در تعامل پیام و مخاطب
فرایندی	+	+	-	-
نشانه‌شناختی	-	-	+	+

روش‌شناسی پژوهش

همان‌طور که در مقدمه بیان شد، هدف نوشتار حاضر نشان دادن این واقعیت است که جهت بررسی ارتباط در متون دینی در اسلام و مشخصاً در متن قرآن کریم، نمی‌توان تنها با استفاده از مکتب فرایندی یا نشانه‌شناختی کار مثبتی انجام داد و آنچه در این زمینه سودمند می‌باشد، استفاده از روشی است که تلفیقی از دو مکتب مزبور را به نمایش بگذارد؛ یعنی اگر بپذیریم، مکتب فرایندی بر اهمیت فرستنده پیام و وجود معنا در پیام تأکید می‌کند و مکتب نشانه‌شناختی بر اهمیت مخاطب پیام و شکل‌گیری معنا در تعامل پیام و مخاطب تأکید می‌ورزد، لازم است در این نوشتار نشان دهیم، در بررسی ارتباط در متون دینی اسلامی، باید هر چهار اصل فوق را مفروض گرفت و مورد توجه قرار داد و نمی‌توان از هیچ‌کدام از آن‌ها صرف‌نظر و غفلت کرد. جهت نیل بدین مقصود و تحقق هدف نوشتار حاضر، به بررسی و تحلیل اجمالی محتوای قرآن کریم پرداخته خواهد شد و از طریق آن، برخی از آیات و آوردن شواهدی از برخی احادیث و منابع عرفانی، تلاشی صورت خواهد گرفت تا لزوم در نظر گرفتن همزمان و توأمان هر چهار مفروضه موجود در مکاتب مزبور در بررسی ارتباط در متون دینی در اسلام نمایش داده شود. لازم به ذکر است که در این راه، به بررسی جامع قرآن کریم و از زوایای مختلف کلامی، زبان‌شناختی و... پرداخته نشده است و این نوشتار، مدعی بررسی همه‌جانبه این کتاب آسمانی نمی‌باشد؛ بلکه تلاشی از سوی نگارنده انجام گرفته تا با در نظر گرفتن شرایط و اقتضائات مقاله‌ای علمی-پژوهشی، مستندات از قرآن کریم را جهت تحقق مدعای خویش به مخاطبان عرضه نماید. در خاتمه نیز لازم به ذکر است، این نوشتار به شیوه مرسوم در پژوهش‌های قیاسی به دنبال آزمون آرای جان فیسک نمی‌باشد و نگارنده، تنها با اخذ حساسیت‌های نظری از نظریات وی، پای به میدان پژوهش گذاشته است تا ویژگی‌های ارتباط در قرآن کریم را در واقعیت، بررسی و ارائه کند. از این نظر، پژوهش حاضر را می‌توان به مثابه اقدامی جهت نقد و تکمیل نظریات فیسک در باب مطالعات ارتباطی نیز در نظر گرفت.

یافته‌های پژوهش

خداوند متعال در آیه ۹ سوره حجر می‌فرماید که «ما قرآن را خود نازل کرده‌ایم و خود نگهبانش هستیم»^۱. علاوه بر این، در آیاتی دیگر نظیر آیه ۲۳ سوره بقره^۲، آیه ۳۸ سوره یونس^۳، آیه ۱۳ سوره هود^۴ و آیه ۴۹ سوره قصص^۵ نیز صراحتاً تأکید کرده است قرآن، کلامی از جانب خداست و پیامبر اکرم (ص) و غیر او را در ایجاد آن دخالتی نیست و به مخاطبان قرآن در زمان نزول آن و در همه زمان‌ها اعلام می‌دارد که اگر در خدایی بودن قرآن شک دارند و آن را ساخته و پرداخته ذهن بشر می‌دانند و مدعی هستند که بشر را توان انشای چنین کتابی هست، پس یک سوره یا سوره‌هایی همانند سوره‌های قرآن آورده و به جامعه عرضه کنند تا در معرض قضاوت اصحاب علم قرار دهند. این در حالی است که تاکنون، کسی نتوانسته به این هم‌اوردطلبی^۶ قرآن پاسخ دهد و حتی یک سوره نظیر سوره‌های قرآن بیاورد. عرفا نیز مضامینی که در آیات فوق وجود دارند را به صورت‌های مختلف در آثار منظوم و منثور خویش بیان کرده‌اند. به‌عنوان نمونه، مولوی در مثنوی معنوی آورده است که:

گرچه قرآن از لب پیغمبر است هر که گوید حق نگفت او کافر است^۷

علاوه بر آنچه گفته شد، خداوند در آیاتی نظیر آیه ۸۷ سوره ص^۸ و آیه ۵۲ سوره قلم^۹، قرآن را به مثابه اندرزی برای جهانیان معرفی می‌کند. قابل تعمق است بنابر چنین آیاتی، قرآن به منزله پیامی از سوی خداوند است که مخاطبش نه فقط مؤمنان و مسلمانان، بلکه همه جهانیان هستند. همچنین، خداوند در آیه ۵۲ سوره شوری^{۱۰} خطاب به پیامبر خویش می‌فرماید: «همچنین کلام خود را به فرمان خود به تو وحی کردیم. تو نمی‌دانستی کتاب و ایمان چیست؛ ولی ما آن را نوری ساختیم تا هریک از بندگانمان

۱. «إِنَّا نَحْنُ نَزَّلْنَا الذِّكْرَ وَإِنَّا لَهُ لَحَافِظُونَ»

۲. «وَإِنْ كُنْتُمْ فِي رَيْبٍ مِمَّا نَزَّلْنَا عَلَىٰ عَبْدِنَا فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِثْلِهِ وَادْعُوا شُهَدَاءَكُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»

۳. «أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأْتُوا بِسُورَةٍ مِثْلِهِ وَادْعُوا مَنِ اسْتَلَعْتُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»

۴. «أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ فَأْتُوا بِعَشْرِ سُورٍ مِثْلِهِ مُفْتَرِيَاتٍ وَادْعُوا مَنِ اسْتَلَعْتُمْ مِنْ دُونِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»

۵. «قُلْ فَأْتُوا بِكِتَابٍ مِثْلِهِ هُوَ أَهْدَىٰ مِنْهُمَا اتَّبِعْهُ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»

۶. تحذی

۷. مثنوی معنوی، ص ۷۰، بیت ۲۱۲۲

۸. «إِنَّ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ»

۹. «وَ مَا هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ»

۱۰. «وَكَذَلِكَ أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ رُوحًا مِنْ أَمْرِنَا مَا كُنْتَ تَدْرِي مَا الْكِتَابُ وَلَا الْإِيمَانُ وَلَكِنْ جَعَلْنَاهُ نُورًا نَهْدِي بِهِ مَنْ نَشَاءُ مِنْ عِبَادِنَا وَ أَنْتَ لَنْهَدِي إِلَىٰ صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ»

را که بخواهیم بدان هدایت کنیم و تو به راه راست راه می‌نمایی؛ یعنی هدف خداوند از نزول قرآن، نشان دادن راهی است که به نور هدایت و سعادت ابدی انسان‌ها منجر شود؛ چنانچه بنابر آیات ۱۵۱ و ۱۶۲ سوره مائده نیز می‌توان گفت که هدف نزول قرآن نشان دادن راه سعادت ابدی، یعنی راه هدایت به انسان می‌باشد. آیات فوق دلالت بر این دارند که قرآن کریم، کلام الهی است و پیامی است که خداوند به واسطه پیامبر اکرم (ص) به همهٔ جهانیان عرضه داشته است تا آن‌ها را به صراط مستقیم ایمان هدایت کند و به سعادت ابدی رهنمون شود.

باتوجه به مطالب فوق قرآن، پیامی از جانب خداوند محسوب می‌شود و در نتیجه، فرستندهٔ این پیام و قصد وی از فرستادن آن و خود این پیام که حاوی مضامین و دارای اهداف مشخصی است، نزد مسلمانان دارای اهمیت و قداست می‌باشند؛ ولی بایستی توجه داشت که از خصایص و معجزات قرآن، یکی این است که گاهی تعبیرات آن به گونه‌ای مطرح شده‌اند که می‌توان از آن‌ها چندگونه معنا فهمید (مطهری، ۱۳۸۶: ۱۳۷)؛ بنابراین، می‌توان گفت که تمامی افراد در مواجهه با قرآن، استنباط و برداشت یکسانی نخواهند داشت؛ چنان‌که وجود تفاسیر متعدد از کلام واحد الهی را می‌توان دلیلی بر این ادعا دانست. سلطان‌علیشاه گنابادی در مقدمهٔ تفسیر عرفانی «بیان السعاده فی مقامات العباد» بعد از ذکر حدیث نبوی «إِنَّ الْقُرْآنَ ذَلُولٌ ذُو وُجُوهِ فَأَحْمَلُوهُ عَلٰی أَحْسَنِ الْوُجُوهِ» (احسائی، ۱۴۰۵: ۱۰۴) می‌گوید که قرآن هم به حسب مواد و الفاظ و اعراب و قرائات و هم به حسب دلالت و معانی و مصادیق، ذی‌وجوه بوده و دارای معانی مختلف طولی و عرضی است و اساساً معنای «ذلول» در حدیث این است که چنانچه شتر ذلول، رام و مطیع و آمادهٔ بهره‌برداری است، از قرآن نیز می‌توان هر معنایی را که اراده شود، به دست آورد و حتی راز و رمز صدور برخی از روایات ناهمگون در تفسیر یک آیه نیز در این امر نهفته است (گنابادی، ۱۳۷۹: ۱۴۴). در این زمینه گفتنی است که اندیشمندی نظیر علامه طباطبایی هم که به رمزی بودن قرآن معتقد نیست و برداشت‌های گوناگون از آن را خطا میدانند، بر این باور است که زبان قرآن در مواردی، خاص و منحصر به فرد است و چه بسا موجب بروز فهم‌های مختلف خواهد بود.^۲

۱. «يا أَهْلَ الْكِتَابِ قَدْ جَاءَكُمْ رَسُولُنَا يُبَيِّنُ لَكُمْ كَثِيرًا مِمَّا كُنْتُمْ تُخْفُونَ مِنَ الْكِتَابِ وَيَعْفُو عَنْ كَثِيرٍ قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ»

۲. «يَهْدِي بِهِ اللَّهُ مَنِ اتَّبَعَ رِضْوَانَهُ سُبُلَ السَّلَامِ وَيُخْرِجُهُم مِّنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِهِ وَيَهْدِيهِمْ إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ»

۳. ر.ک: طباطبایی، محمد حسین (۱۳۹۳ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، بیروت، مؤسسه الاعلمی، ج ۱ ص ۹، ج ۳ ص ۸۰۵ ص ۴۱۶.

در مورد نمونه‌هایی از برداشت‌های متعدد و گاه متفاوت و حتی متضاد از آیات قرآن، می‌توان به آیه ۷ سوره آل عمران^۱ اشاره کرد. در حقیقت، اختلافی که بر سر قرائت وقف یا عدم وقف بعد از کلمه «الله» و عاطفه یا استینافیه دانستن حرف «واو» وجود دارد، یکی از مهم‌ترین اختلافاتی است که در تاریخ فهم و تفسیر قرآن رخ داده است؛ البته از نظر زبانی و قواعد نحوی، هر دو قرائت جایز است؛ اما هر کدام پیامدهای متفاوتی دارد؛ چراکه بنا به قرائت وقف و استینافیه دانستن «واو»، تاویل متشابهات را کسی جز خداوند نمی‌داند؛ اما بنا به عاطفه دانستن «واو» و عدم وقف، علاوه بر خدا، راسخان در علم نیز تاویل متشابهات را می‌دانند (آقانوری، ۱۳۸۲: ۱۸۵). علاوه بر این، در آیه ۶ سوره مائده^۲ که درباره چگونگی و حکم غسل، وضو و تیمم می‌باشد نیز، اختلافات زیادی در باب تفسیر وجود دارد که موجب شده در سیره مسلمانان، در خصوص چگونگی و شروط و احکام این اعمال تفاوت‌هایی به وجود آید و هر شخصی برای صحت برداشت خود دلیل و حجت بیاورند. به علاوه، آیاتی نیز نظیر آیه ۲۲ سوره فجر^۳، آیه ۷۵ سوره ص^۴، آیه ۱۴ سوره قمر^۵ و سایر آیات هستند که نوع برداشت از آنان، از مهم‌ترین موارد اختلافی مسلمانان در مورد صفات الهی است. تردیدی نیست که اگر این آیات را بر کنایه و مجاز حمل نکنیم و تنها به ظاهر آن‌ها توجه کنیم، به تشبیه و تجسیم خدا خواهیم رسید. چنین نمونه‌هایی که بیانگر تفاوت در برداشت از آیات قرآن می‌باشند فراوانند؛ اما به دلیل جلوگیری از اطاله کلام، به همین موارد بسنده می‌شود و در تکمیل آن، به ذکر نمونه‌ای از مثنوی معنوی پرداخته می‌شود که در قالب آن، مولوی با اینکه مخاطبان را به شنیدن شکایت و حکایت خویش از جدایی‌ها فرامی‌خواند و بیان می‌کند که:

بشنو این نی چون شکایت می‌کند از جدایی‌ها حکایت می‌کند^۶

با این حال، در ادامه با آگاهی کامل اذعان می‌دارد که هر کدام از مخاطبان وی، این

۱. «هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ آيَاتٌ مُحْكَمَاتٌ هُنَّ أُمُّ الْكِتَابِ وَأُخَرُ مُتَشَابِهَاتٌ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ آمَنَّا بِهِ كُلٌّ مِنْ عِنْدِ رَبِّنَا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ»
 ۲. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا قُمْتُمْ إِلَى الصَّلَاةِ فَاغْسِلُوا وُجُوهَكُمْ وَأَيْدِيَكُمْ إِلَى الْمَرَافِقِ وَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَرْجُلَكُمْ إِلَى الْكَعْبَيْنِ وَإِنْ كُنْتُمْ جُنُبًا فَاطَّهَّرُوا وَإِنْ كُنْتُمْ مَرْضَى أَوْ عَلَى سَفَرٍ أَوْ جَاءَ أَحَدٌ مِنْكُمْ مِنَ الْغَائِطِ أَوْ لَامَسْتُمُ النِّسَاءَ فَلَمْ تَجِدُوا مَاءً فَتَمِمْوا صَعِيدًا طَيِّبًا فَامْسَحُوا بِرُءُوسِكُمْ وَأَيْدِيكُمْ مِنْهُ مَا يُرِيدُ اللَّهُ لِيَجْعَلَ عَلَيْكُمْ مِنْ حَرَجٍ وَلَكِنْ يُرِيدُ لِيُطَهِّرَكُمْ وَلِيَسِّمَ نِعْمَتَهُ عَلَيْكُمْ لَعَلَّكُمْ تَشْكُرُونَ»
 ۳. «وَجَاءَ رَبُّكَ وَالْمَلَكُ صَفًّا»

۴. «قَالَ يَا إِبْلِيسُ مَا مَنَعَكَ أَنْ تَسْجُدَ لِمَا خَلَقْتُ بِإِيْدِي أَسْتَكْبَرْتَ أَمْ كُنْتَ مِنَ الْعَالِينَ»

۵. «تَجْرِي بِأَعْيُنِنَا جَزَاءَ لِمَنْ كَانَ كُفْرًا»

۶. مثنوی معنوی، ص ۵، بیت ۱

حدیث فراق و شرح درد اشتیاق را بسته به پندار و گمان و وضعیت خویش، تعبیر و تفسیر می‌کنند و در نتیجه بیان می‌دارد که:

هر کسی از ظن خود شد یار من از درون من نجست اسرار من^۱

پس در اینجا نیز وضعیتی وجود دارد که در آن، فرستنده، پیامی را فرستاده و در مورد محتوا و هدف آن نیز توضیح داده است؛ ولی در عین حال، مخاطبان پیام او، هریک بسته به حالات و استعدادهاى خود، می‌توانند درکی مختص به خود و متفاوت از دیگران (حتی متفاوت از منظور فرستنده) از پیام داشته باشند.

در آخر، نمونه‌ای دیگر از برداشت‌های متفاوت از متون دینی که در همان اوایل ظهور اسلام و بلافاصله پس از رحلت پیامبر اکرم (ص) پدیدار شد و موجب تفرقه میان مسلمانان گشت، اختلاف ریشه‌دار شیعه و سنی در تفسیر واژه «مولی» در بخشی از حدیث مشهور غدیر^۲ است که بحث آن در این نوشتار نمی‌گنجد.

بر اساس آنچه گفته شد، می‌توان نتیجه گرفت آیات قرآن، اساساً طوری نازل شده‌اند که در آن واحد از آن‌ها یک یا دو یا سه معنای درست و یا بیشتر استفاده می‌شود (مطهری، ۱۳۸۶: ۵۵) و هریک از مفسران کلام الهی از قبیل محی‌الدین عربی در آثارش، عبدالرزاق کاشانی در تأویلات، سلطان‌علیشاه گنابادی در بیان السعاده، طنطاوی در الجواهر فی تفسیر القرآن، سید قطب در آثارش، طبرسی در مجمع‌البیان و... بر اساس تخصص و فنی که داشته‌اند، پرده‌ای از پرده‌های قرآن کریم را تفسیر کرده‌اند؛ لکن، قرآن عبارت از آن نیست که آن‌ها نوشته‌اند (امام خمینی، ۱۳۸۳: ۹۵-۹۳) و از آن برتر و بالاتر است. نکته قابل توجه، واقعیتی از این قرار است که این گوناگونی تفاسیر و برداشت‌ها از قرآن تا به حدی گسترده است که می‌تواند نزد مخاطبان و بسته به نوع قرائت و فهم آنان، به هدایت یا ضلالت ایشان بینجامد؛ یعنی با اینکه پیام خداوند یکسان و ثابت است و خود حضرت حق هدف از نزول، آن را هدایت انسان‌ها عنوان داشته است، با توجه به آیاتی نظیر آیه ۳۱ سوره مدثر^۳، آیات ۷۳۴ و ۷۴۵ سوره

۱. مثنوی معنوی، ص ۵، بیت ۶

۲. «مَنْ كُنْتُ مَوْلَاهُ فَهَذَا عَلِيٌّ مَوْلَاهُ»

۳. «وَمَا جَعَلْنَا أَصْحَابَ النَّارِ إِلَّا مَلَائِكَةً وَمَا جَعَلْنَا عِدَّتَهُمْ إِلَّا فِتْنَةً لِلَّذِينَ كَفَرُوا لِيَسْتَيْقِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ وَيَزِدَّ الَّذِينَ آمَنُوا إِيمَانًا وَلَا يَرْتَابَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ وَالْمُؤْمِنُونَ وَلِيَقُولَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْكَافِرُونَ مَاذَا أَرَادَ اللَّهُ بِهَذَا مَثَلًا كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَن يَشَاءُ وَيَهْدِي مَن يَشَاءُ وَمَا يَعْلَمُ خُودَ رَبِّكَ إِلَّا هُوَ وَمَا هِيَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْبَشَرِ»

۴. «ثُمَّ قِيلَ لَهُمْ إِنَّ مَا كُنْتُمْ تُشْرِكُونَ»

۵. «مَنْ دُونِ اللَّهِ قَالُوا ضَلُّوا عَنَّا بَلْ لَمْ نَكُنْ نَدْعُو مِنْ قَبْلُ شَيْئًا كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ الْكَافِرِينَ»

غافر، آیه ۸، سوره فاطر، آیات ۳۷۲ و ۹۳۳، سوره نحل، آیه ۲۷، سوره ابراهیم، آیه ۲۷، سوره رعد و آیه ۲۶، سوره بقره، مخاطبان قرآن، هریک به قدر درک و استعداد و مراتب معنوی خویش (متفاوت از دیگران)، برداشتی منحصر به فرد از آیات آن خواهند داشت که ممکن است، نه تنها آنان را به صراط مستقیم ایمان هدایت نکند، بلکه به مسیر ضلالت و گمراهی بکشاند. لازم به توجه است، این واقعیت که کج اندیشی و درک نادرست قرآن و به طور کلی، سوء برداشت از دین ممکن است موجب ضلالت برخی افراد شود، تنها اختصاص به قرآن ندارد و می توان گفت که تمام کتب، اقوال و آموزه های دینی از چنین وضعیتی برخوردار هستند (محقق داماد، ۱۳۹۵: ۱۵). به طور مثال مولوی نیز در مثنوی معنوی (می توان آن را تفسیری عرفانی از قرآن دانست). در همین زمینه با تأکید بر اینکه کتاب مثنوی نیز همانند قرآن کریم دارای ویژگی توأمان عامل هدایت یا ضلالت باشد، این گونه بیان می کند:

پس ز نقش لفظ های مثنوی صورتی ضالّ است و هادی معنوی

در نبی فرمود کاین قرآن ز دل هادی بعضی و بعض را مضل^۷

نکته حائز اهمیت در مورد امکان هدایت یا ضلالت بر اساس آیات قرآن، این است که قتل، غارت، کشتار و جنگ های فراوانی در تاریخ اسلام به دلیل اعتقادات غلط ناشی از سوء برداشت های دینی رخ داده است و برداشت های گوناگون از آیات قرآن کریم، بارها موجب انحراف افراد و حتی گروه هایی از مسلمانان شده است. خوارج را می توان نمونه ای از این گروه ها دانست که با تمسک به بخشی از آیه ۶۷ سوره یوسف مبنی بر اینکه «هیچ فرمانی جز فرمان خدا نیست»^۸، چه ستم ها کردند، سرها بریدند و شکم ها دریدند. تسلط خوارج بر ظاهر قرآن که متاسفانه خالی از معرفت به حقیقت آن بود، آن چنان بالا بود که حضرت علی (ع) در نامه ۷۷ نهج البلاغه خطاب به نماینده خود، ابن عباس، در خصوص مذاکره با خوارج

۱. «أَمَّنْ رَّبِّينَ لَهُ سُوءُ عَمَلِهِ فَرَأَاهُ حَسَنًا فَإِنَّ اللَّهَ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ فَلَا تَذْهَبْ نَفْسُكَ عَلَيْهِمْ حَسْرَاتٍ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ بِمَا يَصْنَعُونَ»

۲. «إِنْ تَحَرَّضَ عَلَيَّ هُدَاهُمْ فَإِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ يُضِلُّ وَمَا لَهُمْ مِنْ نَاصِرِينَ»

۳. «وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَجَعَلَكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَكِنْ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَلِتَسْأَلَنَّ عَمَّا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ»

۴. «يُحِبُّتُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا بِالْقَوْلِ الثَّابِتِ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَفِي الْآخِرَةِ وَيُضِلُّ اللَّهُ الظَّالِمِينَ وَيَفْعَلُ اللَّهُ مَا يَشَاءُ»

۵. «وَيَقُولُ الَّذِينَ كَفَرُوا لَوْلَا أُنزِلَ عَلَيْهِ آيَةٌ مِنْ رَبِّهِ قُلْ إِنْ اللَّهُ يُضِلُّ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي إِلَيْهِ مَنْ يُنَابِ»

۶. «إِنَّ اللَّهَ لَا يَسْتَحْيِي أَنْ يَضْرِبَ مَثَلًا مَ بَعْضَةَ مَآ فَوْقَهَا فَأَمَّا الَّذِينَ آمَنُوا فَيَعْلَمُونَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّهِمْ وَأَمَّا الَّذِينَ كَفَرُوا فَيَقُولُونَ مَاذَا أَرَادَ اللَّهُ بِهَذَا مَثَلًا يُضِلُّ بِهِ كَثِيرًا وَيَهْدِي بِهِ كَثِيرًا وَمَا يُضِلُّ بِهِ إِلَّا الْفَاسِقِينَ»

۷. مثنوی معنوی، ص ۸۳۷، ابیات ۶۵۶ و ۶۵۵

۸. «إِنَّ الْحُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ»

می‌فرماید: «به قرآن با خوارج به جدل مپرداز، زیرا قرآن دارای دیدگاه کلی بوده و تفسیرهای گوناگونی دارد، تو چیزی می‌گویی و آن‌ها چیز دیگر؛ لیکن با سنت پیامبر (ص) با آن‌ها به بحث و گفت‌وگو پرداز که در برابر آن، راهی جز پذیرش ندارند»^۱ (دشتمی، ۱۳۹۱: ۳۸۳). لذا، شاید بتوان گفت که یکی از عوامل اصلی رشد مباحثات و مجادلات کلامی و در پی آن، ایجاد تفرقه و جدایی میان مسلمانان نیز، همین اختلاف برداشت صاحبان اندیشه‌های مختلف از آیات قرآن بوده است. البته نقش قرآن و برداشت‌های گوناگون از آن در شکل‌گیری شاخه‌های مختلف در اسلام (شیعه، سنی، خوارج، مرجئه، معتزله و...) در درجه نخست قرار ندارد؛ اما می‌توان ادعا کرد که هیچ‌یک از این گروه‌ها، پس از شکل‌گیری و ظهور نمی‌توانستند بدون تمسک به قرآن، به حیات فکری و نفوذ اجتماعی خویش ادامه دهند؛ یعنی گرچه اسباب، عوامل شکل‌گیری و رواج اندیشه‌های مختلف و مناقشات گروهی، سیاسی، کلامی، فقهی و... در اسلام فراوان و متنوع است، بن‌مایه‌های آن را می‌توان در تفاوت برداشت‌ها از متون دینی، به‌ویژه قرآن جست‌وجو کرد (آقا نوری، ۱۳۸۲: ۱۷۷).

بحث و نتیجه‌گیری

در نوشتار حاضر، دو مکتب ارتباطی فرایندی و نشانه‌شناختی و مفروضات هرکدام از آن‌ها، از منظر آرای جان فیسک مورد ارائه و بررسی قرار گرفتند؛ سپس ویژگی‌های ارتباط در متن قرآن کریم براساس تحلیل محتوای بخشی از آیات این کلام الهی و اکاوی و عرضه شد. براین اساس، خداوند متعال به‌عنوان فرستنده پیام، از فرستادن پیام خویش به دنبال تحقق هدف والای هدایت انسان‌ها بوده است، در نتیجه، خود پیام یعنی سُور و آیات قرآن، نزد مسلمانان دارای اهمیت و قداست می‌باشند؛ درضمن، هریک از مخاطبان این کلام الهی در تقابل و تعامل با این پیام، بنا به استعداد و مراتب خویش، درک و برداشت منحصر به فردی از آیات آن خواهند داشت. این بدان معناست که ویژگی‌های ارتباط از منظر مکاتب پیش‌گفته، همگی باید در خواندن قرآن کریم و مواجهه با مضامین آن مورد توجه قرار گیرند؛ یعنی مفروضه‌های این دو مکتب را نمی‌توان به تنهایی و جداگانه در بررسی و توضیح ویژگی‌های ارتباط در متن قرآن کریم راهگشا و کارگشا دانست و ترکیب و تلفیقی از مفروضات این مکاتب در این زمینه، کارایی بیشتری خواهند داشت. این تلفیق میان مفروضات مکاتب ارتباطی و نشانه‌شناختی، همان چیزی است که خود جان فیسک، سایر پژوهشگران را بدان فرامی‌خواند؛ دعوتی که از سوی نگارنده اجابت شد و تلاشی صورت

۱. «لَا تُخَاصِمُهُم بِالْقُرْآنِ فَإِنَّ الْقُرْآنَ حَمَلٌ ذُو وُجُوهِ تَقُولُ وَ يَقُولُونَ وَ لَكِن حَاجِبُهُم بِالْشُّبُهَةِ فَأَنْتُمْ لَنْ تَجِدُوا عَنْهَا مَحِيصًا»

گرفت تا نشان داده شود که این تلفیق، جهت فهم ویژگی ارتباط در مورد متن قرآن کریم، امری ضروری است. بدین ترتیب، بررسی متون دینی در اسلام و مشخصاً متن قرآن کریم را می‌بایست به‌عنوان مقوله‌ای متفاوت از دو مکتب مزبور در نظر گرفت و می‌توان آن را «مکتب اسلامی ارتباط» نام‌گذاری کرد. این نام‌گذاری، صرفاً براساس مقاله حاضر و بدون بررسی‌های بیشتر، احتمال دارد بلندپروازانه بیاید؛ ولی این امر، با توجه به سایر متون دینی در اسلام و ازجمله متون صوفیه و عرفا صورت گرفته است که در خواندن آن‌ها نیز کاربرد مفروضات تلفیقی پیش‌گفته، امری ناگزیر به نظر می‌رسد؛ بنابراین، ویژگی‌ها و مفروضات این مکتب ارتباطی برساخت‌شده جدید را در مقایسه با مفروضات دو مکتب دیگر، در شکلی به شرح ذیل می‌توان به نمایش گذاشت:

جدول ۲. تکمیل آرای جان فیسک در مورد مکاتب ارتباطی از طریق برساخت مکتب اسلامی ارتباط

مفروضات مکاتب	اهمیت فرستنده (لحظه رمزگذاری)	وجود معنا در پیام	اهمیت مخاطب (لحظه رمزگشایی)	شکل‌گیری معنا در تعامل پیام و مخاطب
فرایندی	+	+	-	-
نشانه‌شناختی	-	-	+	+
اسلامی	+	+	+	+

در خاتمه، بر این امر تأکید موکدی صورت می‌گیرد که نتایج حاصل از پژوهش حاضر را می‌توان به مثابه تکمیل و قوام نظریات جان فیسک در حوزه مطالعات ارتباطی در نظر گرفت. در واقع، برساخت مکتب اسلامی ارتباط، خوانندگان و پژوهشگران را به دقت و وقوف در این زمینه فرامی‌خواند که بنابر آنچه که خود فیسک هم در باب نزدیکی دو مکتب فرایندی و نشانه‌شناختی اظهار امیدواری کرده بود، ملزوم هستیم دو مکتب مزبور را به یکدیگر نزدیک ساخت و از تلفیقی از مفروضات آن‌ها در بررسی متون دینی در اسلام و ازجمله قرآن کریم استفاده کرد.

منابع و مأخذ

- قرآن مجید (۱۳۸۹). ترجمه عبدالمحمد آیتی، تهران: انتشارات سروش.
- احسائی، ابن ابی‌الجمهور (۱۴۰۵ ق). عوالی اللآلی، قم: انتشارات سیدالشهدا.
- آقائوری، علی (۱۳۸۲). اختلاف‌پذیری قرآن و دسته‌بندی مسلمانان. نشریه هفت‌آسمان، ۵ (۲۰)، ۱۷۷-۲۰۲.
- اسمیت، فیلیپ و الگزندر رابلی (۱۳۹۴). نظریه فرهنگی. ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی.
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۱). نظریه رسانه‌ها (جامعه‌شناسی ارتباطات)، تهران: انتشارات کویر.
- خمینی، سید روح‌الله (۱۳۸۳). تفسیر سوره حمد. تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- دشتی، محمد (۱۳۹۱). ترجمه نهج‌البلاغه حضرت امیرالمومنین (ع)، قم: انتشارات پیام قدس.
- زرنگار، احمد (۱۳۸۹). مفهوم‌شناسی واژه‌های ارتباطات اجتماعی در قرآن کریم. فصلنامه سراج منیر، ۱ (۱)، ۱۷۰-۱۵۷. Doi: <https://doi.org/10.22054/ajsm.2011.5448>
- زرنگار، احمد (۱۳۹۵). مبانی ارتباطات اجتماعی از منظر قرآن کریم. تهران: انتشارات دانشگاه صداوسیما.
- زرنگار، احمد و مطهری، مرتضی (۱۳۹۷). موانع پیام‌رسانی دینی در دو حوزه مجرا و دریافت از منظر قرآن کریم با تأکید بر منظومه فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، ۸ (۱۸)، ۵۴-۳۶.
- ساروخانی، محمدباقر، شکرپیگی، عالیه (۱۳۹۳). جامعه‌شناسی ارتباطات در جهان معاصر. تهران: انتشارات بهمن‌برنا.
- طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۹۳ ق). المیزان فی تفسیر القرآن. بیروت، مؤسسه الاعلمی.
- غمامی، سید محمدعلی، اسلامی تنها، علی اصغر (۱۴۰۱). هم‌شناسی فرهنگی به مثابه الگوی ارتباطات میان فرهنگی در قرآن؛ رویکردی تطبیقی. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۳ (۵۷)، ۷-۳۰. Doi: <https://doi.org/10.22083/jccs.201.184556.2796>
- فیسک، جان (۱۳۸۶). درآمدی بر مطالعات ارتباطی. ترجمه مهدی غبرایی، تهران: انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- گنابادی، سلطان محمد (سلطان‌علیشاه) (۱۳۷۹). بیان السعاده فی مقامات العباد. ترجمه محمدآقا رضاخانی و حشمت‌الله ریاضی، تهران: انتشارات حقیقت.
- مجلسی، محمدباقر (۱۳۶۲). بحارالانوار. تهران: انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
- محقق داماد، سید مصطفی (۱۳۹۵). قرآن و مثنوی. عرفان ایران، ۴۲، ۲۵-۱۳.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۶). آشنایی با قرآن. قم: انتشارات صدرا.
- مولوی، جلال‌الدین (۱۳۷۸). مثنوی معنوی. به اهتمام توفیق سبحانی، تهران: انتشارات روزنه.

- Hall, Stuart. (1980). "Encoding/Decoding", pp. 128-138 in Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe, and Paul Willis (eds.), *Culture, Media, Language*. London: Unwin Hyman.
- Holy Quran. (2010). trans. by Ayati, A. , Tehran: Soroush pub.
- Aghanoori, Ali. (2004). Quran and Islamic Sects. *Seven Heavens*, 5(20), 179-192. **[in Persian]**
- Bahrami Komeil, N. (2012), *Nazarie-ye Rasane-ha*. Tehran: Kavir pub. **[in Persian]**
- Dashti, M. (2012). Tarjome-ye Nahj-ol-Balaghe-ye Hazrat-e Amir-ol-Momenin (PBUH), Qom: Payam-e Qods pub. **[in Persian]**
- Fiske, John. (2007). Introduction to communication studies, Tehran: Daftar-e Motaleat va Tose-e-ye Rasane-ha pub. **[in Persian]**
- Fiske, John. (1990). *Introduction to Communication Studies*, 2nd ed., New York: Routledge.
- Fiske, John. (1987). *Television Culture*, London: Methuen.
- Ghamami, S. M. A. , & Islami Tanha, A. A. (2022). taarof as intercultural communication model in quran; comparative approach. *Journal of Culture-Communication Studies*, 23(57), 7-30. **[in Persian]**
<https://doi.org/10.22083/jccs.2021.184556.2796>
- Gonabadi, S. M. (Sultan-Ali-Shah) (2000). *Bayan al-Sa'da' fi Maqamat al-Ibada*, Tehran: Haqiqat pub. **[in Persian]**
- Imam Khomeini, R. (2004), *Tafsire Soore-ye Hamd*, Tehran: Moasese-ye Tanzim va Nashre Asar-e Emam Khomeini. **[in Persian]**
- Mohaqqeq Damad, S. M. (2016). Quran and Masnavi. *Erfan-e Iran*, 42, 13-25. **[in Persian]**
- Motahari, M. (2007). *Ashna-ei ba Quran*, Vol. 4, Qom: Sadra pub. **[in Persian]**
- Rumi, J. (1999), *Masnavi*, Tehran: Rozane pub. **[in Persian]**
- Saroukhani, M. B. , & Shekarbeigi, A. (2014). *Jame-e Shenasi-e Ertebatat dar Jahan-e Moaser*, Tehran: Bahman-Borna pub. **[in Persian]**
- Smith, Ph. D. , & Riley, A. (2009). *Cultural Theory*, Tehran: Elmi pub. **[in Persian]**
- Zarnegar, A. , & Motahari, M. (2018). These barriers may be any one of the three elements of the source, channel and can get damaged and challenges. *Soft power Studies*, 8(18), 36-55. **[in Persian]**
- Zarnegar, A. (2016). *Foundations of Social Relations from the Perspective of The Holy Quran*, Tehran: Seda-va-Sima University pub. **[in Persian]**
- Zarnegar, A. (2011). A Conceptual Investigation of the Quranic Words Pertaining to Social Relations. *Seraje Monir*, 1(1), 157-170. **[in Persian]**. <https://doi.org/10.22054/ajsm.2011.5448>

Quranic solutions to encounter IRIB with fake news

Kamal Akbari, Associate Professor, Faculty of Religion and Media, IRIB University, Qom, Iran,
Email: kamal.akbari@iribu.ac.ir.

Majid Pakniyat, M.A Communication, Faculty of Religion & Media, IRIB University, Qom, Iran,
Email: m.pakniyat1398@gmail.com.

Abstract

In recent years, confronting and encountering with fake news has become one of the main specialties of the official media, including the Islamic Republic of Iran Radio and Television. In this regard, using Quranic themes can be a way forward, because the Holy Quran is a successful model in encountering with such news and information. The current research has identified the way of this exposure and how to use it in the national media. This research was conducted with a qualitative approach and thematic analysis method, and the data of this research is of library type. The findings of the research show that the Qur'an confronts fake news in the cognitive field through "explanation", "denial", "controversy" and "hostility", in the emotional field through "warning", "humiliation", "rebuke", "threat". and "encouraging" and in the field of behavior through "readiness and ability", "modelling", "explanation", "changing the subject", "reprimand", "restoration" and "similarity". The results of the research and interpretation of the findings indicate that the national media should use "explanation", "denial", "education/promotion of media literacy", "use of persuasive media attractions", "proper management of news coverage", "demanding and making demands". , "Using various formats of programming", "Creating a special fake news unit" and "Creating a digital platform" to encountering with fake news.

Keywords

Quran, Fake news, Cognitive encountering, Emotional encountering, Behavioral encountering.

راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی

کمال اکبری^۱، مجید پاک‌نیت^۲

چکیده

طی سال‌های اخیر مواجهه و مقابله با اخبار جعلی به یکی از اصلی‌ترین کار ویژه‌های رسانه‌های رسمی از جمله صداوسیما جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است. در این راستا بهره‌گیری از مضامین قرآنی می‌تواند راهگشا باشد، زیرا قرآن کریم الگوی موفق در مواجهه با این‌گونه اخبار و اطلاعات است. تحقیق حاضر نحوه این مواجهه را شناسایی و چگونگی به کار بستن آن در رسانه ملی را بررسی نموده است. این تحقیق با رویکرد کیفی و به روش تحلیل مضمون انجام شده و داده‌های این تحقیق از نوع کتابخانه‌ای است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد مواجهه قرآن کریم با اخبار جعلی در حوزه شناختی از طریق «تبیین»، «تکذیب»، «تنزیه» و «دشمن‌شناسی»، در حوزه احساسی از طریق «تذویر»، «تحقیر»، «توبیخ»، «تهدید» و «روحیه‌بخشی» و در حوزه رفتاری از طریق «آمادگی و استطاعت»، «الگودهی و الگوسازی»، «تبیین»، «تغییر موضوع»، «تنبیه»، «ترمیم» و «ممانعت» صورت گرفته است. نتایج تحقیق و تفسیر یافته‌ها حاکی از این است رسانه ملی باید از طریق «تبیین»، «تکذیب»، «آموزش/ ارتقای سواد رسانه‌ای»، «استفاده از جاذبه‌های رسانه‌ای اقناعی»، «مدیریت صحیح پوشش خبری»، «مطالبه‌گری و مطالبه‌سازی»، «بهره‌گیری از قالب‌های گوناگون برنامه‌سازی»، «ایجاد واحد ویژه اخبار جعلی» و «ایجاد سکوی دیجیتال» با اخبار جعلی مواجهه نماید.

واژگان کلیدی

قرآن، اخبار جعلی، مواجهه شناختی، مواجهه احساسی، مواجهه رفتاری.

مقدمه

خبر عنصر اصلی ارتباطات است و مهم‌ترین کارکرد خبر در حوزه ارتباطات، «اطلاع‌رسانی» است (بشیر، ۱۳۹۲: ۳۶-۴۴). یکی از مسائلی که از گذشته تاکنون این عنصر محوری ارتباطات و کارکرد آن را با چالش‌های جدی مواجه کرده، شیوع سریع اخبار جعلی است. بستر اصلی تولید و انتشار اخبار جعلی رسانه‌های غیررسمی است و هرچه یک خبر جعلی بتواند رسانه‌های رسمی را بیشتر درگیر کند موفق‌تر است. (آزادی، ساعی و البرزی دعوتی، ۱۳۹۸: ۲۶۰).

هدف از تولید و انتشار این‌گونه اخبار و اطلاعات، تبلیغات سیاه علیه افراد، اقوام، نهادها و سازمان‌های خصوصی یا دولتی است و وارد کردن آسیب‌های فرهنگی، اقتصادی یا سیاسی و امنیتی به آنان است (ر.ک: مقدم‌فر و محسنی آهویی، ۱۳۹۹: ۱۹۰). گاهی نیز تولید و انتشار این‌گونه اخبار با انگیزه‌های به ظاهر سالم و توسط چهره‌های موجه انقلابی یا سلب‌ریتی‌هایی خاکستری که خود را طرفدار ایران یا جمهوری اسلامی می‌نامند، انجام شود.

طی سال‌های اخیر بخش زیادی از مواجهه با این‌گونه اخبار توسط صداوسیما جمهوری اسلامی انجام گرفته است. این سازمان همواره تلاش داشته که در بخش‌های مختلف خبری با این‌گونه اخبار مقابله کند و از افکار عمومی و منافع ملی و مصالح عمومی کشور صیانت نماید. همچنین برخی تحقیقات علمی نیز برای شناخت روش‌های و راهکارهای مقابله با اخبار جعلی توسط این سازمان انجام گرفته است. در همین راستا تحقیق حاضر به منظور شناسایی راهکارهای مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی از منابع دینی استمداد نموده و بر تحلیل آیه‌های قرآن کریم تمرکز است.

خداوند متعال در تعدادی از آیات قرآن کریم به افشای دروغ در امر خبررسانی اشاره کرده و موثق و مستند بودن خبر را شرط خبررسانی می‌داند (پویا، ۱۳۹۵: ۱۶۶ و ۱۹۶) و با دروغ‌پراکنی‌های کافران، مشرکان و منافقان و همچنین اشاعه سخنان نادرست، ناقص و گمراه‌کننده مواجهه داشته است. الگوگیری از شیوه‌های قرآن در برابر اخبار جعلی، می‌تواند برای کاهش یا خنثی کردن آثار اخبار جعلی توسط رسانه ملی راهگشا باشد. بر این اساس، پرسش اصلی این تحقیق عبارت است از اینکه «راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی چیست؟»

این تحقیق با دنبال آن است که شیوه‌ها و چگونگی روبرو شدن و مقابله قرآن با اخبار جعلی را شناسایی کند. برای پاسخ به این پرسش، آیه‌های مربوطه تحلیل مضمون می‌شود و پس از تفسیر مضامین استخراج شده به چگونگی بهره‌گیری از آن‌ها در رسانه ملی اشاره خواهد شد.

پیشینه پژوهش

دامنه تحقیقات پیشین درباره اخبار جعلی، شامل تحقیقات داخلی و خارجی متعددی می‌شود که از جنبه‌های گوناگون اخبار جعلی را مورد بررسی و پژوهش قرار داده‌اند.

عطیه الحجمی (۱۴۰۰) پایان‌نامه‌اش را با عنوان «اطلاعات غلط و راه‌های مقابله با آن از دیدگاه قرآنی (یک مطالعه تحلیلی)» به نگارش درآورده است. او با هدف استخراج درمان‌های قرآنی پدیده فریب و با رویکرد تحلیلی استقرایی، عوامل روان‌شناختی، عقیدتی و شناختی، کنترل نظامی و عوامل مذهبی مؤثر در شیوع اطلاعات غلط را بررسی کرده است.

آزادی (۱۳۹۸) در پایان‌نامه «راهکارهای مقابله با خبر جعلی» که گویای هدف آن است، موضوع اخبار جعلی را بررسی کرده است. او با دو روش مطالعه کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق داده‌های این تحقیق را گردآوری کرده و با روش تحلیل مضمون آن را تحلیل نموده است. طبق یافته‌های تحقیق، راهکارهای مقابله با خبر جعلی در قالب پنج مرحله شامل اقدامات پیشگیرانه، پایش، تصمیم، واکنش و مرحله ثبت تجربه و دانش طبقه‌بندی می‌شود.

بورخارت^۱ (۲۰۱۷) در مقاله «مبارزه با اخبار جعلی در عصر دیجیتال^۲» نقش پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند: فیس‌بوک، توییتر و اینستاگرام را در انتشار اخبار جعلی بررسی می‌کند.

سلیمی، سلطانی‌فر و فلسفی (۱۳۹۶) در مقاله «اخبار جعلی و مهارت‌های مقابله با آن» بر مبنای دو نظریه جنگ روانی و نظریه توطئه و با اتخاذ روش اسنادی و کتابخانه‌ای، به این چهار پرسش پاسخ داده‌اند: اخبار جعلی چیست؟ چرا تولید می‌شود؟ چگونه قابل شناسایی است؟ مهارت‌هایی مقابله با آن چیست؟

رستگاری (۱۳۹۲) در پایان‌نامه «جنگ روانی و راهکارهای مقابله با آن در قرآن کریم با تأکید بر کاربردهای رسانه‌ای» به صورت ضمنی به بحث اخبار جعلی پرداخته است.

در خصوص مواجهه با اخبار جعلی تحقیقات ارزشمندی انجام شده است و چنانچه مشهود است، چارچوب و مبانی این مقاله با استفاده از تحقیقات پیشین ایجاد شده است، اما از جهت داده‌ها و یافته‌ها تفاوت‌هایی دارد و پژوهش پیش‌رو مکمل پژوهش‌های قبلی است. از طرفی آیه‌های قرآن کریم، داده‌های تحقیقات پیشین را تشکیل نمی‌دهد و به تبع این موضوع، راهکارهایی که برای مواجهه با اخبار جعلی

1. Burkhardt.

2. Combating Fake News in the Digital Age.

به دست آورده‌اند، با راهکارهای قرآنی مواجهه با اخبار جعلی تفاوت‌هایی دارد. از طرف دیگر، پژوهش‌های پیشین، به دنبال راهکارهای شناختی، احساسی و رفتاری نبوده‌اند و در این چارچوب به بحث اخبار جعلی پرداخته‌اند.

مبانی نظری و مفهومی

خبر جعلی^۱

اخبار جعلی به معنای اخبار «غیر واقعی»، «ساختگی»، «تقلبی»، «جعلی» و «نادرست» و «غیر قابل اعتبار است» (Tandoc, Lim and Ling, 2018). در تعریف اصطلاحی اخبار جعلی گفته شده: «اخباری که به عمد اشتباه است، اشتباه بودنش قابل شناسایی است و هدف از [تولید و انتشار] آن گمراه کردن مخاطب است» (Allcott & Gentzkow, 2017).

در دوران کهن، یکی از رفتارهای بسیار معمول رسانه‌های حکومتی، خبرسازی و رساندن خبرهای مجعول و از بن دروغ بوده است. گاهی نیز خبرهای دروغین ریشه‌ای در واقعیت داشته، اما گزارش چندوچون وقوع آن‌ها آمیخته با دروغ بوده است. در میان حاکمان سرزمین‌های اسلامی، دستگاه حکومت بنی امیه و شخص معاویه در اشاعه این گونه اخبار سرآمد بوده است (دانشنامه جهان اسلام، ۱۳۹۳: ۷۳۳). بر این اساس، خبر جعلی مشابه اخبار کذب، شایعه‌ها یا مطالب غیر واقعی و ساختگی به شمار می‌آید که در جوامع شفاهی یا در عصر رونق رسانه‌های جمعی همچون تلویزیون و رادیو وجود داشته است. آنچه سبب شده اخبار جعلی بیش از پیش بر سر زبان‌ها بیفتد، رویکردهای سیاسی و ارتباطی و همچنین دسترسی انسان‌ها به ابزارهای جدیدی است که فرصت انتشار ویروسی اخبار جعلی یا همان وایرال^۲ شدن را فراهم آورده است (Tandoc, Lim and Ling, 2018):

138). شاخصه‌های اخبار جعلی را می‌توان در سه مورد خلاصه کرد:

– عدم تطابق با حقیقت: نادرست بودن همه یا بخشی از متن یا فقدان عینیت در عین حقیقت‌نمایی؛

– قصد فریبکاری: تولید و انتشار عامدانه، به قصد فریب دادن مخاطبان خبر؛

– هدفمند بودن: دارای انگیزه‌ها و منافع فردی یا غیرفردی سیاسی، اقتصادی، فرهنگی.

به عقیده صاحب‌نظران عرصه علوم ارتباطات، شاخصه‌های یاد شده در موارد و مصادیق زیر نمود و عینیت دارد:

1. Fake news

2. Viral

- اخبار طنز دروغین: هدف آن آسیب رساندن نیست، ولی ظرفیت فریب کاری را دارد؛
- محتوای مغالطه آمیز: شامل استفاده گمراه کننده از اطلاعات برای دسیسه پردازی است؛
- محتوای تقلیدی: از منابع واقعی تقلید می شود؛
- محتوای ساختگی: ۱۰۰ درصد کذب بوده، برای آسیب رساندن و فریب کاری تولید می شود؛
- ارتباطات جعلی و طمع کلیک^۱: تیتراژ، محتوای بصری یا توضیحاتی که متن را پشتیبانی نمی کنند؛
- بافت/ بستر جعلی: هنگامی که محتوای واقعی با اطلاعاتی در بافت جعلی ارائه می شود؛
- محتوای دست کاری شده: هنگامی که متنی واقعی برای فریب کاری دست کاری می شود (سلیمی، سلطانی فر و فلسفی، ۱۳۹۶: ۵۳).

اثرهای^۲ پیام ارتباطی

- اثر به معنای نتیجه ارتباط است. اثرهای ارتباطی ممکن است برنامه ریزی شده، غیر برنامه ریزی شده، کوتاه مدت یا بلندمدت باشند. هدف برنامه ریزی ارتباطی، نظارت بر ارتباط به منظور ایجاد اثرات مطلوب است (ویندال، سیگنایترز و اولسون، ۱۳۸۷: ۳۸۵).
- آثار پیام های رسانه ای را می توان در سه طبقه خلاصه کرد:
- اثر شناختی^۳: شناخت به مثابه عمل «شناختن^۴» اغلب با مؤلفه هیجانی^۵، عاطفی^۶ و احساسی^۷ در تضاد است (ا. سولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۸۲). اثر شناختی شامل مواردی همچون ایجاد و از بین بردن ابهام، شکل گیری نگرش^۸، برجسته سازی، گسترش نظام های اعتقادی مردم و تبیین ارزش ها می شود.
 - اثر عاطفی^۹: به معنای پاسخ های احساسی مخاطب در واکنش به اخبار و اطلاعاتی است که از طریق رسانه دریافت می کند. پیام هایی که بار احساسی دارند، می توانند در بخش هایی از جامعه، احساس قوی ایجاد کنند، یا آن را تضعیف نمایند.

1. Clickbait.
2. Effects.
3. Cognitive.
4. Knowing.
5. Affective.
6. Emotive.
7. Feeling.

۸. Attitude: نگرش به معنای عقیده، باور و یا گرایشی که بر تجربه قبلی فرد مبتنی است یا از طریق تجربه مستقیم و یا از دیگران و از رهگذار اجتماعی شدن آموخته می شود (ا. سولیوان و دیگران، ۱۳۸۵: ۳۹ و ۴۰).

9. Emotional effects.

مؤلفه‌های عاطفی و احساس شامل ایجاد ترس و اضطراب، بالا بردن و پایین آوردن روحیه [بیگانگی] و دیگر موارد و مصادیق مرتبط با آن است.

- اثر رفتاری: پیام‌های رسانه‌ای می‌تواند به مرحله رفتارسازی در مخاطب برسد. رفتارسازی یعنی خلق رفتارهای جدید یا پایان دادن به رفتارهای گذشته یا تقویت و تثبیت آن. اثر رفتاری نتایجی است که در پی فعال‌سازی یا منفعل‌سازی، ایجاد مسئله یا حل مسئله، رسیدن به استراتژی یا فراهم کردن آن برای عمل (تظاهرات سیاسی)، باعث رفتار معقول شدن تحقق می‌یابد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۷: ۸۲).

گرچه ممکن است پیام ارتباطی فقط یکی از این آثار را به دنبال داشته باشد، اما به سادگی نمی‌توان به تفکیک میان این سه نوع اثر باور داشت (مک‌کوایل و ویندال، ۱۳۸۸: ۳۶۱).

خبر و ویژگی‌های آن در قرآن کریم

خداوند در قرآن کریم برای اشاره به وقایع و رویدادهای گذشته، حال یا آینده از واژه‌های مختلفی مانند «خبر»، «حدث» و «نبأ» استفاده نموده است. در کتاب‌های لغت و تفسیر تفاوت‌هایی بین واژه‌های مذکور قائل شده‌اند؛ اما اجمالاً، اصل گزارش دهی در همه وجود دارد (پویا، ۱۳۸۰: ۸۹). سه مفهوم «خبر»، «حدث» و «نبأ» را می‌توان مفاهیم مرکزی قرآن کریم در زمینه خبر و خبررسانی دانست. همچنین مفاهیم قرآنی دیگری همچون «قلنا»، «قال» و مانند آن متضمن نوعی از «خبردهی» هستند (بشیر، ۱۳۹۲: ۷۰).

با صرف نظر از این وجوه تمایز میان واژگان مربوط، در این تحقیق اشاره به ویژگی‌های خبر از منظر قرآن مورد توجه است. از این رو به یکی از اقوال مورد پذیرش نویسنده اشاره می‌شود. آشنا (۱۳۸۹) «نبأ» را نزدیک‌ترین واژه به مفهوم امروزی خبر می‌داند. به نظر او «نبأ» خبری است که منتقل می‌شود؛ از دروغ خالی است، دارای فایده بزرگی است و به واسطه آن یا علم حاصل می‌شود و یا یک طرف احتمال تقویت می‌شود (آشنا، ۱۳۸۹: ۱۴۸-۱۴۹).

این ویژگی‌ها با شاخصه‌های اخبار جعلی که پیشتر بیان شد تناقض دارد. بعضی از مفاهیم و واژگان قرآن کریم، مانند: کذب، تکذیب حق، وسوسه و وعده دروغ، شایعه‌سازی، قسم دروغ، سخن ناآگاهانه و ظنی، افتراء، افک، بهتان، تحریف، تمسخر و استهزاء، اهانت و کتمان حقیقت ملازم با مفهوم اشاعه و انتقال پیام‌اند و نوعی خبررسانی به حساب می‌آیند، اما چون بستر بیان حقیقت و حکایت واقعیت نیستند، با اخبار جعلی و شاخصه‌های آن انطباق دارند. از این رو چگونگی مواجهه قرآن با آن‌ها در پاسخ به پرسش‌های تحقیق حاضر کاربرد دارند.

روش پژوهش

تحقیق پیش‌رو از نوع تحقیقات کیفی است و در آن از داده‌های کتابخانه‌ای از قبیل متن قرآن کریم و کتاب‌های تفسیری استفاده شده است. این داده‌ها با شیوه تحلیل مضمون^۱ بررسی، دسته‌بندی و تحلیل شده است. تحلیل مضمون جزو شیوه‌های تحلیل محتوای کیفی است^۲؛ در این روش، برخلاف تحلیل محتوای کمی برای درک معنای رویدادها، نحوه و محل قرار گرفتن واحدهای معنایی آشکار یا ضمنی مورد بررسی قرار می‌گیرد (خنیفر و مسلمی، ۱۳۹۸: ۸۰-۸۱).

تحلیل مضمون روشی است برای: الف) دیدن متن؛ ب) برداشت و درک مناسب از اطلاعات به ظاهر نامرتبط؛ ج) تحلیل اطلاعات کیفی؛ و د) مشاهده نظام‌مند شخص، تعامل، گروه، موقعیت، سازمان یا فرهنگ (Boyatzis, 1998: 4). از این‌رو شیوه مناسبی برای پاسخ دادن به پرسش‌های تحقیق پیش‌رو است؛ زیرا بسیاری از آیه‌های قرآن در عین اینکه در سوره‌های مختلف قرار گرفته است و در ظاهر ارتباطی به یکدیگر ندارد، ذیل یک مضمون اصلی و کلان جای می‌گیرد.

واژه «مضمون» به‌طور ضمنی و تا حدی، مبین «تکرار» است؛ پس مسئله‌ای که صرفاً یک‌بار در متن داده‌ها ظاهر شود «مضمون» به حساب نمی‌آید، مگر آنکه نقش برجسته و مهمی در تحلیل نهایی داده‌ها داشته باشد. گرچه همپوشانی مضامین تا حدودی اجتناب‌ناپذیر است، اما اگر مرز کاملاً مشخص و تعریف‌شده‌ای میان مضامین مختلف وجود نداشته باشد، نمی‌توان درک درستی از تحلیل‌ها و تفسیرها عرضه کرد (Braun & Clarke, 2006).

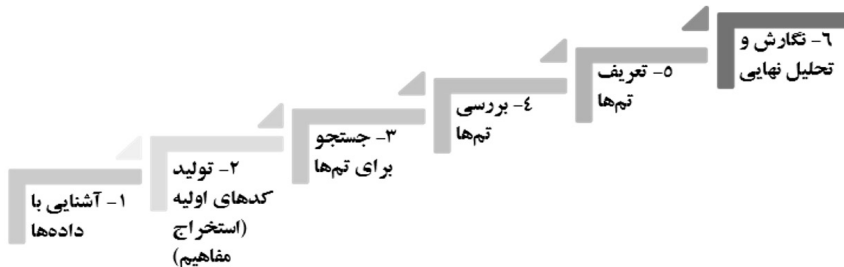
در مقاله پیش‌رو از روش «توجه به کلمات در متن» برای شناسایی مضامین استفاده می‌شود. در این روش کلمات تکراری، مکنون و کلیدی بررسی می‌شود تا مضامین مرتبط با تحقیق شناسایی و کشف شوند. در جدول زیر به روش شنایی مضمون اشاره شده است:

جدول ۱. روش شناخت مضمون

روش شناخت مضمون	فنون	نحوه کاربرد
توجه به کلمات در متن	<ul style="list-style-type: none"> ● توجه به کلمات تکراری ● توجه به کلمات مکنون ● توجه به کلمات کلیدی 	<ul style="list-style-type: none"> ● شناخت کلمات و عبارات مترادف و تکراری. ● شناخت اصطلاحات و عبارات ظاهراً ناآشنا. ● شناخت واژه‌های کلیدی و مصادیق آن‌ها.

1. Thematic analysis method.
2. Content analysis method.

در تحلیل مضمون، متن و داده‌های تحقیق به دقت بررسی می‌شود، به گونه‌ای که مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده یک چیز توصیف، نحوه عملکرد آن تبیین و معانی آن تفسیر شود (دنسکامب، ۱۳۹۸: ۳۳۱). براون و کلارک برای تحلیل مضمون الگویی شش مرحله‌ای ارائه داده‌اند که شامل: آشنایی با داده‌ها؛ تولید کدهای اولیه؛ جستجو برای تم‌ها؛ بررسی تم‌ها؛ تعریف تم‌ها؛ نگارش و تحلیل نهایی می‌شود و تحقیق پیش‌رو بر اساس همین مراحل سامان یافته است.



شکل ۱. چارچوب شش مرحله‌ای براون و کلارک برای انجام تحلیل مضمون (هاشمی و قاسمی، ۱۳۹۸: ۱۲)

برای مضمون انواع مختلفی ذکر شده است. در این تحقیق مضامین در سه سطح پایه‌ای سازمان دهند و فراگیر قرار می‌گیرند و بر اساس همین سطح جداول و نقشه مضامین ترسیم خواهد شد.

یافته‌های پژوهش

آیات قرآن، مضامین مختلفی را در مواجهه با اخبار جعلی بیان نموده است. آیات مذکور گاهی این مواجهه را از زبان خدای متعال و گاهی از زبان اولیای او و مؤمنان نقل کرده است. مضامین مذکور از آیاتی استخراج شده است که به موضوع تحریف، دروغ‌گویی و کتمان حق، تکذیب حق، شایعه‌پراکنی، اتهام‌زنی، گمانه‌زنی و تخمین، تمسخر و استهزاء، تخمین، خرافه‌گویی، سخنان باطل فریبکاری اشاره می‌نماید. این موضوعات و مفاهیم مربوط به آن سه شاخصه «عدم تطابق با حقیقت»، «قصد فریب» و «هدفمند» بودن را در درون خود جای می‌دهند. تعداد این آیه‌ها که در سوره‌های مختلف مدنی و مکی جای گرفته است به ۱۱۲ آیه می‌رسد.

در جدول زیر مضامین قرآنی مواجهه شناختی، احساسی و رفتاری قرآن با اخبار جعلی ذکر شده است:

جدول ۲. مضامین فراگیر، سازمان یافته و پایه‌ای مواجهه قرآن با اخبار جعلی

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه
مواجهه شناختی قرآن با اخبار جعلی	تبیین	بیان باورها و اعتقادات حق (بقره، ۱۱۶-۱۱۷)
		تشریح وقایع و بیان جزئیات (بقره، ۱۳۳/نجم، ۵-۱۱)
		بایدها و نبایدهای انتشار خبر (بقره، ۱۶۹/حج، ۳۰/نور، ۱۶/۱۲)
		بیان اقرارها و اعتراف‌های مخالفان (زخرف، ۸۷/عنکبوت، ۶۱ و ۶۳ ع لقمان، ۲۵ و ۲۹)
		بیان سابقه مخالفان حق (بقره، ۷۵/آل عمران، ۹۳ و ۱۸۳/انعام، ۱۴۸)
		بیان سابقه مؤمنان و اولیای الهی (نساء، ۱۷۲)
		اشاره به زمان رویدادها و وقایع (آل عمران، ۶۵)
		استناد به شواهد و مدارک (یوسف، ۲۶/مریم، ۲۹-۳۲)
		بیان دلایل و بسترهای فریب (اسراء، ۶۴)
		شبهه‌زدایی به کمک انسان‌های آگاه (یونس، ۹۴-۹۵)
		پاسخ به شبهه‌های مشرکان (سجده، ۳)
پیشگیری از شبهه‌سازی (انعام، ۱۴۸)		
تکذیب		سلب اعتبار از مخالفان حق (بقره، ۷۸/یونس، ۳۶/نجم، ۲۳/انعام، ۱۴۸/بقره، ۸۰/بقره، ۱۳۳/آل عمران، ۷۵/یونس، ۶۸)
		سلب اعتبار از سخن مخالفان (بقره، ۱۱۱/یونس، ۳۶)
		مخالفت با بدعت‌ها (آل عمران، ۷۸/مائده، ۱۰۳)
		بیان تناقض‌های گفتاری مخالفان (انبیاء، ۵)
		اظهار برائت از گفتار نادرست (هود، ۳۵)
تنزیه		رفع اتهام از پیامبر (ص) در برابر اتهام جنون (نجم، ۲-۴)
دشمن شناسی		آگاهی از برنامه‌های آینده دشمن (نساء، ۹۱)
		بیان شبهات دشمن (نمل، ۶۸)
		بیان روحیات دشمن (بقره، ۷۵/نساء، ۴۶/انعام، ۷/نحل، ۲۳-۲۴)
		آگاهی از وضعیت و تحرکات دشمن (نمل، ۲۸)
		افشای نقشه‌ها و شیوه‌های دشمن (آل عمران، ۷۲/توبه، ۷۴/منافقون، ۱)
		شناخت باورهای دشمن (لقمان، ۲۵/آل عمران، ۵۹)

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه
	تحذیر	بیان زیان‌های انتشار دروغ، تحریف و مانند آن (بقره، ۹/ مائده، ۱۴ و ۶۴/ نحل، ۲۵/ هود، ۲۱-۲۲/ مسد، ۱)
		بیان زیان‌های پذیرش و باور کردن دروغ (اعراف، ۲۷/ طه، ۱۲۱ و ۱۲۳/ حجرات، ۶)
	تحقیر	تحقیر مسیحیان با یادآوری جهل و گمراهی آنان (آل عمران، ۶۶)
		تشبیه کافران به انسان‌های کر (لقمان، ۷)
		بیان ناتوانی مخالفان در برابر اسلام و مسلمانان (آل عمران، ۱۱۱/ سبأ، ۴۵/ محمد، ۳۲)
مواجهه احساسی قرآن با اخبار جعلی	توبیخ	توبیخ شایعه‌پردازان و شایعه‌پذیران (بقره، ۴۱/ نور، ۱۳)
		توبیخ مشرکان به خاطر تهمت اعتقاد به فرزندى خدا (اسراء، ۴۰)
		مذمت کافران (صف، ۷)
		نفرین کردن دشمن و اعلام انزجار از او (آل عمران، ۱۱۹/ مسد، ۱)
	تهدید	وعده تنبیه و سرکوب شایعه‌سازان (احزاب، ۶۰)
		وعده مجازات اخروی به مروجان دروغ و کفر (لقمان، ۶/ مائده، ۷۳/ جاثیه، ۷)
		وعده مجازات تحریف‌گران اهل کتاب (بقره، ۱۷۴/ آل عمران، ۹۹)
		وعده انتقام از کافران و مشرکان (دخان، ۱۴-۱۶)
	روحیه‌بخشی	وعده پیروزی به مؤمنان توسط خدا (صف، ۸- ۹/ توبه، ۳۲-۳۳)
		بیان منافع و فرصت‌های افک به پیامبر (ص) (نور، ۱۱)
مواجهه رفتاری قرآن با اخبار جعلی	آمادگی و استطاعت	آمادگی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای پیشگیری و جلوگیری از تهاجم دشمن (انفال، ۶۰)
		یادآوری سرنوشت گذشتگان در برابر تبلیغات علیه مسلمانان (بقره، ۲۱۴)
	تبیین	الگوسازی از استقامت مؤمنان پیشین در برابر دشمنان (آل عمران، ۱۴۶)
		رجوع به افراد آگاه و مطلع در مواجهه با اخبار (آل عمران، ۷/ نساء، ۸۳)
	ترمیم	تحقیق و بررسی خبر (نمل، ۲۷-۲۸/ حجرات، ۶)
بررسی شواهد اخبار و حوادث (یوسف، ۲۶-۲۷)		
		تکریم از پیامبر (ص) در برابر تبلیغات منفی (قلم، ۳-۴/ کوثر، ۱-۲)
		جبران آثار دروغ و تبلیغات منفی (بقره، ۱۶۰)

مضمون فراگیر	مضامین سازمان یافته	مضامین پایه
مواجهه رفتاری قرآن با اخبار جعلی	تغییر موضوع	بی توجهی به تبلیغات منفی و رویگردانی از آن (انعام، ۶۸)
		نپرداختن به سخنان بیپوده و بی فایده (کهف، ۲۲)
	تنبه	یادآوری، باورها، ارزش‌ها، اهداف و تکالیف مؤمنان در هنگام سختی‌ها و تبلیغات دشمن (آل عمران، ۱۴۴ و ۱۴۵)
	مماثلت	تحقیر کردن دشمن توسط خدا در برابر تحقیر کردن پیامبر (ص) (کوثر، ۳)
		نفرتن کردن دشمن توسط خدا در برابر نفرتن کردن پیامبر (ص) (مسد، ۱)

مواجهه شناختی با اخبار جعلی

آیات الهی آثار مختلفی بر مخاطب می‌گذارد. بعضی از آیات کلام‌الله در پی ایجاد، ترویج یا تقویت باورها و نگرش‌های مخاطب، بیان ارزش‌ها و هنجارهای دینی، رفع ابهام، پاسخ به مخالفان و دشمنان و آگاهی بخشی در خصوص نظام اعتقادی است و با موضوعات زیر مواجهه می‌کنند:

ادعای فرزند داشتن خدا، سخنان شرک‌آلود مشرکان، تحریف تاریخ، حرام اعلام کردن حلال‌های الهی، سخنان باطل^۱، افک بر همسر پیامبر (ص)، سخن گفتن بدون علم یا ظنی و تخمینی و افک به خدا، ادعای الوهیت حضرت عیسی (ع)، تحریف‌های تورات، تکذیب آیات الهی، تحریف فرمان‌های خدا و بدعت‌گذاری در دین، انکار حقیقت، اختلاف بر سر یهودی یا مسیحی بودن ابراهیم (ع)، اتهام‌زنی به انبیا و اولیای الهی، تقلید کورکورانه از نیاکان، پیروی از هواو هوس، آرزو و وعده‌های دروغین شیطان، توطئه ارتداد و قتل پیامبر (ص) توسط منافقان، سخنان نفاق‌آلود و دورویی منافقان (ر.ک: طبرسی، ۱۳۵۹، قرائتی، ۱۳۸۸: ذیل آیت مندرج در جدول ۲).

در مواجهه با موضوعات مذکور ۶۶ آیه از آیات قرآن ما را به راهکارهای شناختی مواجهه با اخبار جعلی رهنمون می‌کند. این آیه‌ها، در ۹ سوره مدنی^۲ و ۱۳ سوره مکی^۳ جای گرفته و مضامین زیر را دربرگرفته است:

۱. تبیین: مصدر باب تفعیل و در لغت به معنی توضیح دادن، تفسیر کردن، آشکار

۱. قول الزور.

۲. سوره‌های بقره، آل عمران، توبه، حج، مائده، منافقون، نجم، نساء و نور.

۳. سوره‌های اسراء، انبیا، انعام، زخرف، سجده، عنکبوت، لقمان، مریم، نحل، نمل، هود، یوسف و یونس.

ساختن، بیان کردن و روشن کردن است. (عمید؛ معین، ذیل واژه تبیین) تبیین یعنی آگاهی‌بخشی و توضیح دادن یک مطلب است، تاحدی که بسیار روشن گردد و حجت را بر شنونده تمام کند. طبق آیات قرآن، تبیین یکی از اهداف نزول این کتاب الهی است (قرآن کریم: ۱۶، ۶۴).

۲. تکذیب: در بعضی آیات قرآن، خدای متعال یا فرستاده او تبلیغات دروغین و ادعاهای ساختگی گمراهان و مخالفانش را صراحتاً تکذیب می‌کند و به دروغ بودن آن اشاره می‌نماید.

۳. تنزیه: خدا در بعضی آیات افرادی که مورد اتهام دیگران قرار گرفته‌اند را از تهمت‌ها منزه می‌سازد؛ از آنان دفاع و رفع اتهام می‌کند. بر خلاف تکذیب که امری تقضی و سلبی است، تنزیه امری حلّی و ایجابی است.

۴. دشمن‌شناسی: شناخت دشمن و ویژگی‌هایش، آگاهی از نقشه‌ها و برنامه‌ها و همچنین ارزیابی نحوه عملکرد او یکی دیگر از تدابیر قرآن در مواجهه شناختی با اخبار جعلی است.

مواجهه احساسی قرآن با اخبار جعلی

دسته دیگری از آیه‌های مرتبط با اخبار جعلی درصدد تقویت روحیه، ایجاد ترس، امیدبخشی، ایجاد محبت یا نفرت یا غضب و سایر مفاهیم مرتبط با حوزه عواطف و احساسات است. این دسته از آیات به موضوعات زیر اشاره می‌نماید:

فریبکاری و دروغگویی شیطان، تلاش برای شکست مسلمانان، افک و افترا به پیامبر (ص) و همسرش، شایعه‌پراکنی در جامعه اسلامی، توهین و نفرت‌پراکنی علیه پیامبر (ص)، استهزای قرآن و پیامبر (ص)، تثلیث، تحریف کتاب الهی و بازداشتن مردم از راه خدا. (ر.ک: طبرسی، ۱۳۵۹، مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، طباطبایی، ۱۳۷۴، قمی مشهدی، ۱۳۶۸، قرائتی، ۱۳۸۸، ابن کثیر، ۱۴۱۹: ذیل آیات جدول ۲)

در مواجهه با موارد مذکور ۳۷ آیه وجود دارد که در ۱۹ مختلف مکی^۱ و مدنی^۲ ذکر شده است و حاوی مضامین زیر است:

۱. تحذیر: بعضی آیات قرآن با ایجاد ترس از پیامدها، خسارت‌ها و آسیب‌های اخبار جعلی مردم را از پذیرش، تولید و انتشار آن بر حذر می‌دارد؛ هم‌گیرندگان و

۱۰. ۱. سوره مکی شامل سوره‌های اسراء، اعراف، جاثیه، دخان، سبأ، طه، لقمان، مسد، نحل و هود.

۹. ۲. سوره مدنی شامل سوره‌های بقره، آل عمران، احزاب، حجرات، صف، مائده، محمد، نور و توبه.

هم‌فرستندگان خبر جعلی مشمول این آیات‌اند.

۲. تحقیر: گاهی خداوند تلاش‌های تبلیغاتی دشمنان و مخالفان لجباز را بیهوده، توانمندی آنان را بی‌ثمر و تعدادشان را اندک می‌نامد و از این طریق آنان را تحقیر می‌کند.

۳. توبیخ: گاهی خدای متعال مروجان کفر، شرک، دروغ و انحراف را با جملات خبری و انشایی توبیخی مورد خطاب قرار می‌دهد و از طریق بازخواست، آنان را از انحراف بازمی‌دارد.

۴. تهدید: بعضی از آیات قرآن عواقب دنیوی و بعضی دیگر عواقب اخروی تولید و انتشار شایعات و سخنان نادرست را بیان می‌کند. برخلاف تحذیر که صرفاً بیانگر زیان دنیوی یا اخروی اخبار جعلی است، تهدید، جنبه تنبیهی دارد و گویای قصد خدا برای تنبیه و انتقام است.

۵. روحیه‌بخشی: خدای متعال در برابر تبلیغات منفی کفار و مشرکان به مؤمنان وعده پیروزی می‌دهد؛ بدین ترتیب روحیه آنان را بالا می‌برد و آنان را به صبر و استقامت و اتکا به خدا تشویق می‌نماید.

مواجهه رفتاری قرآن با اخبار جعلی

مضامین مربوط به راهکارهای رفتاری مواجهه با اخبار جعلی، از آیه‌هایی به دست می‌آید که در نتیجه عمل به آن فعال‌سازی یا منفعل‌سازی، ایجاد مسئله یا حل مسئله، رسیدن به استراتژی، فراهم کردن استراتژی برای عمل و ایجاد رفتار معقول در مخاطب، صورت می‌گیرد. در میان آیه‌های قرآن ۲۱ آیه وجود دارد که در مواجهه با موضوعات زیر نازل شده است:

شایعه‌پراکنی در زمان جنگ‌ها، تأویل آیات متشابه، تحریف آیات الهی، اخبار فاسقان، اخبار ظنی و مشکوک، اخبار بی‌اهمیت و آسیب‌رسان، توهین و نفرت‌پراکنی علیه پیامبر (ص)، اتهام‌زنی علیه پیامبران و اولیای خدا و نژادپرستی اهل کتاب. (ر.ک: مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، قرائتی، ۱۳۸۸، طباطبایی، ۱۳۷۴، طبرسی، ۱۳۵۹: ذیل آیات جدول ۲)

این آیه‌ها در ۱۲ سوره مدنی^۱ و مکی^۲ قرار دارد و بیانگر مضامین زیر است:

۱. آمادگی و استطاعت: در آیه ۶۰ سوره انفال خدا به مسلمانان دستور داده است در برابر دشمن هرگونه تجهیزات جنگی را فراهم کنند. (قرآن کریم: ۸، ۶۰) مضمون این

۱. ۵۰ سوره مدنی شامل سوره‌های بقره، آل عمران، انفال، حجرات و نساء.

۲. ۷۰ سوره مکی شامل سوره‌های انعام، قلم، کهف، نمل، یوسف، مسد و کوثر.

آیه بر هر زمان و مکانی قابل تطبیق است، همچنین واژه «قوه» نه تنها وسایل جنگی و سلاح‌های مدرن هر عصری را در برمی‌گیرد، بلکه تمام نیروها و قدرت‌هایی را که به‌نوعی از انواع در پیروزی بر دشمن اثر دارد شامل می‌شود، اعم از نیروهای مادی و معنوی (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ۷، ۲۲۲).

۲. الگوسازی و الگودهی: خدا در قرآن با یادآوری سختی‌ها و رنج‌های مؤمنانی که در گذشته زندگی می‌کردند، از آن‌ها الگوسازی می‌کند تا مسلمانان در راه حق استقامت بورزند و تسلیم تبلیغات دروغین و شایعات نشوند. در آیه ۶ سوره حجرات،

۳. تبیین: تحقیق و بررسی درباره اخبار یکی از مضامین قرآنی است که خدای متعال با واژه «تبیین» به آن اشاره کرده است. (قرآن کریم: ۴۹، ۶) «تبیین» مصدر باب تفعیل و به معنای شناختن و روشن کردن یک مطلب است (فیروزآبادی، ۱۴۱۵: ۴، ۱۸۷). از این رو می‌توان تبیین را تلاش مجددانه برای یافتن حقیقت و همچنین شناخت فرستنده محتوای پیام‌ها خبری معنا کرد. تفاوت «تبیین» با «تبیین» در این است که «تبیین» یعنی آگاهی بخشیدن، اما «تبیین» یعنی آگاهی کسب کردن.

۴. ترمیم: گاهی خداوند آنچه را که به‌وسیله تبلیغات دروغین آسیب دیده است را جبران می‌کند. تکریم پیامبر (ص) توسط خداوند متعال و دستور به مسلمانان برای توبه و اظهار حقایق کتمان‌شده، در همین راستاست. (ر.ک: طباطبایی، ۱۳۷۴: ۱، ۵۸۸)

۵. تغییر موضوع: قرآن کریم در برابر سخنان پوچ و نادرست توصیه می‌کند که به هدف بیندیشید و دنبال دانستی‌های بی‌فایده نروید. (قرآنی، ۱۳۸۸: ۵، ۱۵۷) بنابراین در برابر سخنان دشمنان باید موضوع را تغییر داد و به موضوعی پرداخت که نفعش به آنان نرسد.

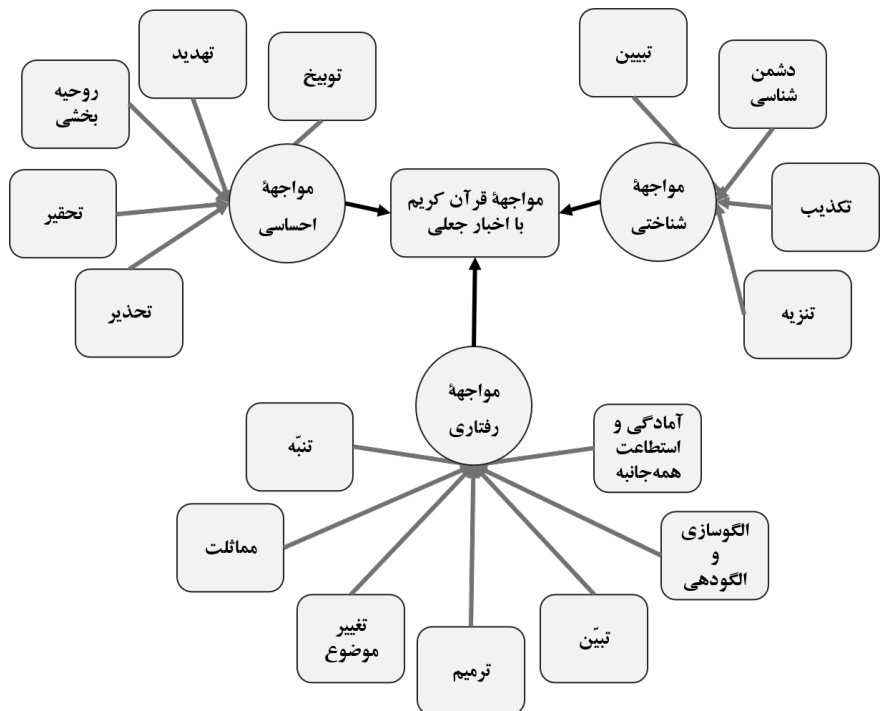
۶. تنبه: بعضی آیات قرآن در مواجهه با شایعات یا اطلاعات نادرست، اهداف و ارزش‌های الهی را به مؤمنان یادآوری می‌کند تا نسبت به وظایف خود هشیار باشند و در انجام آن سستی و غفلت نورزند. این آیات رفتارهای درست مخاطبان را تقویت و از رفتارهای نادرست جلوگیری می‌نماید.

۷. مماثلت: «مقابله به مثل» یا مماثلت در موارد بسیاری در قرآن کریم تکرار شده است. (قرآنی، ۱۳۸۸: ۸، ۴۱۶) مانند آیاتی که با نفرت‌پراکنی و توهین علیه پیامبر (ص) مواجهه می‌کند. مماثلت به معنای جواز دروغ‌گویی و ساخت اخبار جعلی علیه دشمن نیست. مقابله به مثل با مقابله به عین، تفاوت دارد. مقابله به مثل به معنای بهره‌گیری از شیوه‌های ارتباطی و رسانه‌ای تولید و انتشار اخبار است که مشروعیت دارد

و باید در چارچوب قوانین اسلام انجام گیرد.
خلاصه یافته‌ها

در دوران صدر اسلام یکی از کنش‌های ارتباطی مخالفان پیامبر (ص) تولید و انتشار اخبار جعلی علیه دین، پیامبر (ص) و پیروان او بوده است. خدای متعال، پیامبر او و مؤمنان نیز همواره با این‌گونه اخبار و اطلاعات مواجهه داشته‌اند. این مواجهه یا آثار شناختی، احساسی و رفتاری اخبار و اطلاعات جعلی را کاهش می‌دهد و یا تماماً آن را خنثی می‌کند. هرچند امروزه جهان ارتباطات تحولات شگرفی داشته است، اما برای مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی می‌توان مضامین قرآنی را معادل‌سازی یا معادل‌یابی کرد و از آن بهره جست. البته بعضی از مضامین نیازی به معادل‌سازی یا معادل‌یابی ندارد.

در نمودار زیر چگونگی مواجهه قرآن با اخبار جعلی و مضامین ترسیم شده است.



شکل ۲. شبکه مضامین مواجهه قرآن کریم با اخبار جعلی

نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های تحقیق راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی در سه حوزه شناختی، احساسی و رفتاری قابل تقسیم است. هرچند می‌توان ادعا کرد در بسیاری از آیات یکی از آثار ارتباطی برجسته‌تر است، اما معمولاً آیات قرآن دارای آثار ارتباطی متعددی دارد، از این رو راهکارهای مبتنی بر آن نیز درهم‌تنیده و مترتب بر یکدیگرند و مواجهه با اخبار جعلی باید با راهکارهای ترکیبی صورت بگیرد.

این راهکارها زمانی اثرگذار خواهد بود زمینه‌ها و علت‌های معنوی تولید، انتشار و پذیرش اخبار جعلی از بین برود. به‌طور کلی قرآن کریم راهکارهای دنیوی را از معنوی و اخروی جدا نمی‌داند و بخشی از مواجهه با اخبار جعلی را به مفاهیم ماورایی گره می‌زند. در نتیجه در بهره‌گیری از همه راهکارهای صوری و محتوایی در کنار اصلاح معنوی مخاطبان و کاربران رسانه‌ای به کاهش یا از بین رفتن آثار اخبار جعلی می‌انجامد. بر اساس آنچه بیان شد راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی به شرح زیر است:

• راهکارهای شناختی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی:

- تبیین: روشن کردن ماهیت و ابعاد مختلف رویدادها و وقایع یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین راهکارهای شناختی مواجهه با اخبار جعلی است. تبیین موضوعات توسط رسانه ملی عبارت است از: تعمیق مبانی بنیادین فکری مخاطبان و تقویت آن، بیان دقیق رویدادها همراه با جزئیات عینی، پرداختن دقیق به سابقه خبر، گزارش سابقه منفی تولیدکنندگان خبر جعلی، بهره‌گیری از متخصصان برای تبیین مسائل، پرهیز از سانسور قبل و حین و بعد از انتشار خبر، توجه به خرده روایت‌ها در کنار کلان روایت‌ها و همچنین رفع شبهات مختلف و رفع اتهامات از افراد، نهادها یا سازمان‌هایی که اخبار جعلی به آن‌ها رسانده است. تبیین همواره با کامل بودن عناصر خبری، داشتن ارزش‌های خبری، سرعت، دقت و مفید بودن ملازمه دارد.

- تکذیب: رسانه ملی می‌تواند به شیوه مستقیم یا غیرمستقیم اخبار جعلی را تکذیب کند. تکذیب غیرمستقیم از طریق پرداختن به سابقه اخبار دروغین و معرفی منابع خبری جعلی و سوابق آنان و همچنین مقایسه و هم‌سنجی تناقض‌گویی‌های آن‌ها انجام می‌گیرد.

- آموزش/ ارتقای سواد رسانه‌ای: مضمون قرآنی دشمن‌شناسی با آنچه امروز به نام سواد رسانه‌ای نامیده می‌شود، همپوشانی‌هایی دارد. آگاهی بخشی به مخاطبان در زمینه

چیستی و چرایی ارتباطات جعلی، انواع، عوامل، کارکردها، چارچوب‌های هنجاری و فرایندهای رسانه‌ای جعلی و همچنین گفتمان‌ها، جریان‌ها و القائات رسانه‌ای دشمنان یکی دیگر از راهکارهای شناختی است. بهره‌مندی مخاطبان از سطوح بالای سواد رسانه‌ای آنان را از مخاطبان منفعل به مخاطبان فعال و هوشمند تبدیل می‌کند. در همین راستا، آشنا کردن مخاطبان با منابع خبری مطمئن و موثق، نحوه دسترسی درست و صحیح به اخبار و اطلاعات و ایجاد نگاه انتقادی به محتوا و منابع اخبار در مخاطبان از اهمیت بالایی برخوردار است. البته سواد رسانه‌ای صرفاً اختصاص به مردم ندارد. متولیان و مسئولان رسانه‌ای از جمله رسانه ملی، بنگاه‌ها و نهادهای خبری، روابط عمومی‌ها و مانند آن‌ها نیز باید به سطوح مختلف سواد رسانه‌ای و اهتمام ورزند تا چرخه تولید و انتشار اخبار جعلی دچار اختلال شود. سواد رسانه‌ای در خصوص خبرنگاران زمانی معنا پیدا می‌کند که مهارت و دانش آنان در حوزه‌های خبری و ارتباطی ارتقا یابد.

• راهکارهای احساسی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی

– استفاده از جاذبه‌های رسانه‌ای اقناعی: استفاده از جاذبه خنده و طنز، ترس و هر آنچه با جاذبه‌های احساسی در پیام‌رسانی، می‌تواند به‌عنوان راهکار احساسی مواجهه با اخبار جعلی در نظر گرفته شود. مضمون قرآنی تحقیر و توبیخ می‌تواند از طریق طنز خبری یا نمایشی پیاده‌سازی شود. مضامین تهدید و تحذیر نیز با پیام‌های دارای جاذبه احساسی یا ترس پیوند دارد، از این رو بیان پیامدها و آثار فردی و اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی تولید و انتشار اخبار جعلی می‌تواند راهکار احساسی به شماره آید. بهره‌گیری از جاذبه‌های احساسی و ترس در کنار بیان حقایق، می‌تواند احساسات منفی مخاطبان علیه سازندگان اخبار جعلی را برانگیزد و حس نفرت از دروغ و دروغ‌پراکنی را تقویت کند. همچنان که روایت و نمایش پیروزی‌ها، موفقیت‌ها، آسانی‌ها، ویژگی‌های مثبتی فردی و اجتماعی و مانند آن سبب روحیه‌بخشی می‌شود. در این راستا، برجسته‌سازی از اخبار مثبت و اخبار امیدبخش می‌تواند بخشی از اخبار جعلی منفی را خنثی کند.

در مجموع می‌توان گفت راهکارهای احساسی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی بیشتر جنبه محتوایی و موضوعی دارد و بر محور روایت و حکایت زشتی‌ها و زیبایی‌ها، خطرات یا فرصت‌ها و مزایا و معایب صورت می‌گیرد.

• راهکارهای رفتاری مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی

- مدیریت پوشش خبری: مضامین قرآنی در تعیین یا اصلاح راهبردها، تاکتیک‌ها و رویکردهای خبری برای رسانه ملی الهام‌بخش است. بیان شبهات و افشای سخنان نفاق‌آلود توسط خدا ما را به این رهنمون می‌کند که هنگام وقوع رویدادها و مسائل به‌ویژه بحران‌هایی همچون فتنه‌های داخلی یا جنگ با دشمن باید از راهبرد سکوت، انکار و انفعال خبری پرهیز کرد و به راهبردهای خبری فعالانه و پیشدستانه روی آورد تا تبلیغات دشمن خنثی گردد.

از جنبه زمانی مواجهه با اخبار جعلی باید به‌صورت فرایندی باشد. این فرایند باید با چارچوب‌سازی درست و برجسته‌سازی موضوعات مهم و دارای اولویت انجام بگیرد. چنانکه خدا در تمام دوران نزول قرآن و در جای‌جای قرآن با تبلیغات دروغین درباره موضوعات اساسی و بنیادین مواجهه کرده است. بهره‌گیری از تاکتیک‌های خبری مانند نقل قول، روایت زنده رویداد و انعکاس خردروایت‌ها و مشاهدات عینی مردمی آنان نیز در مواجهه با اخبار جعلی نقش بسزایی دارد.

- مطالبه‌گری و مطالبه‌سازی: مضمون قرآنی تهدید را می‌توان معادل اعلام هنجارها و عواقب حقوقی انتشار اخبار جعلی دانست. البته در کشور ما تولید و انتشار اخبار جعلی به‌صورت مفصل و مجزا جرم‌انگاری نشده است و نظام هنجاری مدون و مشخصی در این زمینه در دسترس نیست. در نتیجه، در خصوص راهکارهایی مانند تهدید که جنبه تنبیهی و تعقیبی دارد، رسانه ملی صرفاً می‌تواند مطالبه تنظیم نظام هنجاری و تدوین قوانین را در افکار عمومی ایجاد کند. گاهی افراد، نهادها یا سازمان‌های رسانه‌ای عمداً یا سهواً اقدام به تولید یا انتشار اخبار جعلی می‌کنند که در این صورت موظفانند آن را جبران و حقیقت را بیان کنند. بیان مطالبات مردم در خصوص جبران این‌گونه موارد و انعکاس آن در رسانه ملی یکی دیگر از راهکارهای مواجهه با اخبار جعلی است.

- بهره‌گیری از قالب‌های گوناگون برنامه‌سازی: قرآن کریم در یک بیان کلی توصیه کرده است که علیه دشمنان باید از همه قوای سخت‌افزاری و نرم‌افزاری استفاده شود. بر این اساس می‌توان گفت در برابر جنگ تبلیغاتی دشمن، رسانه ملی می‌تواند به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم و از طریق تولید برنامه‌های خبری، گفت‌وگو محور، جنگ‌ها، میزگردها، تیزرها، آگهی‌ها، میان‌برنامه‌ها، مسابقات، مستندها، فیلم‌ها یا پویانمایی‌های کوتاه یا بلند، سریال‌ها، فیچرها و نمایشنامه‌ها با اخبار جعلی مواجهه

کند. طبیعتاً در تمامی این قالب‌ها و گونه‌ها نمی‌توان به یک شکل و به یک اندازه با موضوع اخبار جعلی اشاره کرد، اما اصل مواجهه از طریق قالب‌های مختلف، امکان‌پذیر است. به‌عنوان مثال، پیشگیری از تولید اخبار جعلی از طریق پوشش زنده اخبار تا حد زیادی از تولید و انتشار اخبار جعلی پیشگیری می‌کند. میزگردهای خبری اختصاصی درباره اخبار جعلی و کارشناسی و موشکافی این‌گونه اخبار و اطلاعات نیز سهم بسزایی در این مواجهه دارد.

یکی دیگر از راهکارهای مواجهه با اخبار جعلی ایجاد و تقویت نگرش‌ها، بینش‌ها و کنش‌های یا تصحیح از طریق درام و داستان است. این‌گونه برنامه‌ها مخاطبان گسترده و اثرگذاری عمیقی بر مخاطب دارند. این برنامه‌ها اسوه‌ها و الگوهای دینی و ملی، باورهای اساسی، ارزش‌های حقیقی و هنجارهای مطلوب را به مخاطب یادآوری می‌کنند. همچنین توجه و آگاهی آنان درباره حوادث، رویدادها، موضوعات و مسائل مختلف و سرگذشت اشخاص را فزونی می‌بخشند، در نتیجه آثار سوء اخبار جعلی را کاهش می‌دهند.

– ایجاد واحد ویژه اخبار جعلی: قرآن کریم بر آمادگی همه‌جانبه در برابر دشمن، مقابله به‌مثل با او و رجوع به افراد آگاه تأکید می‌کند. از این‌رو لازم است رسانه ملی به‌صورت سازمان‌یافته و هدفمند با اخبار جعلی مواجهه کند. مواجهه سازمان‌یافته زمانی امکان‌پذیر است که واحدی ویژه برای مواجهه دائم و حرفه‌ای با اخبار جعلی ایجاد گردد و افرادی متخصص و ماهر در این زمینه را به خدمت بگیرد. این واحد باید در حوزه رصد، پیشگیری و مقابله نقش ایفا کند. این واحد در مواجهه با اخبار جعلی بخش مهمی از موضوعات و مسائل مورد مناقشه را رصد یا پیش‌بینی می‌کند، سپس محتوای موردنیاز را تأمین و روش‌های مواجهه را طراحی می‌نماید.

با توجه به اینکه دشمنان جمهوری اسلامی ایران برای تولید و انتشار اخبار جعلی اهداف و انگیزه‌ها دارند و اقدامات مشخصی را در دستور کار قرار داده‌اند، اگر مواجهه ساختاری به‌درستی انجام شود، به اقدامات پیش‌دستانه علیه دشمن می‌انجامد.

– ایجاد سکوی دیجیتال: تأسیس سکوی دیجیتال اختصاصی و چندمنظوره برای اطلاع‌رسانی درباره اخبار جعلی می‌تواند به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهکارهای روزآمد به‌حساب آید. تبیین و اعتبارسنجی اخبار، آگاهی از میزان صحت، دقت و عینیت اخبار، آموزش سواد رسانه‌ای، آشنایی با منابع خبر معتبر از جمله مزایای تأسیس این سکوهاست.

منابع و مأخذ

قرآن کریم.

آزادی، محمدحسین (۱۳۹۸). *راهکارهای مقابله با خبر جعلی*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۹). *قرآن‌پژوهی با رویکردی خبری- ارتباطی*: در: حسن بشیر (۱۳۸۹) *خبر: تحلیل شبکه‌ای و تحلیل گفتمان*. انتشارات دانشگاه امام صادق (ع). ص ۱۴۱-۱۵۲.

اُ سولیوان، تام؛ هارتلی، جان؛ ساندرز، دانی؛ مونت‌گامری، مارتین؛ فیسک، جان. (۱۳۸۵). *مفاهیم کلیدی ارتباطات*. ترجمه میرحسن رئیس‌زاده. تهران: فصل نو.

بشیر، حسن (۱۳۹۲). *خبر*. تهران: دانشگاه امام صادق علیه السلام.

پویا، علیرضا (۱۳۸۰). *مدخلی بر مبانی خبر در قرآن* (ارزش‌های خبری). *فصلنامه پژوهش و سنجش*، ۲۷ (۳)، ۸۷-۹۵.

پویا، علیرضا (۱۳۹۵). *خبر و خبررسانی در قرآن کریم*. تهران: سروش.

خنیفر، حسین؛ مسلمی، ناهید (۱۳۹۹). *اصول و مبانی روش‌های پژوهش کیفی*. جلد اول. تهران: نگاه دانش.

دانشنامه جهان اسلام (۱۳۹۳). تهران: بنیاد دایره‌المعارف اسلامی.

دنسکامب، مارتین (۱۳۹۸). *راهنمای پژوهش خوب برای تحقیقات اجتماعی در کوچک مقیاس*. ترجمه سجاد علیزاده، سجاد یاهک. تهران: علمی و فرهنگی.

رستگاری، فرخ (۱۳۹۲). *جنگ روانی و راهکارهای مقابله با آن در قرآن کریم با تأکید بر کاربردهای رسانه‌ای*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته ژورنالیسم. دانشگاه صداوسیما جمهوری اسلامی ایران.

ساعی، محمدحسین؛ آزادی، محمدحسین؛ البرزی دعوتی، هادی (۱۳۹۸). *مبانی طراحی نظام سواد رسانه‌ای برای مقابله با خبر جعلی*. *فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی*، ۱۰۰ (۴)، ۲۳۵-۲۷۶.

<https://doi.org/10.22082/cr.2019.111743.1893>

20.1001.1.25382977.1398.26.100.9.7

سلیمی، مریم؛ سلطانی‌فر، محمد؛ فلسفی، سیدغلامرضا (۱۳۹۶). *اخبار جعلی و مهارت‌های مقابله با آن*. *فصلنامه رسانه*، ۲۸ (۳)، ۴۳-۶۹.

20.1001.1.10227180.1396.28.3.3.0

شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). *تفسیر نمونه*. تهران: دارالکتب الاسلامیه.

طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۷۴). *ترجمه تفسیر المیزان*. مترجم: محمد باقر موسوی. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، دفتر انتشارات اسلامی.

طبرسی، فضل‌بن حسن (۱۳۵۹). *ترجمه تفسیر مجمع البیان*. مترجم: حسین نوری همدانی. تهران: فراهانی.

راهکارهای قرآنی مواجهه رسانه ملی با اخبار جعلی

عطیه الحجمی، جابر حسن (۱۴۰۰). اطلاعات غلط و راه های مقابله با آن از دیدگاه قرآنی (یک مطالعه تحلیلی). پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه الهیات و معارف اسلامی - علوم و معارف قرآن. دانشکده مذاهب دانشگاه ادیان و مذاهب.

عمید، حسن (۱۳۶۹). فرهنگ عمید. تهران: امیرکبیر.

فیروزآبادی، محمد بن یعقوب (۱۴۱۵). القاموس المحيط. لبنان، بیروت: دار الکتب العلمیه.

قرآتی، محسن (۱۳۸۸). تفسیر نور. تهران: مرکز فرهنگی درسهایی از قرآن.

قمی مشهدی، محمدبن محمدرضا (۱۳۶۸). تفسیر کنزالذائق و بحرالغرائب. تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

معین، محمد (۱۳۷۵). فرهنگ فارسی. تهران: امیرکبیر.

مقدم فر، حمیدرضا؛ محسنی آهویی، ابراهیم (۱۳۹۹). جنگ شناختی: علم پیروزی در نبرد ذهن ها. تهران: خیرگزاری تسنیم.

مک کوآیل، دنیس؛ ویندال، سون (۱۳۸۸). ملل های ارتباط جمعی. ترجمه گودرز میرانی. تهران: طرح آینده.

مهدی زاده، سید محمد (۱۳۹۷). نظریه های رسانه: اندیشه های رایج و دیدگاه های انتقادی، تهران: همشهری.

ویندال، سون؛ سیگنایترز، بنو؛ اولسون، جین (۱۳۸۷). کاربرد نظریه های ارتباطات. ترجمه علیرضا دهقان. چاپ دوم، تهران: جامعه شناسان.

هاشمی، علی؛ قاسمی یارمحمد (۱۳۹۸). انجام پژوهش به روش تحلیل تماتیک: راهنمای عملی و گام به گام برای یادگیری و آموزش (مورد مطالعه: مصرف موسیقی دانشجویان کارشناسی ارشد دانشگاه ایلام). فصلنامه علمی فرهنگ ایلام. ۲۰ (۶۴ و ۶۵). ۳۳-۷.

Holy Quran.

Al-Hajmi, Jaber Hassan Attia. (2021) *Misinformation and ways to confront it in the Quranic perspective (An analytical study)*. M.A Thesis. Master Thesis / Department of Qur'an Sciences. College of Islamic sects. University of Religions and Sects.

Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-36.

<https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.

Amid, Hasan. (1990) *Persian Dictionary*. Tehran: Amirkabir publications. [In Persian]

Ashena., (2010) Quran study with a news-communicative approach. in Bashir, Hassan. (2010). *News: Network analysis and discourse analysis*. Imam sadeq (peace be upon him) university publications. [In Persian]

Azadi, M. H (2020). *The Solutions of Combating with Fake News for the Political Assistant of IRIB*. M.A Thesis. Faculty of Communication and Media. IRIB University. [In Persian]

- Bashir, Hassan. (2012). *News*. Tehran: Imam sadeq (peace be upon him). [In Persian]
- Boyatzis, R. E. (1998). *Transforming Qualitative Information: Thematic Analysis and Code Development*. Sage Publications.
- Burkhardt, Joanna M. (2017). Combating Fake News in the Digital Age. *American Library Association*. Volume 53, Number.
- <https://doi.org/10.5860/ltr.53n8>.
- Duncombe, Martyn. (2019). *The good research guide for small-scale social projects*. Translated by Sajjad Alizadeh & Sajjad Yahek. Tehran: Elmifarhangi publications.
- Encyclopedia of the word of Islam*. (2014). Tehran: Islamic Encyclopedia Foundation. [In Persian]
- Firoozabadi, Mohammad-ebne-Yaqoob (1995). *Al-Qamoos-el-Mohit*. Lebanon, Beirut: Dar-al-Kotob-al-Ilmiyah.
- Hashemi, Ali., Ghasemi, Yarmohammad. (2019). Anjame pajooresh be ravesh-e tahlil-e tematic: rahname amali , gam be gam baraye yadgiri va amoozesh (more-e motale'e: masraf-e moosighi-e dane-shjooyan karshenasi arshad-e daneshgah-e Ilam). *Faslname-ye elmi-ye farhang-e Ilam*. 20 (64.65). 7-33. [In Persian]
- Khanifar, Hossein., & Moslemi, Nahid. (2019). *Fundamentals of qualitative research methods*. Tehran: naga-he danesh. [In Persian]
- Mahdizadeh, Seyyed Mohammad. (2018). *Nazareh-haye resaneh: Andishe-haye rayej va didgah-haye enteghadi*. Tehran: Hamshari publications. [In Persian]
- Makarem Shirizi, Naser. (1992). *Tafsir-e-nemoomeh*. Tehran: Dar-al-kotob-al-eslami-yeh. [In Persian]
- McQuail, Denis., Windhall, Sven. (2009). *Communication models for the study of mass communications*. Translated by Goodarz mirzaei. Tehran: Tarh-e Ayandeh.
- Moin, Mohammad. (1995). A) *Persian Dictionary*. Tehran: Amirkabir publications. [In Persian]
- Moqaddamfar, Hamidreza., Mohseni Ahoovie, Ibrahim. (2020). *Cognitive warfare: How to win the war for minds*. Tehran: Tasnim news agency Publications. [In Persian]
- O'Sullivan, Tim., Hartley, John., Saunders, Danny., Montgomery, Martin., & Fiske, John. (2006). *Key Concepts in communication*. Translated by MirHassn Ra'eiszadeh. Tehran: Fasl-e no.
- Pooya, Alireza. (2001). Madkhali bar mabani-e khabar dar Quran (Arzesh ha-ye khabari). *Faslname-ye pajooresh-ha-ye ertebati*, 27 (3)95 87- ۴. [In Persian]
- Pooya, Alireza. (2016). *News and information sending in Holy Quran*. Tehran: IRIB university. [In Persian]
- Qaraati, Mohsen (2009). *Tafsir-e-Noor*. Tehran: Dars-ha-e-az Quran. [In Persian]
- Qomi Mashhadi, Mohammad-ebne-Mohammadreza. (1989). *Tafsir-e-Kanz-al-Daqaeq-Va-Bahr-al-Qaraeb*. Tehran: Ministry of Culture and Guidance.
- Rategari, Farrokh (2012). *Psychological Warfare and Ways of Coping with It in the Holy Qur'an with*

anEmphasis on Media Applications. M.A Thesis. Faculty of Communication and Media. IRIB University. [In Persian]

Saei, M .H., Azadi, M .H., & Alborzi Da'vati, H. (2020). The Basics of Designing a Media Literacy System to Deal with Fake News. *Quarterly Journal of Communication Research*, 26(100), 235-276. [In Persian]

<https://doi.org/10.22082/cr.2019.111743.1893>.

20.1001.1.25382977.1398.26.100.9.7.

Soltanifar, Mohammad. Salimi, Maryam & Falsafi , Gholamreza (2018). Fake News and Skills of Fighting Them. *Quarterly Journal of Media Studies and Research*, 28(108), 43-69. [In Persian]

20.1001.1.10227180.1396.28.3.3.0.

Tabarsi, Fazl ebn-e-Hassan. (1980). *Tarjome-ye-Tafsire-Majmaolbayan*. Translated by Hossin noori Hamedani. Tehran: Farahani press.

Tabatabaei, Sayyed Mohammad Hosien. (1995). *Al-miazan-fi-tafsir-el-Quran*. Translated by Mohammad Baqer Moosavi. Qom: Jame-eh-Modarresin.

Tandoc Jr, E. C., Lim, Z. W., & Ling, R. (2018). *Defining "fake news" A typology of scholarly*.

DOI:10.1080/21670811.2017.1360143.

Windahl, Sven., Signitzer, Benno H., & and Olson, Jean T. (2008) *Using Communication Theory*. Translated by Alireza Dehghan. Tehran: Jame-e Shenasan.

Pathology of Celebrity Culture from the Perspective of the Holy Quran

Mohammad mirii, Member of the Danish Gah Scientific Committee of Tehran, Danish Gah, Knowledge and Islamic Language. Email: m.miri57@ut.ac.ir

Abstract

The Holy Qur'an is an eternal and ever-new truth. So, by keeping the rules and regulations of interpretation, it is possible to seek from it the necessary guidance appropriate to every period and time. For this purpose, using the grounded theory to analyzing the content and in the framework of modern interpretation, this research has referred to the Qur'an to deal with the pathology of celebrity culture, based on the verses of the Holy Qur'an. The result of this study is that five serious harms from celebrities threaten the society: Some celebrities play a role in creating and spreading kinds of material and spiritual corruption on the earth. On the other hand, some of them, just as celebrities themselves have been misled and deceived, seek to mislead and deceive others. Also, they are considered the creators of various unfortunate scenes of "spreading prostitution" in the world. The harm of luxury and aristocratic life is another threat that some celebrities have brought to the society. And finally, the conflict and duality of celebrity culture with the culture of divine guidance has led to the point where some celebrities ridicule the religious foundations and divine beliefs of the society. It should also be noted that today's sociological studies have also paid attention to all these harms.

Keywords

Modern interpretation of Quran, Celebrity, Social Harm

آسیب‌شناسی فرهنگ شهرت و سلبریتی از نگاه قرآن کریم

محمد میری^۱

چکیده

قرآن کریم، حقیقتی جاوید و همیشه تازه دارد و با حفظ قواعد و ضوابط تفسیری، می‌توان راهنمایی‌ها و هدایت‌های لازم در هر دوره و زمانه‌ای را متناسب با همان دوره و زمانه از آن جویا شد. پژوهش پیشرو بدین‌منظور، به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد و در چارچوب تفسیر عصری، به قرآن مراجعه داشته تا به آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی، بر پایه آیات قرآن کریم بپردازد. نتیجه این مطالعه حاکی از آن است که پنج آسیب جدی از ناحیه سلبریتی‌ها جامعه را تهدید می‌کند: برخی از سلبریتی‌ها در ایجاد و گسترش انواع فسادهای مادی و معنوی بر روی زمین، ایفای نقش می‌کنند. از سوی دیگر، برخی از آن‌ها همان‌گونه که خود، گمراه و فریفته‌اند، به دنبال گمراه کردن و فریفتن دیگران نیز هستند. همچنین آن‌ها خالق پرده‌های تأسّف‌بار و گوناگونی از «اشاعه فحشا» در عالم به شمار می‌آیند. آسیب تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری نیز از دیگر تهدیدهایی است که برخی سلبریتی‌ها برای جامعه به بار آورده‌اند و بالأخره تهافت و دوگانگی فرهنگ سلبریتی با فرهنگ هدایت الهی، کار را به آنجا کشانده که برخی سلبریتی‌ها مبانی دینی و اعتقادات الهی جامعه را به ریشخند می‌گیرند. به این نکته نیز باید توجه داشت که مطالعات امروزی جامعه‌شناسی نیز به گونه‌ای، به همه این آسیب‌ها توجه و اشاره داشته است.

واژگان کلیدی

آسیب اجتماعی، تفسیر عصری، سلبریتی، فرهنگ شهرت.

مقدمه

امام صادق علیه السلام فرمودند: «قرآن همچون خورشید و ماه در تمامی دوران در چرخ گردون، جاری است» (بحرانی، ۱۴۱۵، ج ۱: ۴۶). تحولات فزاینده جامعه به گونه‌ای است که هر روز نیازهای معرفتی جدیدی از آن سر برمی‌آورد و هیچ پرسش تازه و یا شبهه نوپدید پیرامون بخش‌های گوناگون سبک زندگی الهی و دینی بشر نبوده، نیست و نخواهد بود؛ مگر آنکه پاسخ روشن آن را می‌توان در قرآن کریم پیدا کرد؛ چنانکه امام صادق علیه السلام فرمودند: «خداوند قرآن را مخصوص زمانی خاص و مردمانی خاص قرار نداده است و به همین جهت است که تا روز قیامت، قرآن کریم برای هر جمعیت و گروهی، نو و تازه است» (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۷: ۲۱۳).

از دیگر سو، امروزه اینترنت زندگی ما را دگرگون کرده و جهان‌شناختی نویی پیشروی بشر قرار داده است (Sabzali & el, 2022). این وضعیت در فرهنگ شهرت، چشم‌گیرتر بوده و فرهنگ شهرت در کشورهای ما ابعاد شگفت‌انگیزی پیدا کرده و هر روز میدان همگانی نو، به دست سلبریتی‌ها می‌افتد. شهرت بر گفتمان رسانه‌ها، در همه حوزه‌های زندگی از ورزش و سیاست گرفته تا هنر و محیط زیست چیره شده است. مجلات و وبسایت‌های متمرکز بر اخبار و شایعات سلبریتی‌ها، مانند قارچ در همه‌جا سبز شده‌اند. ستون‌هایی از روزنامه‌ها به این افراد اختصاص یافته و سریال‌های تلویزیونی و سلبریتی‌های حاضر در آن‌ها، در مطبوعات جنجالی، تیتیر شماره یک هستند. امروزه شهرت را نمی‌توان جنبه‌ای ساده از فرهنگ مردم‌پسند دانست؛ بلکه شهرت بخشی از «دی‌ان‌ای» فرهنگ مردم‌پسند است؛ حتی اگر علاقه‌چندانی به سلبریتی‌ها نداشته باشیم، باز آن‌ها را می‌شناسیم. در واقع، ما فقط سلبریتی‌ها را نمی‌شناسیم؛ حتی ممکن است به نحوی در مورد آن‌ها نگر داشته باشیم (شاه قاسمی، ۱۴۰۱)؛ بنابراین یکی از آسیب‌های نسبتاً نوپدید در جامعه امروزی ما (البته به گونه‌ای، در همه دنیا) مسئله «سلبریتی‌زدگی» است. سلبریتی (همان چهره یا ستاره) به شخصی گفته می‌شود که معمولاً در زمینه‌هایی مانند فیلم و رسانه، موسیقی، ورزش، ادبیات و... در یک جامعه یا فرهنگ عامه، سرشناس و مشهور باشد. چنین شخصی به راحتی از طریق مردم به‌ویژه قشر جوان به‌عنوان الگو و ستاره، شناسایی و به رسمیت شناخته می‌شود. برخی سلبریتی‌ها که عمدتاً همه‌وجه و شهرت خود را از توجه مردم به دست آورده‌اند، علیه مصالح عمومی همین مردم و در جهت برهم‌زدن سبک زندگی آن‌ها در بخش‌های گوناگون قدم برمی‌دارند و دانسته یا نادانسته موجبات انحراف

بدنه جامعه از فرهنگ، سنت و باورها و اعتقادات دینی برحق، به سمت سبک زندگی شیطانی و شهوانی فراهم می‌آورند (البته یک سلبریتی می‌تواند اثرگذاری مثبت هم داشته باشد که پرداختن به این مطلب از موضوع محوری این مقاله که سمت و سوی آسیب‌شناسانه دارد، خارج است).^۱

ممکن است برخی چنین تصور کنند چون قرآن هزار و چهارصد سال پیش نازل شده است در خصوص این معضل نوپدید، سخن خاصی ندارد؛ اما همان‌طور که گذشت، قرآن برای هر مسئله‌ای در هر دوره و زمانه‌ای، سفارش و راهکارهایی دارد. به‌همین سبب، قصد داریم تا در این نوشتار، نگاه خداوند متعال به این پدیده را جویا شویم؛ زیرا مطالعه ابعاد شهرت در جامعه ایرانی، نیازی است که تاکنون به خوبی به آن پرداخته نشده است و به‌صورت خاص، پژوهش‌هایی که رویکرد اسلامی دارند، به ندرت روی این میدان انجام شده‌اند.

روش تحقیق

این پژوهش در چارچوب اصلی خود، یعنی در استخراج، تحلیل و تفسیر آیات مرتبط با تعریف و آسیب‌های سلبریتی، از روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد^۲ بهره برده است.^۳ برای این منظور، آیات قرآن مورد بررسی قرار گرفته و همچنین مواردی به‌نحوی که ارتباط مستقیم با شخصیت‌شناسی و یا آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها داشت، شناسایی و در نرم‌افزار مکس کیودا (MAXQDA) جمع‌آوری و کدگذاری شد. این آیات به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد، طی چند مرحله، کدگذاری شده و در نهایت، مهم‌ترین مؤلفه‌ها و عناصری که در هویت، شخصیت‌شناسی و همچنین آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها از جانب خداوند بر آن‌ها تأکید شده است، مورد تحلیل و بررسی قرار گرفت.

«کدگذاری»^۴ فرایندی تحلیلی است که طی آن داده‌ها، مفهوم‌گذاری می‌شوند و به

۱. در اینجا تذکر و تأکید بر این نکته ضروری است که سلبریتی به معنای کسی که به نوعی، الگوی دیگر افراد جامعه قرار گرفته است همیشه الزاماً با کارکرد منفی همراه نیست؛ بلکه در صورت مدیریت درست شرایط، تأثیرگذاری مثبت سلبریتی‌ها هم، دور از انتظار و منفی نیست. البته بررسی تأثیر مثبتی که این قشر می‌توانند بر جامعه داشته باشند، مجال دیگری را می‌طلبد و از حوزه این پژوهش، خارج است. در این موضوع، دکتر هادی خانیکی، مدیر گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی و همچنین دکتر حسین میرزائی استادیار رشته مطالعات فرهنگی دانشگاه علامه طباطبائی نقطه نظراتی را در رسانه تحلیلی دانشگاه علامه طباطبائی بیان داشته‌اند (ر.ک: <https://atna.atu.ac.ir>).

2. Grounded Theory

۳. کارکردهای مثبت روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد در تفسیر قرآن کریم در مقاله «ارزیابی روش شناختی سبک تفسیر موضوعی داده‌بنیاد» نوشته محسن قمرزاده به خوبی تبیین شده است.

4. Coding

هم می‌پیوندند تا در یک روند منطقی و منسجم، هر کدام، بخشی از جوانب نظریه را در چارچوب روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد شکل دهند (اشتراوس، آنسلم و جولیت کریبن، ۱۳۹۸: ۱۷).

کدگذاری در نظریه داده‌بنیاد سه مرحله دارد^۱:

۱. کدگذاری باز:

کدگذاری باز قصد دارد تا داده‌ها را در قالب مفاهیم درآورد. به همین منظور، ابتدا داده‌ها از هم مجزا می‌شوند. عبارت‌ها براساس واحدهای معنایی دسته‌بندی می‌شوند تا تعلیقات، تحلیل‌ها و مفاهیم به آن‌ها ضمیمه شود. در این مرحله به هر یک از مفاهیم دارای اهمیت، عنوان و برجستگی داده می‌شود. این عنوان که اصطلاحاً به آن «کد» می‌گویند، باید گویای محتوای داده باشد و محقق را به مفهوم داده منتقل کند (فیلیک، ۱۳۸۷: ۳۳۰؛ میلز و هوبرمن، ۲۰۰۲: ۵۱). برای انجام کدگذاری، باز سطر به سطر متن مورد پژوهش، تحلیل می‌شود؛ یعنی با بررسی دقیق و از نزدیک، داده‌ها جمله به جمله و گاه، کلمه به کلمه متن، به مثابه یک واحد دارای اهمیت، کدگذاری می‌شود. تحلیل سطر به سطر به خصوص در آغاز پژوهش اهمیت دارد؛ زیرا تحلیل‌گر را به تولید سریع مقوله‌ها و پرورش آن‌ها توانا می‌سازد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۱۹۶). بدون این نخستین گام تحلیلی، مابقی تحلیل و ارتباطی که پس از آن برقرار می‌شود، نمی‌تواند رخ دهد.

۲. کدگذاری محوری:

فرایند مرتبط کردن مقوله‌ها به مقوله‌های فرعی، «کدگذاری محوری» نامیده می‌شود. این فرایند، مقوله‌ها را در سطح ویژگی‌ها و ابعاد مشترک به یکدیگر مرتبط می‌کند. «کدگذاری محوری» عمل مرتبط کردن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها در راستای ویژگی‌ها و ابعاد بوده و به چگونگی تلاقی مقوله‌ها با یکدیگر و به نحوه اتصال آن‌ها نظر دارد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۲۰۰-۲۰۲).

۳. کدگذاری گزینشی:

پس از دستیابی به یک تحلیل جامع و عمیق، همین‌که ما خود را به یک اندیشه مرکزی پایبند کردیم، مقوله‌های اصلی برآمده از «کدگذاری گزینشی» به دست می‌آیند. پس کدگذاری گزینشی فرایند یکپارچه‌سازی و پالایش نظریه است. در یکپارچه‌سازی، مقوله‌ها در حول یک مفهوم اصلی و مرکزی که قدرت توضیح‌دهندگی دارند، مرتب

۱. آقایان امیرحمزه و همکاران در مقاله‌ای که برای تبیین کارکردها و روش‌شناسی نظریه داده‌بنیاد برای تحقیقات اسلامی نوشته‌اند. این مراحل را به خوبی و به شکل مستند، توضیح داده‌اند (ر.ک: امیرحمزه و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۳-۱۵).

می‌شوند. مراحل از یکپارچه‌سازی، به تدریج و از نخستین گام‌های تحلیل روی می‌دهد و اغلب تا آخرین مراحل تهیه نوشته نهایی نیز ادامه یافته و به کمال خود می‌رسد (اشتراوس و کریبن، ۱۳۹۸: ۲۵۹).

از سوی دیگر روشن است، هرگونه تحلیل و بررسی آیات قرآن، مبتنی بر گونه‌ای از تفسیر آن است؛ البته تفسیر قرآن کریم نیز، روش‌های گوناگونی دارد که هرکدام از آن‌ها کارایی متفاوت و مناسب خود را شامل می‌شود. در این پژوهش، به اقتضای موضوع خاص خود و به تناسب نوپدید بودن مسئله فرهنگ سلبریتی، از روش «تفسیر عصری» استفاده شده است.

تفسیر عصری و روزآمد به دنبال آن است، متناسب با نیازهای روز، چهره‌ای نو و حقیقتی جدید از حقایق بی‌انتهای قرآن استنباط نماید. آنچه در تفسیر عصری مهم است، اینکه مفسر با رعایت ضوابط، اصول تفسیر، بدون هیچ افراط و تفریطی و بدون هیچ تأویل، تحمیل و تحریفی، دیدگاه‌های اصیل قرآن را نسبت به تحولات روز و دگرگونی‌های نوپدید اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، تبیین کند تا از این رهگذر، نیازهای عصر، ارزش‌ها، بایدها و نبایدهای جامعه کنونی اسلامی در سایه بیانات قرآنی روشن گردد. در این صورت، تفسیر به گونه‌ای شایسته، عصری و روزآمد شده و مفاهیم و آموزه‌های به‌روز، قرآن را آن‌گونه که هست عرضه می‌کند (معرفت، ۱۳۷۹، ج ۲: ۴۵۹-۴۸۱).

در این روش تفسیری که گونه‌ای از تفسیر موضوعی است، مفسر پرسش و مسئله را از متن جامعه دریافت می‌کند و سپس پاسخ آن را از قرآن می‌جوید؛ با این باور که قرآن، همواره پاسخگوی نیازهای روز «و شفاء لما فی الصدور» (یونس/۵۷) است و در واقع، با الهام گرفتن از نیازهای روز متن جامعه، با قرآن به گفتگو می‌نشیند و پاسخ را از قرآن می‌خواهد؛ چنانکه امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید: «ذلک القرآن فاستنطقوه و لن ینطق؛ و لکن أخبرکم عنه: ألا ان فیہ علم ما یأتی و الحدیث عن الماضی و دواء دایم و نظم ما بینکم» (شریف الرضی، ۱۴۱۴، خطبه ۱۵۸)؛ یعنی: «این قرآن است که در دسترس شماست؛ او را به سخن آورید؛ او خود سخن نمی‌گوید. همانا به شما خبر می‌دهم که در قرآن، دانستنی‌ها برای آینده، فراوان است و از گذشته نیز تجربه‌ها می‌آموزد؛ درمان دردهای شما همواره در آن موجود و راه به هم پیوستن گسسته‌ها در آن مشهود است». امام علی علیه السلام در این حدیث شریف توضیح داده‌اند که چگونه قرآن، روزآمد و پاسخگوی تمامی نیازها و برای همیشه است (صدر، بی‌تا): ۱۹-۲۳؛ (معرفت، ۱۳۷۹، ج ۲: ۵۲۷-۵۲۸).

خلاصه کلام آنکه: در این پژوهش، ابتدا به روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد، آیات مرتبط با شخصیت‌شناسی و آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها در قرآن کریم استخراج و کدگذاری شده و سپس با نگاه و اتکا به تفاسیر، به روش تفسیر عصری، نخست نکات مؤثر در تعریف سلبریتی از نگاه قرآن، مورد تحلیل قرار گرفته و سپس آسیب‌های فرهنگ سلبریتی برای جامعه، مورد بررسی قرار گرفته است؛ بنابراین پژوهش پیشرو در چارچوب اصلی خود، یعنی در استخراج داده‌ها از قرآن، از روش تحلیل محتوای داده‌بنیاد بهره برده و در توضیح و تبیین آیات از روش تفسیر عصری کمک می‌گیرد. چنانکه گذشت، جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها به روش داده‌بنیاد از نرم افزار (MAXQDA) استفاده شد و نمونه‌ای از خروجی این نرم افزار در داده‌های این پژوهش، قابل مشاهده است.

Segment	کد آزاد	کد محوری	کد گزینشی	Beginning	Other codes assigned to segment
وَقَالُوا رَبَّنَا إِنَّا أَطَعْنَا سَادَتَنَا وَكِبْرَاءَنَا فَأَضَلُّونَا السَّبِيلَا (احزاب/۶۷)	هواداران از سلبریتی‌ها به خاطر گمراه‌کننده بودنشان شکایت می‌کنند	آسیب گمراه‌کنندگی	آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی	۴	هویت سیادت رابطه سلبریتی و سلبریتی‌زده‌ها وضع سلبریتی در قیامت
وَقَالَ مُوسَى رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً وَأَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ (يونس/۸۸)	حضرت موسی از گمراه‌کننده بودن ملاء سخن می‌گوید	آسیب گمراه‌کنندگی	آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی	۱۸	آسیب گمراه‌کنندگی سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی
وَقَالَ مُوسَى رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً وَأَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ (يونس/۸۸)	ملاء، مردم را با زینت و ثروت و تجملاتشان گمراه می‌کنند	آسیب تجمل‌گرایی	آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی	۱۸	آسیب تجمل‌گرایی سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی
فَخَرَجَ عَلَيَّ قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ إِنَّهُ لَذُو حَظٍّ عَظِيمٍ (قصص/۷۹)	قارون نمایش ثروت به راه انداخت	آسیب تجمل‌گرایی	آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی	۲۸	دنیابریستی سلبریتی زده‌ها سوءاستفاده از زینت زمينه‌های شکل‌گیری فرهنگ سلبریتی

مفهوم‌شناسی سلبریتی

سلبریتی، فرد شناخته‌شده و محبوبی است که به‌علت برخی برتری‌ها و ویژگی‌های خاص، در حوزه فعالیت خود از دیگران متمایز شده و به کمک رسانه‌های جمعی، مورد توجه و علاقه طیف گسترده‌ای از افراد جامعه قرار گرفته است. دایره گسترده سلبریتی‌ها، می‌تواند شامل افرادی نظیر بازیگران، موسیقی‌دانان، فوتبالیست‌ها و ورزشکاران، خبرنگاران، سیاستمداران، مذهبیون و... باشد؛ بنابراین سلبریتی، می‌تواند هر شخصی، در هر جایگاه و حوزه‌ای باشد؛ به شرط آنکه او به‌عنوان یک چهره و الگو، توسط رسانه‌های جمعی مانند سینما و تلویزیون، مطبوعات و شبکه‌های اجتماعی، به شکل متمرکز، بازنمایی شود (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۲).

آن‌ها بخشی از فرهنگ عامه‌پسند امروزی شده‌اند و قدرت رسانه، آن‌ها را به یکی از نیروهای تأثیرگذار در اجتماع تبدیل کرده است؛ به گونه‌ای که چهره‌های مشهور به‌عنوان داوران سلیقه، ارزش و تفکر، جایگزین خانواده‌ها، مدارس و پایگاه‌های دینی شده و سرمشق تازه‌ای برای هویت‌یابی و الگوهای سبک زندگی، مد و رفتار ایجاد می‌کنند (اردکانی فرد، ۱۳۹۹: ۲۲۰، به نقل از: بنت، ۱۳۸۶: ۱۲۰). سلبریتی‌ها تنها از آن جهت اهمیت ندارند که توسط تعداد زیادی از مردم شناخته می‌شوند؛ بلکه از آن جهت دارای اهمیت می‌شوند که اقدامات سلبریتی‌ها اثرات عاطفی قابل توجهی بر تعدادی از مردم به‌جای می‌گذارد. آن‌ها به دلیل نفوذ اجتماعی^۱ که دارند، نقشی فرهنگی در نظام معنایی جوامع امروزی یافته‌اند. (اردکانی فرد، ۱۳۹۹: ۲۲۵، به نقل از: نایار، ۲۰۰۹: ۴-۵)

آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی از نگاه قرآن

دوگانه سلبریتی و هواداران، کاملاً به هم وابسته‌اند؛ به گونه‌ای که سلبریتی بدون وجود هوادار، هیچ معنایی ندارد؛ اما هواداری از شخصی که تنها به‌سبب زیبایی ظاهری یا مهارت در بازی فوتبال یا هر ورزش دیگری یا مهارت در بازیگری در سینما و... تبدیل به یک سلبریتی شده است؛ اگر به حد الگوبرداری و خط‌گیری از او در باورها، سبک زندگی و احساسات بینجامد می‌تواند بزرگ‌ترین آسیب‌های اجتماعی را به بار آورد. هواداری به این شکل را می‌توان «سلبریتی‌زدگی» نامید؛ و خطر و آسیب سلبریتی‌زدگی، برخی را بر این باور داشته است که «پس از طوفان نوح، سلبریتی بزرگ‌ترین تهدید

۱. مفهوم «نفوذ اجتماعی» در اصطلاح روان‌شناسی اجتماعی آن است که کسی توان تحت تأثیر قراردادن دیگران را چه با گفتار و چه با رفتار خود داشته باشد. به دیگر سخن، نفوذ اجتماعی عبارت است از توان کنترل و هم‌رنگ کردن دیگران با خود (کریمی، ۱۳۷۷: ۱۰۳).

برای تمدن بشر بوده است» (فریس، ۱۴۰۱: ۱۸).

به هر روی، محققان حوزه علوم اجتماعی، هواداری از سلبریتی و عناصر رسانه‌ای را ملازم با عدم بلوغ و کوتاه‌فکری می‌دانند که متأثر از فرهنگ توده‌ای است؛ بدین معنا هواداری و هواخواهی به عوام‌فریبی و استثمار هواخواهان می‌انجامد (روشندل اربطانی، طاهر و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۴، به نقل از: مک کوایل، ۱۳۸۸: ۵۵)؛ حتی برخی پژوهشگران که معتقد به نوعی کارکردهای مثبت برای این فرهنگ هستند نیز به این نکته اذعان دارند که آسیب دست‌کاری در باورها و احساسات هواداران و افسون‌زدگی و کنترل، بخش جدایی‌ناپذیر نظام و فرهنگ سلبریتی را تشکیل می‌دهد (روشندل اربطانی، طاهر و همکاران، ۱۴۰۰: ب: ۱۵).

بنابراین فرهنگ سلبریتی، آسیب‌های بسیار جدی و جبران‌ناپذیری را در دامن خود می‌پوراند. خداوند در قرآن کریم نسبت به این آسیب‌های اجتماعی، بی‌تفاوت نبوده و هشدارهای لازم در این باره را داده است. در ادامه، به مهم‌ترین مواردی که قرآن کریم به‌عنوان آسیب‌های دنباله‌روی از سلبریتی‌ها مطرح کرده است، خواهیم پرداخت.

آسیب فسادانگیزی

«الَّذِينَ كَفَرُوا وَ صَدُّوا عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ زِدْنَاهُمْ عَذَابًا فَوْقَ الْعَذَابِ بِمَا كَانُوا يُفْسِدُونَ» (نحل/ ۸۸) اگر بخواهیم در یک نگاه کلان آسیب‌شناسانه، آفات سلبریتی‌ها برای جامعه را در یک کلمه خلاصه کنیم، باید به همان آسیب فسادانگیزی آن‌ها که مورد تأکید قرآن کریم است، اشاره نماییم. خداوند در آیه فوق، انتقاد می‌کند از کسانی^۱ که مردم را از راه خدا باز می‌دارند و با گمراه کردن و دروغ‌پردازی، فطرت مردم را تباه می‌کنند. برپایه این آیه، گمراه کردن دیگران، گونه‌ای فسادانگیزی است و عذاب مضاعف آن‌ها در قیامت، پیامد همین فسادانگیزی است (مدرسی، ۱۴۱۹، ج ۶: ۱۱۱).

حضرت صالح نیز خطاب به قوم ثمود فرمود: «وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُشْرِكِينَ» (الَّذِينَ يُفْسِدُونَ فِي الْأَرْضِ وَلَا يُصْلِحُونَ^۲) (شعرا/ ۱۵۲). منظور از مشرکین در این آیه

۱. کسانی که کفر ورزیدند و از راه خدا باز داشتند به [سزای] آنکه فساد می‌کردند عذابی بر عذابشان می‌افزاییم.

۲. قید «الَّذِينَ كَفَرُوا» در صدر این آیه، محتوای آن را منحصر در کافران غیرمسلمان نمی‌کند، زیرا مطابق حدیث امام صادق علیه السلام در لسان قرآن، پنج‌گونه کفر وجود دارد (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲: ۳۸۹) و برخی از این گونه‌ها با اسلام ظاهری هم قابل جمع است و به اصطلاح فقهی، برخی از مصادیق کفر در لسان قرآن، حداکثر موجب فسق است نه کفر و خروج از اسلام (موسوی سبزواری، ۱۴۰۹، ج ۱: ۳۱۷).

۳. و از رفتار رؤسای مسرف و ستمگر پیروی نکنید (۱۵۱)، که آن مردم در زمین همه‌گونه فساد می‌کنند و هیچ‌گونه به اصلاح (حال خلق) نمی‌پردازند (۱۵۲).

آشراف، بزرگان و رؤسای گناهکار جامعه هستند که دیگران نسبت به آن‌ها پیروی و حرف‌شنوی دارند (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۵؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۷: ۱۴۴؛ طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۷: ۳۱۳). صالح پیامبر، مردمش را از دنباله‌روی از این‌گونه افراد در رفتار و سبک زندگی، نهی فرمود (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۵)؛ چراکه این افراد، به دنبال فساد و تباهی در زمین هستند و هیچ خیر و صلاحی از آن‌ها امید نمی‌رود. منظور از اسراف، زیاده‌روی و تجاوز از حدود مشخص شده در قانون تکوین و قانون تشریح است. از آنجاکه هر افراطی، موجب فساد و اختلال است می‌توان گفت: اسراف، عامل ایجاد فساد و تباهی است؛ البته اسراف در ادبیات قرآنی معنای گسترده‌ای داشته و شامل گناهان نیز می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۴۲۱، ج ۱۱: ۴۳۰).

از سوی دیگر، فساد در ادبیات قرآن در مقابل صلاح و به معنای هرگونه تباهی، نابسامانی و اختلال در نظم و اعتدال شیء است. خداوند متعال در بیش از بیست مورد از آیات قرآن کریم، سخن از «فساد فی الأرض» دارد و دلیل همراه شدن قید «فی الأرض» به «فساد» نظر به جنبه‌های اجتماعی مسئله است و اشاره به این واقعیت دارد که یک فساد اجتماعی بر روی زمین، معمولاً موضعی نخواهد بود و در یک منطقه خاص نمی‌توان آن را محصور ساخت؛ بلکه در سطح اجتماع و در روی زمین گسترش پیدا می‌کند و از یک گروه به گروه دیگر سرایت خواهد کرد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۰: ۲۰۱-۲۰۴).

علامه طباطبایی در تفسیر آیه فوق و در توضیح چگونگی ارتباط میان فساد و مسرفان به این نکته اشاره می‌کنند، نوعی اعتدال، هماهنگی و ائتلاف، بر همه نظام هستی حاکم است. از آنجاکه انسان هم جزئی از عالم هستی است، وقتی به غایت سعادت خود می‌رسد که قانون اعتدال و میانه‌روی را آن‌گونه که بر همه عالم، حکم فرما است بر همه اقطار وجودی خود، حاکم نماید و از هر افراط و تفریطی بپرهیزد؛ اما اگر دچار اسراف شده و از حدود اعتدال تخطی کند، اولاً وجود خود را مختل و تباه ساخته و ثانیاً از آنجاکه او جزئی از عالم هستی است، اختلال و تباهی او به مجموعه عالم هم سرایت می‌کند و از این جهت است که خداوند «فساد فی الأرض» را به مسرفان نسبت داده است (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۵: ۳۰۶؛ مکارم شیرازی، ۱۴۲۱، ج ۱۱: ۴۳۰-۴۳۱).

پس از تعمق در نکات و ویژگی‌های مورد تأکید در دو آیه فوق، روشن خواهد شد که برخی سلبریتی‌ها از مصادیق نوپدید هردو آیه هستند. آن‌ها مطابق آیه «هستاد و هشتم سوره نحل»، با گفتار و رفتار خود، هوادارانشان را از راه خدا بازمی‌دارند و به علت این فسادانگیزی‌ها، دچار عذاب مضاعف خداوند خواهند شد. همچنین مطابق دو آیه

«۱۵۱ و ۱۵۲ سوره شعرا»، آن‌ها جزء «مفسدان فی الأرض» به شمار می‌آیند، زیرا آن‌ها جلوداران بسیاری از گناهکاران امروزی هستند و هوادارن در انواع انحراف‌ها و کجی‌ها از آن‌ها حرف‌شنوی داشته و پیرو آن‌ها هستند.

افزون‌بر مفاسده‌ای که سلبریتی‌جماعت در ترویج انواع فسادها و گناهان در جامعه دارند، فسادانگیزی آن‌ها در جوامع امروزی بشر و سوءاستفاده‌های ابزاری مستکبران عالم از آن‌ها در جهت پیش‌برد سیاست‌های ضدبشری و خانمان‌سوزشان که از مصادیق بارز «فساد فی الأرض» است^۱، نیز در کارنامه برخی سلبریتی‌های مطرح در سطح جهانی مطرح است. آمریکا بیشترین سوءاستفاده‌ها را از ابزار «دیپلماسی سلبریتی»^۲ در جهت «فساد فی الأرض» داشته است.

نقشی که یکی دو چهره هالیوودی در پیچیده‌تر شدن اوضاع در ناآرامی‌های کنگو در سال ۲۰۱۰ داشتند و نقش مخرب «جورج کلونی» بازیگر سرشناس هالیوود در تجزیه سودان، در سال ۲۰۱۱ برخی از این موارد است. آخرین و بزرگ‌ترین ویرانی که سلبریتی‌ها در زمین به بار آورده‌اند، مربوط می‌شود به نقش ویران‌گر «ولودیمیر زلنسکی» در شعله‌ور شدن آتش جنگ در اوکراین. در همه این موارد، سلبریتی‌ها عامل پیشبرد سیاست‌های آمریکا بوده‌اند (اعرابی، ۱۴۰۲، سرمقاله روزنامه کیهان، ۱۴۰۲/۳/۱). نقش آفرینی «آنجلینا جولی» طی سال‌های اخیر در مسیر اهداف بعضاً نامشروع دیپلماسی آمریکا نیز روشن‌تر از آن است که نیاز به توضیح داشته باشد (ر.ک سایت موعود: دیپلماسی فعال آمریکا با آنجلینا جولی؛ سایت راسخون: مأموریت آمریکا برای سوپرستارهای هالیوودی).

نمونه روشن دیگر از «فساد فی الأرض» که سلبریتی‌ها به بار آورده‌اند نقش مخرب و ویران‌گر برخی^۳ از آن‌ها در اغتشاشات سال ۱۴۰۱ در ایران بود. برخی از آن‌ها ناآرامی‌ها را رهبری کرده و گروهی نیز با تمام توان به تحریک هیجان‌ات مردم برای شورش و اغتشاش و نافرمانی مدنی پرداختند.

۱. اقدام به هر عملی با قصد به فسادکشاندن گسترده جامعه، از مصادیق افساد فی الارض است (گلدوزیان، ۱۳۸۸: ۲۶۴) و تفاوتی ندارد که این مفسده و تباهی، با ایجاد اختلال در نظام اجتماع یا در امنیت جانی مردم باشد و یا در عفت عمومی جامعه باشد (حسین احمدی، ۱۴۰۱: ۷۶۲، به نقل از آیت الله مظاهری).

2. Celebrity diplomacy

۳. البته برخی سلبریتی‌ها نیز نقشی سازنده ایفا کرده و در مسیر آگاهی دادن به مردم و آرام کردن آن‌ها قدم برداشتند.

آسیب‌گمراه‌کنندگی جامعه

قرآن کریم چندین بار نسبت به خطر کسانی که موجبات گمراهی دیگران را فراهم می‌آورند، هشدار داده است. یکی از امروزی‌ترین مصادیق گمراه‌کنندگان مردم، بسیاری از سلبریتی‌ها هستند. در قیامت، هواداران از سلبریتی‌ها به درگاه خداوند شکایت خواهند کرد: «رَبَّنَا اِنَّا اَطَعْنَا سَادَتَنَا وَكُبْرَاءَنَا فَاضْلَمْنَا السَّبِيلَا» (احزاب/۶۷). شکایت آن‌ها به خاطر گمراهی است که به دنبال هواداری از سلبریتی‌ها دامن‌گیرشان شده است. خداوند متعال بارها به گونه‌ای سخن از طرح شکایت در قیامت بر علیه سلبریتی‌ها و هر شخص دیگری که عامل گمراهی دیگران بوده‌اند، داشته است (اعراف/۳۶؛ صافات/۳۲؛ سبأ/۳۱؛ قصص/۶۳؛ فصلت/۲۹؛ ص/۶۱؛ فرقان/۲۹)؛ البته خداوند حکیم، قبل از قیامت در دنیا و در قرآن به همگان هشدار داده است که بسیاری از مردم، براساس هوا و هوس‌های آلوده خود و بدون هیچ علم و آگاهی، دیگران را گمراه می‌کنند «اِنَّ كَثِيْرًا لِّيُضِلُّوْنَ بِاَهْوَائِهِمْ» (انعام/۱۱۹). همچنین هشدار داده است که بیشتر مردم این صلاحیت را ندارند که مورد توجه و پیروی قرار بگیرند؛ و دنباله‌روی از اکثر مردم (بی‌تردید بسیاری از سلبریتی‌ها هم از همین قماش هستند) گمراهی و ضلالت را به دنبال خواهد داشت «وَ اِنْ تَطَّعْ اَكْثَرُ مَنْ فِى الْاَرْضِ يَضِلُّوْكَ عَنْ سَبِيْلِ اللّٰهِ» (انعام/۱۱۶).

افزون‌بر واژگانی همچون «اضلال» و «اغوا» که به معنای گمراه کردن و فریفتن دیگران است، کلیدواژه «صد» (به معنای بازداشتن) از راه خدا نیز چندین مرتبه در قرآن کریم تکرار شده است و بسیاری از آیاتی که در آن‌ها این کلیدواژه به چشم می‌خورد بر سلبریتی‌ها (از آن جهت که هوادارانشان را از راه خدا باز می‌دارند) قابل انطباق است؛ توضیح آنکه در ادبیات قرآن «صد عن سبیل الله» و بازداشتن از راه خدا به دو طریق، امکان‌پذیر است. قسم نخست از طریق قوه قهریه و زور و اجبار است، مانند کسانی که به زور شمشیر، سد راه مؤمنان برای رفتن به مسجدالحرام می‌شوند (حج/۲۵) یا مانند کسانی که با بهره‌اندختن جنگ در ماه‌های حرام «صد عن سبیل الله» می‌کنند (بقره/۲۱۷). قسم دوم بازداشتن مردم از راه خدا، از طریق فریفتن آن‌ها است؛ چنانکه

۱. این آیه، شکایت از کسانی را حکایت می‌کند که در جامعه خود، به گونه‌ای آفایی، سیادت و بزرگی داشته‌اند و مرجع و مورد توجه مردم بوده و در عین حال، موجب گمراهی مردم و هواداران خود می‌شده‌اند و مضمون این آیه از این جهت، بر سلبریتی‌های امروزی قابل صدق است.

۲. پروردگارا! ما از سران و بزرگان خود اطاعت کردیم و ما را گمراه ساختند!

۳. و بسیاری از مردم، به خاطر هوی و هوس و بی‌دانشی، (دیگران را) گمراه می‌سازند.

۴. و اگر پیروی از اکثر مردم روی زمین کنی تو را از راه خدا گمراه خواهند کرد.

قرآن کریم، دروغ بستن به خدا و کج‌نمایی راه هدایت الهی را از مصادیق «صدّ عن سبیل الله» دانسته و می‌فرماید: «وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنْ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا... الَّذِينَ يَصُدُّونَ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ وَيَبْغُونَهَا عِوَجًا» (هود/۱۸-۱۹) و «الَّذِينَ يَصُدُّونَ عَنِ سَبِيلِ اللَّهِ وَ يَبْغُونَهَا عِوَجًا» (اعراف/۴۵؛ ابراهیم/۳). بسیاری از سلبریتی‌ها در قسم اخیر، جای دارند و متأسفانه از بزرگ‌ترین مصادیق امروزی بازدارندگان از راه خدا، با انواع فریب و حيله‌ها هستند. در فرایند کدگذاری آیات مرتبط با سلبریتی، بیش از ده کد در باب اشارات قرآنی بر آسیب صدّ و بازدارندگی آن‌ها از راه خدا شناسایی شد و کدهای اشاره به اضلال و گمراه کردن دیگران نیز از این تعداد هم بیشتر است.

در نهایت، نتیجه می‌گیریم بزرگ‌ترین آسیب و تهدید برای جامعه از سوی سلبریتی‌ها، آسیب گمراه کردن هواداران و بازداشتن آن‌ها از مسیر درست الهی است؛ به‌همین علت، می‌بینیم خداوند متعال نزدیک به سی مرتبه و بلکه (در صورت ضمیمه کردن کدهای نزدیک به این محتوا) بیشتر از این تعداد، به انحاء گوناگون نسبت به این آسیب جدی، هشدار داده است.

به هر روی، سلبریتی همان‌گونه که خود، گمراه و فریفته است به دنبال گمراه کردن و فریفتن دیگران نیز می‌باشد. این واقعیتی است که آن‌ها در روز قیامت به پیشگاه خداوند، به آن اعتراف خواهند کرد: «أَغْوَيْنَاهُمْ كَمَا غَوَيْنَا» (قصص/۶۳). آن‌ها این اعتراف را در مواجهه با طرف‌داران خود نیز خواهند داشت و به هواداران‌شان خواهند گفت: ما شما را فریب دادیم آن‌گونه که خود، گمراه و فریب‌خورده بودیم «فَأَغْوَيْنَاكُمْ إِنَّا كُنَّا غَاوِينَ» (صافات/۳۲)؛ بدین جهت، خداوند هشدار می‌دهد: «وَلَا تَتَّبِعُوا أَهْوَاءَ قَوْمٍ قَدْ ضَلُّوا مِنْ قَبْلُ وَأَضَلُّوا كَثِيرًا وَ ضَلُّوا عَنْ سَوَاءِ السَّبِيلِ» (مائده/۷۷). این آیه شریفه، ما را نهی می‌کند از دنباله‌روی کردن از کسانی همچون برخی سلبریتی‌ها که گمراهند و در عین گمراهی، مورد پذیرش و احترام جامعه بوده و دیگران مطیع آراء و اوامر آنها هستند. این افراد به‌خاطر دیدگاه‌های باطلشان گمراه‌اند و به‌علت جایگاهی

۱. و در جهان از آنهایی که به خدا نسبت دروغ دادند ستمکارتر کیست؟ آنان بر خدای خود عرضه داشته شوند و گواهان (محشر) گویند: اینان هستند که بر خدای خود دروغ بستند، آگاه باشید که لعن خدا بر ستمکاران عالم است (۱۸)، آن ستمکاران که (بندگان را) از راه خدا باز می‌دارند و سعی می‌کنند که راه حق را کج کنند (و خلق را به راه باطل کشند).

۲. آنهایی که از راه خدا باز می‌دارند و آن را کج می‌طلبند (به شبهه راه راست مردم را کج می‌کنند) و آنها به قیامت ایمان ندارند.

۳. پروردگارا! ما این [عبادت کنندگانمان] را گمراه کردیم؛ [آری] ما آن‌ها را گمراه کردیم همان‌گونه که خودمان گمراه شدیم؛

۴. و ما شما را بدین سبب گمراه کردیم که خود گمراه بودیم.

۵. بگو: ای اهل کتاب، در دین خود به ناحق غلو نکنید و از پی خواهش‌های آن گروه که خود پیش از این گمراه شدند و بسیاری را گمراه کردند و از راه راست دور افتادند نروید.

که دارند، طرف‌دارانشان را نیز به گمراهی می‌کشاند (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۶: ۷۸). این‌دست از سلبریتی‌ها، مصادیق امروزیین آیه «وَإِخْوَانُهُمْ يَمُدُّوهُمْ فِي الْعَيِّ ثُمَّ لَا يُقْصِرُونَ^۱» (اعراف/۲۰۲) هستند. خداوند در این آیه شریفه می‌فرماید: شیاطین جن و انس که یاران انسان‌های گناهکارند، پیوسته آن‌ها را در فرورفتن در گمراهی و انحراف کمک می‌کنند و آن‌ها را به این راه می‌کشاند و پیش می‌برند (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۴: ۷۹۰؛ قطب، ۱۴۲۵، ج ۳: ۱۴۲۰). آن دسته از سلبریتی‌ها که حتی پس از روشن شدن اشتباهاتشان باز هم به گونه‌ای خستگی‌ناپذیر و لجوجانه، طرفدارانشان را به کجی‌ها فرامی‌خوانند، از مصادیق بارز و امروزیین این آیه هستند. امروزه، جامعه‌شناسان نیز در آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی و هواداری از آن‌ها نگران منحرف و گمراه کردن هواداران توسط سلبریتی‌ها هستند.

به‌طور کلی، اشتباه‌گروه‌های مرجع، به دلیل پیروانی که دارند، ممکن است به آسیب و حتی فاجعه تبدیل شود. با این حال، موضوع سلبریتی‌ها حساس‌تر است؛ چون بسیاری از آنان، تخصص چندانی ندارند و اگر هم دارند از برترین‌های تخصص خود نیستند، همچنین بسیاری از آن‌ها ممکن است در مسائلی که با آن‌ها آشنایی کافی ندارند، نظر احساسی بدهند و انبوهی از افراد هم به‌دلیل احساسات مثبت نسبت به آنان، در اثر پیروی از آن‌ها گمراه شوند (حیدرآبادی و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۱۹۹).

آسیب‌اشاعه فحشا

«إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ^۲» (نور/۱۹). خداوند در این آیه، کسانی را که به دنبال «اشاعه فحشا» در میان جامعه اسلامی هستند به عذابی دردناک حواله داده است. مفهوم «اشاعه فحشا» در آیه شریفه، گستره وسیعی داشته و هرگونه نشر فساد و گستراندن زشتی‌ها و کمک به توسعه آن در جامعه را شامل می‌شود؛ زیرا «فحشا» در لغت به معنی هرگونه رفتار و گفتاری است که زشتی آن بزرگ باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۴: ۴۰۳). کسانی که با رفتار و سخنان غیرمسئولانه خود به دنبال به راه انداختن انواع فحشا و فسادها در جامعه هستند تا روحیه ایمانی و معنوی جامعه را هدف قرار داده و فکر، ذهن، اخلاق، سبک زندگی، روابط سالم اجتماعی را به تباهی بکشانند، مصداق این آیه قرار می‌گیرند. هرگونه

۱. و مشرکان را برادرانشان (یعنی شیاطین انس و جن) به راه ضلالت و گمراهی می‌کشند و هیچ کوتاهی نمی‌کنند.

۲. آنان که (چون عبد الله ابی سلول و منافقان دیگر) دوست می‌دارند که در میان اهل ایمان کار منکری اشاعه و شهرت یابد آنها را در دنیا و آخرت عذابی دردناک خواهد بود

سخن‌پراکنی و مطرح ساختن کلمات غیرمسئولانه در جهت به انحراف کشاندن طرز فکر، احساسات و خواسته‌های جامعه از ارزش‌های متعالی الهی، می‌تواند مصداقی از اشاعه فحشاء در آیه فوق به شمار آید (فضل الله، ۱۴۱۹، ج ۱۶: ۲۶۶-۲۶۹).

فقها نیز براساس همین آیه شریفه، اشاعه فحشا را از گناهان کبیره برشمردند (نجفی، ۱۳۶۲، ج ۱۳: ۳۱۵؛ مظاهری، ۱۳۸۹: ۳۸۷) و در برخی نظریات فقهی، انجام دادن علنی گناه جهت ترغیب دیگران به زشتی‌ها و همچنین فراهم آوردن وسائل و مقدمات گناه برای دیگران، جزء مصداق اشاعه فحشا به شمار آمده است (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۲، ج ۱: ۴۹۸). برخی فقها نیز در نگاهی جزئی‌تر و مصداقی‌تر، بدحجابی و خودنمایی یک زن در جامعه یا انتشار گفته‌های گناه‌آلود و تحریک‌کننده به‌سوی گناه را نیز از نمونه‌های اشاعه فحشا برشمردند (مظاهری، حسین، ۱۳۸۹: ۳۸۷). همانا، پیامبر اکرم فرمودند: «مَنْ أَدَاعَ فَاحِشَةً كَانَتْ كَمُبَدِّلِهَا» (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲: ۳۵۶)؛ یعنی کسی که فاحشه و کار زشتی را نشر دهد، همانند کسی است که آن را در آغاز انجام داده است. روشن است، رفتارهای برخی سلبریتی‌ها به روشنی، مصداق این حدیث شریف و نمونه‌های امروزی اشاعه فحشا در جامعه هستند.

امروزه محتواهای سراسر ابتذال، رفتارهای رکیک، سخنان و کلمات به‌دور از عفتی که از امثال ساسی مانکن و امیرتتلو مشاهده می‌شود، بیشترین اثرات مخرب را بر بنیان‌های فرهنگ، حیا، عفت و پاکدامنی جامعه و خصوصاً جوانان و نوجوانان و حتی کودکان دارد. هدف‌گذاری سبک و سیاق موسیقی آن‌ها و محتوای اشراپ‌شده در آن، اشاعه فحشا در بالاترین سطح است و به‌همین خاطر از مبتذل‌ترین محتواها استفاده کرده و حتی چهره‌های مشهور پورن‌استار را به کمک می‌گیرند تا فحشا را در میان معصوم‌ترین قشر جامعه، یعنی جوانان، نوجوانان و حتی کودکان به بدترین شکل ممکن گسترش دهند. به باور برخی کارشناسان در تحلیل این پدیده شوم باید گفت: کار از «تهاجم فرهنگی» گذشته و امروزه ما با نوعی «تجاوز فرهنگی» مواجه هستیم (پایگاه علمی و تخصصی روانشناسی و بهداشت روان <https://www.migna.ir/news>).

از دیگر پرده‌های تأسفبار و فاجعه‌آمیز اشاعه فحشا که اخیراً در سایه غفلت و تساهل جامعه، توسط برخی سلبریتی‌ها رقم خورده است، ابراز ارادتی است که برخی از آن‌ها از هم‌جنس‌بازان نشان داده‌اند. گویا این جماعت، در هر فحشایی باید جلودار دیگران باشند و با این کار خود می‌خواهند بابتی جدید از فحشا را در جامعه، قبح‌زدایی کنند (سنگ تمام بازیگران ایرانی در حمایت از بازماندگان قوم لوط <https://www.seratnews.com>). این دست

از اقدامات شرم‌آور برخی سلبریتی‌های ایرانی در ادامه حرکتی است که توسط امثال برخی سلبریتی‌های هالیوودی برای اشاعه و گسترش این‌گونه از فحشاها در سطح جهان صورت می‌گیرد (پروژه گسترش انحراف جنسیتی چگونه کلید خورد <https://www.farsnews.ir>).
قصه پرغصه ترویج بی‌حجابی و طرف‌داری عملی و تمام‌قد از کشف حجاب که از سوی برخی سلبریتی‌ها در چند ماهه اخیر، به شکل پیگیر و حساب‌شده دنبال شده است، از دیگر پرده‌های تأسفبار اشاعه فحشا توسط این جماعت است.

آسیب ترویج تجمل‌گرایی

خداوند درباره «قارون» که نماد تجمل‌گرایی در قرآن است، می‌فرماید: «فَخَرَجَ عَلَى قَوْمِهِ فِي زِينَتِهِ قَالَ الَّذِينَ يُرِيدُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا يَا لَيْتَ لَنَا مِثْلَ مَا أُوتِيَ قَارُونُ إِنَّهُ لَذُو حَظٍّ عَظِيمٍ» (قصص/۷۹) قارون هم مانند دیگر افرادی که به دنبال اشرافی‌گری هستند، مبتلا به آفت تجمل‌گرایی و جنون نمایش ثروت بود. چنین افرادی از اینکه ثروت خود را به رخ دیگران بکشند، سوار مرکب راهوار گران‌قیمت شوند و از میان پابره‌ها بگذرند و متکبرانه تحقیرشان کنند، لذت می‌برند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۶: ۱۶۳). قدرت و ثروت در دست انسان‌های غافل، سبب فخرفروشی، خودنمایی و تجمل‌گرایی است (قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۷: ۹۶)؛ البته این فخرفروشی‌ها و خودنمایی‌ها تأثیر مخرب خود را بر انسان‌های سست‌عنصر و ضعیف‌الایمان خواهد داشت، چنانکه خداوند متعال در ذیل این آیه شریفه اشاره می‌کند کسانی که خواهان زندگی دنیا بودند پس از دیدن نمایش و زندگی تجملاتی قارون آرزو کردند، ای کاش ما هم می‌توانستیم زندگی پر زرق و برقی همچون زندگی قارونی که سرشار از حظوظ و لذت‌ها است داشته باشیم. قارون، ابهت مادی و تجملات خود را به رخ مردم کشاند و به هر حال همیشه هستند، دنیاخواهانی که نهایت سعادت و خوشبختی را در لذت‌های دنیوی خلاصه می‌کنند؛ زینت‌های زمینی، چشمان چنین کسانی را خیره می‌کند و هنگام مشاهده تجملات برخی دنیاداران، پاهایشان سست می‌شود (قطب، ۱۴۲۵، ج ۵: ۲۷۱۳؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۷: ۳۴۲).

شیطان و ایادی او از این نقطه ضعف انسان بیشترین سوءاستفاده‌ها را می‌برند؛ چنانکه حضرت موسی به خداوند عرض کرد: «رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَمَلَأَهُ زِينَةً

۱. آن‌گاه قارون (روزی) با زیور و تجمل بسیار بر قومش در آمد، مردم دنیاطلب (که او را دیدند) گفتند: ای کاش همان قدر که به قارون از مال دنیا دادند به ما هم عطا می‌شد که او بهره بزرگ و حظ وافری را داراست.

وَأَمْوَالاً فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ^۱» (یونس/۸۸). مطابق این آیه شریفه، موسی علیه‌السلام در نگاهی آسیب‌شناسانه، سوءاستفاده از دو ابزار «زینت» و «اموال» را از جانب «مَلَأَ»، عامل به‌گمراهی‌کشاندن مردم دانسته است. آن‌ها با به‌نمایش‌گذاشتن ثروت و زینت خود، به‌گمراه‌کردن مردم و تسلط‌یافتن بر آن‌ها می‌پردازند و روح و روان مردم را با اشرافی‌گری و تجملاتی که چشم‌ها را خیره و ذهن‌ها را کور می‌کند، تضعیف و پیرو خود می‌کنند (فضل‌الله، ۱۴۱۹، ج ۱۱: ۳۵۹) و به‌این‌ترتیب، جمال و جلال، فخر و مباهات و انواع ثروت و مکتبی که خداوند به برخی در دنیا عطا می‌کند، مایهٔ تجمل‌گرایی و به‌دنبال آن، گمراه‌کردن دیگران قرار می‌گیرد (ثقفی‌تهرانی، ۱۳۹۸، ج ۳: ۴۰؛ مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۸: ۳۷۲).

همان آسیب‌تجمل‌گرایی و آفت اشرافی‌گری که قارون و «مَلَأَ» در جامعهٔ حضرت موسی به بار آورده بودند را متأسفانه امروزه می‌بینیم که برخی سلبریتی‌ها در جامعهٔ ما به بار آورده‌اند. هر روز در فضای مجازی و احیاناً در برخی مجلات و رسانه‌ها، شاهد مانور تجملات سلبریتی‌ها هستیم. تصاویر و کلیپ‌های بی‌پایانی که از ویلاها، ماشین‌ها و زندگی لاکچری و اشرافی هرکدام از آن‌ها منتشر می‌شود، جلوه‌ای از خودنمایی و نمایش اشرافی‌گری این جماعت است. طبعاً همان‌گونه که بنی‌اسرائیل، قارون و زندگی قارونی را در منتهای و سقف آرزوهای خود قرار می‌دادند، امروزه هم بسیاری، نهایت آرزوهای خود را در شبیه شدن به این جماعت ترسیم می‌کنند.

به‌باور جامعه‌شناسان، سلبریتی‌های ایرانی به‌شدت، مصرف‌گرایی را به‌انحاء مختلف ترویج می‌کنند و در حالی که جامعهٔ ایرانی، یک جامعهٔ زیر فشارهای بین‌المللی اقتصادی است (شاه‌قاسمی، ۲۰۲۱). تبلیغ‌ها و اظهارنظرهای سلبریتی‌ها در خصوص برخی از کالاها، برندها و مارک‌ها، دیدگاه کاربران را در حوزهٔ تناسب‌اندام، سبک تغذیه و مصرف تجملاتی و متظاهرانه، تحت تأثیر قرار می‌دهد و به‌سوی توجه بیش از اندازه به مصرف و تناسب‌اندام جلب می‌کند؛ البته محبوبیت سلبریتی‌ها باعث

۱. بار آنها تو به فرعون و فرعونیان در حیات دنیا ملک و اموال و زیورهای بسیار بخشیدی که -پروردگارا- بدین وسیله بندگان را از راه تو گمراه کنند.

۲. بر پایهٔ تفسیری که مفسران از واژهٔ قرآنی «مَلَأَ» ارائه داده‌اند و براساس توضیحات واژه‌شناسانه «سلبریتی» می‌توان نتیجه‌گرفت که سلبریتی‌ها از مصادیق امروزی «مَلَأَ» در اصطلاح قرآنی هستند. «مَلَأَ» از مصدر «ملء» به معنای «پُر بودن» است و مفسران توضیح داده‌اند که دلیل استفاده خداوند از واژه «مَلَأَ» برای اشاره به بزرگان، اشراف و چهره‌های شاخص جامعه آن است که این گونه افراد، قلب‌های دیگران را پر می‌کنند و همهٔ چشم‌ها به‌سوی آن‌ها خیره است و همه توجهات به آن‌ها برمی‌گردد و لذا خداوند با واژه «مَلَأَ» به بزرگان و سرکردگان جامعه که در مقابل هدایت الهی قیام می‌کنند اشاره دارد (فخررازی، ۱۴۲۰، ج ۱۴: ۲۹۶). برای تحقیق بیشتر درباره وجه تسمیه اشراف و بزرگان جامعه به «مَلَأَ» و تطابق آن با سلبریتی‌ها ر.ک: (طوسی، بی‌تا)، ج ۷: ۳۷؛ طبرسی، ۱۴۱۲، ج ۱: ۱۳۴؛ و ج ۲: ۱۴۲؛ ۱۳۷۲؛ ج ۲: ۶۰۹ و ۷۹۱).

می‌شود که هواداران از پیام و سبک‌های تبلیغی آن‌ها پیروی کنند (روشندل اربطانی و همکاران، ۱۴۰۰ الف: ۱۰۶).

مصطفی اجتهادی برخی دیدگاه‌های مرتبط با نقش سلبریتی‌ها در رواج تجمل‌گرایی را به این ترتیب جمع‌آوری کرده است: از نظر مارشال (۱۹۹۷)، فرهنگ سلبریتی، پیامد دو ایدئولوژی مسلط، یعنی فردگرایی و سرمایه‌داری بازار در فرهنگ غربی معاصر است و سلبریتی‌ها، به مثابه نشانه‌هایی عمل می‌کنند که از طریق آن‌ها این گفتمان‌های ایدئولوژیک، به مخاطب منتقل می‌شوند. روجک (۲۰۰۱) نیز معتقد است که فرهنگ سلبریتی، بخشی از نظام معنایی سرمایه‌داری را تشکیل می‌دهد که برای بازتولید کالاها و افزایش میل در مصرف‌کنندگان و انباشت سرمایه برساخته شده است. به زعم موران (۲۰۰۶) سلبریتی‌ها، اشیاء و حامل‌های مصرف هستند. آن‌ها از طریق تأیید محصول به فرهنگ مصرفی اعتبار می‌دهند و آن را تشویق می‌کنند (Moran, 2006: 269). کشمور (۲۰۰۶) نیز بر پیوند میان فرهنگ سلبریتی و کالایی‌سازی، صحه می‌گذارد (ر.ک اجتهادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۳).

در وبلاگ دکتر پیوسته (<https://myresearch.blogspot.com>)، فریس^۱ و هریس^۲، در کتاب مشترک خود به نام «ستاره‌خیرگی: سلبریتی، سرشناسی و تعامل اجتماعی»^۳ نشان داده‌اند که چگونه سلبریتی‌ها بیش از هر چیز به تجاری‌شدن و تجاری‌سازی، مگامال‌ها و خریدگرددی کمک می‌کنند و چگونه در این فرهنگ، جهان خلاصه شده در سلبریتی‌ها و تماشای مجذوبانه‌ای که یک‌سره به درون فروشگاه‌ها منتهی می‌شود.

آسیب به سخره گرفتن مقدسات دینی

«وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَن سَبِيلِ اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَ يَتَّخِذَهَا هُزُوًا أُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ مُّهِينٌ» (لقمان/۶). خداوند متعال در این آیه، سخرن از کسانی دارد که به دنبال سخنان بیهوده می‌گردند تا با استفاده از آن، دیگران را از راه هدایت الهی گمراه کرده و دین خدا را به سخره بگیرند.

1. Kerry O. Ferris

2. Scott R. Harris

3. «Stargazing Celebrity, Fame, and Social Interaction»

۴. و برخی از مردمان (فاسد فتنه انگیز مانند نضر حارث) کسی است که گفتار و سخنان لغو و باطل را (مانند قصه‌های دروغ و افسانه‌های شهوت‌انگیز مفسد اخلاق و سرود مطرب) به هر وسیله تهی می‌کند تا (خلق را) به جهالت از راه خدا (و آموختن علوم و معارف قرآن) گمراه سازد و آیات قرآن را به تمسخر و استهزا گیرد، این مردمان (فاسد کافر) به عذاب، با خواری و ذلت گرفتار شوند.

«لهو» به معنای هر چیزی است که انسان را از امور مهم، غافل کرده و باز می‌دارد و بدین ترتیب، منظور خداوند از «لهو الحدیث» در این آیه، هر سخنی است که انسان را از خدا و هدایت الهی باز می‌دارد (طباطبایی، ۱۳۹۰، ج ۱۶: ۲۰۹)؛ پس «لهو الحدیث» هر سخنی است که قلب انسانی را به بیهودگی کشانده و عمر او را تلف می‌کند و هیچ ثمره و فایده‌ای در رشد و صلاح انسانی نداشته است؛ بلکه معمولاً جهت گمراه کردن دیگران مطرح می‌شود (قطب، ۱۴۲۵، ج ۵: ۲۷۸۴).

امام صادق علیه‌السلام در حدیث شریفی فرمودند: «منظور از این آیه، هرگونه طعنه‌زدن به حق و استهزاء دین و هدایت الهی است، چنانکه ابوجهل (از چهره‌های پرطرفدار و مورد احترام جامعه خود بود)، مردم و قریش را مخاطب قرار داده و به آن‌ها می‌گفت: آیا نمی‌خواهید شما را از «زقوم و غذای جهنمی» که پیامبران شما را از آن انذار می‌کند، اطعام کنم؟! سپس سفره‌ای از کره و خرما فراهم می‌آورد و با زبان تمسخر می‌گفت: این همان زقومی است که پیامبران شما را از آن می‌ترساند و به این ترتیب، آیات الهی را به باد استهزاء می‌گرفت» (حویزی، ۱۴۱۵، ج ۴: ۱۹۴). از این حدیث شریف می‌توان چنین نتیجه گرفت، هر چیزی که انسان را از راه هدایت و اطاعت الهی باز دارد مصداق «لهو الحدیث» است و چنانکه مفسران متقدم همچون عطا، قتاده، کلبی و دیگران اشاره کرده‌اند، شامل هرگونه سخن بیهوده، تمسخرآمیز، دروغ، لغو و لهو و لعب و امثال آن می‌شود (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۸: ۴۹۰ - ۴۹۱).

این تفسیر از آیه شریفه، بر برخی از رفتارهای تمسخرآمیز سلبریتی‌ها در مواجهه با مقدسات دینی، کاملاً منطبق است. عداوت و ضدیت فرهنگ سلبریتی با فرهنگ هدایت الهی و با جریان دین و مذهب، موضوعی است که از چشم پژوهشگران امروزی نیز مخفی نمانده و برخی بر این باورند که اساساً یکی از عوامل موجد فرهنگ سلبریتی، افول دین در جامعه است (اجتهادی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۲۲، به نقل از روجک، ۲۰۰۱ و گابلر، ۱۹۹۸). ضدیت اساسی میان این دو جریان، کار را به آنجا کشانده که برخی سلبریتی‌ها مبانی دینی جامعه را به ریشخند بگیرند و به گفته خداوند در آیه فوق، با توسل به انواع و اقسام «لهو الحدیث» راه خدا و راه هدایت الهی را به سخره می‌گیرند تا مخاطبان خود را گمراه کنند. امروزه جامعه ما با این آسیب جدی از سوی برخی سلبریتی‌ها مواجه است و بارها شاهد توهین و مسخره کردن مقدسات دینی و اهل بیت علیهم‌السلام و اخیراً قانون الهی حجاب بوده‌ایم (چرا سلبریتی‌ها از بازداشت نوشین جعفری وحشت کردند؟ <https://www.jahannews.com>؛ خشم

مردم ایران از نوشین جعفری به خاطر توهین به اهل بیت <https://www.rokna.net>؛ برخورد قضایی با سلبریتی‌های هتاک مانند صبا کمالی <https://www.farsnews.ir>.

نتیجه‌گیری

از آنجا که قرآن کریم، کتاب هدایت برای همه دوران است و برای همیشه، سخن تازه خود را دارد، بهترین رهنمودها پیرامون سلبریتی‌ها و آسیب‌های اجتماعی آن‌ها را نیز می‌توان از قرآن جویا شد. در این پژوهش، آیات متعدد قرآن کریم به گونه‌ای که ناظر به شخصیت‌شناسی و آسیب‌شناسی سلبریتی‌ها است، جمع‌آوری و تحلیل شده و سپس در چارچوب تفسیر عصری مورد تحقیق و بررسی قرار گرفت. حاصل پژوهش، استنباط پنج مؤلفه از مهم‌ترین آسیب‌های فرهنگ سلبریتی برای جامعه از نگاه قرآن شد. قرآن کریم در یک نگاه کلان آسیب‌شناسانه، آفات سلبریتی‌ها برای جامعه را در یک کلمه با عنوان «آسیب فسادانگیزی» خلاصه کرده است و چنانکه گذشت، کارنامه برخی سلبریتی‌ها در ایجاد و گسترش انواع و اقسام فسادهای معنوی و مادی، بر روی زمین، سیاه است.

خداوند متعال چندین مرتبه، نسبت به خطر «اضلال» (به معنای منحرف کردن دیگران) و «اغوا» (به معنای فریفتن دیگران) و «صدّ عن سبیل الله» (به معنای بازداشتن دیگران از راه خدا) هشدار داده است. فصل مشترك همه این موارد، «گمراه کردن دیگران» است و برخی سلبریتی‌ها از مصادیق بارز آن هستند. «اشاعه فحشا» نیز يك مفهوم قرآنی است و خداوند کسانی را که به دنبال آن هستند، به عذابی دردناک در دنیا و آخرت، حواله داده است. امروزه اما این گناه بزرگ، خود را در پشت چهره جذاب برخی سلبریتی‌ها پنهان کرده و بیشترین سهم چنین گناهی را این جماعت به خود اختصاص داده‌اند. همچنین همان تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری که قارون و «مألاً» در جامعه حضرت موسی به بار آورده بودند، امروزه برخی سلبریتی‌ها در جامعه ما به بار آورده‌اند و بدین‌منظور، این جماعت، از مصادیق امروزی آسیب تجمل‌گرایی هستند و بالأخره خداوند در قرآن کریم به ما نسبت به آسیب به سخره گرفتن اعتقادات و مقدسات دینی در جامعه هشدار داده است و این آفت نیز متأسفانه از برخی سلبریتی‌ها در بدترین شکل خود، ظهور و بروز می‌یابد.

وجود این آفت‌های نامطلوب در فرهنگ سلبریتی، منشأ بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است و از آنجا که قرآن کریم همه آنچه که در هدایت بشر تا روز قیامت مؤثر

بوده را بیان کرده است از اشاره به مهم‌ترین آسیب‌های فرهنگ سلبریتی و هشدار نسبت به آن‌ها نیز فروگذار نکرده است. نکته حائز اهمیت آنکه، مطالعات امروزی جامعه‌شناسی نیز به‌گونه‌ای، همه این آسیب‌ها را مشاهده کرده و جامعه‌شناسان نیز در تحلیل و بررسی‌های خود به آن‌ها توجه نشان داده‌اند. هم‌سویی یافته‌های روز جامعه‌شناسان با حقایق قرآنی در این باب، نشانگر طراوت و پویایی حقیقت قرآن و نمایانگر جلوهای دیگر از وجوه اعجاز علمی قرآن کریم است که البته ورود تفصیلی در این مسئله، پژوهش و مجال دیگری را می‌طلبد.

با این همه، پس از آسیب‌شناسی فرهنگ سلبریتی از نگاه قرآن کریم به این نتیجه می‌رسیم، نباید نسبت به آفات جدی که برخی از این افراد برای جامعه به بار می‌آورند، بی‌تفاوت بود. افزون‌بر یافته‌های جامعه‌شناسان، خداوند متعال در قرآن کریم نسبت به این آفات و آسیب‌ها به خوبی، هشدارهای لازم را داده است.

منابع و مأخذ

قرآن کریم.

اجتهادی، مصطفی، کشفی‌نیا، وحید(۱۳۹۸). بررسی جامعه‌شناختی مخاطبان فرهنگ سلبریتی در اینستاگرام فارسی. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۵(۲۰)، ۱۱۳-۱۴۸.

Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2020.39301.673>

احمری، حسین، یزدانی، علی و پوررجائی، مصطفی(۱۴۰۱). مصادیق افساد فی الارض و محاربه از منظر فقه و حقوق اسلامی. *ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۳)، ۷۴۹-۷۷۷.

Doi: [10.30510/PSI.2022.301567.2226](https://doi.org/10.30510/PSI.2022.301567.2226)

اردکانی فرد، زهرا، رضوی زاده، ندا(۱۳۹۹). الگوهای «خودبازنمایی» سلبریتی‌های ایرانی در شبکه اجتماعی اینستاگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۶(۲۲)، ۲۱۹-۲۶۳.

Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2021.32891.503>

اشتراوس، آنسلم، جولیات، کرین(۱۳۹۸). مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه‌ی زمینه‌ای، ترجمه ابراهیم افشار، تهران: انتشارات نشر نی.

اعرابی، سید محمدعماد(۱۴۰۲). سرمقاله روزنامه.

بحرانی، هاشم بن سلیمان(۱۴۱۵). البرهان فی تفسیر القرآن، قم مؤسسه البعثة، قسم الدراسات الإسلامية.

بنت، اندی(۱۳۸۶). فرهنگ و زندگی روزمره، ترجمه لیلیا جوافشانی و حسن چاوشیان. تهران: انتشارات اختران.

ثقفی تهرانی، محمد(۱۳۹۸). *روان جاوید در تفسیر قرآن مجید*، تهران: انتشارات برهان.

حویزی، عبدعلی بن جمعه(۱۴۱۵). تفسیر نور الثقلین، قم: اسماعیلیان.

حیدرآبادی، ابوالقاسم و همکاران(۱۴۰۱). مقبولیت سلبریتی‌ها در مشارکت‌های سیاسی از نظر مخاطبان شبکه‌های اجتماعی. *ماهنامه علمی (مقاله علمی- پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۱۰)، ۱۲۰۹-۱۱۹۶.

Doi: [10.30510/PSI.2022.323561.2932](https://doi.org/10.30510/PSI.2022.323561.2932)

روشندل اربطانی، طاهر و همکاران(۱۴۰۰). تبیین فرهنگ هواداری مجازی در شبکه اجتماعی اینستاگرام: دلایل

و زمینه‌ها (مورد مطالعه: هواداران سلبریتی‌ها). *مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه*، ۴(۳)، ۳۸-۵.

Doi: <https://doi.org/10.22085/jjism.2021.139027>

روشندل اربطانی، طاهر و همکاران(۱۴۰۰). مطالعه دغدغه‌های سلبریتی‌ها در اینستاگرام و پیامدهای آن بر

هواداران. *مطالعات میان فرهنگی*، ۱۶(۴۷)، ۸۹-۱۱۶.

Dor: [10.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4](https://doi.org/10.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4)

شاه قاسمی، احسان(۱۴۰۱). میدان شهرت در ایران. تهران: پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

شریف الرضی، محمد بن حسین(۱۴۱۴). *نهج البلاغه (للصحبی صالح)*. قم: هجرت.

صدر، محمدباقر. (بی‌تا). *المدرسة القرآنیة*، بیروت: انتشارات دار التعارف للمطبوعات.

- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۹۰). المیزان فی تفسیر القرآن، بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. تهران: ناصر خسرو.
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۲). تفسیر جوامع الجامع. قم: مرکز مدیریت حوزه علمیه قم.
- طوسی، محمد بن حسن (بی تا). التبیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- فخر رازی، محمد بن عمر (۱۴۲۰). التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب). بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- فریس، کری. ا.، روجک، کریس، دریسنز، الیور و دیگران (۱۴۰۱). جامعه شناسی سلبریتی (دیدگاه و نقدها)، ترجمه فردین علیخواه. تهران: انتشارات گل آذین.
- فضل الله، محمد حسین (۱۴۱۹). من وحی القرآن، بیروت: دارالملاک.
- فیلیک، اووه (۱۳۸۷). درآمدی بر تحقیق کیفی. ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- قرائتی، محسن (۱۳۸۸). تفسیر نور. تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- قطب، سید (۱۴۲۵). فی ظلال القرآن. بیروت: دار الشروق.
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷). روان‌شناسی اجتماعی، تهران: انتشارات ارسباران.
- کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق (۱۴۰۷). الکافی. تهران: دار الکتب الإسلامیه.
- گلدوزیان، ایرج؛ احمدزاده، ابو الفضل (۱۳۸۸). بررسی تعریف جرم محاربه و افساد فی الارض در فقه و حقوق با رویکردی به لایحه پیشنهادی قانون مجازات اسلامی. فصلنامه حقوق مطالعات خصوصی، ۳۹ (۱).
- Dor: 20.1001.1.25885618.1388.39.1.12.6
- مجلسی، محمدباقر بن محمد تقی (۱۴۰۳). بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار. بیروت: دار إحياء التراث العربی.
- مدرسی، محمد تقی (۱۴۱۹). من هدی القرآن. تهران: دار محبی الحسین.
- مظاهری، حسین (۱۳۸۹). رساله توضیح المسائل. اصفهان: موسسه فرهنگی مطالعاتی الزهرا (س).
- معرفت، محمد هادی (۱۳۷۹). تفسیر و مفسران، قم: مؤسسه فرهنگی انتشاراتی التمهید.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). تفسیر نمونه. تهران: دارالکتب الإسلامیه.
- مکارم شیرازی، ناصر (۱۴۲۱). الأمثل فی تفسیر کتاب الله المنزل. قم: مدرسه الإمام علی بن ابی طالب (علیه السلام).
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی، ترجمه پرویز اجالی. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- موسوی سبزواری، عبدالاعلی (۱۴۰۹). مواهب الرحمن فی تفسیر القرآن (سبزواری). [بی جا]: دفتر سماحه آیت الله العظمی السبزواری.

مهرابی، امیرحمزه، خنیفر، حسین، امیری، علی نقی، زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا (۱۳۹۰). معرفی روش‌شناسی نظریه داده بنیاد برای تحقیقات اسلامی (ارائه يك نمونه). نشریه مدیریت فرهنگ سازمانی، ۹(۲۳)، ۵-۳۰.

نجفی، محمدحسن (۱۳۶۲). جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام. بیروت: دار إحياء التراث العربی.

هاشمی شاهرودی، سید محمود (۱۳۸۲). فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم السلام (جلد ۱). قم: مؤسسه دایره المعارف فقه اسلامی.

Cashmore, Ellis. (2006). *Celebrity Culture*. London, UK: Routledge.

Ferris, Kerry O & Harris, Scott R. (2011). *Stargazing: Celebrity, Fame, and Social Interactio*. Publisher: Routledge. ISBN: 9780203831342

Gabler, Neal. (1998). *Life: The Movie - How Entertainment Conquered Reality*. New York: Vintage books.

Marshall, David. (1997). *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Miles, M. and Huberman, A. (2002). "Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods. Sage London: Beverly Hills.

Nayar, Pramod K. (2009). *Seeing Stras: Spectacle, Society and Celebrity Culture*. SAGE Publications India.

Rojek, Chris. (2001). *Celebrity*. London: Reaktion Books.

Sabzali, M., Sarfi, M., Zohouri, M., Sarfi, T., & Darvishi, M. (2022). Fake News and Freedom of Expression: An Iranian Perspective. *Journal of Cyberspace Studies*, 6(2), 205-218. doi: 10.22059/jcss.2023.356295.1087

Shahghasemi, E. (2021). Rich kids of Tehran: The consumption of consumption on the internet in Iran. *Society*, 58(5), 398-405.

Ahmari, Hossein; Yazdani, Ali; Purajai, Mustafa. (1401). Examples of corruption in the earth and war-waging in the perspective of Islamic jurisprudence and law. *Scientific Monthly (Scientific-Research Article) of Political Sociology of Iran*. June, 5(3), 749-777. [In Persian] Doi: 10.30510/PSI.2022.301567.2226.

Arabi, Seyyed Mohammad Emad. (1402). Editorial of Keihan newspaper, Keihan newspaper. [In Persian]

Ardakanifard, Zahra; Razavizadeh, Neda. (2019). Self-representation patterns of Iranian celebrities on Instagram social network, *Modern Media Studies*, Summer, 6(22), 219-263. [In Persian] Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2021.3289150>

Bahrani, Hashem bin Suleiman. (1415). The proof, in Interpretation of Qur'an, Qom. Al-Ba'ath Institute, Section of Islamic Studies. [In Persian]

Bennett, Andy. (1386). Culture and daily life, translation: Leila Joafshani and Hassan Chavoshian. Tehran. Akhtran Publications. **[In Persian]**

.Cashmore, Ellis. (2006). Celebrity Culture. London, UK: Routledge

Makarem Shirazi, Naser. (1421). The exemplary in interpretation of the revealed book of God. Qom. The pious leader Imam Ali bin Abi Talib school. **[In Persian]**

Fadlullah, Mohammad Hossein. (1419). Of revelation of Qur'an, Beirut. The Angels House. **[In Persian]**

Fakhherazi, Muhammad bin Omar. (1420). The Great Interpretation (The Keys of Unseen). Beirut. The Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Ferris, Kerry O & Harris, Scott R. (2011). Stargazing: Celebrity, Fame, and Social Interactio. Publisher: Routledge.

Ferris, Kerry. O Rojek, Chris; Driessens, Oliver and others. (1401). Sociology of celebrity (perspectives and criticisms), translated by: Fardin Alikhah. Tehran. Gol Azin Publications. **[In Persian]**

Filik, Uwe. (1387). An introduction to qualitative research. Translation: Hadi Jalili. Tehran. Nay Publishing. **[In Persian]**

Gabler, Neal. (1998). Life: The Movie - How Entertainment Conquered Reality. New York: Vintage books.

Goldouzian, Iraj; Ahmadzadeh, Abulfazl. (1388). Examining the definition of the crime of war-waging and corruption-in-the earth in jurisprudence and law with an approach to the proposed bill of the Islamic Penal Code, Private Studies Law Quarterly, 39(1), **[In Persian]**

Hashemi Shahroudi, Seyyed Mahmoud. (1382). The culture of jurisprudence according to the religion of Prophet's Household, peace be upon them (Volume Qom. Institute of Encyclopedia of Islamic Jurisprudence. **[In Persian]**

Hawizi, Abdul Ali bin Juma. (1415). Tafsir Nur al-Saghalain, Qom. Ismailian. **[In Persian]**

Hyderabad, Abulqasem and colleagues. (1401). The popularity of celebrities in political participation in perspective of social network audiences. Scientific monthly (scientific research article) of Iranian political sociology, fifth year5(10), 1196-1209. **[In Persian]** Doi: 10.30510/PSI.2022.323561.2932.

Ijtihadi, Mustafa; Kashafinia, Vahid. (2018) Sociological investigation of celebrity culture audience on Persian Instagram. New Media Studies. Winter,5(20), 113-148. **[In Persian]** Doi: <https://doi.org/10.22054/nms.2020.39301.673>

Karimi, Yusuf. (1377). Social Psychology, 4th edition, Tehran. Arsbaran Publications. **[In Persian]**

Kolaini, Muhammad bin Yaqub bin Ishaq. (1407). The Sufficient. Tehran. The House of Islamic Books. **[In Persian]**

Majlesi, Muhammad Baqir bin Muhammad Taqi. (1403). The oceans of lights: A complex of pearls narratives of pious religious leaders. Beirut. The Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Makarem Shirazi, Naser. (1371). Sample interpretation. Tehran. Islamic Books House. **[In Persian]**

- Marefat, Mohammad Hadi. (1379). Interpretation and interpreters. Qom. Al-Tamahid Publishing Cultural Institute. **[In Persian]**
- Marshall, David. (1997). Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.
- Mazaheri, Hossein. (1389). Treatise explaining the issues. Isfahan. Al-Zahra Cultural Studies Institute. **[In Persian]**
- McQuail, Dennis. (1388). An introduction to mass communication theory. Translator: Parviz Ajali. Tehran. Research Institute of Culture, Art and Communication. **[In Persian]**
- Mehrabi, Amir Hamza; Khanifar, Hossein; Amiri, Ali Naghi; Zarei Matin, Hassan; Jandaghi, Gholamreza. (1390). Introducing the methodology of data theory of the foundation for Islamic research (providing an example), Journal of Organizational Culture Management. Spring and Summer, 9(23), 5-30. **[In Persian]**
- Miles, M. and Huberman, A. (2002). Qualitative data analysis: a sourcebook of new methods. Sage London: Beverly Hills.
- Modaresi, Mohammad Taqi. (1419). Of the guide of the Qur'an. Tehran. The House of Lovers of Hussein. **[In Persian]**
- Mousavi Sabzevari, Abdul A'la. (1409). The graces of the most Merciful, an interpretation of Qur'an (Sabzwari). [n.p.]. The office of Sabzwari, the honorable the great jurisprudence. **[In Persian]**
- Najafi, Mohammad Hassan. (1362). The jewels of words in the explanation of Islamic laws. Beirut. Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**
- Nayar, Pramod K. (2009). Seeing Stras: Spectacle, Society and Celebrity Culture. SAGE Publications India.
- Qeraeti, Mohsen. (1388). Interpretation of the Light. Tehran. Cultural Center for Lessons from Quran. **[In Persian]**
- Qutb, Syed. (1425). In the shadows of the Qur'an. Beirut. Sunrise House. **[In Persian]**
- Rojek, Chris. (2001). Celebrity. London: Reaktion Books.
- Roshandel Arbatani, Taher; and colleagues. (1400). Explaining the culture of virtual fandom in the Instagram social network: reasons and contexts (case study: celebrity fans), Interdisciplinary Studies of Communication and Media, Fall, 4(3), 5-38. **[In Persian]** Doi: <https://doi.org/10.22085/jiscm.2021.139027>
- Roshandel Arbatani, Taher; and colleagues. (1400). Study of the concerns of celebrities on Instagram and its consequences on fans. Cross-cultural studies. Summer, 16(47), 89-116. **[In Persian]** Dor: 20.1001.1.17358663.1400.16.47.4.4
- Sabzali, M., Sarfi, M., Zohouri, M., Sarfi, T., & Darvishi, M. (2022). Fake News and Freedom of Expression: An Iranian Perspective. Journal of Cyberspace Studies, 6(2), 205-218. Doi: 10.22059/jcss.2023.356295.1087

Sadr, Mohammad Bagher. (n. d.). Qur'nic School, Beirut. Convention House for Publications. **[In Persian]**

Shah Qasmi, Ehsan. (1401). Fame Square in Iran. Tehran. Research Institute of Islamic Culture and Art. **[In Persian]**

Shahghasemi, E. (2021). Rich kids of Tehran: The consumption of consumption on the internet in Iran. *Society*, 58(5), 398-405.

Sharif al-Rezi, Muhammad bin Hossein. (1414). The Approach of Rhetoric, (Collected by Sobhi Saleh). Qom. Migration. **[In Persian]**

Strauss, Anselm; Juliet, Corbin. (2018). Fundamentals of qualitative research, techniques and stages of producing contextual theory, translated by Ebrahim Afshar. Tehran. Nay Publications. **[In Persian]**

Tabarsi, Fazl bin Hassan. (1372). A Complex of Declaration in the interpretation of Qur'an. Tehran. Nasser Khosrow. **[In Persian]**

Tabarsi, Fazl bin Hassan. (1412). Comprehensive Complex interpretation. Qom. Management Center of Qom Seminary. **[In Persian]**

Tabatabai, Mohammad Hossein. (1390). Touchstone in the Interpretation of the Qur'an, Beirut. Al-Alami Press Institute. **[In Persian]**

Thaghafi Tehrani, Mohammad. (2018). The immortal psyche, in the interpretation of the glorious Qur'an, Tehran. Burhan. **[In Persian]**

Tousi, Muhammad bin Hassan. (n.d). The Clarification in the interpretation of Qur'an. Beirut. Renewal of Arabic Heritage House. **[In Persian]**

Internet sites:

<https://atna.atu.ac.ir> : Analytical media of Allameh Tabatabai University.

<https://fa.mouood.com/news> : Active American diplomacy with Angelina Jolie. **[In Persian]**

<https://myresearch.blogspot.com> : Dr. Payvasta's weblog. **[In Persian]**

<https://rasekhoon.net/news>: America's mission for Hollywood superstars. **[In Persian]**

<https://www.farsnews.ir> : How the project to expand gender deviation was started. **[In Persian]**

<https://www.farsnews.ir> : Judicial dealing with abusive celebrities such as Saba Kamali. **[In Persian]**

<https://www.jahannews.com>: Why did celebrities panic over Noushin Jafari's arrest?. **[In Persian]**

<https://www.migna.ir/news>: Scientific and specialized database of psychology and mental health. **[In Persian]**

<https://www.rokna.net> : Iranian people's anger against Noushin Jafari for insulting the household of prophet. **[In Persian]**

<https://www.seratnews.com> : All Iranian actors support the survivors of the tribe of Loot. **[In Persian]**

سایت‌های اینترنتی:

- <https://fa.mouood.com/news>، سایت موعود: «دیپلماسی فعال آمریکا با آنجلینا جولی».
- <https://rasekhood.net/news>، سایت راسخون: «مأموریت آمریکا برای سوپرستاره‌های هالیوودی».
- <https://www.farsnews.ir>، فارس نیوز: برخورد قضایی با سلبریتی‌های هتاک مانند صبا کمالی.
- <https://www.migna.ir/news>، پایگاه علمی و تخصصی روان‌شناسی و بهداشت روان.
- <https://www.farsnews.ir>، فارس نیوز: پروژه گسترش انحراف جنسیتی چگونه کلید خورد.
- <https://www.jahannews.com>، جهان نیوز: چرا سلبریتی‌ها از بازداشت نوشین جعفری وحشت کردند؟
- <https://www.rokna.net>، سایت رگنا: خشم مردم ایران از نوشین جعفری به‌خاطر توهین به اهل بیت.
- <https://atna.atu.ac.ir>، رسانه تحلیلی دانشگاه علامه طباطبائی.
- <https://www.seratnews.com>، صراط نیوز: سنگ تمام بازیگران ایرانی در حمایت از بازماندگان قوم لوط.
- <https://com.blogsky.myresearch/>: وبلاگ دکتر پیوسته.

The power of the holy time

An anthropological study about the actions of Iraqis in
the days related to Ashura

Abdolhamid bayat, Researcher of Imam Hossein (AS) Officer Training and Guard Training University, Tehran, Iran (Responsible Author). Email: ab.bayat1400@gmail.com

Mohammad taghi karami ghahi, Associate Professor of Faculty of Social Sciences, Allameh Tabatabaib University, Tehran, Iran. Email: mt.karami@yahoo.com

Abstract

The actions of Iraqi people during Arbaeen are different from their current actions throughout the year and from the normal actions of people all over the world. Hospitality, kindness, respect, provision of water and food, free house and car by Iraqis for pilgrims, and things like that, make an unusual experience for every participant in this event. What is the characteristic of Arbaeen that makes such an event happen? Geertz's method of interpretive anthropology is considered to reach the desired answer. Data collection has been done over many years and more than twenty trips to Iraq and 14 times on walking from Najaf to Karbala on the occasions of Arbaeen, Arafah and half of Sha'ban between 1387 and 1401 but the achievement of the final interpretation and the birth of key concepts to pass from description to interpretation occurred with a trip to Karbala on the day of Ashura in the year 1401. As a result of the research, the importance of the issue of "time" and "the ability of time to give meaning to the world" have been introduced as the main factors in the occurrence of such actions. "Temporal confusion", "temporal excitation" and "Intertemporal movement" are concepts capable of describing those specific actions. These concepts show why and how Iraqis show those unique actions only on those special days. In these days, Iraqis' linear understanding of the movement of time has turned into a circular understanding of it, and it intersects the past, present, and future, and after the end of these days, the understanding of time returns to the same linear understanding and the secret of the fundamental difference between the actions of Iraqis in the days related to the Ashura incident and other days lies in this difference in the understanding of time.

Keywords

Arbaeen, Ashura, holy time, interpretative anthropology.

قدرتِ زمانِ مقدس

مردم‌شناسی تفسیری از کنش‌های عراقیان در ایام مرتبط با عاشورا^۱

عبدالحمید بیات^۲، محمدتقی کرمی قهی^۳

چکیده

کنش‌های خاص مردم عراق در ایام منتسب به اهل بیت (ع) به‌خصوص در ایام اربعین، در جهانی که مملو از عقلانیت ابزاری و سودانگاری منفعت‌طلبانه شده است، پدیده‌ای استثناء و به‌شدت متفاوت ادراک می‌شود. پژوهش حاضر تلاش کرده با روش تفسیری گیرتس، از طریق توصیف فریه و تفسیر متکی بر توصیف از منظر مفسر، خود را به پاسخ سؤال تحقیق نزدیک نماید. سؤال تحقیق این است که «ایام منتسب به امام حسین (ع) در چه سازوکاری به حیات انسان‌های حاضر در مراسمی چون اربعین معنا بخشی می‌کند؟» گردآوری داده‌ها در بیش از بیست سفر به عراق و ۱۴ بار پیاده‌روی مسیر نجف تا کربلا در مناسبت‌های اربعین، عرفه و نیمه شعبان در فاصله سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۴۰۱ صورت گرفته است؛ اما دستیابی به تفسیر نهایی و تولد مفاهیم کلیدی برای عبور از توصیف به تفسیر، با سفر به کربلا در روز عاشورای سال ۱۴۰۱ رخ داده است. در نتیجه پژوهش، اهمیت مسئله «زمان» و «توان معنادگی زمان به جهان» به‌عنوان عوامل اصلی بروز چنین کنش‌هایی معرفی شده‌اند. «به‌هم‌ریختگی زمانی»، «برانگیختگی زمانی» و «حرکت بین‌زمانی» مفاهیمی هستند که توان توصیف آن کنش‌های خاص را دارا هستند. این مفاهیم نشان می‌دهند که چرا و چگونه عراقی‌ها آن کنش‌های منحصر به فرد را صرفاً در آن ایام خاص از خود بروز می‌دهند.

واژگان کلیدی

اربعین، زمان مقدس، عاشورا، مردم‌شناسی تفسیری.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۶

۱. این یادداشت با الهام از روش کلیفورد گیرتس در مقاله «یادداشت‌هایی پیرامون جنگ خروس در بالی» به نگارش درآمده و لذا بر رعایت ادبیات و ساختارهای مرسوم مقالات علمی پژوهشی اصرار نداشته است. همچنین لازم به ذکر است که هرچند مشاهدات این مقاله توسط نویسنده مسؤل صورت گرفته؛ اما صورت‌بندی نظری آن با اشراف و نظارت و راهنمایی نویسنده دوم انجام شده است.

۲. پژوهشگر دانشگاه افسری و تربیت پاسداری امام حسین (ع)، تهران، ایران. (نویسنده مسؤل). ab.bayat1400@gmail.com.

۳. دانشیار دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران: mt.karami@yahoo.com

مقدمه و بیان مسئله

زیارت حضرت سیدالشهدا (ع) و پیاده‌روی اربعین حسینی، قرون متمادی در فرهنگ شیعیان عراق وجود داشته و به‌صورت متناوب مورد توجه حاکمان نیز قرار گرفته است. از ممنوعیت زیارت امام حسین (ع) برای شیعیان تا تخریب حرم مطهر ایشان از زمان بنی‌امیه و بنی‌عباس گرفته تا زمان صدام در سالیان نه‌چندان دور، ماجرای تکراری و یا حداقل مشابه همیشه تاریخ در این سرزمین تکرار شده است. پیاده‌روی اربعین نیز به‌صورت محدود و بیشتر با حضور طلاب و علما یا متشدین از شیعیان برگزار می‌شد و پیش از آن که گسترش زیادی پیدا بکند، توسط حکومت بعث صدام، ممنوع و متوقف می‌شود. در سالیان اخیر و پس از سقوط صدام به یک‌باره زیارت اربعین به یک پدیده گسترده و پرجمعیت نه‌تنها در میان شیعیان عراق که در تمام شیعیان جهان اسلام تبدیل شده است. گستردگی اجتماعی آن به حدی است که بعضاً از اهل سنت و مسیحیان نیز در این راهپیمایی شرکت می‌کنند. این گستردگی توانسته بسیاری از ابعاد اجتماعی عراق و فواید از عراق را در بر بگیرد و به مسئله‌ای فراملی و حتی فرامذهبی تبدیل شده؛ لذا در سالیان اخیر به‌شدت مورد توجه واقع گردیده است. توجه علوم اجتماعی به این پدیده جز از طریق مواجهه مستقیم با آن، امکان‌پذیر نیست و لازم است آن حقیقت اجتماعی جاری در دل بیابان‌های عراق، اولاً به‌خوبی توصیف و سپس تفسیر شود تا راه را به‌سوی نظریه‌پردازی برای اصحاب علوم اجتماعی بگشاید. در این پژوهش تلاش شده تا با توصیفی فربه، این پدیده مورد توجه بیش‌ازپیش قرار داده شود.

در یکی از روزهای گرم تابستان سال (۱۴۰۱) همراه با جمعی از دوستان به قصد زیارت امام حسین (ع) راهی کشور عراق شدیم. این اولین سفر من به عراق نبود و تاکنون بیش از بیست سفر به این کشور داشته‌ام. از همان اولین سفر نیز همواره دغدغه‌های مردم‌شناسانه و جامعه‌شناسانه‌ام را با خودم به گوشه و کنار این کشور برده بودم و کنجکاوانه با مردمان این سرزمین به گفتگو می‌نشستم. در همین گفتگوها در طول سالیان متمادی، عربی و سپس لهجه عراقی را آموختم، اما همچنان مردمان این سرزمین برایم عجیب و غیرقابل تحلیل بودند. مردمانی که به قاعده بیابان‌های خشک و خشن عراق، خشک و خشن به نظر می‌رسیدند؛ اما در ایام اربعین، به یک‌باره به لطیف‌ترین انسان‌های جهان تبدیل می‌شدند و روحیاتی از خود نشان می‌دادند که حتی تصور این حجم از مهربانی و برادری برای مردمان سایر جهان نیز امکان‌پذیر نبود و نیست.

این لطافت منحصر در اربعین نیست و در بسیاری موارد وقتی به عنوان «زائر» به شیعیان عراق نزدیک می‌شوی، دیگر از آن خوی خشن بیابانی و تجربه خونین جنگ‌های متوالی و حکومت استبدادی صدام خبری نیست. فراموش نمی‌کنم که در سال (۱۳۹۱) شمسی وقتی همراه با هفت نفر از دوستان، نیمه‌شبی وارد نجف شدیم و مکانی برای استقرار نداشتیم، جوانی که حیرت ما را درک کرده بود، به اصرار و التماس ما را به خانه فقیرانه خودشان برد؛ چهار شبانه‌روز با بهترین و گران‌ترین غذاها از ما پذیرایی کرد و وقتی من خواستم مبلغی را به‌عنوان هدیه به خانواده آن‌ها بپردازم، برافروخته شد و اشک در چشمانش حلقه زد و گفت «این‌ها همگی به حساب امیرالمؤمنین (ع) است و از شما توقعی ندارم» و البته همه این‌ها در حالی بود که فقر از تمام زندگی آنان به‌صورت ما چنگ می‌زد. به‌راستی چگونه است که او و میلیون‌ها نفر از شیعیان عراقی، این چنین شده‌اند؟ اینان چه فهم و تجربه‌ای از حیات با امام معصوم برای خود دارند که قرن‌ها پس از شهادت امیرالمؤمنین (ع) و امام حسین (ع)، هم‌اکنون و همین الان در محضر آنان هستند و می‌توانند حتی حساب مالی خود را با اطمینان تمام از آن بزرگواران توقع داشته باشند؟ چه مؤلفه‌هایی توانسته این معنای قدرتمند را در حیات آنان شکل داده و قوام ببخشد؟

بارها و بارها همراه با عراقی‌ها در ایام اربعین و نیمه شعبان و عرفه به پیاده‌روی تا کربلا اقدام کردم و در طول مسیر، با ده‌ها و صدها نفر به‌گفت‌و‌گو نشستیم؛ هر بار گویا چیزی خودش را از من پنهان می‌کرد اما من آن را حس می‌کردم. بویش را استشمام می‌کردم ولی زبان و واژگانی برای بیان آن نداشتیم. گویا در اقیانوسی بیکران از معنا غوطه‌ور شده بودم و نمی‌توانستم ساحلی برای آن بیابم. همواره دنبال همان ساحل بودم تا بتوانم زیر سایه درختان آن ساحل بر زمین نشسته و به نگارگری‌ای صحیح و دقیق از این اقیانوس بیکران مشغول شوم. در میان هزاران مشاهده و روایت پاروزنان به تلاش خودم ادامه می‌دادم، اما نمی‌دانستم که هم‌زمان باید سرم را از دریا بالا آورده و به افق خیره شوم تا جهت ساحل را بیابم. به یک‌باره در عاشورای سال (۱۴۰۱) و پس از ۱۴ سال به یک‌باره آن ساحل، خودش را به من نشان داد ...

بخشی از مشاهدات و روایات مملو از معنا که در این سال‌ها با آن‌ها مواجه شده بودم یا از زبان دیگران شنیده‌ام را روایت می‌کنم تا عظمت این پدیده انسانی و این اقیانوس معنا را ترسیم کنم:

پیرمرد و پیرزنی در گوشه مسیر پیاده‌روی، زیلویی برای خود پهن کرده بودند و به زائران التماس می‌کردند: «اِشرب مای یا زائر!» چیزی جز آب نداشتن؛ ولی التماس و شوق آنان، بسیاری از زوار را به‌سوی زیلو - و نه موکب - آنان می‌کشاند. آنان حتی میزی برای نهادن استکان‌های آب نداشتند و آن را روی سبد پلاستیکی میوه قرار داده بودند. با پیرمرد گرم صحبت شدیم که معلوم شد آن قدر فقیر است که جز با آب، توان پذیرایی از زائران را ندارد اما برای آن‌که خودش را به نحوی به امام حسین (ع) متصل کند، از همین کار هم دریغ نکرده است.»

«از خستگی چندین کیلومتر پیاده‌روی، بر جدول گوشه خیابان نشستیم تا آبی بنوشم. دیدم یک عراقی آمد و بالای سر من ایستاد! تعجب کردم و کمی جابه‌جا شدم، او هم همین‌طور و مجدداً پشت سر من قرار گرفت. این کار دو - سه بار تکرار شد. از او پرسیدم چه می‌کنی؟ گفت تو زیر آفتاب هستی. من اینجا می‌ایستم تا سایه برایت درست کنم!»

در تمام طول ایام اربعین، بسیار به ندرت پیش می‌آید که خودروها، برای زائران پیاده بوق بزنند. همه چیز و همه کس، «خادم» زوار امام حسین (ع) هستند.

یک شب در پیاده‌روی، جایی برای استراحت و خواب پیدا نکردیم. همه موکب‌ها پر از جمعیت بودند و در نهایت ناگزیر شدیم هرکدام از کیسه‌خواب و چفیه‌ای که همراه داشتیم، استفاده کنیم. نیمه‌های شب بود که هوا بارانی شد، متوجه شدم خانواده‌ای عراقی کارتنی روی خود کشیده و در معرض خیس شدن هستند. به یکی از دوستان گفتم بیایید تجهیزات خودمان را به آن‌ها بدهیم چرا که زن و کودک در بین آن‌ها بود. او رفت و گریه‌کنان برگشت. پرسیدم چه شده؟ گفت این‌ها صاحب همین موکبی هستند که ما مقابلش خوابیده‌ایم. عمداً، خانوادگی بیرون خوابیده‌اند تا ولو به‌اندازه چهار - پنج نفر، جا برای زوار ابی‌عبدالله (ع) بیشتر فراهم شود.

موکب عراقی، در حال توزیع ماهی بین زوار بود. ماهی از جمله غذاهای کمیاب و لوکس در این مسیر محسوب می‌شود و به‌همین دلیل ازدحام جمعیت اطراف آن زیاد بود. جماعت صاحب موکب، به‌سرعت بین زوار غذا توزیع کردند تا جایی که غذا تمام شد. دیدم بدون سروصدا به پشت موکب رفتند و نان‌های خشک باقی‌مانده از غذای دیروز، نهار امروزشان را

تأمین کردند. آن‌ها حتی یک بشقاب هم برای خودشان باقی نگذاشته بودند. به راستی چه چیزی باعث شده بود تا انسان، این چنین فارغ از حرص و طمع و مملو از جود و کرم بشود؟ خودشان جز «حسین» چیزی نمی‌گفتند و نمی‌خواستند.

زائری از استرالیا آمده بود. می‌گفت شغل من نظافت منزل مردم است، دو سال است که به عشق سفر اربعین، روزی ۱۳ ساعت کار کرده‌ام تا بالاخره توانسته‌ام به مقدار مورد نیاز پول جمع کنم و خودم را به اینجا برسانم. پیرزنی خمیده و خسته، پولی برای خدمت به زوار امام حسین (ع) نداشت؛ اما تکه کارتی از زمین برداشته و با چهره‌ای گریان مشغول بادزدن زوار در گرمای هوا بود.

این خرده روایت‌ها و مشاهدات نیازمند نظم‌دهی و کشف درون‌مایه‌ای هستند که منجر به شکل‌گیری آن‌ها شده است. هرچند من مانند قایقی سرگردان درون اقیانوسی بیکران هستم، لیکن پدیدهٔ اربعین، مانند آتشفشانی است که از دل زمین در حال جوشیدن است و این خرده روایت‌ها، مانند گدازه‌هایی هستند که نمی‌خواستم مرا از رسیدن به آن کانون جوشان غافل کنند. چگونه این گدازه‌های سوزان از عشق در بیابان‌های عراق شکل می‌گیرند و چندین میلیون نفر را تا مرز جنون پیش می‌برند؟ عاشقانی که بی‌محابا جان و مال، فرزندان، خانه و کاشانه خود را در زمانی محدود، در اختیار آن آتشفشان قرار می‌دهند و بلافاصله پس از اربعین، به انسان‌هایی عادی تبدیل می‌شوند! از پایان روز اربعین، دیگر خبری از آن شور و حرارت نیست و گویا با انسان‌هایی عادی مثل همه جای جهان مواجه هستی که تأثیر تاریخ و اقلیم و قومیت، آنان را واجد خلق و خو‌هایی غیر از خلق و خوی ایام اربعین کرده است. سازوکار آن کانونی که در این چند روز کوتاه، چنانچه معنای قوی‌ای به زندگی انسان‌ها پمپاژ می‌کند که زیست جهان آن‌ها را به‌طور کلی دگرگون می‌کند، چیست؟ این تجربه زیسته که بارها و بارها توسط تجربه‌گران مختلفی با ادبیات گوناگونی تکرار شده است، سؤال مهمی ایجاد می‌کند:

«دو روز در موکب یکی از عشایر جنوب عراق اسکان داشتیم. با چنان محبت و مهربانی‌ای با ما برخورد می‌کردند که شرمنده و خجلت‌زده بودیم. از وسایل خواب تا پذیرایی مفصل نهار و شام و صبحانه و ماساژ و هرچه بگویی برایمان فراهم کرده بودند. عصر اربعین، به موکب آمدم تا استراحتی کرده و مجدداً به حرم مشرف شوم. خواب بودم که رئیس موکب با خشونتی که

مخصوص همان عشایر بیابان‌های عراق است، مرا بیدار کرد و با تندی گفت که می‌خواهیم موکب را جمع کنیم و مرا بیرون کرد! گویا او به انسانی بسیار متفاوت از آنچه در این دو روز دیده بودیم تبدیل شده بود. گویا آن مهربانی‌ها، مختص همین چند روز بوده است. حتی راننده ماشین‌ها هم اخلاق‌شان عوض می‌شود».

آن سؤال مهم این است که ایام منتسب به امام حسین (ع) در چه سازوکاری به حیات انسان‌های حاضر در مراسماتی چون اربعین معنابخشی می‌کند؟

پیشینه پژوهش

بسیاری پژوهشگران علوم اجتماعی بر مسئله اربعین تمرکز کرده و هرکدام از زاویه‌ای به آن پرداخته‌اند.

برخی تحت تأثیر وفور نذورات و خدمات قرار گرفته و به آن توجه کرده‌اند. یعقوبی و همکاران (۱۴۰۰) بر فرایند و مؤلفه‌های ارائه خدمات عمومی متمرکز شده و «انگیزه درونی افراد و اعتقاد آنان به اهل بیت (ع)» را مهم‌ترین عامل حضور گروه‌های مردم‌نهاد در این امر دانسته‌اند. پویافر (۱۳۹۹) از زاویه «خیر دینی» به آن توجه کرده و تفاوت‌های خیر ایرانی-خیر عراقی را توصیف کرده است. شراهی و ذوالفقارزاده کرمانی (۱۳۹۸) در توصیفی مردم‌نگارانه از اربعین، بر موضوع خدمات عراقی‌ها به زوار متمرکز شده و از دیدگاه ایرانیان، رفتار مردم عراق و خدمت بی‌منت آن‌ها به زائران در پیاده‌روی اربعین را به سنت (ریشه‌های سنتی آن مردمان از جمله رسم ایشان در مهمان‌نوازی)، برکت (درخواست خیر و برکت از ائمه (ع) به خصوص امام حسین (ع) برای رزق و زندگی خود) و درنهایت محبت بی‌منت (سرسپردگی و دلدادگی به امام (ع) بدون هیچ‌گونه چشم‌داشتی نسبت به خدمت) نسبت می‌دهند.

عظمت جمعیت توجه برخی دیگر را به خود کرده است. رضانی تمیجانی (۱۳۹۹) آن را به «مشارکت جمعی» تقلیل داده و در جستجوی انواع این مشارکت برخاسته است؛ اما غفاری و آقائی (۱۳۹۷) آن را تا سطح یک «جنبش اجتماعی» ارتقا داده و آن را واجد چهار مؤلفه «ارزشمندی، وحدت، تعداد و تعهد» دانسته‌اند.

توجه به کارکردهای اربعین از دیگر موضوعاتی است که جامعه علمی را به خود حساس کرده است. گیویان و امین (۱۳۹۶) به مسئله ماهیت، کارکرد و ساختار ارتباطات آیینی توجه کرده‌اند و سه مفهوم «محبت اهل بیت، نمایش جهانی و هویت شیعی» را

جان‌مایهٔ این ارتباط آیینی دانسته‌اند. عربی (۱۳۹۸) کارکردهای اجتماع زوار اربعین را نمایش اقتدار جهان اسلام، رساندن پیام‌های عاشورا به جهانیان، دیدار چهره به چهره مسلمانان و افزایش هم‌افزایی در زمینه‌های گوناگون و در نهایت کاهش کشمکش‌ها و اختلافات احصاء نموده است. بنی اسد (۱۳۹۹) در تحقیقی مردم‌نگارانه نشان می‌دهد «اربعین نوعی همگرایی را بین فرهنگ‌ها ایجاد کرده و منجر به تقویت و گسترش فرهنگ عظیم جهانی مسلمانان و تشیع (بدون توجه به قوم، نژاد، سن و سایر تفاوت‌های فرهنگ) می‌شود». در پژوهش دیگری به کارکرد زیارت خانوادگی اربعین و تجربهٔ زیست در آن فضا توجه شده و این تجربه را موجب حفظ بنیان خانواده و کارکرد آن دانسته‌اند (غیائی، برزویی و نصیری، ۱۴۰۰: ۲۱۹).

بُعد سیاسی و تمدنی اربعین نیز هرچند به ندرت، اما مورد توجه برخی پژوهشگران بوده است. اربعین به‌مثابه تولد یک قطب جدید در برابر قطب جهان‌نما (غرب) و به‌عنوان نشانه‌ای که ادعای جهانی شدن غرب را زیر سؤال می‌برد، در چند اثر جداگانه با شواهدی مجزا از یک نویسنده بیان شده‌اند: «عملکرد قطبی قطب جهان‌نما [غرب] در قالب جهانی‌سازی موجبات هم‌انفعال و هم‌مقاومت در برابر آن را فراهم کرده است. انفعال در جوامعی رخ داده است که از ذخایر تمدنی لازم برای مقاومت برخوردار نبوده‌اند. برعکس، مقاومت در جوامعی با ذخایر تمدنی و دینی قوی شکل گرفته است. دو نوع مقاومت در این جوامع قابل مشاهده است: نوع اول خشونت است که به شکل تروریسم طالبان و داعش قابل مشاهده است. نوع دوم فراملی کردن (به اصطلاح جهانی‌سازی) ذخایر تمدنی و دینی است. یکی از این ذخایر که بسیار استعداد فراملی شدن را داشته است، زیارت اربعین بوده است» (انتظاری، ۱۳۹۶: ۳). همین نویسنده در جای دیگری با پیمایش از میان ۱۱۰۰ نفر از شرکت‌کنندگان ایرانی در راهپیمایی اربعین، آن را «اندام محوری» برای شکل‌گیری یک جهان نوین معرفی می‌کند. داده‌های پژوهش نشان می‌دهند: «اکثر شرکت‌کنندگان ایستادگی و مقاومت در برابر قدرت‌های جهانی را به‌عنوان اولویت اول انگیزه خود برای شرکت در پیاده‌روی ذکر کرده‌اند و البته این اولویت علی‌الظاهر تعارضی با اولویت کسب ثواب و شفاعت ندارد. به نظر می‌رسد قطب جهان اسلام با اتکا به بصیرت سیاسی و فراملی که گروه‌های گوناگون اجتماعی در آن وارد می‌کنند در حال تکوین است» (انتظاری، ۱۳۹۸: ۱۶).

اما توجه به زائران و تفسیر حاضران در این ابرپدیده، حجم بیشتری از مطالعات را به خود اختصاص داده است. برخی بر انگیزه‌های زائران متمرکز شده و احساسات و

اعتقادات را مهم‌ترین انگیزه‌های سفر معرفی کرده‌اند (ایمانی خوشخو و بد، ۱۳۹۵) و برخی دیگر این انگیزه‌ها را در احساس نیاز و احساس تکلیف و شور دسته‌بندی کرده‌اند (فروغی و همکاران، ۱۳۹۹)، دیگری پا را فراتر از انگیزه گذاشته و به ادراک زائران اربعین از تجربه زیسته‌شان پرداخته و این ادراک را در «تجربه تعلیق امر مادی، رنج مقدس به مثابه مولد معنا و برانگیزاندگی عاطفی مناسب جمعی زیارت» دسته‌بندی کرده است (رضوی‌زاده، ۱۳۹۶). دیگری این تجربه زیسته را در «وحدت‌آفرینی و ایجاد همبستگی و همدلی» جمع‌بندی کرده است (عبدالله، ۱۴۰۰). درک معنوی زائران از اربعین توسط درویدیان (۱۳۹۷) چنین احصا شده است: «همزادپنداری، حس امنیت در عین ناامنی، مهمان‌نوازی‌های صادقانه، تجربه عشقی داوطلبانه و نهایتاً عشق دوطرفه میزبان و میهمان به سیدالشهدا) ع.». تاج‌بخش (۱۳۹۹) بر مسئله جوانان متمرکز شده و حضور در پیاده‌روی اربعین برای آنان را «هویت‌بخش» و دارای زمینه نیت‌مندی معنوی و اخروی دانسته است. فرخی و انگوتی (۱۳۹۸) به دلایل حضور زنان در پیاده‌روی اربعین توجه کرده و آن را در مضامین مهدویت و آخرالزمان، تربیتی و اخلاقی، تبلیغی، فرهنگی و مذهبی و دینی را مهم‌ترین مضامین مربوط با حضور زنان دانسته است. کرمی‌قهی (۱۳۹۹) بر فهم تجربه زنان از پیاده‌روی اربعین متمرکز شده و به معناسازی‌های زنان از این پدیده توجه نشان داده است. «زن زائر با شبیه‌سازی تجربه‌ی خود در راهپیمایی اربعین با رویداد مصیبت‌بار عاشورا و وقایع پس‌از آن، در فرایند دوگانه ساخت‌شکنی/ساخت دوباره خود، با بازاندیشی انتقادی از استریوتیپ‌های جنسیتی برساخت شده در گفتمان رسمی جامعه ایرانی، خود زنانهاش را در قالب تصویر سوژه‌ای فعال بازمی‌نمایاند». جملات ابتدایی این فهم تفسیری از تجربه زنان و قرابت ذهنی آنان با مصائب عاشورا، یکی از خاص‌ترین و مهم‌ترین توجهات تفسیری به این پدیده است. آنچه در این مقاله نگاشته شده، هرچند بر زنان متمرکز بوده، اما قابلیت تسری به همه زوار و خادمان این مسیر (از زن و مرد تا پیر و جوان و کودک) را شامل می‌شود. این همان معنایی است که در جان همه حاضران در بیابان‌های حد فاصل نجف تا کربلا (و ای بسا از جنوبی‌ترین نقاط عراق تا کربلا) غلیان می‌کند. گویا این مقاله توانسته بسیاری از تفسیرها، مانند هویت‌بخشی و رنج مقدس و عواطف و عشق و وحدت و... را در خود بگنجاند.

هرچند پویافر (۱۳۹۹) ادعا می‌کند تجربه «خیر دینی» می‌تواند در تمامی موقعیت‌های تجربه دینی (غیر از اربعین) نیز تکرار شود، حال پرسش دقیقاً در

همین جاست که چرا آنچه در اربعین رخ می‌دهد، هرگز در هیچ زمان دیگری تکرار نمی‌شود؟ درست است که خیر دینی بارها تکرار می‌شود، ولی ویژگی اربعین در چیست که جدید، خاص و تکرارناپذیر قلمداد می‌شود؟ چرا فردای اربعین در عراق، مانند روزهای آستانه اربعین و روز اربعین نیست؟ چرا چنین پدیده‌ای با آن کارکردهای فوق‌العاده، با آن با آن جمعیت انبوه، با آن خیر عمومی و فراگیر و با این حجم از معنا، در هیچ زمان و مکان دیگری برای شیعیان تکرار نمی‌شود؟

این همان سؤالی بود که سال‌ها ذهن مرا به خود درگیر کرده بود و هرچه بیشتر جستجو می‌کردم، کمتر به جواب نزدیک می‌شدم؛ تا اینکه در ایام عاشورای حسینی در کربلای معلی در سال ۱۴۰۱، به یک‌باره جواب سؤال، از درون خود سؤال پیدا شد...

ملاحظات نظری

الف) مبانی نظری: میرچا الیاده در بررسی ماهیت دین به صراحت به «زمان مقدس» اشاره کرده و به تفصیل آن را شرح می‌دهد. شرح او بر زمان در اندیشه انسان دینی چنین است: «برای انسان دینی، زمان نه متجانس است و نه متصل. از یک سو فواصل و آنات قدسی وجود دارد و از سوی دیگر، زمان عرفی و اتصال زمانی عادی که در آن اعمال بدون معنای دینی، جایگاه عادی خود را دارند. میان این دو نوع زمان، نوعی اتصال و پیوستگی وجود دارد که انسان دینی می‌تواند به وسیله آیین‌ها و شعائر، از زمان عادی به زمان مقدس گذر کند... زمان مقدس بنا بر ماهیت خود، بازگشتنی است، به این معنا که واقعاً زمان اساطیری نخستینی است که صورت زمان حال یافته است... هر آیینی، نشان‌گر واقعیت یافتن دوباره رویدادی مقدس است که در گذشته اساطیری یا در «آغاز زمان» رخ داده است... شرکت جستن در اعیاد مذهبی دال بر فرا رفتن از استمرار زمان عادی و عینیت یافتن دوباره زمان اساطیری است... از این رو زمان مقدس به گونه‌ای نامحدود بازگشتنی و تکرارپذیر است... زمان اساطیری «نمی‌گذرد» و استمراری برگشت‌ناپذیر نیست. این زمان همواره با خودش مساوی است؛ نه تغییر می‌کند و نه پایان می‌پذیرد. شرکت‌کنندگان با هر آیین جشن و سرور ادواری، همان زمان مقدس را تجربه می‌کنند... مراسم آیینی، دقیقاً به نوعی تحقق یافتن دوباره آن است. به عبارت دیگر شرکت‌کنندگان در جشن‌های آیینی با نخستین جلوه زمان مقدس روبه‌رو می‌شوند، آن‌گونه که در آغاز و در ازل ظهور یافت» (الیاده، ۱۳۹۰: ۶۱-۶۲).

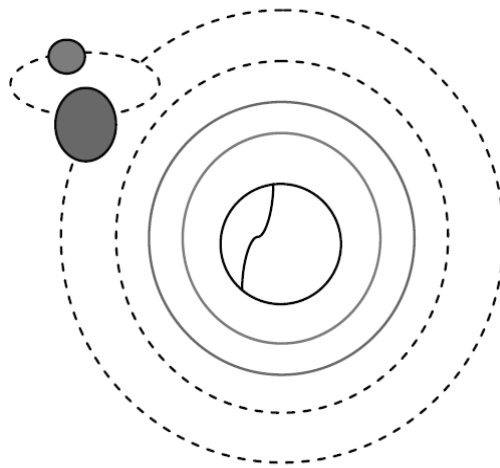
توصیف الیاده از این زمان مقدس و نسبت آن با زمان حال و نیز نسبت آن با انسان

دینی، توصیفی عمیق و دقیق است و او توانسته ضمن تفکیک زمان مقدس از سایر زمان‌ها، به کیفیت جریان یافتن این زمان در زندگی متدینین و نیز کیفیت انفصال آن از زندگی اینان نیز بپردازد: «انسان دینی، آناتی از زمان را تجربه می‌کند که «قدسی» هستند؛ یعنی بهره‌ای از استمرار زمانی قبل و بعد از آن‌ها ندارند و ساختار و منشأ کاملاً متفاوتی دارند، زیرا به گونه‌ای زمان آغازین تعلق دارند که خدایان آن را مقدس کرده‌اند و در ایام جشن و سرور به زمان حال تبدیل می‌گردد» (الیاده، ۱۳۹۰: ۶۳)؛ البته اصرار می‌کند که این کیفیت فرانسائی زمان برای انسان غیردینی دست یافتنی نیست، چراکه زمان برای او استمراری است که با تولد آغاز شده و با مرگ خاتمه می‌یابد و واجد هیچ رازی نیست. الیاده توانسته جایگاه زمان را در اندیشه دینی و ربط آن با مناسک و آیین‌ها را نشان دهد اما نتوانسته مفهوم پردازی گسترده‌تری ارائه کند. او در مفهوم «زمان مقدس» متوقف شده و در توضیح آن نیز صرفاً در بُعد صوری آن (توجه به مناسک) متوقف شده است. ایستایی زمان مقدس در مناسک و عدم توجه به توانایی زمان مقدس در معنادهی به وقایع زمان حال، مهم‌ترین غفلت نظری او است.

«لیلی عشقی» نویسنده دیگری است که به جایگاه و تأثیر زمان توجه داشته است. او زمان را به «زمان تقویمی و تاریخی» و «زمان درونی و همیشگی» تقسیم کرده و وقوع حادثه عظیم را هنگام تلاقی این دو زمان معرفی می‌کند. او معتقد است در جریان انقلاب اسلامی، حادثه کربلا بسیار دور محسوب شده است. در زمان انقلاب اسلامی، پنجاه سال پیش از اینان بسیار دور محسوب شده است. در زمان انقلاب اسلامی، عاشورا و انقلاب اسلامی توسط ایرانیان «هم‌دوره» دانسته شده است (عشقی، ۱۳۷۸). او نیز نظریه «بریدگی زمان» را انکار کرده و انقلاب اسلامی را به نحوی بر همین حرکت بین‌زمانی میان اکنون و عاشورا تحویل می‌کند. عنوان کتاب او «زمانی بین زمان‌ها؛ امام، شیعه و ایران» گویای نوع تلقی او از تأثیر زمان بر کنش اجتماعی ایرانیان شیعه است. در تقریر او، حرکت بین‌زمانی محدود در مناسک و جشن‌ها نمی‌شود و زمان‌های مقدس می‌توانند در تاریخ حرکت کرده و به «اکنون» معنای جدید بدهند. او انقلاب اسلامی را حاصل ظهور آن زمان در این زمان تبیین می‌کند و قوت مفاهیم پرداخته شده توسط او، همین تبیین فراگیر او از زمان مقدس و نیز تبیین کیفیت تسری آن است. از نظر او زمان مقدس می‌تواند در زمان حال، حادثه‌های عظیم خلق کند و به بیانی دیگر زمانه را منقلب و متحول نماید.

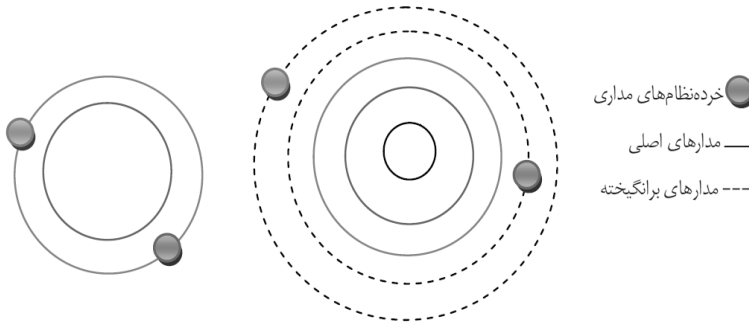
ب) تعریف مفاهیم:

کرمی قهی و بذرافشان (۱۳۹۳) با الهام از علم فیزیک و استعاره گرفتن از نظام‌های مداری در این علم، مفهوم «برانگیختگی» را وارد جامعه‌شناسی نموده‌اند. اینان با توجه به نظریه سیستم‌های پارسونز که در آن رابطه مستقیمی بین انرژی و تعادل در سیستم‌ها وجود دارد، تلاش کرده‌اند حالتی که انرژی جدیدی به سیستم وارد شده و تعادل آن را به هم می‌زند را توضیح بدهند. توضیح این مطلب در علم فیزیک بدین شکل است: «الکترون‌هایی که در مدارهای مختلف به دور هسته مرکزی یک اتم می‌چرخند، هرگاه به‌طور غیرطبیعی انرژی دریافت کنند از تراز اصلی خود خارج شده و به ترازهای بالاتر منتقل می‌شوند و با سرعت بیشتری به دور هسته اتم می‌چرخند. هرگاه این تزریق انرژی از حد مجازی بالاتر رود، باعث خواهد شد الکترون به‌طور کلی از حوزه کنترل هسته خارج شده و از اتم جدا شود. به وضعیتی که الکترون‌ها به تراز بالاتر از تراز اصلی خود نقل مکان کرده باشند، حالت «برانگیختگی» می‌گویند» (کرمی قهی و بذرافشان، ۱۳۹۳: ۱۵). مدل مذکور در قالب تصاویر ذیل به سادگی بیان شده است:



تصویر ۱. نظام مداری در حالت عادی و برانگیختگی

در تصویر فوق، حالت عادی و برانگیختگی نمایش داده شده است؛ ولی همچنان الکترون‌ها در همان مدار سابق در حال گردش هستند، انرژی قوی‌تر می‌تواند الکترون‌ها را از مدیریت هسته اتم خارج نموده و حول محوری دیگر به گردش دربیآورد:



تصویر ۲. برانگیختگی کامل مداری

در تصویر فوق به وضوح، این برانگیختگی که به نوعی منجر به هم‌ریختگی شده است، ملاحظه می‌شود. هرچند کرمی و بذرافشان در پژوهش مذکور، از این استعاره فیزیکی برای توضیح برانگیختگی در ساختارهای جامعه عراق سخن گفته‌اند، اما در پژوهش پیش‌رو، از این مفهوم برای توضیح زمان بهره برده خواهد شد. بدین شکل که انرژی حاصل از یک زمان مقدس، توانسته تمامی مؤلفه‌های اجتماعی عراق و البته سایر شیعیان را تحت تأثیر خود قرار بدهد و با افول این انرژی در پایان روزهای مقدس، مدارهای جامعه به شکل پیشین خود بازمی‌گردند.

روش پژوهش

روش تفسیری در علوم اجتماعی متأثر از نگاه‌های تفهیمی وبر شکل گرفته است. در ترجمه فارسی و فهم بین‌الذهانی از واژه تفهم، اشتباهی که رخ می‌دهد این است که تفهم را معادل فهمیدن و حتی فهم همدلانه تلقی می‌کنیم، در صورتی که وبر به صراحت می‌گوید: «فهمیدن دیگران نه به معنای «معذور داشتن دیگران» است و نه صرف فهمیدن دیگران» (وبر، ۱۳۹۹: ۳۷)؛ بلکه او از تفهم، معنایی عمیق‌تر از فهم معنای کنش یک اراده می‌کند. وبر دو نوع تفهم را نام می‌برد: تجربی و تبیینی. در «تفهم تجربی» درک مستقیم یک اندیشه، موضوعیت داشته و صرفاً یک توصیف است و در آن معنای پدیده را مستقیماً فهم می‌کنیم (وبر، ۱۳۹۹: ۴۰)؛ اما «تفهم تبیینی هنگامی به دست می‌آید که «دلیل و انگیزه کنش فرد» را به دست آورم» (بنتون و کرایب، ۱۳۸۹: ۱۵۵). جست‌وجوی وبر برای کشف انگیزه کنش افراد، سال‌ها بعد توسط «کلیفورد گیرتس» به چرخشی نظری رسیده و جدیت بیشتری در علوم انسانی و اجتماعی پیدا می‌کند.

«کلیفورد گیرتس»، در فصل پایانی کتاب تفسیر فرهنگ‌ها روش انحصاری و نوین خود در انسان‌شناسی تفسیرگرا را در مثالی عینی و عملی نشان می‌دهد. «جنگ خروس در بالی» حاصل مطالعات میدانی او در اندونزی و تفسیر او از یک بازی سنتی است. او که متأثر از گادامر و رویکرد هرمنوتیک او هست، راهکار فهم متن را برقراری دور هرمنوتیک بین اجزا و کلیت متن قلمداد می‌کند. توجه هرمنوتیک تفسیری گادامر و سپس گیرتس به «فهم مفسر از متن» یا به عبارت دقیق‌تر، تفسیر مفسر از متن راه را برای ارائه تفسیرهای گسترده‌تر باز نمود (گیرتس، ۱۳۹۹).

با در نظر گرفتن مفروضات فوق، مفسری که می‌خواهد با یک متن مواجه شود، خود دارای نوع خاصی از سنت‌ها و پیش‌فرض‌های فرهنگی است که توسط تاریخ به او رسیده است و آن‌چنان‌که در پوزیتیویسم ادعا می‌شود، لوحی سفید و نانوخته نیست و نمی‌تواند بدون هیچ ذهنیتی به سراغ موضوع مورد مطالعه‌اش برود (نادری، ۱۳۹۱: ۶۸). بدین ترتیب، عملاً مفسر با پیش‌داوری‌های خود وارد میدان می‌شود و فهم او از میدان نیز برگرفته از همین پیش‌داوری‌هایی است که به صورت تاریخی و در سنتی مشخص در او شکل گرفته‌اند. بدین صورت، گادامر و به تبع او گیرتس، پیش‌داوری‌ها، داشته‌ها و آورده‌های مؤلف به میدان تحقیق را نه تنها طرد و انکار نمی‌کنند، بلکه به رسمیت می‌شناسند.

هنگام تلاقی بین واقعیت متن/میدان با پیش‌داوری‌های مفسر، آنچه تفسیر مفسر را کم خطا و قابل پذیرش می‌کند، «امتزاج افق‌ها» است. بدین‌گونه بنای پژوهشگر بر این نیست که قصد اولیه مؤلف را کشف کند (برخلاف سنت وبری و هرمنوتیک شلایرماخری)، بلکه به دنبال آن است تا فهم سابق خود را با مشاهدات جدیدی که در میدان برای او حاصل شده تلفیق کرده و از امتزاج بین این دو، معنای جدیدی را خلق کند. او با امتزاج افق‌های زمان گذشته و حال، تفسیر خود از آنچه توسط کنشگران انجام می‌شود را بیان می‌کند. «درآمیختگی افق مفسر و افق متن، گشودگی متن در نزد مفسر و گشودگی مفسر به سوی متن و درنهایت امتزاج افق‌ها و ارتقای مفسر به فهم و افقی گسترده‌تر» (واعظی و فاضلی، ۱۳۸۹: ۱۸۹). چکیده آن چیزی است که گادامر به دنبال آن بود و گیرتس در مطالعات انسان‌شناسانه خود، توانست با اتکا بر این روش، بایی جدید برای فهم کنش انسانی بگشاید.

در این پژوهش، با اتکا بر روش انسان‌شناسی تفسیری گیرتس، مطالعات میدانی و مشاهده مشارکتی و مصاحبه با عراقیان شرکت‌کننده در زیارت امام حسین (ع) در

کربلا و پیاده‌روی اربعین، نیمه شعبان، عرفه، عاشورا در حد فاصل سال‌های (۱۳۸۹ الی ۱۴۰۱) شمسی استفاده شده است. پژوهش حاضر حاصل بیش از بیست سفر به عراق و چهارده بار پیاده‌روی از نجف تا کربلا و بیتوته در کربلا در شب عاشورا است و معانی نهفته در کنش‌های عراقیان در عاشورای ۱۴۰۱ برای پژوهشگر منکشف شده، به‌همین دلیل نگارنده به «توصیف فربه»^۱ از این واقعه اقدام کرده و آنچه در سایر زمان‌ها و مناسبت‌ها در مشاهدات او بوده‌اند، مشمول «توصیف مختصراً» واقع شده‌اند، بنابراین سیر روایت و توصیف فربه از ماجرا، مبتنی بر توالی زمانی رخدادها در ایام عاشورا است.

دیده‌ها و یافته‌ها

در این پژوهش در تلاش برای یافتن پاسخ این پرسش هستیم که ایام منتسب به امام حسین (ع) در چه سازوکاری به حیات انسان‌های حاضر در مراسمی چون اربعین معنابخشی می‌کند؟ و برای یافتن پاسخ، تلاش شده تا بر اساس روش مردم‌نگارانه تفسیری گیرتس و در یک مشاهده مشارکتی به پاسخ نزدیک شویم. نزدیک شدن به جهان معنایی کنشگران نه در یک سفر چند روزه، بلکه در ده‌ها سفر به عراق صورت گرفته، اما انکشاف نهایی تفسیر کنش‌ها در عاشورای سال (۱۴۰۱) رخ داده است. در ادامه، توصیف فربه از وقایع عاشورای (۱۴۰۱) در شهر کربلا ارائه می‌شود:

شب عاشورا

برای ما ایرانی‌ها، شب عاشورا، چیزی فراتر از شب غم و اندوه است. بسیار بعید است که کسی در این شب در منزل بماند. مردم به هیئت‌های حسینی می‌روند و روضه‌خوان‌ها در این شب و فردای آن، شدیدترین و حزن‌انگیزترین روضه‌ها را می‌خوانند. نغمه‌های سوزناک، شعرهای ضجه‌برانگیز، لباس‌های مشکی و پرچم‌های عزا در این شب معنایی قوی‌تر از سایر شب‌های دهه محرم دارند. در ایام محرم، هرچند هیچ مراسم عروسی و جشنی برگزار نمی‌شود؛ اما در شب عاشورا حتی شوخی‌ها و خنده‌ها هم شدیداً محدود می‌شود. این شب در ایران، شب حزن و غم و اندوه است. از آن‌سو به‌صورت عجیبی این شب در کربلا متفاوت است!

شب عاشورا در شهر کربلا، پرچم‌های عزا در اهتزاز هستند، چراغ‌های حرم

1. Thick Description

2. Thin Description

همگی به نشانه فردای خونین کربلا، قرمز هستند و مواكب عزاداری نیز برقرار هستند؛ اما حال و هوای کربلا در این شب، حال و هوای حزن نیست، بیشتر به حماسه شبیه است تا ماتمکده. از چند روز قبل از عاشورا، هیئت‌های حسینی در طول روز با علم و کُنل و نوحه‌ها و پرچم‌های مخصوص خودشان به عزاداری مشغول هستند و دسته‌دسته و گروه‌به‌گروه وارد حرم شده و عزاداری کرده و از آنجا خارج می‌شوند؛ اما در شب عاشورا، در کوچه‌پس‌کوچه‌های کربلا خبری از آن دسته‌های سینه‌زن و گریه‌کن نیست. مردمان در حال خرید و فروش دشداشه‌های سفید هستند و قمه‌هایی با ابعاد و شکل‌های متفاوت، در همه‌جا جهت فروش عرضه می‌شود. در گوشه‌گوشه کوچه‌های اطراف حرم، افرادی هستند که مجانی و یا غیرمجاناً، به تیز کردن قمه‌های مردم مشغول هستند. برخی دسته‌های عزاداری در همان نیمه‌شب عاشورا، قمه‌های خود را به آسمان گرفته و به رجزخوانی مشغول هستند. پدران، دشداشه‌های سفیدی را تن فرزندانِ پسر خود کرده و لبخند و افتخار از چهره آنان جدا نمی‌شود. از همه‌جا صدای تیز کردن شمشیر و رجز می‌آید. چه بسیار دستان و رفقایی که برای یکدیگر شمشیر و قمه می‌خرند و با یکدیگر مشغول تمرین و گفت‌وگو برای مراسم قمه‌زنی فردا هستند. برق چشمان و برافروختگی چهره‌ها، هیچ نشانه‌ای از حزن نیست، فقط و فقط حماسه است! در نیمه شب، دیگر از موکب‌ها، صدای مداحی و سخنرانی نمی‌آید و سکوت شب جز با صدای تیز کردن شمشیرها و رجزهای پراکنده شکسته نمی‌شود.

پدری، بر تن پسر نوجوان خود کفن پوشانده بود و پیشانی‌بندی سفید بر پیشانی او گره می‌زد تا خون حاصل از قمه‌زنی از پیشانی به چشمان او سرایت نکند. چنان محبت و عشقی بین این پدر و پسر مبادله می‌شد که زائرانی که در خیابان در حال عبور از اطراف آن دو بودند، ناخودآگاه توفقی کوتاه کرده و ماشاءالله گویان، خلوت آن دو را ترک می‌کردند. اولین باری بود که این نوجوان به سن قمه‌زنی رسیده بود و گویا امشب جشن تکلیف او در رسیدن به «سن بلوغ عزاداری» در حال برگزاری است. برادر کوچک‌تر او هم کفن پوشیده بود؛ اما اجازه قمه‌زنی نداشت و با حسرتی شگرف به پیشانی‌بند سفید برادر بزرگ‌ترش خیره شده بود. جشن تکلیف عزاداری، برای برادر بزرگ‌ترش در شب عاشورا، آن هم در کربلا در حال برگزاری بود و این تناقض عجیب بین «جشن» و «عاشورا» و «کربلا»، برای هیچ کس در آنجا اصلاً عجیب به نظر نمی‌رسید. مگر می‌شود پدری، خودش با دست خودش پسرش را کفن کرده و آماده زدن شمشیر بر فرق سرش بکند و هر دو بسیار خوشحال و بی‌تاب فرارسیدن لحظه قمه‌زنی باشند؟! آن معنای قدرتمندی که خشونت

خون و شمشیر را به لطافت و لبخند و محبت گره زده است، چگونه شکل گرفته است؟ پیوند میان «امشب» و «امشب در هزار و چند صد سال پیش»، حال و هوای کربلا و مردمان را تغییر داده است. همان میزان که شب عاشورا در ایران، شب حزن و اندوه است، شب عاشورا در کربلا، شب شور و حماسه است. این شور و حماسه، تمنای درنوردیدن زمان و رسیدن به شب عاشورا هزار و چند صد سال پیش را در خود دارد. گویا این جماعت، هم‌زمان هم تقلا و تمنای عبور از تونل زمان را دارند و هم به نحوی شگرف، خود را عبور کرده از این تونل تصور کرده و خودشان را در نزدیکی خیمه اصحاب امام حسین (ع) می‌بینند که با اندکی تلاش بیشتر، قطعاً به خیمه خواهند رسید. حسی متناقض از دوری و نزدیکی زمانی و تاریخی. گویا عاشورای امام حسین (ع) قرار است فردا رخ بدهد؛ اما این فردا با شمارش عقربه‌های ساعت فرا نخواهد رسید؛ با تلاشی از جنس صیروت در زمان باید به آن برسی و همه این رجزخوانی‌ها و شمشیرچرخاندن‌ها و کفن‌پوشیدن‌ها، تلاشی برای ورود به تونل زمان است. عاشورا در هزار سال پیش، متوقف نشده و گویا قرار است در همین روزها هم مجدداً تکرار شود. در نور دیدن زمان و پیوند جان مردمان با آن واقعه عظیم، خودبه‌خود رخ نخواهد داد. باید هم به‌سوی زمان حرکت کنی و هم زمان را به سمت خود، بکشانی. کشاندن زمانی از گذشته دور به امروز و امشب، نوعی مناسبک شبیه‌سازی می‌طلبد و همین است که بسیاری، تلاش دارند تا خود و زمین را شبیه آن زمان کنند. گوشه‌ای از این شبیه‌سازی را ما با «تعزیه»، تجربه کرده‌ایم، لیکن آنچه در این شب در کربلا رخ می‌دهد، بسیار فراتر از یک تعزیه است. در تعزیه، مردمان به‌مثابه تماشاگرانی دور از تاریخ و سوگوارانی عقب افتاده از ماجرا هستند که کاری جز گریه و مویه از دستشان برنمی‌آید؛ آنچه در شب عاشورا در کربلا رخ می‌دهد نه یک تعزیه منفعل که یک تلاش فعال جمعی برای گذر از اکنون و ورود به تاریخ است. مفهوم زمان گذشته و آینده به شدت به هم می‌ریزد، مردم در اکنونی زندگی می‌کنند که مربوط به گذشته‌ای دورند ولی قرار است همین لحظات رخ بدهد! قرار نیست چیزی تکرار بشود، چون آن واقعه عظیم فرید و یگانه است؛ فقط گویی مقید شده‌اند، خودشان را به آن واقعه‌ای که هزار سال پیش رخ داده برسانند. آیا چنین چیزی امکان‌پذیر است؟ هم آری و هم نه! تمام این تلاش‌ها نشان می‌دهد پاسخ «آری» است. مردمان با تمام توان به‌سوی تاریخ می‌دوند و معتقدند قافله تاریخ مجدداً وارد دوران آن‌ها شده و باید به هر طریق ممکن خود را به آن برسانند. آیا این تاریخ است که نزد آنان می‌آید یا آنانند که به سمت تاریخ می‌دوند و یا تاریخ در حال گریز از آنان است و اینان تلاش می‌کنند تا افتان و خیزان، خود را به آن برسانند؟ ملغمه‌ای از همه

این‌ها در حال رخ دادن است! زمان به هم ریخته شده و تو نمی‌دانی زمانی در حال گذشتن است یا آمدن... باید انتظار بکشی تا برسد یا بدوی تا برسی؟ پس باید هم‌زمان همه آنچه از دستت برمی‌آید انجام بدهی. عراقی‌ها با زمان این‌گونه رفتار می‌کنند. شوخی‌ها و رجزهای شب عاشورا در کربلا، از جنس همان رفتار اصحاب امام حسین (ع) در شب عاشورا هزار سال پیش است. برخی از آنان نیز به شوخی و مزاح مشغول بودند.^۱ حتی تیز کردن شمشیرها هم یادآور همان آمادگی اصحاب برای نبرد عاشورا است. رجزخوانی‌های آن شب در کربلا نیز حاوی معنا بودند. دسته‌های شمشیر به دست، با شمشیرهای آخته در همه‌جای کربلا دیده نمی‌شوند. در شب عاشورا، گروه‌به‌گروه از عزاداران شمشیر به دست و رجزخوان، وارد خیمه‌گاه حسینی می‌شوند. ساده‌ترین و سطحی‌ترین تحلیل آن است که این حرکت را صرفاً حرکتی نمادین تلقی کنیم، اما ماجرا چیزی فراتر از آن است. اینان واقعاً خودشان را در حال گذر از تونل زمان و یا در تقلای ورود بدان قلمداد می‌کنند. چه بسا سخن دقیق‌تر آن باشد که آنان عبور از تونل زمان و رسیدن به خیمه‌ها را نیز برای خود بدیهی قلمداد می‌کنند. چرا که کسی حالت التماس و گریه برای عبور از این تونل ندارد؛ بلکه حالت مخاطبه بین آنان و حضرت زینب (س) برقرار می‌شود. آنان خود را در این صحنه از واقعه کربلا تصور و ترسیم می‌کنند:

شب عاشورا نگرانی زینب (س) نسبت به عدم وفای یاران امام حسین (ع) و تنها گذاشتن حضرت به اوج رسیده بود... نافع بن هلال در مقابل خیمه در انتظار امام (ع) ایستاد، شنید زینب به برادر می‌گوید: آیا اصحاب خود را امتحان کرده‌ای؟ من ترس آن دارم که هنگام خطر تو را تنها بگذارند... نافع می‌گوید وقتی که این سخن را از زینب علیها السلام شنیدم، گریه کردم و نزد حبیب بن مظاهر آمدم و آنچه را شنیده بودم به او گفتم... [اصحاب] با هم کنار خیمای بانوان آمدند و صدا زدند «ای گروه بانوان و حرم‌های رسول خدا (ص) این شمشیرهای جوانمردان شماست که سوگند یاد کرده‌اند در غلاف نکنند مگر اینکه گردن دشمنان را بزنند و این نیزه‌های جوانان شماست که قسم خورده‌اند به زمین نیفکنند مگر اینکه به سینه‌های دشمن فرو کنند» (مقرم، ۱۳۹۱: ۲۶۲ - ۲۶۳).

۱. شب عاشورا حبیب با یزید بن حُصَین مزاح می‌کرد. یزید گفت: حالا چه وقت شوخی و خنده است؟ پاسخ داد که چه وقتی بهتر از اکنون سزاوار خنده و مزاح است؟ به خدا سوگند دیری نخواهد پایید که نیروهای دشمن با شمشیر به ما حمله خواهند کرد و ما در بهشت حورالعین را در آغوش خواهیم گرفت (کشی، ۱۴۰۱: ۲۹۳).

ورود به خیمه گاه و رجزها، هیچ کدام حالتی از نمادین بودن و احساس جاماندگی و دور بودن از واقعه ندارند. همگی با حسی از حقیقی بودن همراه هستند. به صورت عجیبی علاوه بر دسته‌های قمه به دست، درون خیمه گاه مملو از کسانی است مشغول عبادت و مناجات هستند. گویا اینان نیز شب عاشورا را مانند اصحاب امام حسین (ع)، شب دعا و مناجات قلمداد کرده‌اند. «حسین (ع) و یارانش آن شب را بیدار بودند و زمزمه‌ای مانند زنبور عسل داشتند. آنان آن شب را به راز و نیاز و رکوع و سجود و قیام و قعود گذراندند» (سید بن طاوس، لهوف، ۱۳۷۹: ۵۷).

اتفاقات جاری و رفتار مردم، صرفاً نمادین و حاصل شبیه‌سازی نیستند، مصنوعی هم نیستند، نمایشی و تعزیه‌طور هم نیستند. کسی، چیزی را تکراری قلمداد نمی‌کند در عین آن که همان به تکراری بودن هر ساله آن اذعان دارند. به هم‌ریختگی زمان، روح واقعی پدیده‌هاست. گذشته، به امشب آمده اما نیامده است؛ می‌خواهم، باید و می‌توانم در آینده‌ای نزدیک به آن گذشته دور برسم لیکن چنین امکانی فراهم نیست! این همه تناقضات ربطی به مردم ندارد، کسی عقلش را از دست نداده، بلکه زمان به هم ریخته است. زمان نمی‌گذرد، می‌آید. حتی رابطه مردم با زمان هم صرفاً رابطه‌ای منفعل نیست، هم منفعل است و هم فعال! این مردم هستند که باید زمان را بیاورند اما هم‌زمان باید خودشان را به زمان برسانند و پدیده «لازمانی» برای عاشورا در حیات مردم جاری می‌شود. کنش‌های اجتماعی مردم در چنین بستری از زمان و پیوندهای رفت و برگشتی آن با عاشورا، معنا می‌یابد.

صبح عاشورا

قمه‌زنی: از حوالی اذان صبح، دسته‌های کفن‌پوش گرداگرد حرم امام حسین (ع) و محوطه بین‌الحرمین تجمع می‌کنند. تمام مناطقی قرار است رسم قمه‌زنی اجرا شود، با ماسه‌های نرم پوشانیده شده‌اند. زیر ماسه‌ها نیز پلاستیک قرار داده شده است. هر قطره‌خونی که بر ماسه‌ها چکیده می‌شود، به سرعت به لایه‌های زیرین رفته و جذب ماسه‌ها می‌شود یا در نهایت بر روی همان لایه پلاستیکی متوقف شده و خاک کربلا را نجس نمی‌کند.

هزاران نفر کفن‌پوش و شمشیر به دست در حالی گرد حرم را می‌گیرند که طنین‌ساز و دهل و طبل و شیپورشان با پرچم‌های بزرگی که در میانه جمعیت به گردش در آمده، یادآور لشگرکشی‌های نظامی گذشته است. مردمان با شمشیرهای کوچک و بزرگی که در دست دارند، با شعار دادن و فریادهای حماسی مشغول می‌شوند تا جایی

که صدا به صدا نمی‌رسد و همه‌مهمه عجیبی سراسر آسمان را فرامی‌گیرد. قمه‌زنی برای خودش آدابی دارد. پس از نماز صبح شروع می‌شود تا مبادا زخم روی سر، مانع از اجرای نماز شود. بارها با قسمت پهن شمشیر و با شعارهایی چون «حیدر حیدر» بر فرق سر می‌زنند تا خون زیر پوست آن نقطه جمع شود، گاهی این عمل توسط چوب انجام می‌شود. ضربات اصلاً محکم نیستند و با حداقلی از قدرت همراه هستند. پس از آنکه از تجمع میزان کافی از خون اطمینان حاصل شد، فردی که باتجربه‌تر از دیگران است و یا احترام خاصی در جمع دارد، برای تازه‌کارها با شمشیرشان یکی دو ضربه به‌جای تجمع خون می‌زند در حدی که پوست بشکافد و خون جاری شود. باتجربه‌ترها، خودشان برای خودشان قمه می‌زنند و حد ضربه نیز طوری است که جز پوست، آسیب نبیند و به‌همین دلیل است که یکی دو روز بعد از این کار، اثری از زخم در سر دیده نمی‌شود و برخی آن را معجزه امام حسین (ع) در حق قمه‌زن‌های صادق می‌دانند. از سوی دیگر، افراد دیگری هم هستند که قواعد را نمی‌دانند و یا برای اثبات شیفتگی خود به امام حسین (ع)، پا را فراتر از حد گذاشته و ضربات محکمی بر فرق سر خود وارد می‌کنند که گاهی تا استخوان سر را آسیب‌زده و کار را به غش کردن و... می‌کشاند. به‌رحال خون از فرق سر بر چهره‌ها و لباس‌های سفید جاری شده و افراد با سروصورتی خونین، «لیک یا حسین» گویان وارد حرم امام حسین (ع) می‌شوند. کمی که از ساعت شروع برنامه می‌گذرد، بوی خون تمام آسمان را فرامی‌گیرد. همه‌جا بوی خون می‌آید و بسیاری چهره‌ها خونین هستند.

قمه‌زنی یک پدیده منحصراً در مردان است و هیچ زنی آن را اجرا نمی‌کند. در آن شبی که برق شمشیرها و صدای رجزها در آسمان کربلا به بالا می‌رود، به‌ندرت زنی در خیابان دیده می‌شود. از صبح دیگر هیچ زنی در بین الحرمین و حرم امام حسین (ع) دیده نمی‌شود. فقط همین روز عاشورا در تمام طول سال است که تمام حرم در اختیار مردان قرار می‌گیرد و هیچ زنی در حرم اجازه حضور ندارد. قمه‌زنی یک عمل مردانه است و به‌نوعی نشانه مرد شدن برای نوجوانان هم محسوب می‌شود. این پدیده علی‌رغم اینکه به‌شدت دارای تفکیک جنسیتی است، جنسیت‌زده نیست. این که پدران برای فرزندان و دوستان برای یکدیگر قمه و کفن می‌خرند، ریشه در همان معنادهی زمان به حیات دارد. نوجوانی که توسط پدرش کفن‌پوش می‌شود، در تونل زمان وارد شده و خودش را به‌مثابه «قاسم بن الحسن (ع)» تصور می‌کند. آنچه دیشب در یک «جشن تکلیف عزاداری» بر تن کرده بود، در عزاداری خلاصه نمی‌شود؛ بلکه معنایی

بسیار جاری‌تر از آن درون خود نهفته است: او دیگر مرد جنگ شده و قرار است به سپاه امام حسین (ع) بپیوندد، کدام سپاه؟ سپاه ۷۲ نفر هزار سال پیش؟ بله! دقیقاً قرار است «امروز» به همان‌جای «تاریخ» برود. دیگر امروز و دیروزی وجود ندارد، زمان‌ها به‌هم‌ریخته‌اند و این انسان‌ها هستند که در همین دریچهٔ عجیبی از زمان که در این شب و روز باز شده، انتخاب می‌کنند که در کجای تاریخ بایستند. چهرهٔ خونین آن نوجوان، او را در بین کُشته‌های دشت کربلا قرار می‌دهد و پدرش نیز از این «شهادت خونین» بسیار خرسند است. تاریخ، گذشته، امروز، آینده و همهٔ واژگان زمان‌مند، به هم ریخته‌اند و چنین است که تا معنای گذشته را ندانی، نه امروز را متوجه می‌شوی و نه فردا را. تسری معنا از عاشورا به حیات شیعه، در اینجا درخششی خالص و بی‌نظیر دارد که هرازگاهی در هنگامه‌هایی از تاریخ شیعه نیز، بروز پیدا می‌کند.^۱

قمه‌زنی پایانی تلخ و سخت دارد. قمه‌زدن تلاشی فرازمانی است برای نجات از واهمه نرسیدن به کربلا و جاماندن از کاروان عاشورائیان، یا به بیان دقیق‌تر تلاشی است برای کمک به امام حسین (ع) در همین امروز (چراکه امروز، همان عاشورای هزار و چند صد سال پیش است!); اما این تلاش‌ها به ثمر نمی‌رسد و هنگامی که خورشید در آسمان کربلا بالا می‌آید، دیگر تمام زمین خونین شده و لشگر قمه به دست‌ها، دیگر رمقی برای ایستادن ندارند. رمل‌ها و ماسه‌ها مملو از قطرات خون هستند و در هر گوشه و کناری کسی را می‌بینی که از شدت خونریزی تاب ایستادن ندارد و توسط دوستان و همراهانش - به‌مثابه مرد جنگی زخمی‌ای که از معرکه برگشته - مشایعت می‌شود. اکنون، پایان تلخ قمه‌زنی فرارسیده و لشگریان توانسته‌اند زمان را درنوردیده و به آن برسند و جلوی وقوع آن فاجعهٔ خونین در عاشورای سال ۶۱ هجری را بگیرند. این زمان بوده که با شتابی سهمگین، به یک‌باره از آنان عبور کرده و کار خودش را انجام داده است. زمان، از گذشته‌ای دور وارد زندگی اینان شده، چهره‌هایشان را خونین کرده و آن هنگام که باید اینان را همراه با خود به عاشورای سال ۶۱ هجری می‌برد به یک‌باره همه رشته‌ها اتصال خود را با آنان قطع کرده و فقط مسافران همان گذشته دور را از مقابل چشمان اینان عبور داده و مجدداً به عمق تاریخ بازگشته است. این

۱. به‌طور مثال، رزمندگان دفاع مقدس نیز شب حمله را شب عاشورا و روز عملیات را روز عاشورا دانسته‌اند و آن حجم عظیم از معنویت و ایثار و شهادت‌طلبی جز در چارچوب همین فهم از تسری زمان گذشته به اکنون و حرکت از اکنون به گذشته، توجیه‌پذیر نیست. زمزمه شعر «سوی حسین رفتن با چهره خونین/ زیبا بود این‌سان معراج انسانی» در شب‌های عملیات، شباهتی تام با همین چهره‌های خونین در کربلا دارد، هرچند آنچه در شب‌های عملیات رخ می‌داده، علاوه بر کشاندن گذشته به امروز و جبهه ساختن آینده را نیز در خود داشته است.

لشگر خونین، هنوز شکست را نپذیرفته و می‌خواهد آن پیوند اتصال بین زمان‌ها را برای خودش حفظ کند.^۱

مقتل^۲ خوانی: اکنون زمینِ حرم امام حسین (ع) خونین است و پس از چندین ساعت شنیدن صدای طبل و شیپور، سکوتی سنگین بر حرم حاکم می‌شود. حرم صرفاً در اختیار مردان قرار دارد و دیگر از آن رجزخوانی‌ها خبری نیست. ماسه‌ها و رمل‌های حرم امام حسین (ع) و محدوده بین‌الحرمین به خون آغشته هستند و جمعیت در هر گوشه غیرخونینی که بیابند، می‌نشینند. صدای بلندگوی حرم در خیابان‌های اطراف نیز پخش می‌شود و در حال آماده کردن جمعیت برای برگزاری برنامه بعدی است.

بلندگوی حرم در اختیار یک روحانی قرار می‌گیرد و او با در دست داشتن یک جلد کتاب، می‌خواهد جمعیت چند هزار نفره‌ای را اداره کند. او یکی از کتاب‌های مقتل امام حسین (ع) را گشوده و به صورت روزنامه‌وار از روی آن می‌خواند. هرچند لحن او اندکی با روزنامه خواندن متفاوت است، اما آن‌چنان هم حالت روضه‌خوانی ندارد، به یک روضه‌خوانی معمولی شبیه‌تر است تا روضه‌خوانی. هرازگاهی که متن مقتل به مصیبت‌های عاشورا می‌رسد، او لحن خود را عوض کرده و با شعر و نوحه، جمعیت را به هم‌خوانی و سینه‌زنی بسیار کوتاه وادار می‌کند. این هم‌خوانی‌ها و سینه‌زنی‌های متناوب، بسیار کوتاه هستند به نحوی که رشته بحث را پاره نمی‌کنند. اشعار، متناسب با قسمتی از مقتل که در حال خوانده شدن هستند، انتخاب می‌شوند. مثلاً جایی که حضرت علی اکبر (ع) به شهادت می‌رسد، یک بیت یا دو بیت شعر در همین موضوع، هم‌خوانی شده و سپس مقتل خوانی ادامه می‌یابد. جمعیت چند میلیون نفر حاضر در کربلا، از طریق بلندگوی حرم، این مراسم را می‌شنوند. ظرفیت حرم برای پذیرش این جمعیت بسیار کم است و مردمان در همان خیابان‌ها بر زمین نشسته و در مراسم شرکت می‌کنند. شرکت در مراسم ابداً به معنای صرف شنیدن صدا و گوش دادن به آن نیست. در همان خیابان‌ها، مجلس عزا برپا می‌شود و مردمان هر گوشه و کناری که بیابند، به گریه و زاری می‌پردازند. این گونه نیست که خیابان مهبیای نشستن مردم شده و مکان خاصی برای شرکت در مراسم تعیین شده باشد؛ خیر! فقط صدا از بلندگوها

۱. قمه‌زنی ایرانیان در عراق، واجد معانی دیگری جز آنچه در اینجا نوشته شد نیز هست که معانی سیاسی و اعتراضی و گریختن از فتوای رهبر انقلاب و مواردی از این دست نیز هست که محل یادداشت حاضر نیست. آنچه در عراق و توسط عراقی‌ها اتفاق می‌افتد مورد موافقت اکثریت مراجع عراق بوده و معنای آن با معنای کنشگران ایرانی تفاوتی بنیادین دارد.

۲. «مقتل» به کتاب‌هایی گفته می‌شود که ماجرای کربلا را با استناد به احادیث اهل بیت (ع) و روایات تاریخی بیان می‌کند. علت انتخاب این عنوان برای این کتاب‌ها، موضوع قتل و شهادت امام حسین (ع) و یاران ایشان است. مقتل مقرر، لهوف سیدبن طاووس، نفس المهوم، مثیرالاحزان و مقتل ابی مخنف از مهم‌ترین کتاب‌های مقتل محسوب می‌شوند.

پخش می‌شود و جمعیت انبوه نیز در خیابان در حال تردد هستند و هر از چندگاهی که مقتل اوج می‌گیرد، می‌بینی که تعدادی، گوشه‌ای از خیابان و پیاده‌رو را انتخاب کرده و همان‌جا بر زمین نشسته و عزاداری می‌کنند. چندین ساعت مقتل خوانی کار را بدانجا می‌کشاند که در خیابان‌های اطراف حرم، مسیر تردد به‌مرور تنگ و تنگ‌تر می‌شود و همان زمین گرم خیابان، به محل برگزاری برنامه تبدیل می‌شود. مردمان همان ماسه‌ها و ریگ‌هایی که در خیابان برای جلوگیری از گسترش یافتن خون قرار داده شده بوده را بر سر و صورت خود می‌ریزند و عزاداری می‌کنند. وضعیت حرم نیز همین‌گونه است. مسیرهای تردد به‌مرور به خاطر شدت حضور جمعیت بسته می‌شود و ظرفیت پذیرش زوار در حرم وجود ندارد؛ لذا بعد از مدتی، درب‌های حرم بر ورودی‌های جدید بسته شده و فقط اجازه خروج می‌دهند.

مراسم مقتل خوانی حدود سه ساعت طول می‌کشد و با نزدیک شدن به اذان ظهر خاتمه می‌یابد. تمام طول این سه ساعت، جمعیت مشغول گریه و زاری هستند. آنچه رخ می‌دهد، صرفاً یک عزاداری بر امری گذشته نیست؛ بلکه باز هم با به‌هم‌ریختگی زمانی مواجه هستیم. مضمون عمده اشعار و نوحه‌هایی که لابه‌لای مقتل توسط منبری و مردم خوانده می‌شود، مربوط به گذشته نیست، مربوط به همین امروز و همین الان است. آشکارترین این «امروز» دیدن هزار سال پیش، در جایی است که متن مقتل می‌گوید حضرت سیدالشهدا (ع) رو به جمعیت کرده و ندای «هل من ناصر ینصرنی» سر دادند و به یک‌باره جمعیتی که از شدت گریه (بر امر هزار سال پیش) بی‌تاب شده بودند، از حالت حزن و جزع و فزع به حالتی حماسی تغییر پیدا کرده و مستمر و یک‌صدا فریاد «لبیک یا حسین» سر می‌دهند. آیا این لبیک واقعی است؟ آیا این صدا به هزار و چند صد سال پیش می‌رسد؟ آیا کاری از این‌ها برمی‌آید تا جلوی قتل امام (ع) و هجوم به خیمه‌ها را بگیرند؟ مگر می‌توان چهارده قرن از زمان را طی کرد و به گذشته بازگشت؟ هم بله و هم خیر! اینان به خوبی می‌دانند که امکان بازگشتی در زمان، در کار نیست؛ گویا قرار نیست زمان را بازگردانند، این زمان است که از هزار و چند صد سال پیش، اکنون و همین اکنون با سرعت به‌سوی آنان در حال حرکت است. به‌همین جهت، دیگر گذشته‌ای در کار نیست (هر چند هست!) هر چه هست، همین امروز است. اکنون در کربلا، قرن چهاردهم و قرن اول هجری به هم رسیده‌اند و درعین حال، بسیار از هم دور هستند. زمان به طرز متناقضی به هم ریخته است، از یک‌سو انگار وقایع عاشورا همین الان در حال رخ دادن هستند و تو باید کاری کنی تا

امام (ع) تنها نماند و راز آن لبیک «یا حسین» گفتن‌ها در همین است، از سوی دیگر وقایع عاشورا مربوط به هزار و چهارصد سال پیش هستند و کاری از دست تو بر نمی‌آید و علت همه این گریه‌ها و ضجه‌ها همین است، از طرفی دیگر تو نسبت به گذر زمان منفعل نیستی و باید خودت را به زمان برسانی و همین است که منش و خلق و خوی تو را تغییر می‌دهد و آن لحظه‌ای که مطمئن می‌شوی که زمان از تو عبور کرده، دوباره به همان خلق و خوی قبلی باز می‌گرددی و رشته پیوند تو با تاریخ، قطع می‌شود.

برانگیختگی زمانی در کامل‌ترین حد خود در همین لحظات مقتل خوانی تجلی پیدا می‌کند. همه الکترون‌ها از کنترل هسته عادی و معمول خارج شده و در کنترل پرانرژی‌ترین مرکزیت جهان یعنی «امام حسین (ع)» قرار گرفته است. رفتارهای مردم، هیچ کنشی مثل روزهای عادی نیست؛ این لبیک‌ها و گریستن‌ها و فریاد زدن‌ها و اطمینان داشتن به این که می‌توان زمان را درنوردید و حاضر در صحنه عاشورا بود، حاصل همین برانگیختگی است که همه چیز و هم کس را به هم ریخته است، حتی زمان را.

ظهر عاشورا و رکضه طویرج

آستانه اذان ظهر تمام می‌شود و جماعت عزادار، آماده اقامه اذان می‌شوند. در آموزه‌های اسلامی، نماز دارای احترامی ویژه است که همه کارها باید با آن تطابق بیابند. هنگام برگزاری نماز جماعت، بایستی همگان سکوت کرده و رفتار خود را با امام جماعت تطبیق دهند. حتی طواف حج، هنگام برگزاری نماز جماعت تعطیل می‌شود. پس از پایان نماز جماعت نیز قرائت ادعیه و مستحبات و نوافل ادامه پیدا می‌کند و این گونه نیست که بلافاصله پس از اتمام نماز جماعت، صفوف جماعت به هم بریزد. در تمام طول سال این آداب و نظم و سکوت درمورد نماز جماعت در کربلا نیز برقرار است؛ اما نماز عصر در حرم امام حسین (ع) یک استثنا در تمام طول سال است. از اواخر رکعت دوم، صدای مهمه‌ای از جمعیتی که بیرون درب‌های حرم متوقف شده‌اند به داخل کشیده می‌شود، کم‌کم این مهمه به اوج رسیده و به فریاد تبدیل می‌شود. گویا جماعتی تاب انتظار کشیدن را ندارند و برای انجام کاری، عجله دارند. فریادها بالا می‌رود و نماز عصر، تحت الشعاع این عجله قرار می‌گیرد؛ امام جماعت به نماز خود سرعت می‌بخشد و بلافاصله پس از سلام نماز، آن جماعت مضطرب و پریشانی که پشت درب‌های حرم متوقف شده بودند، دوان‌دوان وارد حرم می‌شوند. صفوف نماز به هم ریخته و اینان بدون آن که در حرم توقف کنند، با سر دادن تنها چند شعار ساده، دوان‌دوان از حرم خارج شده و به سمت بین‌الحرمین می‌روند.

مشهور بر آن است که در ۱۴ قرن پیش، قبیله‌ای از قبایل اطراف کربلا وقتی از تنهایی امام حسین (ع) مطلع می‌شوند، جهت یاری ایشان به سوی کربلا رهسپار می‌گردند، اما وقتی به آنجا می‌رسند که دیگر کار از کار گذشته بوده و حسرت یاری امام حسین (ع) برای اعضای این قبیله باقی مانده است. اکنون، از حدود ده کیلومتر خارج از شهر کربلا، از منطقه طویریج، جمعیتی دوان دوان به طرف حرم می‌آیند تا آن تأخیر تاریخی را جبران کنند. در طول مسیر و لحظه به لحظه بر تعداد جمعیت افزوده می‌شود. دیگر از آن پرچم‌های رنگارنگ گروه‌های مختلف عزادار که در روزهای گذشته وارد حرم می‌شدند خبری نیست و همه پرچم‌ها، فقط پرچم «رکضه طویریج» است. شرکت کنندگان در این دسته، فقط اهالی قبیله طویریج نیستند، «همه» در این دسته شرکت می‌کنند. همچنان هیچ زنی در حرم وجود ندارد. با توجه به ازدحام عجیب در دسته طویریج، همه درهای حرم در اختیار این دسته قرار می‌گیرد، برخی درها صرفاً برای ورود و برخی صرفاً برای خروج تعیین شده‌اند تا مبادا ازدحام منجر به آسیب دیدن نفرات شود. عبور دسته طویریج از حرم، حدود سه و نیم ساعت طول می‌کشد و تعدادی شعارهای کوتاه و ثابت توسط این جمعیت تکرار می‌شود:

- یا حسین

- لبیک یا حسین

- حسین، حسین... حسین، حسین

- یا ثارات الحسین

- واحسینا واحسینا واحسینا

- هذا لظمنا للأبد/ علی الحسین و اولاده^۱

- الیوم الیوم نعزی فاطمه^۲

- ابد و الله یا زهرا ما نسی حسینا^۳

جمعیتی پریشان و پرشتاب با پاهایی برهنه و بر سر و سینه زنان، به سمت حرم می‌دوند و از هر گوشه و کناری، مردمان ناخودآگاه به آنان ملحق می‌شوند. وقتی از بیرون به آنان می‌نگری، گویا از دل تاریخ برخاسته‌اند و قرار است لحظه‌ای از مقابل چشمان تو عبور کنند و مجدداً به دل تاریخ بازگردند و وقتی با آنان هم‌دل و هم‌راه می‌شوی معلوم می‌شود

۱. تا ابد برای حسین (ع) و فرزندان ش سینه می‌زنیم.

۲. در این روز به حضرت فاطمه (س) تسلیم می‌گوییم.

۳. ای حضرت زهرا (س)! تا ابد حسین (ع) را فراموش نخواهیم کرد.

در همین «امروز» هستند و تلاش دارند تا شتابان خود را به دل تاریخ برسانند و البته چون می‌دانند به اعماق تاریخ باز نخواهند گشت، حیرتی میان امروز و دیروز در جان آنان ملاحظه می‌کنی. مجدداً زمان به هم ریخته است، گذشته و اکنون و آینده در هم رفته‌اند، به وضوح، گذشته در حال جدا کردن خود از امروز است. شعارهایی که سر می‌دهند، حس عقب‌افتادگی از تاریخ را تداعی می‌کنند. هر قدر شعار «لبیک یا حسین» بیان‌گر بازگشت به گذشته، یا آوردن گذشته به امروز باشد؛ شعارهایی مثل «الثارات الحسین» و «الیوم الیوم نعزی فاطمه» بیان‌گر عقب افتادن از تاریخ هستند و شعارهای پرتکرارتر، همین شعارهای دسته دوم می‌باشند. جماعتی که از دیشب، در حرکتی بین‌زمانی قرار گرفته و مدام گذشته و امروز را به هم پیوند می‌زدند، آهسته‌آهسته در حال خروج از تونل زمان و بازگشت به حالت عادی قرار می‌گیرند. آنچه از مفهوم برانگیختگی و انرژی درون آن گفتیم، اینجا نیز بروز می‌یابد. این همه فریاد و دویدن و گریستن، حاصل همان انرژی‌ای است که توانسته حالت عادی زندگی و کشش‌های معمول روزمره را از کنترل هسته روزمرگی خارج کرده و در کنترل مرکزیتی به نام «امام حسین (ع)» قرار دهد. نزدیک شدن به عصر عاشورا، قدرت آن زمان را کم کرده و آرام‌آرام الکترون‌ها را در اختیار همان هسته اولیه قرار می‌دهد.

عصر عاشورا

با خروج آخرین نفرات از دسته طوریج، حرم حالتی جدید به خود می‌گیرد. چراغ‌های روشنایی حرم همگی خاموش می‌شوند و فقط چراغ‌های قرمز روشن هستند. تاریکی همراه با رنگ قرمز، وضعیت حرم را در حالتی استثنایی قرار می‌دهد. از پیش از طلوع آفتاب، این حرم مملو از صدای رجزخوانی و روضه‌خوانی و همه‌مردمان بوده به‌مثابه میدان جنگ، ازدحام نفرات و صداها آن را بی‌قرار کرده بود؛ اما با پایان دسته طوریج، به یک‌باره همه چیز تغییر می‌کند. سکوتی بهت‌آور بر سراسر صحن حرم چیره می‌شود. تقریباً هیچ‌کس با دیگری سخن نمی‌گوید. حدود دو ساعت تا اذان مغرب باقی مانده و جمعیت در صف‌هایی نامنظم به انتظار نماز نشسته‌اند، اما این انتظار با هیچ کنشی همراه نیست. در روزهای عادی و هنگام انتظار برای نماز، زائران به خواندن دعا و نماز مشغول می‌شوند و یا این‌که گفت‌وگوهایی دو نفری بین زوار شکل می‌گیرد. سؤال و جواب‌هایی مانند «کی آمده‌اید؟» و «از کجا هستید؟» و «کی برمی‌گردید؟» و «هتل‌تان کجاست؟» و سؤالاتی از این قبیل که برای گذران وقت ردوبدل می‌شوند، روال عادی گفت‌وگوهای غریبه‌ها در حرم هستند. لیکن امروز، به طرز عجیبی در تمام طول این دو ساعت، کمترین میزان گفت‌وگو و نماز و دعا دیده می‌شود. جماعتی

چند هزار نفره، با سکوتی تلخ در حرم نشسته‌اند و تنها صدایی که به گوش می‌رسد، صدای گریه‌هایی آرام و سوزناک از کنار قتلگاه حسینی در حرم است. جماعتی اندک گرد قتلگاه جمع شده‌اند و صدای گریه‌شان به‌مثابه آهنگ پس‌زمینه آن تصویر محزون از حرم به گوش می‌رسد. کسی برای این جماعت، روضه‌خوانی و مداحی نمی‌کند؛ خودشان با مرور روضه‌هایی که پیش از این شنیده‌اند، در حال گریه کردن هستند. جماعتی چند هزار نفره که عمیقاً محزون گرد هم نشسته‌اند، با آن نور قرمز و این طنین آرام گریه که در صحن پاشیده می‌شود، تداعی گر لشگری شکست‌خورده هستند. زمان، همچنان به‌هم‌ریخته است. گویا اینان از صبح درگیر نبردی سخت بوده‌اند و اکنون شکستی تلخ بر حنجره آنان چنگ انداخته و نه تاب سخن گفتن دارند و نه رمق گریه کردن. به‌سان بدن‌های زخمی‌ها و کُشتگان که در پایان هر جنگی در گوشه و کنار میدان بر زمین باقی می‌ماند، در تمام حرم نقش بر زمین هستند و راز این سکوت و بی‌حرکی (آن هم پس از آن همه تحرکی که تا همین چند ساعت پیش بر حرم حکم فرما بود) در همین نهفته است. جماعتی هستند که در قرن چهاردهم، خود را در قرن نخست هجری می‌بینند و آن‌چنان بین این دو زمان سیر کرده‌اند که گویا در نبرد ظهر عاشورا شرکت داشته‌اند و اکنون در پایان آن نبرد قرار دارند؛ این بُهت، پیچیده‌تر از این تفسیر است. هرچند آنان به‌مثابه لشکر شکست‌خورده هستند، اما لشگری هستند که نتوانسته در جنگ شرکت کند. تلاش فراوانی کردند تا زمان را با سرعت و شدت بپیمایند و به عاشورای چهارده قرن پیش برسند، ولیکن نرسیده‌اند. شاید هم واقعه، از دل تاریخ و با شتاب به طرف آنان هجوم آورده بود و اینان تلاش می‌کردند بر این قطار در حال حرکت سوار شوند، اما هرچه به دنبال آن قطار دویده‌اند، نتوانسته‌اند به موفقیت برسند. این قطاری است که سالی یک‌بار، زمان را می‌شکافد و به شیفتگان، خودی نشان می‌دهد و بدون توقف و با سرعت می‌گذرد. خیل شیفتگان هستند که باید برای سوار شدن تلاش کنند و همه کارهایی که از دیشب در حال وقوع بود، برای همین سوار شدن شکل گرفته بودند. مشخص نیست این مردمان هستند که به دنبال زمان می‌دوند یا این زمان است که از آنان می‌گذرد. اینکه کدام یک نسبت به دیگری منفعل است، مبهم است و گویا رابطه زمان و انسان، به شکلی عجیب به هم ریخته است. این انسان‌ها هستند که زمان را به نزد خود می‌کشند یا این زمان است که انسان‌ها را به دنبال خود می‌کشاند؟ آنچه رخ می‌دهد تلفیقی از این دو است و معنای کنش و کل حیات انسان‌های حاضر در این فضای زمانی، بدین شکل متولد می‌شود.

فهم خطی از زمان به فهمی دَوْرانی تغییر پیدا می‌کند.

هرچه به غروب آفتاب نزدیک‌تر می‌شویم، زمان خود را بیشتر از انسان جدا می‌کند و انسان‌ها نیز کم‌کم عبور قطار را باور می‌کنند. کسی نتوانسته از تونل زمان به گذشته باز گردد و کسی نیز نتوانسته سوار بر قطار شده و به کاروان کربلائیان ملحق شود. امام شیعیان و یارانش را به شهادت رسانده‌اند و تمام تلاش‌های این جماعت در قرن چهاردهم برای جلوگیری از وقوع فاجعه بی‌ثمر بوده است. مگر می‌شود جلوی فاجعه‌ای که چهارده قرن پیش رخ داده است را گرفت؟ پاسخ جماعت به طرز اعجاب‌آوری این است: «تلاش می‌کنیم که جلوی آن را بگیریم، هرچند می‌دانیم که نمی‌شود اما خدا را چه دیدی، شاید شد!». پاسخ آن‌چنان غریب است که جز با توجه به مفهوم «به‌هم‌ریختگی زمان» و «حرکت بینا زمانی» قابل توجیه نیست.

به‌هرحال، هرچه به غروب نزدیک‌تر می‌شویم، تکاپوی جمعیت برای ورود به تونل زمان یا سوار شدن بر قطار تاریخ کمتر شده و سکوت فراگیرتر می‌شود.

شام غریبان

شب گذشته، کربلا و اطراف حرم مملو از جمعیت، حرکت و سروصدا بود. صدای رجزخوانی قه‌زنها، مداحی‌های تند عراقی، روضه‌خوانی‌ها و فریادهای صاحبان مواکب برای دعوت مردم به اینکه از موکب آن‌ها استفاده کنند به آسمان دیشب، اجازه خوابیدن نمی‌داد اما شام غریبان، به‌طور کلی با دیشب متفاوت است.

امشب، همچنان مواکب برپا هستند و به زوار خدمات می‌دهند؛ شام و چایی و آبمیوه و اسکان تقریباً به‌همان اندازه دیشب، اما اندکی کمتر، برقرار است. جمعیتی که دیشب گرد حرم و خیمه‌گاه می‌پر خریدند نیز همچنان (البته با تعدادی اندکی کمتر) حضور دارند. جماعت، عمدتاً پشت به حرم و در مسیر خروج از کربلا قرار دارند. به لحاظ تعداد نفرات و مواکب، تفاوت اندکی بین امشب و دیشب برقرار است، تقریباً سکوت سراسر آسمان و شهر را فراگرفته است. سکوت، همان پایان تلخ تراژدی یک سفر به کربلا است. همگی سر در گریبان کرده و کمتر گفت‌وگویی میان انسان‌ها رخ می‌دهد. خبری از جوانانی که دیشب، در اوج حماسه و حتی بذله‌گویی با یکدیگر قرار داشتند، نیست و اصطلاحاً «خاک مُرده بر شهر پاشیده‌اند».

این جماعت، سفری طولانی به دورترین نقاط تاریخ داشته‌اند و جنگی سخت در معرکه‌ای به وسعت کربلا را تجربه کرده‌اند و شکستی تلخ در ناتوانی از یاری امام خویش را بر کام دارند و طبیعی است که سکوتی سنگین بر آنان حاکم شود.

گذر از عاشورا به اربعین

سفر بین‌زمانی از امروز به چهارده قرن پیش و بازگشت یک‌باره «از آنجا به اینجا» و از «آن زمان به این زمان» و تجربه برانگیختگی و به‌هم‌ریختگی زمان، با این سکوت ختم نمی‌شود. اینان، تلخی نرسیدن به زمان را درک کرده‌اند و منتظر زمانی هستند که بتوانند آن را جبران کرده و به زمان برسند. تلاش‌ها و شکست‌های روز عاشورا به‌سان آن انرژی‌ای هستند که چله کمان شیعه را هرچه بیشتر به عقب می‌کشند تا بتواند تیری قوی‌تر پرتاب کند. آن تیر حداقل یک‌بار در سال و در روز اربعین از چله خود پرتاب شده و از عمق تاریخ به هدفی در امروز می‌نشیند.

مراسم اربعین، با آن شور و اشتیاق و تلاش و فداکاری عجیب عراقی‌ها برای زوار امام حسین (ع)، با همین چارچوب قابل ادراک است. هرچند بخش مهمی از یاران امام حسین (ع) از اهل عراق بودند اما بخش مهمی از قاتلین و نیز محل به شهادت رساندن امام (ع) نیز در عراق بوده است. عراقی‌ها در حسی دوگانه از اینکه «ما از نسل همان یاران شیدای حسین بن علی (ع) هستیم» و یا «ما از نسل همان مردمانی که در حق امام (ع) جفا و یا کوتاهی کردند، هستیم» قرار دارند. آنچه می‌تواند این حیرت وحشتناک را خاتمه ببخشد، رساندن خود به عاشورای ۶۱ هجری است اگر عراقی‌های امروز ناتوان از ورود به تونل زمان و جلوگیری از وقوع فاجعه هستند، اربعین بزرگ‌ترین فرصت آنان برای جبران است. خدمت و نه خدمت‌که فداکاری در راه زوار امام حسین (ع)، همان‌جایی است که تجربه عاشورا و جا ماندن از آن را برای اینان جبران می‌کند. اربعین، خودش نیز یک زمان است که به این زندگی معنا می‌دهد. حدود شش صد کیلومتر پیاده‌روی از فاو تا کربلا از جنوب و حدود صد کیلومتر پیاده‌روی از کاظمین تا کربلا از شمال، مملو از جمعیت می‌شود. تمام طول این هفت صد کیلومتر، خیمه‌هایی برای پذیرایی از حدود بیست میلیون جمعیت برپا می‌شود که همگی شان (به‌جز مواردی بسیار اندک و استثنایی) با هزینه شخصی مردم عراق تأمین مالی شده‌اند. اربعین فرصتی برای غلبه بر آن حیرت و اثبات وفاداری خود به امام حسین (ع) تلقی می‌شود. زمان در اربعین، به هم‌ریخته نیست، در واقع حرکت بین‌زمانی در حال رخ دادن است. عراقیان، امروز برای جبران گذشته و ساختن آینده و در تناسب با واقعه کربلا در حال کوشش هستند. زمان با چنان قدرت و مهابتی برانگیخته شده که کسی نمی‌تواند خود را گدازه‌های آن مخفی کند. انرژی و حرارت حاصل از عاشورای ۶۱ قمری، همین امروز را به نوعی برانگیخته کرده که همه شرایط عادی به هم ریخته است. همان‌طور

که فوران یک آتشفشان تمام شهر را به هم می‌ریزد؛ فوران عاشورا در زمان حال، روح و جان و حیات انسان‌ها و زمان اکنون را به هم ریخته است.

عدم انحصار این تجربه به عراقیان

آنچه عراقی‌ها انجام می‌دهند، برای همه شیعیان به شکلی تکرار می‌شود. در تناسب با کربلا و واقعه عاشورا مفهوم زمان برای شیعیان، به یک‌باره متحول می‌شود و آنان را به انجام اموری غیرمتعارف سوق می‌دهد. اگر شیعیان، زمانی را مساوی شب عاشورا و روز عاشورای دوران خودشان بدانند، کنش‌های عادی آنان یکسره زیر و رو شده و حیاتی جدید در آنان بروز پیدا می‌کند. اساساً روزها و زمان‌ها با یکدیگر مساوی نیستند و این‌گونه نیست که هر بیست چهار ساعتی، مشابه بیست و چهار ساعتی دیگر در هر برهه‌ای از تقویم باشد. اگر روزی یا زمانی، سنخیتی با عاشورا و کربلا پیدا کند، شیعیان کنشی متفاوت از هر روز خود نشان می‌دهند. معنای عاشورا در زمان، برای شیعیان بسیار شدید و قوی‌تر از یک معنای روزمره و هر معنای دیگری است و «جهان» آنان را تغییری بنیادین می‌دهد. فداکاری، ایثار، گذشتن از وقت، مال، جان و خانواده، همگی در تناسب با عاشورا شکل می‌گیرند و البته همگی شکلی «موقتی» به خود می‌گیرند. آن روز یا روزهایی که در حرکتی بینا زمانی، «عاشورا» تلقی شوند و یا نسبتی مؤثر با عاشورا پیدا کنند، این‌گونه هستند و الباقی روزها و ایام سال، روالی کاملاً عادی خواهند داشت. نسبت عاشورا و «اربعین» با یکدیگر، همان دلیل کنش‌های اجتماعی عجیب عراقیان است؛ اما آتشفشانی به نام عاشورا، هرازگاهی در جامعه شیعی فوران کرده و آن را متحول می‌نماید. نزدیک‌ترین تجربه زیسته ما ایرانیان از حرکت بینا زمانی از اکنون به عاشورا، تجربه دفاع مقدس است که شب‌های عملیات را همان شب عاشورا تلقی کرده و روز عملیات را روز عاشورا دانسته‌ایم و اساساً معرکه نبرد را معرکه حسینیان و یزیدیان محسوب کرده بوده‌ایم و سبب همه آن فداکاری‌ها و از جان و مال، فرزند و خانمان گذشتن‌های مان در همین تلقی نهفته بوده است. این تجربه محصور در دفاع مقدس نیست، مثلاً در نبردهای ایران و روس نیز رزمندگان با زیارت عاشورا و سینه‌زنی مهیای جنگ شده‌اند و حتی تاریخ برخی نبردهای خود را در شب عاشورا تعیین کرده‌اند (طاهری خسروشاهی، ۱۳۸۸: ۱۱۹).

ماجرای کربلا و عاشورا، اساساً حیات شیعه را معنایی دیگر می‌بخشد و هرچه شیعه خود را در زمان و مکانی «کربلایی» تر تصور کند، کنش او متفاوت‌تر و برانگیخته‌تر می‌شود. شیعه، توانسته برای خود الگویی از حرکت بین‌زمانی را ترسیم کند، به نحوی که پیوند میان او و عاشورا، نه فقط یک پیوند نمادین و مثالی باشد؛ بلکه پیوندی حقیقی و جاری است. یکی از بهترین توصیف‌ها از تأثیرگذاری عاشورا و کربلا بر شیعه را سید مرتضی آوینی به نگارش درآورده است:

صحرای کربلا به وسعت تاریخ است و کار به یک «یالیتنی کنت معکم» ختم نمی‌شود [...] از باب استعاره نیست اگر عاشورا را قلب تاریخ گفته‌اند. زمان هر سال در محرم تجدید می‌شود و حیات انسان هر بار در سیدالشهدا (ع) [...] آری کربلا از زمان و مکان بیرون است [...] از عاشورای سال ۶۱ هجری قمری، دیگر زمان از عاشورا نگذشته است و همه روزها عاشورا است. زمان بر امتحان من و تو می‌گردد تا ببیند که چون صدای هل من ناصر امام عشق برخیزد، چه می‌کنیم؟ (آوینی، ۱۳۸۷).

شیعه، همواره در یک به‌هم‌ریختگی^۱ زمانی و نیز امکان یک حرکت بین‌زمانی حضور دارد. به‌علت انرژی بی‌نهایت قدرتمند عاشورا و توان آن در برانگیختگی زمانی، از طرفی هر روز و هر کجا می‌تواند برای او عاشورا و کربلا باشد که «کل یوم عاشورا و کل ارض کربلا» و به‌همین منظور است که تلاش می‌کند به هر روش ممکن وارد تونل زمان شده و به عاشورای مخصوص خود برسد؛ اما از جهتی او در تمام عمرش نگران عاشورایی است که ناگهانی و غیرمترقبه بر او وارد خواهد شد و به‌سرعت از او عبور خواهد کرد و اگر نتواند بر این «کشتی نجات» سوار شود، جز افسوس و گناه چیزی برای او باقی نخواهد ماند. او مدام بین امروز تقویمی و امروز عاشورایی گرفتار به‌هم‌ریختگی زمانی است و اگر روزی فرا برسد که احتمال بدهد نسبتی با عاشورا دارد، در حرکتی بین‌زمانی خود را بدان روز موعود رسانده و کنش‌هایی جدید (که از قضا کنش‌هایی اجتماعی و فراگیر هستند) دست می‌زند. بدین ترتیب می‌توان با قطعیت گفت کربلا و عاشورا برای شیعه، تراژدی‌ای نیست که برای آن مرثیه‌سرایی کنند و خاطره‌ای تلخ و حماسی نیست که یاد آن را گرامی بدارند، بلکه زمانی است که به «زمان» معنا می‌دهد و گذشته‌ای است که امروز و

۱. این به‌هم‌ریختگی زمانی، خودش تجلی‌ای از به‌هم‌ریختگی پیکر مطهر سیدالشهدا علیه‌السلام در گودی قتلگاه است و همه چیز در حال انطباق خود با آن واقعه عظیم هستند، حتی زمان.

حتی آینده را متحول می‌کند. عاشورا در هر روزی ممکن است تجلی بیابد و در آن روز یا روزها، کش‌های شیعیان برانگیخته و مملو از انرژی و معنا و البته پرشده خواهد بود که با همه روزهای پیش و پس از آن، متفاوت است.

نتیجه‌گیری

واقعه عاشورا بزرگ‌ترین رخداد تراژیک و هویت‌ساز تاریخ تشیع است. مواجهه با این پدیده در طول تاریخ واجد معانی و روایت‌های متنوعی است. در این مقاله با برجسته‌سازی مواجهه اهالی کربلا در شب و روز عاشورا با رخداد کربلا و فهم خاص بودن آن، تلاش شد تا به فهمی مردم‌شناسانه و درعین‌حال تفسیری از تکریم شعایر عاشورایی در کربلا ارائه شود. استفاده از رویکردهای تفسیری و هرمنوتیکی و روایت «میرچا الیاده» ابزار مفهومی و روشی این پژوهش را سامان دادند.

درک خود به‌عنوان دنباله یک هویت تاریخی در بازسازی روایت عاشورا در کربلا بسیار اهمیت اساسی دارد. درک از خود به‌مثابه مجرمان تاریخی که در لحظه ناب خلق حماسه، عرصه حماسه‌سازی را ترک کردند، به مقوله امتداد تاریخی و هویتی معنایی خاص می‌دهد. این امتداد هم‌زمان با ملامت شخصی و قومی جمع می‌شود، همچنین با شور و حماسه برساخت حماسه‌گر در قالب شبیه‌سازی‌های غمگانه و حماسی. این سفر فقط امتداد فرد در طول تاریخ را روایت نمی‌کند که امتداد کربلا و نقش‌پردازانش در لحظه اکنون را روایت می‌کند. حضور در شعایر عاشورایی از یک سو، امتداد کربلای سال ۶۱ هجری را در لحظه اکنون پیش‌فرض می‌گیرد و هم در یک روایت حماسی، فرد عزادار را از نقطه جامانده شرمسار به نقطه همراه جان‌نثار می‌رساند. این حرکت، علاوه بر حرکت فرد، حرکت خانواده و قومیت و در یک معنا حرکت ملت اسلام است. اینجا و در کربلا، زمین و زمان و همچنین کنشگران خاص کربلا، همان کربلای قدسی است و سرزمین در خاص‌ترین فرض ممکن، همان سرزمین است و قومی که به استیضاح کشیده شدند، همان اهل عراق هستند. بازسازی تاریخ حماسه، ناچار فقط به‌صورت حماسی ممکن خواهد بود و در این بازسازی، مناسک و جزئیات مناسک بسیار مهم است و شاید همین منطق مقاومت در برابر تغییر و فتوا را قابل فهم می‌کند. وحدت زمان، مکان و سوژه امکان هم‌سخنی با تاریخ مقدس را برای کنشگران ممکن می‌کند و درعین‌حال رنگی از اکنونیت و در حال بودن را برای امر مقدس به تصویر می‌کشد.

زمان مقدس، با همه انرژی نهفته درون خویش، در لحظه‌ای از اکنون بر مردمان وارد می‌شود و نیروی نهفته خویش را به انرژی جنبشی تبدیل می‌کند. انرژی جنبشی برخاسته از زمان مقدس، جامعه را وادار به بروز کنش‌هایی متفاوت از ایام عادی سال می‌کند که دیگر واژه «کنش» توانایی توصیف آن را ندارد و باید به‌جای آن از واژه «جنبش» یا «خیزش» استفاده نمود. همان‌طور که در بخش مبانی نظری توضیح داده شد، این جنبش و «برانگیختگی»، جز در تناسب با آن انرژی برانگیزاننده قابل توضیح نیست و اکنون با صراحت می‌توان ادعا کرد، عاشورا و این احساس که در این «زمان» خاص، این «ملت» خاص، مورد استتضاح و استنطاق قرار گرفته‌اند، سازنده خیزش و جنبش‌هایی از جنس اربعین هستند و لزوماً محدود در اربعین نخواهند ماند و می‌تواند در شرایط دیگری نیز ظهور و بروز پیدا کند.

منابع و مأخذ

- آوینی، سیدمرتضی (۱۳۸۷). فتح خون. نشر ساقی، تهران.
- الیاده، میرچا (۱۳۹۰). مقدس و نامقدس: ماهیت دین. ترجمه بهزاد سالکی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی: تهران.
- انتظاری، علی (۱۳۹۶). زیارت اربعین در جهان قطبی شده. ارائه شده در نخستین همایش اربعین پژوهی، کربلا، عراق.
- انتظاری، علی (۱۳۹۸). نگرش به راهپیمایی زیارت اربعین در میان گروه‌های زائران. ارائه شده در سومین همایش بین‌المللی اربعین، کربلا، عراق.
- ایمانی خوشخو، محمدحسین و مهدیه بد (۱۳۹۵). گونه‌شناسی زائران کربلا بر اساس هدف و انگیزه از سفر مطالعه موردی: پیاده‌روی اربعین. فصلنامه علمی - پژوهشی گردشگری و توسعه، ۹(۵)، ۱۳۷-۱۵۵.
- بتون، تد و یان کرایب (۱۳۸۹). فلسفه علوم اجتماعی بنیادهای فلسفی تفکر اجتماعی، ترجمه شهناز مسمی پرست و محمود متحد، نشر آگه: تهران.
- بنی اسد، رضا (۱۳۹۹). قوم‌نگاری فرهنگ پیاده‌روی اربعین حسینی علیه‌السلام: تحلیل‌ها و راهبردهای تصمیم‌گیری در نهادهای انقلاب اسلامی. دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات، ۲۷(۱)، ۵۷-۹۵.
- پویافر، محمدرضا (۱۳۹۹). خیر ایرانی - خیر عراقی مقایسه الگوی فعالیت‌های خیر ایرانیان و عراقیان در آیین پیاده‌روی اربعین. راهبرد فرهنگ، ۷(۵۲)، ۷-۴۱.
- پویافر، محمدرضا (۱۳۹۹). خیر دینی به مثابه تجربه دینی؛ بازتعریف گونه‌های تجربه دینی با مطالعه در آیین پیاده‌روی اربعین. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۵۰)، ۸۷-۱۱۵.
- تاج‌بخش، غلامرضا (۱۳۹۹). پیاده‌روی اربعین و معنایابی کنش زیارت زائران جوان. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۵۰)، ۱۴۵-۱۶۸.
- رضوی زاده، ندا (۱۳۹۶). ادراک و تجربه زیسته زائران پیاده‌روی اربعین در عراق (مورد مطالعه: پیاده‌روی اربعین آذر ۳۱۳۱ عراق). مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۶(۴)، ۵۹۵-۶۳۱.
- درودیان، محمدرضا (۱۳۹۷). منظر معنوی رویداد پیاده‌روی اربعین حسینی. نشریه منظر، ۴(۴۵)، ۵۶-۶۵.
- رضوانی تمیجانی، صدیقه (۱۳۹۹). گونه‌ها و ساحت‌های مشارکت جمعی در پیاده‌روی اربعین. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۵(۵۰)، ۱۱۷-۱۴۳.
- طاهری خسروشاهی، محمد (۱۳۸۸). فصل‌های تاریک: جنگ‌های روس با ایران در شعر فارسی. انتشارات تمدن ایران: تهران.
- عبدالله، عبدالمطلب (۱۴۰۰). تجربه زیسته زائران در پیاده‌روی اربعین سال ۱۳۹۰ (مطالعه موردی دانشگاهیان علامه طباطبایی). فصلنامه علمی جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۴(۴)، ۲-۳۴.

- عربی، حسینعلی (۱۳۹۸). پیاده‌روی اربعین حسینی؛ جایگاه و کارکردها. نشریه معرفت. ۲۸ (۷)، ۴۵-۵۴.
- عشقی، لیلی (۱۳۷۸). زمانی مابین زمان‌ها امام، شیعه و ایران. فصلنامه علمی پژوهشی متین، (۲)، ۱۷۳-۲۰۳.
- عشقی، لیلی (۱۳۹۵). زمانی مابین زمان‌ها امام، شیعه و ایران. ترجمه احمد نقیب‌زاده، نشر فلات: تهران.
- غفاری هاشجین، زاهد، آقایی (۱۳۹۷). محمد، پیاده‌روی اربعین به مثابه جنبش اجتماعی. دوفصلنامه علمی-پژوهشی دانش سیاسی، ۱۴ (۱)، ۱-۲۱.
- غیاثی، هادی، برزویی محمدرضا، نصیری امید (۱۴۰۰). واکاوی اثرهای مناسک دینی در زیست خانوادگی؛ مورد مطالعه آیین پیاده‌روی زیارت اربعین حسینی. فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ۲۲ (۵۶).
- فرخی، میثم؛ انگوتی، زینب (۱۳۹۸). دلایل حضور و مشارکت زنان ایرانی در پیاده‌روی اربعین. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۲۲ (۸۵)، ۲۹-۵۸.
- فروغی، یاسر؛ سراج‌زاده، سیدحسین؛ نبوی، سیدحسین (۱۳۹۹). مطالعه کیفی انگیزه‌های زائران ایرانی شرکت‌کننده در آیین پیاده‌روی زیارت اربعین. دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات، ۲۶ (۲)، ۴۱۹-۴۵۰.
- کرمی قهی، محمدتقی (۱۳۹۹). فهم تجربه پیاده‌روی زنان ایرانی در اربعین. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۷ (۹۱)، ۳۸-۱.
- کرمی قهی محمدتقی؛ بذرافشان، محمدرضا (۱۳۹۳). فهم عراق از دریچه تجربه زیسته زائران عراقی اربعین. دوفصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی، ۳ (۱۲)، ۵-۲۵.
- کشی، محمد بن عمر بن عبدالعزیز (۱۴۰۱). رجال کشی، مترجمین حسن مبینی و فضل‌الله عبداللهی. نشر آماره: تهران.
- گیرتس، کلیفورد (۱۳۹۹). تفسیر فرهنگ‌ها. ترجمه محسن ثلاثی، نشر ثالث: تهران.
- گیویان، عبدالله؛ امین، محسن (۱۳۹۶). محبت و هویت در آیین نمایش جهانی اربعین: مطالعه ماهیت، کارکردها و ساختار پیاده‌روی اربعین از منظر ارتباطات آیینی. دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۴ (۲)، ۱۶۷-۱۹۴.
- شراهی، اسماعیل؛ ذوالفقارزاده کرمانی، محمدمهدی (۱۳۹۸). واکاوی ادراک زائران از رفتار خادمان در اربعین: روایتی مردم شناختی از پدیده عظیم پیاده‌روی اربعین. دوفصلنامه علمی-پژوهشی دین و ارتباطات، ۲۶ (۱)، ۱۱۵-۱۴۸.
- علی‌بن‌موسی ابن طاووس (۱۳۷۹). لهوف، ترجمه ابوالحسن میرطالبی، نشر دلیل ما: تهران.
- نادری، احمد (۱۳۹۱). کلیفورد گیرتز، از پوزیتیویسم تا انسان‌شناسی تفسیری، مجله پژوهش‌های انسان‌شناسی ایران، ۱۲ (۱)، ۸۴-۶۱.
- واعظی، اصغر؛ فاضلی، فائزه (۱۳۸۹). دیالوگ، دیالکتیک، امتزاج افق‌ها، شناخت. پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی، (۶۲)، ۱۸۹-۲۱۴.

وبر، ماکس (۱۳۹۹) روش‌شناسی علوم اجتماعی ترجمه حسن چاوشیان، نشر مرکز: تهران.

Abdallah, Abd al-Muttalib. (1400). The lived experience of pilgrims during the Arbaeen pilgrimage in 2013 (a case study of academicians Allameh Tabatabai), *Iranian Political Sociology Quarterly*, 4(4)4, 2-34. [In Persian]

Ali ibn Musa ibn Tavus. (1379). *Lahof*, translated by Abolhassan Mirtalebi, Dalil Ma publishing house, Tehran. [In Persian]

Arabic, Hossein Ali. (2018). Arbaeen Hosseini walk; *Position and functions*, *Marafet magazine*, 28(7), 45-54. [In Persian]

Avini, Seyed Morteza. (2007). *Fateh Khoon*, Saghi Publishing House, Tehran. [In Persian]

Bani Asad, Reza. (2019). Ethnography of the walking culture of Arbaeen Hosseini peace be upon him: analysis and decision-making strategies in the institutions of the Islamic revolution, *bi-quarterly scientific journal of religion and communication*, twenty-seventh year, number one (57 consecutive), 57-95. [In Persian]

Benton, Ted and Yan Kraib. (2009). *Philosophy of Social Sciences*, Philosophical Foundations of Social Thinking, translated by Shahnaz Mesmiparast and Mahmoud Tamedeh, Tehran, Age Publishing House. [In Persian]

Drodian, Mohammad Reza. (2017). The spiritual perspective of Hosseini's Arbaeen walking event, *Manzar Magazine*, No. 45, 56-65. [In Persian]

Ramezani Tamijani, Siddiqa (summer 2019). Types and areas of collective participation in the Arbaeen walk, *Iranian Cultural Research Quarterly*, (50), 117-143. [In Persian]

Eliade, Mircha. (1390). Holy and Unholy: The Nature of Religion, translated by Behzad Saleki, *Scientific and Cultural Publishing Company*, Tehran. [In Persian]

Eshghi, Lily. (1378). *Zamani between the times of Imam, Shia and Iran*, *Matin Scientific Research Quarterly*, (2), 173-203. [In Persian]

Eshghi, Lily. (2015). *Zamani between the times of Imam, Shia and Iran*, translated by Ahmed Naqibzadeh, Plate Publishing, Tehran. [In Persian]

Farrokhi, Maitham; Enguti, Zainab. (2018). Reasons for the presence and participation of Iranian women in the Arbaeen procession, *Basij Strategic Studies Quarterly*, 22(85), 29-58. [In Persian]

Foroghi, Yasser; Sirajzadeh, Seyed Hossein; Nabavi, Seyed Hossein (autumn and winter 2019). Qualitative study of motivations of Iranian pilgrims participating in Arbaeen Pilgrimage walking ritual, *biquarterly scientific journal of religion and communication*, 26(2), 419-450. [In Persian]

Ghafari Hashjin, Zahid; Aghaei. (2017). Mohammad, Arbaeen walk as a social movement, *scientific-research journal of political knowledge*, 14(1), 1-21. [In Persian]

Ghiashi, Hadi, Borozei Mohammad Reza, Nasiri Omid (D 1400), analysis of the effects of religious rituals in family life; The study of the Arbaeen Hosseini pilgrimage ritual, *Journal of Culture-Communications Studies*, 22(56). [In Persian]

- Geerts, Clifford (2019). Interpretation of cultures, translated by Mohsen Salasi, third publication, Tehran. **[In Persian]**
- Givian, Abdullah; Amin, Mohsen. (2016). Affection and identity in the mirror of the Arbaeen world show: study of the nature, functions and structure of the Arbaeen walk from the perspective of ritual communication, *scientific-research bi-quarterly on religion and communication*, 24(2), 167-194. **[In Persian]**
- Imani Khoshkho, Mohammad Hossein and Mahdia Bad. (2015). Typology of Pilgrims of Karbala based on the purpose and motivation of a case study trip: Arbaeen Walk, *Tourism and Development Scientific-Research Quarterly*, 5(9), 137-155. **[In Persian]**
- Karmi Qahi, Mohammad Taghi. (2019). Understanding Iranian women's walking experience in Arbaeen, *Social Science Quarterly*, 27(91), 1-38. **[In Persian]**
- Karmi Qahi Mohammad Taghi; Bazarafshan, Mohammad Reza. (2013). Understanding Iraq through the lens of the lived experience of Iraqi pilgrims of Arba'in, *bi-quarterly scientific-research journal of Islam and social sciences*, 3(12), 5-25. **[In Persian]**
- Kashi, Muhammad bin Omar bin Abdul Aziz. (1401). Rizal Kashi, translators Hassan Mobini and Fazullah Abdullahi, *Amareh Publishing House*, Tehran.
- Naderi, Ahmed. (2011). Clifford Geertz, from positivism to interpretive anthropology, *Iranian Journal of Anthropological Research*, 2(1), 61-84. **[In Persian]**
- Poyafar, Mohammadreza. (2019). Iranian-Iraqi charity comparing the pattern of Iranian and Iraqi charitable activities in Arbaeen walking ritual, *Culture Strategy*, (52), 41-7. **[In Persian]**
- Poyafar, Mohammadreza. (2019). religious goodness as a religious experience; Redefining the types of religious experience by studying the Arbaeen walking ritual, *Iranian Cultural Research Quarterly*, (50), 115-87. **[In Persian]**
- Razavizadeh, Neda. (2016). Perception and lived experience of Iranian pilgrims on foot in Iraq (case study: Arbaeen walk in Azar 3131, Iraq), *Social Studies and Research in Iran*, 6(4), 595-631. **[In Persian]**
- Shrahi, Ismail; Zulfiqarzadeh Kermani, Mohammad Mahdi (spring and summer 2018). Analyzing pilgrims' perceptions of the behavior of servants in Arba'in: an anthropological account of the great phenomenon of walking in Arba'in, *bi-quarterly scientific-research journal of religion and communication*, 26(1), 115-148. **[In Persian]**
- Tajbakhsh, Gholamreza. (2019). Arbaeen walk and finding the meaning of young pilgrims' pilgrimage, *Iranian Cultural Research Quarterly*, (50), 145-168. **[In Persian]**
- Taheri Khosrowshahi, Mohammad. (1388). Dark seasons: Russian wars with Iran in Persian poetry, Iran Civilization Publications, Tehran. **[In Persian]**
- Vaezi, Asghar; Fazeli, Faezeh. (2019). Dialogue, dialectic, fusion of horizons, *cognition, humanities research journal of Shahid Beheshti University*, (62), 189-214. **[In Persian]**
- Weber, Max. (2019). Methodology of social sciences, translated by Hasan Chavoshian, Tehran: Neshar al-Karzan. **[In Persian]**

“Ontology of cultural project”, cross-cycle configuration

Aliakbar Baghaie, Ph.D. candidate in Cultural management and planning, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: aa.baghaie@gmail.com

Abbasali Ghayoumi, Associate Professor of Cultural management and planning, Department of Cultural management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: ghayoomi@gmail.com (Corresponding author)

Sayedreza Salehiamiri, Associate Professor of Cultural management and planning, Department of Cultural management, Faculty of Management and Economics, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: dr.salehiamiri@gmail.com

Abstract

The ontology of the cultural project has not been taken seriously among cultural researchers as it deserves. It can be said that part of the wandering of cultural actions is caused by the lack of supporting models for project design and the weakness of the ontological support of the existing models. This research was conducted with the aim of configuring a structure for the ontology of the cultural project, based on the research approach of qualitative content analysis. In the implementation of this strategy, for the stage of data collection from the library method and systematic review, for the stage of data analysis and combination, from the meta-synthesis method, for the implementation of the meta-synthesis method, from the Sandelowski and Barroso model, for the implementation of this model from the coding technique and for the implementation of this technique MAXQDA software tool was used. Among the reviewed models, methods and methodologies, in total, 10 options were selected to perform meta-synthesis. This research believes that the cultural project, only with the action of the executive. It does not end, but its completion requires action on the part of the audience. This research defines the cultural project in the form of eight main components and six sub-components, which are located on two sides of the performer and the audience. Finally, based on a cyclic narrative of the cultural project, by placing these components in an intersecting rotational process, the ontological structure of the cultural project has been configured.

Keywords

Ontology; cultural operations; cultural project; meta-synthesis; systematic approach

«هستی‌شناسی عملیات فرهنگی»، صورت‌بندی چرخه متقاطع

علی اکبر بقایی^۱، عباسعلی قیومی^۲، سیدرضا صالحی امیری^۳

چکیده

هستی‌شناسی عملیات فرهنگی آن‌چنان‌که ضروری و شایسته است در بین فرهنگ‌پژوهان جدی گرفته نشده است. به‌جرت می‌توان گفت بخشی از سرگردانی و نوسان مشهود در اقدامات فرهنگی، متأثر از نبود مدل‌های پشتیبان طراحی عملیات و ضعف پشتوانه هستی‌شناسی مدل‌های موجود است. این پژوهش باهدف صورت‌بندی ساختاری برای هستی‌شناسی عملیات فرهنگی، مبتنی بر رویکرد پژوهشی تحلیل محتوای کیفی با اتخاذ استراتژی تجزیه و ترکیب انجام گردید. در عملیاتی‌نمودن این استراتژی، برای مرحله گردآوری و گزینش داده‌ها از روش کتابخانه‌ای و مرور نظام‌مند، برای مرحله تجزیه و تحلیل و ترکیب داده‌ها، از روش فراترکیب، برای اجرای روش فراترکیب، از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو، برای پیاده‌سازی این الگو از تکنیک کدگذاری و برای پیاده‌سازی این تکنیک از ابزار نرم‌افزاری مکس کیودی‌ای استفاده شده است. از بین مدل‌ها، روش‌ها و روش‌شناسی‌های بررسی شده، در مجموع، ۱۰ گزینه برای انجام فراترکیب برگزیده شد. این پژوهش قائل است عملیات فرهنگی، صرفاً با اقدام سمت مجری به فرجام نمی‌رسد، بلکه تکمیل آن نیازمند اقدام سمت مخاطب است. این پژوهش، عملیات فرهنگی را در قالب هشت مؤلفه اصلی و شش زیرمؤلفه تعریف می‌کند که مجموعاً در دو رسته جانب افاده یا مجری و جانب استفاده یا مخاطب قرار دارد. درنهایت نیز مبتنی بر روایتی چرخه‌ای از عملیات فرهنگی، با جانمایی این دو رسته در یک فراگرد چرخشی متقاطع، ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی صورت‌بندی شده است.

واژگان کلیدی

هستی‌شناسی؛ عملیات فرهنگی؛ پروژه فرهنگی؛ فراترکیب؛ رویکرد سیستمی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۱/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۰

۱. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
aa.baghiaie@gmail.com
۲. دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).
ghaiyoomi@gmail.com
۳. دانشیار گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
dr.salehiamiri@gmail.com

مقدمه

فلسفه پس از رنسانس، متأثر از نگاه تجربه‌گرایانی چون فرانسیس بیکن^۱ و عقل‌گرایانی چون رنه دکارت^۲، از بحث‌های انتزاعی به سمت کاربردی شدن سوق داده شد. عبارت معروف فرانسیس بیکن: «علم قدرت است»، به‌خوبی بیانگر این است که اراده معطوف به علم، معرفت، فلسفه و مطلق دانش، کسب قدرت است. از همین رو فلسفه‌های مضاف مانند فلسفه هنر، فلسفه دین، فلسفه جامعه، فلسفه زبان و ... بعد از رنسانس توسعه یافت و تحول گسترده‌ای در راستای کاربردی شدن فلسفه پدید آمد (برگرفته از: خسروپناه، ۱۳۸۹).

فلسفه مضاف، دانشی است که به‌صورت فرانگرنه به تحلیل یا توصیف مضاف‌الیه خود می‌پردازد. با این تعریف، فلسفه مضاف از هستی‌شناسی^۳ مضاف‌الیه خود، مستغنی نیست. اساساً در نگرش شایع، فلسفه، همان هستی‌شناسی است. هرچند در دو سده اخیر، فلسفه به سمت معرفت‌شناسی، زبان‌شناسی و ذهن‌شناسی گرایش یافته است، مبحث هستی‌شناسی همچنان جایگاه والا و برتر خود را حفظ کرده است. حتی بسیاری از فیلسوفان می‌کوشند مباحث دیگری را که در فلسفه مطرح می‌شود، به‌گونه‌ای به هستی‌شناسی ارجاع دهند. در فلسفه‌های مضاف، که برشی از فلسفه هستند و به اقتضای موضوع آن محدود شده و در واقع مضاف به موضوع خاص شده‌اند، شناخت وجود موضوع از اهمیت بسیاری برخوردار است. با وجود اهمیت هستی‌شناسی در فلسفه، متأسفانه این مسئله بین جامعه‌شناسان، مردم‌شناسان و فرهنگ‌پژوهان چندان مطرح نبوده است. نگاهی گذرا به آثار جامعه‌شناسان و فیلسوفان فرهنگ نشان می‌دهد که هستی‌شناسی فرهنگ، از مباحث مغفول در میان این گروه از اندیشمندان است. با وجود اهمیت بسیار «هستی‌شناسی فرهنگ»، نبود نظری تصریح‌شده و معین از سوی فیلسوفان و فرهنگ‌پژوهان در این مبحث، از بی‌پیشینگی و دیربایی آن حکایت دارد (رشاد، ۱۳۹۱). بدیهی است، غفلت نسبت به تأملات هستی‌شناسانه، صرفاً به لایه‌های زیرین و عمیق، مانند کلان موضوع فرهنگ محدود نمی‌ماند و تا لایه‌های انضمامی و رویین‌تر این مقوله نیز امتداد پیدا می‌کند. به تعبیر کرایب (۱۳۸۶)، جهان فرهنگی همچون جهان اجتماعی، از دو نوع هستی متمایز تشکیل شده است: «عاملیت‌های انسانی» و «ساختارهای فرهنگی». کمبود و بلکه نبود مطالعات هستی‌شناسی در خصوص فعالیت فرهنگی، عملیات فرهنگی، عامل فرهنگی، محصول فرهنگی، سازمان فرهنگی

1. Francis Bacon

2. René Descartes

3. Ontology

و... مؤید این ادعا است که مقوله هستی‌شناسی فرهنگ، از لایه‌های عمیق تا رویین، با شدت و ضعف، مورد غفلت واقع شده است (کرایب، ۱۳۸۶: ۳۲).

هستی‌شناسی فرهنگ، پیرامون هستی‌های موجود در جهان فرهنگی و برخی احوال و احکام کلی آن‌ها بحث می‌کند (جمشیدی، ۱۳۹۱: ۱۴۳). اهمیت هستی‌شناسی فرهنگ به این دلیل است که فضا و دامنه تحرک مطالعاتی محقق فرهنگی را در جهان فرهنگی روشن می‌کند و نشان می‌دهد که او می‌بایست در کدام لایه وجودی از این جهان، پاسخ پرسش‌های فرهنگی خود را جستجو کند (بلیکی، ۱۳۸۹: ۳۰). یکی از علل سرگردانی در برخی مطالعات و مباحثات فرهنگی، ناشی از همین عدم تعیین محدوده جستجو و مذاکره است. هرچند معین بودن دامنه موضوعی، بدون مشخص بودن ساختار هستی‌شناسی موضوع، چندان از سرگردانی و پیچیدگی و نوسان و تشتت نمی‌کاهد.

با این وصف، یکی از الزامات مواجهه با حوزه فرهنگ و مسائل مترتب بر آن، ورود هستی‌شناسانه به این حوزه و متعلقات آن است. هستی‌شناسی عملیات فرهنگی یکی از مصادیق این ضرورت و الزام است. این نوشتار، گزارش پژوهشی است که در راستای شناخت سازه‌های وجودی عملیات فرهنگی انجام گرفته و صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی این پدیده را دنبال نموده است. خروجی این پژوهش، معرفی بن‌هستارهای عملیات فرهنگی و شبکه مناسبات آن‌ها با جانمایی در یک فراگرد چرخشی است که صورت‌بندی چرخه متقاطع نام‌گذاری شده است.

در پایان این بخش لازم است تعریف مختار پژوهشگر از کلیدی‌ترین مفهوم این پژوهش، یعنی عملیات فرهنگی ارائه گردد:

در اصطلاح‌شناسی^۱ مدیریت، واژه پروژکت^۲ برای اشاره به کارهای موقتی و واژه آپریشن^۳ برای اشاره به کارهای مستمر به کار برده می‌شود. در برگردان این دو واژه، عموماً واژه «پروژکت» بدون بازگردان، همان «پروژه» و «آپریشن» نیز «عملیات» ترجمه می‌شود. منتهی در اصطلاح‌شناسی فعالان فرهنگی کشور، غالباً از واژه عملیات به عنوان یک اقدام موقتی استفاده می‌شود. به عبارتی، «عملیات» در اصطلاح‌شناسی فعالان فرهنگی کشور معادل «پروژه» در اصطلاح‌شناسی عام مدیریت است. در این نوشتار، برای برگردان «پروژکت» از واژه «عملیات» و برای برگردان «آپریشن» از واژه «عمل» استفاده می‌شود. همچنین مفهوم «فعالیت فرهنگی» اعم از «عمل فرهنگی» یا

1. Terminology

2. Project

3. Operation

«عملیات فرهنگی» لحاظ شده است.

طبق تعریف راهنمای «پیکره دانش مدیریت پروژه»^۱ یا «پی‌ام‌باک»^۲، عملیات تلاشی است موقتی که برای تولید محصول، خدمات یا نتیجه‌ای منحصربه‌فرد انجام می‌شود. پس از تحلیل قالب‌بندی‌های مختلف، تعریف پیشنهادی این پژوهش برای عملیات فرهنگی چنین است: «مجموعه تلاش‌های آگاهانه، هدف‌مند، نظام‌مند و بازماندی که برای حل مسئله‌ای در مسیر پیشرفت فرهنگی یا پیشرفت یک فرهنگ، یا ناظر به وجوه انسانی و اجتماعی حل هر نوع مسئله‌ای، از طریق خلق و عرضه محصولی مشخص، انجام می‌شود، مشروط بر اینکه در یکی از وجوه مسئله، محصول یا مخاطب، یکتا باشد، عملیات فرهنگی محسوب می‌شود.»

پیشینه پژوهش

در نخستین گام از تحلیل پیشینه پژوهش، بر یافتن مطالعات معرف هستی‌شناسی عملیات فرهنگی تمرکز گردید. لیکن، علیرغم جستجوی گسترده‌ای که برای یافتن مطالعات مشابه داخلی و خارجی، پیرامون شناسایی و صورت‌بندی ارکان ساختاری و ابعاد هستی‌شناسی عملیات فرهنگی انجام شد، نتیجه قابل اعتنا و نمونه قابل ارائه‌ای به دست نیامد.

به‌طور منطقی، با توجه به نتیجه گام اول، باید در دومین قدم تحلیل پیشینه پژوهش، امکان و جواز اقتباس تلفیقی، بررسی می‌شود. بدین معنا که آیا می‌توان واکاوی و تعریف ابعاد هستی‌شناسی عملیات فرهنگی را مبتنی بر ترکیب مطالعات و مدل‌های دیگر حوزه‌های عملیاتی انجام داد؟ همچنین آیا تلاش‌ها و نمونه‌های مشابهی برای این نوع اقتباس و تلفیق وجود دارد؟

در ادامه، خلاصه‌ای از نتایج جستجو در این دو زمینه، یعنی جایگاه و جواز ترکیب مدل‌های مختلف در پارادایم‌های مشابه یا متفاوت و نیز نمونه‌هایی از اقتباس‌های ترکیبی ارائه شده است.

جایگاه ترکیب مدل‌ها

در دهه ۷۰ میلادی، محققان به این باور رسیدند که رویکردهای سیستمی موجود برای مواجهه با مسائل پیچیده قابلیت لازم را ندارد. در همین راستا رویکردهای

1. Project Management Body Of Knowledge

2. PMBOK

سیستمی نرم با هدف ساختاردهی مسائل معرفی شدند (Ramírez, Selsky & van der Heijden, 2008: 50). از این زمان، نگرانی‌های بسیاری در مورد روش و مکتب عمومی اندیشه علمی اجتماعی پدید آمد. بر همین اساس «جنگ‌های پارادایمی» بین محققان کمی و کیفی به این امید کنار گذاشته شد که علوم اجتماعی معاصر از تقابل روش‌شناسی‌های کمی و کیفی رهایی یابد. از این‌رو برخی محققان، بازخوانی تحقیقات پراگماتیستی‌هایی چون پیرس^۱، دیویی و بنتلی^۲ را آغاز کردند. آن‌ها با اتخاذ رویکردی نوپراگماتیستی و اجتناب از موضع‌گیری‌های تک‌پارادایمی به بازتعریف و مفهوم‌بندی دوباره اصول پارادایمی علوم اجتماعی پرداختند (محمدپور، ۱۳۸۹: ۱۰۸).

پراگماتیست‌های معاصر، منتقد این باور متعارف هستند که جهان واقعی را صرفاً از طریق یکی از پارادایم‌های اثباتی یا تفسیری می‌توان شناخت. با توجه به این مواضع، فلسفه پراگماتیسم از سوی برخی روش‌شناسان معاصر به‌عنوان بنیان فلسفی نوعی روش‌شناسی جدید تحت عنوان «روش‌شناسی تحقیق با شیوه‌های ترکیبی» مد نظر قرار گرفت (Bergman, 2008). متفکران مکتب انتقادی در حوزه سیستم‌ها معتقد بودند که اگر همه روش‌شناسی‌های سیستمی دارای قوت و ضعف هستند، چرا از آن‌ها به‌صورت ترکیبی و مکمل برای مجموعه‌ای از موقعیت‌های مسئله و اهداف مختلف استفاده نشود. لذا ایده روش‌شناسی چندگانه و ترکیبی، مشخصاً از دهه ۸۰ با تلاش‌های اندیشمندان مکتب انتقادی سیستم‌ها و در چارچوب مفاهیمی مانند کثرت‌گرایی روش‌شناسانه مطرح گردید. این اندیشمندان درباره انتخاب از بین روش‌ها بر اساس موقعیت مسئله و ترکیب آن‌ها بحث کرده‌اند (Midgley, 1997). در کل می‌توان ادعا نمود که درباره مفیدیت این ترکیب‌ها در میان محققان مدل‌سازی، به‌ویژه در تکنیک‌های تحقیق در عملیات، اجماعی نسبی وجود دارد (Howick & Ackermann, 2011).

مشروعیت تئوریک و کاربردی ترکیب رویکردها و پارادایم‌های متفاوت، همواره به‌عنوان چالشی در بین محققان سیستمی بوده است.

کوتیادیس^۳ و مینگرز^۴ (۲۰۰۶) ترکیب روش‌های مختلف از پارادایم‌های مختلف را ممکن دانسته‌اند و معتقدند که موقعیت‌های متفاوت، استفاده از روش‌هایی از

1. pierce
2. Bentely
3. Kotiadis
4. Mingers

پارادایم‌های مختلف را ضروری می‌کند؛ اگرچه مبانی فلسفی و مفروضات اساسی روش‌ها را نباید نادیده گرفت.

روش‌های منفرد با وجود تمام محدودیت‌ها، به‌خوبی در حوزه‌های علمی مختلف توسعه داده شده‌اند؛ ولی به تعبیر برخی اندیشمندان، بهره‌گیری از روش‌شناسی‌های چندگانه و فراپارادایمی، به‌منظور حل و فصل مسائل پیچیده و چندبعدی، اجتناب‌ناپذیر است (Jackson, 2003).

بررسی‌های مونرو^۱ و مینگرز (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که روش‌شناسی سیستمی چندگانه به‌شکل درخور توجهی بین متفکران سیستمی رایج شده است و از موفقیت بیشتری نسبت به رویکردهای منفرد برخوردار است. البته این روش‌ها نیز با انتقادهایی همچون نداشتن تکنیک و روش تجربه‌شده، آرمان‌گرایی بیش از حد (فلود^۲ و جکسون، ۱۹۹۱) و نداشتن روش و الگوی مشخص و نگاه بیش از حد محلی و محدود به مسائل (Jackson, 2003). مواجه شدند.

برخی مطالعات در بررسی پیشینه ترکیب روش‌ها، به ترکیب روش‌هایی درون یک پارادایم با یکدیگر یا روش‌هایی از پارادایم‌های مختلف می‌پردازند. مبحث بعدی مورد توجه، وسعت ترکیب روش‌ها و پاسخ به این سؤال است که آیا روش‌ها به‌طور کامل، یا به‌صورت جزئی و تنها بخشی از روش‌ها با یکدیگر ترکیب می‌شوند. سومین بحث، مربوط به استراتژی و چگونگی ترکیب روش‌ها با یکدیگر است. روش‌ها می‌توانند به‌صورت متوالی یا سری، موازی و درهم‌تنیده با هم ترکیب شوند. مبحث چهارم نیز به انتخاب پارادایم غالب برمی‌گردد. اینکه آیا پارادایم و مفروضات یک روش باید بر روش‌های دیگر غالب باشد یا خیر و سهم مفروضات همه روش‌ها یکسان است و هیچ‌کدام از روش‌ها حداقل بر دیگری تسلط ندارد (محقر، انصاری، صادقی‌مقدم و میرکاظمی‌مود، ۱۳۹۷: ۱۴).

میجلی (۱۹۹۷) معتقد است طراحی خلاقانه از ترکیب یا سنتز روش‌های موجود نشأت می‌گیرد. با وجود این، در طراحی خلاقانه روش‌ها، روش‌هایی از مجموع روش‌های استفاده‌شده متفاوت بوده و اصول و مفروضات مربوط به خود را دارد که از تفسیر سایر روش‌ها به دست آمده است. مینگرز (۲۰۰۱) معتقد است فرایند ترکیب و اتصال روش‌شناسی‌ها و روش‌ها، نیازمند تجزیه و طبقه‌بندی نظام‌مند مدل‌ها است. این تجزیه می‌تواند بر معیار اصول زیربنایی، مراحل روش اجرایی و یا تکنیک‌ها و

1. Munro

2. Flood

ابزارها انجام شود. کوالسزیک^۱ (۲۰۰۴) و کوتیادیس و مینگرز (۲۰۰۶) نیز به لزوم بررسی اصول و مفروضات اصلی روش‌ها، پیش از ترکیب آن‌ها اشاره کرده‌اند. پرداختن به رویکرد چندپارادایمی یا فراپارادایمی، در برخی مجامع، معادل انگ پیشاپارادایمی و علمی‌نبودن است و اندیشمندانی هستند که به این رویکرد خوش‌بین نیستند و آن را کارساز نمی‌دانند: ففر^۲ (۱۹۹۳) کاهش چندگانگی و گسترش تنها یک پارادایم را پیشنهاد می‌کند. دانلدسن^۳ (۱۹۹۸) نیز وضعیت چندپارادایمی را سدی در راه بالندگی علم سیستمی می‌داند و بیان می‌دارد که این وضعیت بیش از چندگونگی دیدگاه‌ها و ژرف‌اندیشی، به کوته‌بینی و انحصار انجامیده است. برخی پژوهشگران مانند (ویلموت^۴، ۱۹۹۳)، (میلر^۵، ۲۰۰۷) (جکسون و کارتر^۶، ۱۹۹۱) فراتر رفتن از مرزهای زندان پارادایم‌های غالب و نوآوری‌های ناسازگار با هنجارهای رایج را پیشنهاد می‌دهند. جکسون و کارتر (۱۹۹۱ و ۱۹۹۳) بر این باورند با رویکردهای دیالکتیکی چندپارادایمی نمی‌توان جنگ پارادایم‌ها را فرو نشانند، زیرا موضوع بررسی آن‌ها متفاوت است و در این میان قدرت را دست‌اندرکار می‌بینند و هوادار جدایی پارادایم‌ها برای میدان‌دادن به اندیشه‌های تازه‌اند (نقل از خالقی، ۱۳۹۱). کوالسزیک (۲۰۰۴) به صعوبت ترکیب روش‌های ذیل پارادایم‌های متفاوت اشاره کرده ولی این نوع ترکیب را مشروط بر توجه به مبانی و اصول پارادایم‌ها و ابتناء بر یک روش مشخص، ممکن و مجاز می‌داند. برخی از جمله هسرد^۷ (۱۹۸۸)، شولتز^۸ و هتچ^۹ (۱۹۹۶)، ویلموت (۱۹۹۳) و جویا^{۱۰} و پیتری^{۱۱} (۱۹۹۰)، گفتگوی پارادایم‌ها را ممکن می‌دانند و نمونه‌هایی نیز آورده‌اند.

مینگرز و بروکلسبی^{۱۲} (۱۹۹۷) سطوح مختلف دشواری در ایجاد روش‌شناسی‌های چندگانه را شناسایی کرده و آن‌ها را در پنج دسته دشواری‌های فلسفی، دشواری‌های

1. Kowalczyk
2. Pfeffer
3. Donaldson
4. Willmott
5. Miller
6. Carter
7. Hassard
8. Schultz
9. Hatch
10. Gioia
11. Pitre
12. Brocklesby

فرهنگی، دشواری‌های شناختی، دشواری شخصی‌های و دشواری‌های عملیاتی طبقه‌بندی کرده‌اند. شاید بتوان مهم‌ترین محدودیت مورد توجه در ترکیب روش‌ها را محدودیت‌های فلسفی، بالاخص در ترکیب روش‌هایی از پارادایم‌های متفاوت خواند. پیداً (۲۰۰۴) بر این باور است اگر نظر کوهن^۲ (۱۹۷۰) درباره تفاوت پارادایم‌های علمی درست باشد، امکان ترکیب دو روش از دو پارادایم‌های متفاوت با مشکل مواجه می‌شود. ولی در عین حال او به کاربست‌های موفق هم‌زمان رویکردهای سخت و نرم هم اشاره می‌کند و عنوان می‌دارد که یا ادعای کوهن اشتباه است و یا اینکه مثلاً رویکردهای سخت و نرم اساساً از پارادایم‌های متفاوتی نیستند.

در مجموع، چهار حالت برای ترکیب روش‌ها ممکن است: حالت اول، ترکیب کامل روش‌ها در سطح نظری و پارادایمی با یکدیگر است. این ترکیب زمانی ممکن است که دو روش از لحاظ پارادایمی و اهداف با یکدیگر در تضاد نباشند و نوعی تطبیق میان روش‌ها اتفاق می‌افتد (Taket & White, 1998). حالت دوم، ترکیب جزئی در سطح ابزارها و تکنیک‌هاست. این حالت برای زمانی است که هرچند روش‌ها از پارادایم‌های متفاوت و حتی متضاد هستند، اما در سطوح پایین‌تر مثل ابزار و فرایند و تکنیک قابل ترکیب باشند. در این حالت، معمولاً یکی از روش‌ها محور قرار می‌گیرد و ابزارها و تکنیک‌های روش دیگر در چارچوب پارادایمی روش اصلی به کار گرفته می‌شوند (Howick, & Ackermann, 2011). در حالت سوم، روش‌ها نه تنها در لایه‌های پارادایمی که در سطح ابزاری نیز در تعارض هستند. ولی با این حال، روش‌های منتخب دارای نقاط برجستگی‌هایی هستند که ترکیب آن‌ها می‌تواند نتایج مفیدی را رقم بزند. در این حالت، روش‌ها را می‌توان به شکل متوالی یا موازی ترکیب نمود. در این حالت نیز مرزهای پارادایمی و نظری روش‌ها جابجا نمی‌شود و تنها از کارکرد آن‌ها در جایگاه خود بهره‌برداری می‌شود (Schultz & Hatch, 1996). حالت چهارم نیز زمانی است که با توجه به تعارض‌های پارادایمی و فلسفی و همچنین تفاوت‌های تکنیکی و ابزاری، امکان ترکیب روش‌ها به دلیل احتمال شکست وجود ندارد (محقق و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۰).

نمونه‌هایی از ترکیب مدل‌ها

به هر تقدیر، با تمام ملاحظات موجود در خصوص ترکیب مدل‌ها، تلاش‌های جدی‌ای در این زمینه انجام شده است. یکی از تلاش‌های صورت گرفته در جهت تحقق تکثرگرایی در روش‌شناسی‌های سیستمی، معرفی «روش‌شناسی مداخله سیستمی

1. Pidd

2. Kuhn

جامع» بر اساس «فلسفه سیستمی انتقادی»^۱ است. پس از فرمول‌بندی «فلسفه سیستمی انتقادی» به‌عنوان یک فلسفه و تئوری، فلود و جکسون (۱۹۹۱)، روش‌شناسی «مداخله سیستمی جامع» را به‌عنوان یک فراروش‌شناسی با هدف عملیاتی‌سازی «فلسفه سیستمی انتقادی» معرفی نمودند.

رویکرد پویایی‌شناسی نرم‌سیستمی^۲ نیز حاصل تلفیق دو رویکرد سیستمی از دو الگوی مختلف، یعنی «پویایی‌شناسی سیستمی» و «رویکرد سیستمی نرم» است. این رویکرد به‌طور خاص بر پایه تلاش‌های اقدام‌پژوهی طولانی مدت رودریگز اولوا^۳ است که در سال ۱۹۹۲ شروع و با ظهور رسمی رویکرد پویایی نرم‌سیستمی در سال ۱۹۹۹ به اوج رسید. زلاتانویچ^۴ نیز در سال ۲۰۱۷ یک رویکرد ترکیبی چندگانه برای حل مسائل پیچیده با ترکیب «آشکارسازی و آزمودن مفروضات راهبردی»، «همپارچگی تیمی» و «مدل سیستم مانا» معرفی کرده است. سوشیل^۵ نیز در سال ۲۰۱۸ پژوهشی درباره ارتباط دادن روش‌های سیستمی انعطاف‌پذیر و ترکیب آن‌ها با رویکرد سیستمی چندگانه انجام داده است. وو^۶ و همکاران (۲۰۱۵) چارچوبی چندلایه‌ای با هدف یکپارچه‌سازی مدل‌های سیستم‌های فنی و اجتماعی پیشنهاد می‌دهند. مطالعه هاویک، آکرمن، والز^۷، کوايگلی^۸ و هاتون^۹ در سال ۲۰۱۷ با اجرای ارزیابی یک مطالعه موردی مرتبط با یک پروژه سیستم‌های انرژی، در خصوص نقاط یادگیری ترکیب عملی روش‌ها و مسیرهای تحقیقاتی آینده، پیشنهادهایی ارائه می‌دهد. کوتیادیس و مینگرز (۲۰۰۶) با پیشنهاد مفهوم روش‌شناسی چندگانه-پارادایم چندگانه و اجرای یک مطالعه موردی با ترکیب روش‌های روش‌شناسی سیستم‌های نرم و شبیه‌سازی گسسته پیشامد، نشان می‌دهند که استفاده و ترکیب روش‌های موجود در یک پارادایم، چندان مشکل‌زا نیست و نیازمندی‌های یک موقعیت مسئله ممکن است ما را مجبور کند تا از ترکیب روش‌هایی حتی از پارادایم‌های متفاوت استفاده کنیم و محدودیت‌هایی همچون تناسب پارادایمی مانعی برای چنین ترکیباتی نیست. هر چند آن‌ها نیز در نتیجه‌گیری مطالعه خود به این واقعیت اذعان دارند که مفروضات فلسفی و نظری نباید نادیده گرفته شود.

1. Critical Systems Thinking (CST)
2. Soft System Dynamic Methodology (SSDM)
3. Rodriguez - Ulloa
4. Zlatanović
5. Sushil
6. Wu
7. Walls
8. Qigley
9. Houghton

برای تحقیقات داخلی در زمینه ترکیب روش‌ها می‌توان به تحقیقات صادقی مقدم، خاتمی و ربانی (۱۳۹۰) با هدف ارائه روشی برای حل مسائل اجتماعی غیرساختاریافته با ترکیب ابزارهای مربوط به روش‌های پویایی سیستم، روش‌شناسی سیستم‌های نرم و نگاشت‌شناختی^۱ برای مدل‌سازی سیستم کنترل قاپاق مواد مخدر اشاره کرد. همچنین، مصلح‌شیرازی، رعنائی، ایمان و تاجیک (۱۳۹۵) نیز در مطالعه‌ای به مرور پیشینه و معرفی مبانی فلسفی روش‌شناسی سیستمی چندگانه، دشواری‌ها و اصول مربوط به آن‌ها پرداخته‌اند. صمدی‌فروشانی و حسین‌زاده (۱۳۹۸) منطبق با موقعیت مسائل سازمانی در ایران و با استفاده از چارچوب روش‌شناسی چندگانه تحقیق در عملیات، فراترکیب پویایی‌شناسی نرم سیستمی را در موقعیت‌های پیچیده با فرض قدرت یکسان مشارکت‌کنندگان پیشنهاد داده‌اند. این پژوهشگران همچنین مبتنی بر چارچوب مداخله سیستمی در حل مسائل پیچیده، یک روش ابداعی تحت عنوان فراترکیب آشکارسازی مفروضات استراتژیک پویایی سیستم^۲ را از ترکیب دو مدل «پویایی‌شناسی سیستم‌ها» و «آشکارسازی و آزمون مفروضات راهبردی» معرفی کرده‌اند. علی محقر و همکاران (۱۳۹۷) با استفاده از روش فراترکیب تفسیری انتقادی توسعه‌یافته و بهره‌مندی از دیدگاه پارادایم چندگانه-روش‌شناسی چندگانه، یک چارچوب راهنما برای ترکیب روش‌های مدل‌سازی سیستم‌های فنی اجتماعی ارائه داده‌اند.

در مجموع، با عنایت به آنچه بیان شد، ترکیب مدل‌های مختلف فرهنگی و غیرفهرنگی، برای استخراج ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی، نه تنها ناممکن و غیرمجاز نیست، بلکه با انتخاب مدل‌های معتبر و روش ترکیب مناسب، امکان استحصال نتیجه‌ای مناسب و معرفی مدلی دقیق و بدیع وجود دارد. بر همین اساس، در ادامه روند پژوهش، جستجوها بر کشف مطالعات و مدل‌هایی در دیگر حوزه‌های عملیاتی، برای تأمین بن‌مایه‌های نظری تحقیق، متمرکز گردید.

مبانی نظری پژوهش

جستجو برای یافتن مدل‌های معتبر و تجربه‌شده‌ای که به تعریف ساختار عملیات پرداخته‌اند، مستلزم تعیین کلیدواژه‌ها و معیارهای جستجو است. این پژوهش برای صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی بر اساس رویکرد سیستمی تعریف شده است. عملیات فرهنگی نیز طبق تعریف ارائه‌شده، عین با حل مسئله است.

1. Cognitive Mapping (CM)

2. Strategic Assumption Surfacing and Testing (SAST) + System dynamics (SD):(SASD)

با این وصف، چهار کلیدواژه «هستی‌شناسی»، «مدیریت عملیات»، «حل مسئله» و «رویکرد سیستمی»، به عنوان نواحی جست‌وجو برای احصاء مدل‌های پشتیبان پژوهش انتخاب گردید. این احصاء مبتنی بر روش مرور نظام‌مند^۱، منطبق بر گزارش ارائه‌شده در بخش روش پژوهش انجام پذیرفت.

با بررسی مدل‌ها، روش‌ها و روش‌شناسی‌های گوناگون در چهار ناحیه ذکرشده، مطابق جدول ۱، در مجموع ۱۰ مدل که در واقع بن‌مایه‌های محتوایی یا مبانی نظری این پژوهش است برای انجام فراترکیب برگزیده شد. در ادامه، به اقتضای محدودیت‌های این نوع نوشتار، مختصات شناسنامه‌ای این مدل‌ها به اجمال معرفی می‌شود.

جدول ۱. مدل‌های منتخب برای انجام فراترکیب

ردیف	عنوان فارسی مدل	عنوان انگلیسی مدل
۱	روش‌شناسی سیستم‌های نرم	Soft Systems Methodology
۲	نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی	Cultural Historical Activity Theory
۳	نگاشت پیامدها	Outcome mapping
۴	پایش فرایندی تأثیرات	Process Monitoring of Impact
۵	برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات	Assumption Based Planning
۶	ارزیابی حوزه استراتژیک	Strategic Area Assessment
۷	برنامه‌ریزی تعاملی	Interactive planning
۸	هستی‌شناسی کسب‌وکار/ بوم مدل کسب‌وکار	Business Model Canvas / Business Ontology
۹	بوم ناب	Lean Canvas
۱۰	منشور پروژه پی‌ام‌باک	PMBOK project charter

«روش‌شناسی سیستم‌های نرم» توسط پیتر چکلند^۲ در اواخر دهه ۱۹۶۰ در دانشگاه لنکستر^۳ انگلستان توسعه یافته است. روش‌شناسی سیستم‌های نرم با اینکه در ابتدا به عنوان ابزاری برای حل مسئله در نظر گرفته می‌شد، در ادامه، توسعه یافته و بیشتر به سوی یادگیری و آگاهی‌گرایش پیدا کرده است. رویکرد سیستم‌های نرم یک روش‌شناسی است. با این حال این رویکرد معمولاً در قالب یک روش هفت مرحله‌ای تشریح می‌شود. رویکرد تثبیت‌شده هفت مرحله‌ای، مفاهیم زیربنایی این روش را به

1. Systematic review
2. Checkland, P. B.
3. Lancaster

روشن‌ترین حالت بیان می‌کند. پنج مرحله از این مراحل بر موقعیت واقعی تمرکز می‌کند و دوگام دیگر کاملاً به تفکر سیستمی و مفهومی درباره موقعیت وابسته است. موفقیت این رویکرد، بستگی به توانایی در مجزاکردن مراحل تفکر سیستمی از مراحل جهان واقعی دارد.

«نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی» توسط فیلسوف تاریخ، الکسی لیونتوف^۱ در دانشگاه ایالتی مسکو در دهه ۱۹۶۰ توسعه یافت. این رویکرد بر نظریه‌های لیو ویگوتسکی^۲ در مورد شناخت و یادگیری استوار است. ویگوتسکی معتقد بود که یادگیری به صورت یک فرایند اجتماعی در «منطقه تقریبی رشد»^۳ اتفاق می‌افتد.

یک تحقیق مبتنی بر نظریه فعالیت تاریخی فرهنگی متشکل از سه مؤلفه است: یک مؤلفه سیستمی که به ایجاد معنا از موقعیت‌ها کمک می‌کند. یک مؤلفه یادگیری که روشی برای آموختن از آن معناها است. یک مؤلفه توسعه‌ای که امکان گسترش و توسعه این معناها به ساحت اقدام و عمل را برقرار می‌کند. این سه مؤلفه از هفت گزاره پایه‌ای تشکیل می‌شود. پنج گزاره به استقرار مؤلفه‌های سیستمی، یک گزاره مستقیماً به یادگیری و گزاره نهایی به توسعه و رشد مربوط است.

«نگاشت پیامدها» رویکردی است برای برنامه‌ریزی، نظارت و ارزیابی برنامه‌های تغییر اجتماعی. این رویکرد مجموعه‌ای از ابزارها و راهنمایی‌ها است که تیم‌های پروژه را به واسطه یک فرایند تکرارشونده، به منظور شناسایی تغییر مطلوب و در جهت همکاری برای تحقق آن تغییر، هدایت می‌کند. نگاشت پیامدها در سال ۲۰۰۱ به عنوان پاسخی به ضعف‌ها و انتقادات بر دیگر چارچوب‌های نظارت و ارزیابی به ویژه در حوزه‌هایی که شامل فرایند پیچیده طبیعی است توسعه یافت. نگاشت پیامدها مبتنی بر سه مرحله و ۱۲ گام است.

«پایش فرایندی تأثیرات» روشی برای راهبری مداخله‌ها است. این روش توسط ریچارد هامبلرونر^۴ در سال ۲۰۰۵ به عنوان رویکردی برای نظارت بر برنامه‌های سرمایه‌گذاری ساختاری اتحادیه اروپا توسعه یافت. تجربه نشان می‌دهد که استفاده از شاخص‌ها، صرفاً ارزش محدودی برای «راهبری» دارد؛ زیرا داده‌های هر شاخص یا خیلی دیر به دست می‌آیند که فایده خود را از دست می‌دهد، یا اطلاعات اندکی برای بهبود یک مداخله فراهم

1. Alexei Leontiev

2. Lev Vygotsky

3. Zone of proximal Development (ZPD)

4. Hummelbrunner, Richard

می‌کنند؛ بنابراین کنشگران برنامه می‌توانند (و باید) نه در قبال دستیابی عملی به نتایج و تأثیرات، بلکه در برابر کوشش‌ها و عملکرد خود مسئول باشند. پایش فرایندی تأثیرات، تلاشی برای صورت‌بندی این نوع پایش و ارزیابی است.

«برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات» در جایی مابین برنامه‌ریزی و استراتژی قرار می‌گیرد و دیدگاه هنری مینتزبرگ^۱ مبتنی بر اینکه بیشتر فرایندهای برنامه‌ریزی استراتژیک منجر به برنامه‌های ناجور و استراتژی ضعیف می‌شود را مدنظر قرار داده و در جهت رفع این معضل بر می‌آید. این روش اعتقاد بر این دارد که برنامه‌ها به دلیل عدم توجه کافی به مفروضات زیربنایی خود شکست می‌خورند. در روش برنامه‌ریزی مبتنی بر مفروضات، پنج گام وجود دارد: ۱. شناسایی مفروضات پراهمیت، ۲. شناسایی نقاط آسیب‌پذیری مفروضات، ۳. تعیین علائم راهنما، ۴. اقدامات سازنده و ۵. تعریف اقدامات تأمینی (حفاظتی).

«ارزیابی حوزه استراتژیک» ابزاری برای توسعه محلی و منطقه‌ای، با شناسایی و ترکیب محتمل‌ترین استراتژی‌های ارتقاء نوآوری است. ابزار اصلی مورد استفاده در این روش، قطب‌نمای نوآوری^۲ است. رابرت لوکش^۳ این ابزار را متأثر از شرکت در یک تیم کارشناسی جهت اجرای برنامه انجمن اروپایی در توسعه روستایی و در یک پروژه تحقیقاتی برای ارزیابی پایداری در توسعه منطقه‌ای ایجاد کرد. (ویلیامز و هاملبرونر، ۱۳۹۳: ۱۶۹).

برنامه‌ریزی تعاملی مشخصاً برای رویارویی با بی‌سامانی‌های ناشی از پیچیدگی، تغییر و تنوع که در دنیای امروز پیشاروی مدیران قرار دارد، طراحی شده است. به نظر ایکاف^۴ (۱۹۸۱)، کسانی که در دنیای سخت‌سیستمی که تأکیدش بر بهینه‌سازی^۵ و عینیت^۶ است کار می‌کنند، بی‌تردید نسبت به موضوعات مهم عصر سیستمی بی‌علاقه‌اند. اصرار بر بهینه‌سازی در دنیای گوناگونی ارزش‌ها و تغییرات سریع، به معنای از دست دادن پیوند با واقعیت است. سمت‌وسوی فلسفه کلی ایکاف تأییدی است بر آنچه که چرچمن^۷ مطرح می‌کرد. از نظر او دیدگاه متداولی که عینیت را ناشی از ساخت مدل‌هایی مستقل از

1. Henry Mintzberg
2. Innovation compass
3. Robert lukesch
4. Ackoff
5. optimization
6. objectivity
7. Churchman

ارزش‌ها می‌داند و صحت و سقم آن‌ها را جنبه‌های محدودی از دنیای واقعی می‌سنجد، منحرف‌کننده است. عینیت را در سیستم‌های اجتماعی تنها از طریق تعامل میان گروه‌ها و افراد دارای ارزش‌های گوناگون می‌توان مورد توجه قرار داد. به چنین عینیتی تنها از طریق علوم سیستم‌ها می‌توان نزدیک شد و نه توسط دانشمندان منفرد. عینیت در سیستم‌های اجتماعی ارزش‌مدار است و نه ارزش‌رها^۱.

«بوم کسب‌وکار» یکی از پرکاربردترین مدل‌های حال حاضر، در عرصه کسب‌وکارهای نوپا است. به منظور شناسایی مؤلفه‌های تشکیل‌دهنده مدل کسب‌وکار، تحقیقات مختلفی صورت گرفته که از این میان، کامل‌ترین تحقیق، پایان‌نامه دکترای الکساندر استروالدر است. این پژوهش تحت عنوان «هستی‌شناسی مدل کسب‌وکار، پیشنهادی در رویکرد علم طراحی»^۲ در سال ۲۰۰۴ تحت نظارت پروفیسور ایو پیگنیور^۳ با مطالعه روی کلیه نظراتی که قبل از آن در این حوزه ارائه شده، انجام گرفت. این هستی‌شناسی پشوانه بوم کسب‌وکار است.

مشکلی که در بوم مدل کسب‌وکار برای استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان وجود دارد زمان‌بر بودن تهیه آن است. «بوم ناب» به عنوان اقتباسی از «بوم مدل کسب‌وکار» اولین بار در سال ۲۰۱۰ توسط آس موریاه ارائه شده است. این بوم در مقایسه با نوشتن یک طرح کسب‌وکار که غالباً زمان‌بر است، تصویری از ایده تجاری اولیه را به سرعت حاصل می‌کند؛ مانند بوم مدل کسب‌وکار، بوم ناب نیز دارای نه بخش است، با این تفاوت که بوم ناب به گونه‌ای تنظیم شده که پاسخگوی نیازهای یک استارت‌آپ ناب باشد. «منشور پروژه»، یک ابزار برای ارزیابی این شاخص‌ها و مفاهیم مهم دیگری در هر پروژه محسوب می‌شود. منشور پروژه، سندی است که دلایل انجام پروژه، الزامات، اهداف و سطوح اختیارات مدیر پروژه^۴ را مشخص و ذی‌نفعان اصلی را شناسایی می‌کند. راهنمای پی‌ام‌پاک ۶ (۲۰۱۷)، منشور پروژه را «سندی» تعریف می‌کند «که توسط طراح یا حامی پروژه انتشار یافته و به طور رسمی موجودیت پروژه را تصویب و اختیار به کارگیری منابع سازمانی را در جهت انجام فعالیت‌های پروژه، به مدیر پروژه واگذار می‌کند».

1. Valuefull
2. Valuefree
3. The Business Model Ontology – A Proposition in a Design Science Approach
4. Yves Pigneur
5. Ash Maurya
6. Project manager

روش پژوهش

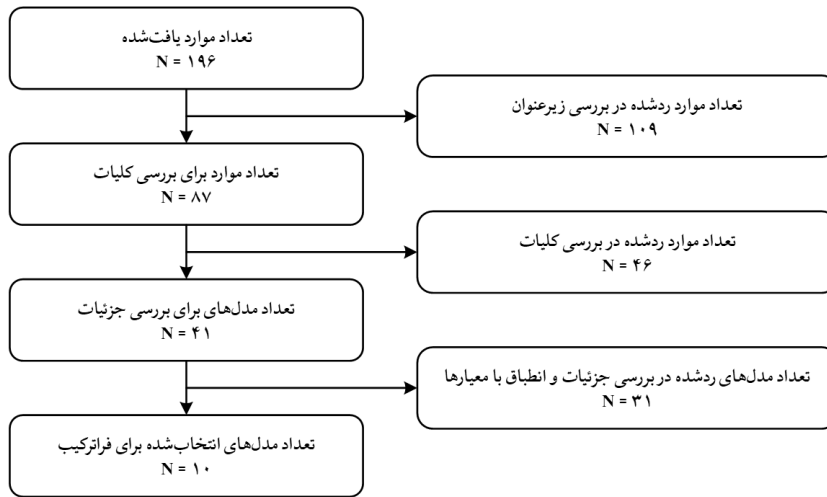
از آنجا که این پژوهش در پی ارائه ساختاری نظری در باب هستی‌شناسی عملیات فرهنگی است، انتخاب روش تحقیق باید متناسب با این هدف و تأمین‌کننده اقتضائات فرایندی استحصال چنین ساختاری باشد. به عقیده استابروکس^۱ و همکاران (۱۹۹۴)، روش فراترکیب^۲ در مقایسه با مطالعات کیفی اولیه، به‌مراتب برای تولید نظریه مناسب‌تر است. لذا با بررسی تناسب هدف و روش و با مقایسه فراترکیب با دیگر روش‌های پژوهشی، در نهایت فراترکیب به‌عنوان روش مختار این پژوهش برگزیده شد. در مجموع، این پژوهش مبتنی بر رویکرد پژوهشی تحلیل محتوای کیفی با اتخاذ استراتژی تجزیه و ترکیب انجام گردید. در عملیاتی‌نمودن این استراتژی، برای مرحله گردآوری و گزینش داده‌ها از روش کتابخانه‌ای^۳ و مرور نظام‌مند، برای مرحله تجزیه و تحلیل و ترکیب داده‌ها، از روش فراترکیب، برای اجرای روش فراترکیب، از الگوی هفت مرحله‌ای سندلوسکی^۴ و باروسو^۵، برای طی پیاده‌سازی این الگو از تکنیک کدگذاری^۶ و برای پیاده‌سازی این تکنیک از ابزار نرم‌افزاری مکس کیودی‌ای^۷ استفاده شد.

سؤالات این پژوهش بر اساس وجوه چهارگانه سؤالات فراترکیب، عبارت است از:

- اجزاء اصلی و فرعی یا ساختار هستی‌شناسی یک عملیات و مشخصاً عملیات فرهنگی چیست؟
- روش‌شناسی‌ها، روش‌ها و تکنیک‌هایی که ساختار حل مسئله و یک عملیات (ترجیحاً در حوزه فرهنگی) را معرفی می‌کنند، کدام‌اند؟
- آیا محدوده زمانی برای انتخاب از جامعه مورد مطالعه تعریف می‌شود؟
- داده‌های اولیه و نتایج نهایی با چه رویکردی و روشی استخراج و استحصال می‌شود؟
- معیارهای انتخاب مطالعات برای ورود به فرایند فراترکیب نیز عبارت است از:
- معرفی‌کننده ساختار هستی‌شناسی یک پدیده مشخص باشد.
- در میدان عمل آزمون شده باشد و مقبول نخبگان علمی و عملی باشد.
- برای موقعیت‌های نرم و انسانی یا قابل تطبیق با این موقعیت‌ها باشد.

1. Estabrooks
2. Meta-Synthesis
3. Library research
4. Sandelowski
5. Barroso
6. Coding
7. MAXQDA

● مبتنی بر نگرش سیستمی باشد یا شاخص‌های کلیدی این نگرش را تأمین کند. بر اساس جست‌وجوی اولیه، تعداد ۱۹۶ مورد، اعم از روش‌شناسی، روش، مدل، الگو، تکنیک و ابزار تعریف و اجرای پروژه در نواحی چهارگانه ذکر شده، شناسایی شد. در نمودار شکل ۱، مراحل غربالگری و تعداد ورودی و خروجی هر بخش درج شده است. در نهایت، ۱۰ مدل منتخب درج شده در جدول ۱ برای ورود به گام استخراج اطلاعات و ادامه فرایند انتخاب گردید.



شکل ۱. گام‌های گزینش مطالعات فراترکیب

برای استخراج داده‌های کلیدی از مدل‌های منتخب، منابع مرتبط با این مدل‌ها به صورت وسیع‌تر و دقیق‌تر مورد بررسی قرار گرفت و در احصای اولیه، ۳۲ کد باز استخراج گردید. پس از چند مرحله غربالگری برای حذف کدهای ضعیف یا تکراری و ادغام و خلاصه‌سازی آنها، در نهایت ۱۲ عدد کد باز که به ۲۸۹ فراز و گزاره از متون منبع نسبت داده شده بود، برای ادامه فرایند باقی ماند. لازم به ذکر است، از آنجا که این پژوهش در پی کشف ارکان هستی‌شناسی عملیات فرهنگی بود، انتخاب کدها به گونه‌ای انجام شد که وزن آنها در تراز ارکان هستی‌شناسی یک پدیده باشد و ساختاری موجز و مستحکم و در عین حال گویا برای ساختار پیشنهادی حاصل گردد. از حیث اعتبارسنجی، روایی کدگذاری این پژوهش با روش روایی محتوای کیفی^۱ با تأیید تناسب ابزار، روش، فرایند و فرآورده با هدف، توسط دو صاحب نظر تأمین

1. Qualitative content validity

گردید. برای سنجش پایایی نیز از ضریب سنجش توافقات کاپا استفاده شد. برای این منظور متون توضیحی منتخب در اختیار یک خبره آشنا با موضوع پژوهش و روش قرار گرفت و از ایشان درخواست شد با نگاه تولید یک مدل تلفیقی، فرایند کدگذاری را انجام دهند. پس از مذاکرات توجیهی پژوهشگر و کدگذار ارزیاب و بررسی تطابق‌ها و تغییرها، تعداد کدهای باز تعریف‌شده توسط دوکدگذار مبنای محاسبه ضریب سنجش کاپا قرار گرفت. ضریب کاپا با معادله زیر تعریف می‌شود:

$$K = \frac{Pr_a - Pr_e}{1 - Pr_e}$$

Pr_a : درصد اتفاق نظر مشاهده‌شده

Pr_e : درصد اتفاق نظری که فقط بر حسب شانس انتظار می‌رود.

با توجه به اینکه ضریب کاپای محاسبه‌شده برابر با $0/635$ به دست آمد و این عدد در دامنه توافق معتبر قرار دارد، پایایی کدگذاری پژوهش تأمین گردید.

۱ - یافته‌های پژوهش

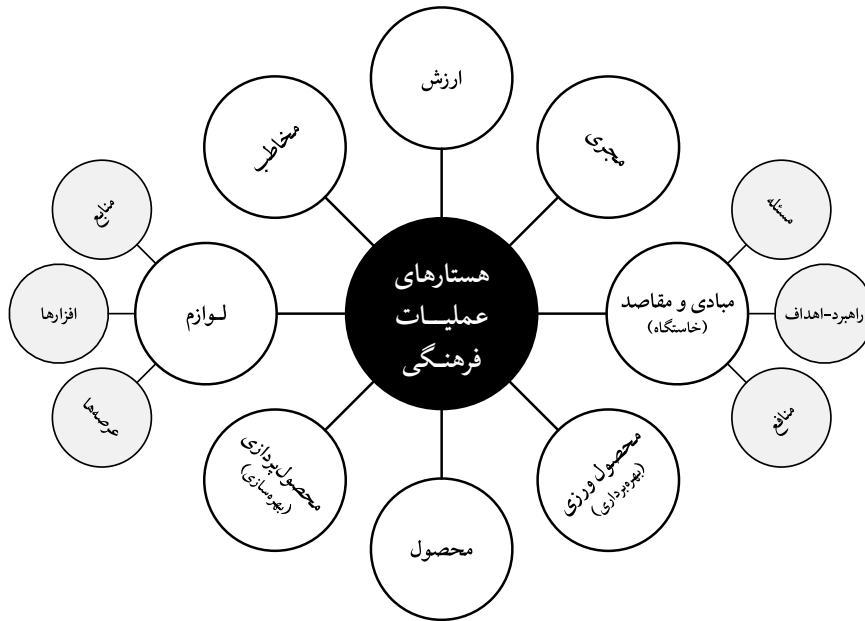
همانگونه که در گزارش فرایندی بیان شد، در مرحله کدگذاری باز، ۱۲ کد یا به تعبیری ۱۲ هستار برای عملیات فرهنگی تعریف گردید. این کدها در جدول ۲ درج شده است.

جدول ۲. هستارهای عملیات فرهنگی

ردیف	عنوان هستار	ردیف	عنوان هستار
۱	ارزش	۷	محصول‌پردازی (بهره‌سازی)
۲	افزارها	۸	محصول‌ورزی (بهره‌برداری)
۳	راهبرد-اهداف	۹	مخاطب
۴	عرصه‌ها	۱۰	مسئله
۵	مجری	۱۱	منابع
۶	محصول	۱۲	منافع

پس از مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری یا طبقه‌بندی کدها انجام گرفت. مطابق شکل ۲، در این مرحله، با تعریف دو کد جدید و قرار دادن شش کد باز در ذیل این دو کد محوری، بن‌هستارهای عملیات فرهنگی در هشت مقوله شناسایی گردید و

درختواره هستارهای عملیات فرهنگی متشکل از ۱۴ هستار صورت یافت.



شکل ۲. درختواره هستارهای عملیات فرهنگی

خلق یک نظریه یا تولید یک مدل با استفاده از روش فراترکیب، مستلزم شناخت و تعریف مناسب کدهای باز و محوری در یک ساختار نظام مند، نمادین و استعاره‌ای است که از آن به کدگذاری نظری یا انتخابی تعبیر می‌شود. واقعیت این است که در کدگذاری نظری، ممکن است یک کد که از حیث نوع در زمره کدهای باز قرار دارد، در شکل‌گیری مدل بسیار تعیین‌کننده باشد و در سطوح کلان مدل استفاده شود. لذا باز یا محوری بودن یک کد، نشان‌گر اهمیت آن نیست. اینجا به معیار دیگری برای سطح اهمیت و نقش کدها در مدل‌سازی نیاز است. پژوهشگر برای معرفی مدل، سه سطح را برای رتبه‌بندی کدها برشمرده است. بالاترین سطح، «سطح رسته» است که طبقه‌بندی کلان کدها را نشان می‌دهد و بعد از آن طبقه‌ای تعریف و اضافه نمی‌شود. به عبارتی، سطح رسته زیرمجموعه دسته‌بندی دیگری قرار نمی‌گیرد. سطح بعدی، «سطح پایه» است که شکل‌گیری سطح رسته مبتنی بر این سطح است. با این وصف، سطح رسته الزاماً از نوع محوری است ولی کدهای سطح پایه الزاماً محوری نیست. پس از این دو سطح نیز تا هر لایه‌ای که کدگذاری انجام شده باشد، به عنوان «سطح ساده» مطرح می‌شود.

در این پژوهش، در مرحله کدگذاری نظری، دو کد رسته برای طبقه‌بندی بن‌هستارها و صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی تعریف شد. در جدول ۳، کدهای تعریف‌شده برای ارکان هستی‌شناسی عملیات فرهنگی و شرح مختصر هستارها درج شده است.

جدول ۳. کدهای تعریف‌شده برای صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی

ردیف	نوع کد	عنوان کد	سطح کد	شرح کد
۱	صرفاً محوری	افاده	رسته	یکی از دو جانب اصلی در ساختار عملیات فرهنگی است که متناظر با مجری عملیات است.
۲	صرفاً محوری	مبادی و مقاصد (خاستگاه)	پایه	مبادی، ناظر به عدم مطلوبیت ماندن در موقعیت آغازین و مقاصد، ناظر به مطلوبیت رسیدن به نقطه مطلوب است.
۳	صرفاً باز	مسئله	ساده	مسئله، بنیادی‌ترین مبدأ عملیات است. عملیات اساساً در نسبت با مسئله متولد می‌شود و هویت می‌یابد.
۴	صرفاً باز	راهبرد-اهداف	ساده	راهبرد، شبکه‌ای منسجم از اهداف منتشر در موقعیت مسئله است که مسیر تحقق هدف اصلی و نظام و کیفیت حرکت در این مسیر را نشان می‌دهد. اهداف عملیات نیز منتخبی از اجزاء شبکه اهداف منتشر یا راهبرد است.
۵	صرفاً باز	منافع	ساده	منافع، هر ستانده‌ای فراتر از هدف عملیات است که امکان و احتمال دستیابی به آن وجود داشته باشد.
۶	صرفاً محوری	لوازم	پایه	منظور از لوازم هر آن چیزی است که وجود آن برای انجام عملیات لازم است.
۷	صرفاً باز	منابع	ساده	منظور از منابع هر آن چیزی است که در فرایند اجرای عملیات و تولید محصول، مستقیم یا غیرمستقیم تبدیل می‌شود. لذا اگر کارکرد یک شیء در فرایند عملیات، تبدیل آن باشد، از منابع عملیات محسوب می‌شود.
۸	صرفاً باز	افزارها	ساده	ملاک تفکیک منابع از افزارها، تبدیل شوندگی است. منابع تبدیل می‌شوند و افزارها به کار گرفته می‌شوند. افزارها به سه دسته تقسیم می‌شود: مغز افزارها، نرم افزارها و سخت افزارها.
۹	صرفاً باز	عرصه‌ها	ساده	مراد از عرصه‌ها، میدان‌های حرکت و عمل در جانب افاده است. عرصه‌ها ناظر به چهار حوزه عمل اصلی، برگرفته از زنجیره محصول، عبارت است از: عرصه تولید، عرصه معرفی، عرصه فروش و عرصه تحویل.

ردیف	نوع کد	عنوان کد	سطح کد	شرح کد
۱۰	صرفاً باز	مجری	پایه	مجری، دامنه‌ای از مالک موقعیت، کارفرما، صاحبان مسئله، چاره‌گر و حامی، کنش‌ساز، مدیر عملیات تا کنشگر، در هر سطح و شأنی را شامل می‌شود، مشروط بر اینکه واجد خاستگاه مشترک عمل و آگاهی متناظر، خودانگیختگی و التزام درونی به انجام عملیات باشد.
۱۱	صرفاً باز	محصول‌پردازی (بهره‌سازی)	پایه	محصول‌پردازی، عمل اصلی مجری عملیات است و برگرفته از زنجیره محصول، مشتمل است بر: تولید، معرفی، فروش و تحویل محصول به مخاطب.
۱۲	صرفاً محوری	استفاده	رسته	مکمل جانب افاده، متناظر با مخاطب عملیات است و جانب استفاده نام دارد.
۱۳	صرفاً باز	ارزش	پایه	ارزش، ناظر به محصول تعریف می‌شود و به معنای ظرفیت محصول در تأمین نیازها، انتظارات و مطلوبیت‌های مخاطب یا مصرف‌کننده است.
۱۴	صرفاً باز	محصول	پایه	محصول یا خروجی عملیات، آن چیزی است که تأمین ارزش برای مخاطب، وابسته به دریافت و مصرف آن است.
۱۵	صرفاً باز	مخاطب	پایه	مخاطب، عنصری انسانی است که محصول را آگاهانه و هدمند، برای رفع نیاز یا دریافت ارزشی مشخص مصرف می‌کند.
۱۶	صرفاً باز	محصول‌ورزی (بهره‌برداری)	پایه	محصول‌ورزی، عمل اصلی مخاطب است و متناظر با شئون محصول‌پردازی، عبارت است از: شناخت، خرید، دریافت و مصرف محصول.

تشخیص و تعریف هندسه مناسبات کارکردی هستارهای عملیات فرهنگی، پیش‌نیاز صورت‌بندی ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی است. روایت عملیات فرهنگی، بیان روابط این هستارها و نمایاننده هندسه مناسبات آنهاست. از همین رو، در ادامه به عنوان یک ضرورت پژوهشی، روایتی از فرایند شکل‌گیری تا نتیجه‌دهی عملیات فرهنگی ارائه می‌شود.

روایتی از عملیات فرهنگی

تحقق نتایج هر عملیاتی، متوقف بر تحقق خروجی یا حصول محصول، اعم از کالا و خدمت است. برای وجوه تفاوت کالا و خدمت، در برخی منابع تا هفت وجه ذکر شده است. پژوهشگر، بنیادی‌ترین ملاک تفکیک کالا از خدمت را در نسبت ماهیتی

محصول و عمل تولید می‌داند. بدین صورت که در مورد کالا، ماهیت تولید، متفاوت از ماهیت محصول است؛ ولی در مورد خدمت، بین ماهیت محصول و ماهیت تولید، تفاوتی وجود ندارد؛ یعنی در خدمت، همان عمل یا مجموعه اعمال تولید خدمت، خود خدمت است. لذا هر نوع خروجی از اعمال ما را می‌توان محصول نامید. برای مثال، جملاتی که در پاسخ مشورت‌خواهی یک فرد بیان می‌شود، یک محصول از نوع خدمت است؛ حتی یک لفظ یا حرکت تشویقی نیز یک محصول است.

به هر تقدیر، «تحقق نتیجه» متوقف بر «تحقق خروجی» است. «تحقق خروجی» نیز مشروط بر «عمل عامل» و تحقق عمل عامل، متوقف بر دو شرط «التزام عامل»^۱ و «امکان عمل» است. ذکر این نکته لازم است که یکی از مصادیق تحقق نتیجه، «تعیین ارزش» ناظر به محصول است. بدین معنا که ارزش، در صورت وجود و تحقق محصول، امکان تعیین می‌یابد.

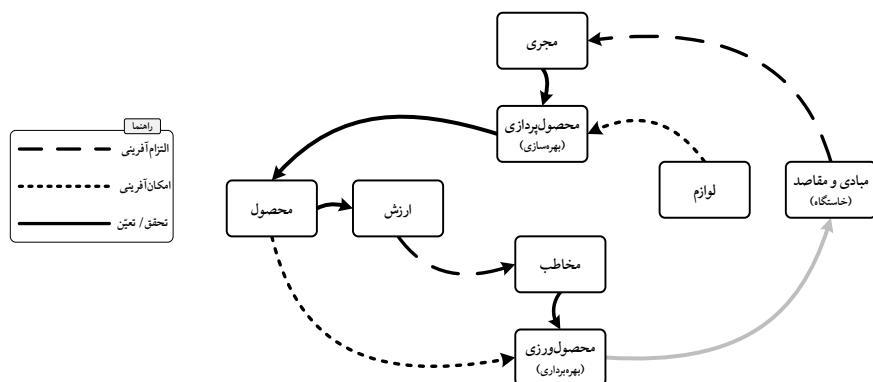
مبتنی بر این توصیفات، در هر تحقق نتیجه‌ای، وجود و تحقق پنج وجه «عامل»، «التزام عامل»، «امکان عمل»، «عمل» و «خروجی» تعیین‌کننده و نقش‌آفرین است. از نگاه کارکردی نیز در هر تحقق نتیجه‌ای وجود و تحقق پنج شأن کارکردآفرین لازم است: ۱. «التزام‌آفرین» با کارکرد التزام‌آفرینی عامل، ۲. «امکان‌آفرین» با کارکرد امکان‌آفرینی عمل، ۳. «عامل» با کارکرد عمل، ۴. «عمل» با کارکرد خروجی‌سازی و ۵. «خروجی» با کارکرد نتیجه‌آوری.

ترجمه و جایابی این کارکردها در هندسه عملیات فرهنگی، نه با نگاه خطی، بلکه از منظر چرخه‌ای امکان‌پذیر است. در شکل ۳، هندسه مناسبات کارکردی بن‌هستارهای عملیات فرهنگی نشان داده شده است. مبتنی بر این تصویر، روایت این پژوهش از عملیات فرهنگی بدین شرح است:

عملیات فرهنگی از مبادی و مقاصد آغاز می‌شود. منظور از مبادی عملیات، مبدأ پیش‌انسانی عملیات است. به عبارتی، مبادی، محرک مبدأ انسانی یا مجری برای حرکت است. مسئله و حل مسئله، بنیادی‌ترین مصدر و مقصد یک عملیات است. لذا اگر مبدأ را همان مسئله، متناظر با «بود آنچه نباید باشد یا بهتر است که نباشد و نبود آنچه باید باشد یا بهتر است که باشد» بدانیم، مقصد نیل به موقعیت «نبود آنچه نباید باشد یا بهتر است که نباشد و بود آنچه باید باشد یا بهتر است که باشد» است. مبدأ،

۱. حتی در موردی که عامل به اجبار و الزام دیگری، عملی را انجام می‌دهد، با توزین مضار و منافع عمل، خود را به انجام عملی که رغبتی به آن ندارد، ملتزم می‌کند.

عدم مطلوبیت محقق و مطلوبیت غیرمحقق و مقصد، مطلوبیت محقق و عدم مطلوبیت غیرمحقق است. مبدأ و مقصد به یک امر اشاره دارد و مرئی و منظر هر دو یکی است. یکی در مقام تمنا و تمایل و دیگری در مقام تحقق؛ یکی در قامت راندن، دیگری در قامت کشاندن؛ یکی در ذهن، دیگری در عین؛ بنابراین، عملیات را می‌توان حرکتی از مبدأ به سمت مقصد در یک فراگرد چرخه‌ای دانست.



شکل ۳. هندسه مناسبات کارکردی بن‌هستارهای عملیات فرهنگی

به هر حال مبادی و مقاصد، عامل التزام‌آفرین عامل یا مجری است. در عین حال، لوازم، امکان عمل را برای عامل فراهم می‌سازد. به تعبیری، لوازم برای محصول‌پردازی که همان مجموعه عمل اصلی مجری است، امکان‌آفرینی می‌کند. در صورت تحقق التزام عامل و امکان عمل، عامل یا مجری عمل، محصول‌پردازی را محقق می‌کند. محصول‌پردازی، منجر به تحقق ابعاد ناظر به محصول، از تولید تا معرفی و فروش و تحویل می‌گردد. بر این اساس، می‌توان گفت: محصول در شئون مختلف، خروجی عمل مجری عملیات است. شأن ذهنی محصول که نتیجه معرفی آن به مخاطب است، در التزام‌آفرینی مخاطب نقش دارد و شأن عینی محصول که با تولید و فروش و تحویل آن تحقق می‌یابد، امکان عمل محصول‌ورزی مخاطب را فراهم می‌کند.

شئون محصول‌ورزی، متناظر شئون محصول‌پردازی است؛ یعنی مصرف، متناظر تولید؛ دریافت، متناظر تحویل؛ خرید، متناظر فروش و شناخت، متناظر معرفی است. در کل، انتظار می‌رود محصول‌ورزی به تحقق مقاصد و تکمیل چرخه عملیات منجر شود.

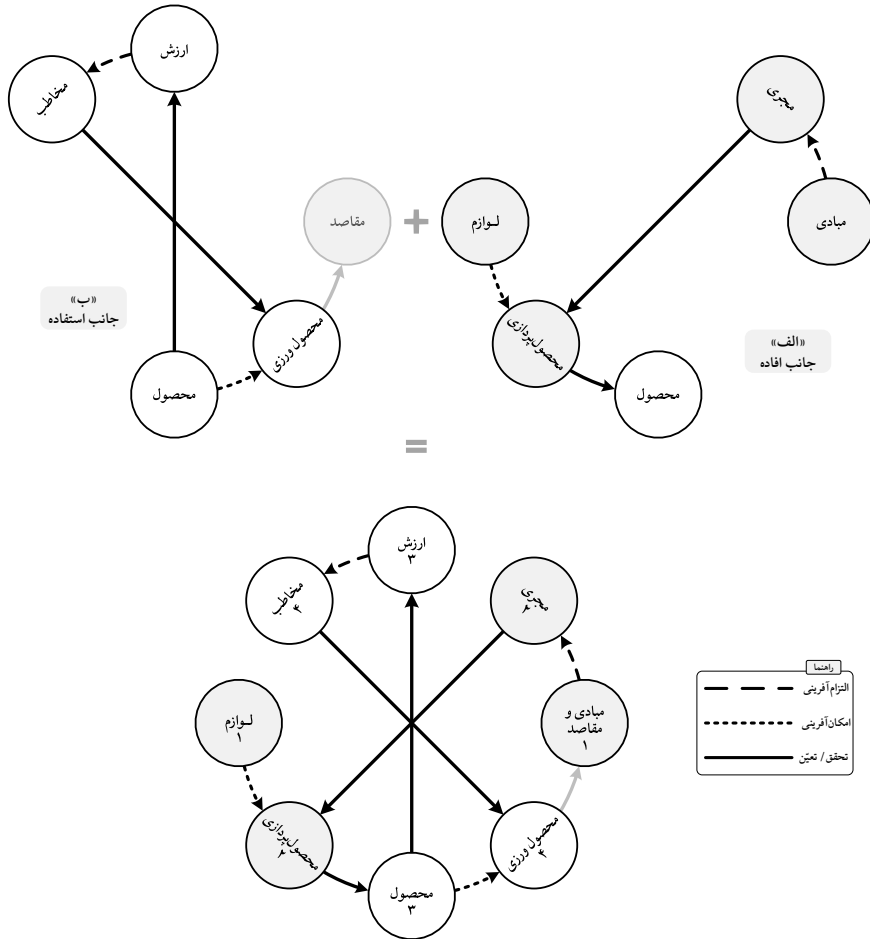
نتیجه‌گیری

ذکر این نکته ضروری است که چرخه نمایش داده شده در شکل ۳، هندسه مناسبات کارکردی بن‌هستارهای عملیات فرهنگی است، نه یک چرخه فرایندی که مسیر حرکت یا جریان کار را نشان دهد. هندسه مناسبات کارکردی، نظام روابط و مناسبات موجودیت‌ها را تبیین می‌کند و تبدیل آن به چرخه فرایندی و فراگردی، نیازمند تصویر و تبیین دیگری است.

به هر حال نتیجه‌ای که از این چرخه کارکردی دریافت می‌شود آن است که تحقق کامل عملیات فرهنگی نیازمند دو حرکت مکمل است: حرکت در جانب افاده^۱ یا مجری و حرکت در جانب استفاده یا مخاطب. حرکت جانب افاده، هرچند لازم است ولی کافی نیست. انگیزه‌های وظیفه‌مدار و تکلیف‌محور، ما را تا مرزهای انتهایی این سمت پیش می‌برد؛ ولی حصول نتیجه و تحقق هدف، بدون شک متوقف بر حرکت در جانب استفاده و تداوم چرخه عملیات است. اساساً تا وقتی مخاطب به میدان کنشگری نیاید، عملیات فرهنگی پیش نمی‌رود و به نتیجه نزدیک نمی‌شود. در ادامه، مبتنی بر روایت و نتیجه بیان‌شده، هستی‌شناسی عملیات فرهنگی در صورت‌بندی چرخه متقاطع، تشریح می‌شود.

هستی‌شناسی عملیات فرهنگی، صورت‌بندی چرخه متقاطع

ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی در صورت‌بندی چرخه متقاطع، مبتنی بر تفکیک و ترکیب دو جانب افاده و استفاده، در شکل ۴ نمایش داده شده است. همانگونه که در بخش الف این شکل مشخص است، مبادی در مقام التزام‌آفرین برای مجری و لوازم در شأن امکان‌آفرین برای عمل، محصول‌پردازی مجری را شکل می‌دهند و این محصول‌پردازی به تحقق محصول یا خروجی حرکت جانب افاده منجر می‌شود. در بخش ب این تصویر یا «جانب استفاده» عملیات، محصول در شأن امکان‌آفرین برای عمل مخاطب و ارزش‌ناظر به آن در مقام التزام‌آفرین برای مخاطب ظاهر می‌شود. این دو شأن، مخاطب را به عمل محصول‌ورزی می‌رساند و انتظار می‌رود محصول‌ورزی نیز در ادامه به تحقق مقاصد منتج گردد.



شکل ۴. ساختار هستی‌شناسی عملیات فرهنگی در صورت‌بندی چرخه متقاطع

همانگونه که در تصویر مشخص است وجه مشترک دو جانب افاده و استفاده، یا حلقه اتصال این دو سمت، محصول است. محصول از یک طرف، خروجی جانب افاده و از طرف دیگر، تحقق‌بخش ارزش و امکان‌آفرین عمل، در جانب استفاده است. این نقش، نشان‌دهنده جایگاه کلیدی محصول در عملیات فرهنگی است. بر خلاف بسیاری از دیگر انواع عملیات، در عملیات فرهنگی، کنشگری مخاطب تا سرحد خرید یا دریافت محصول، تمام‌کننده نیست و رضایت به این حد، پایان مطلوب را رقم نمی‌زند. شرط اولیه و بنیادین اثرمندی محصول، مصرف آن است. لذا ضرورتاً کنشگری مخاطب باید تا مصرف محصول ادامه یابد. تحلیل نقش محصول در عملیات فرهنگی،

«هستی‌شناسی عملیات فرهنگی»، صورت‌بندی چرخه متقاطع

مطالعه و نوشتاری دیگر می‌طلبد که پیشنهاد می‌شود، فرهنگ‌پژوهان عملیاتی در این باب نیز تأمل و تفحص نمایند.

در پایان، با توجه به آنچه در ابتدای بخش پیشینه پژوهش بیان شد، یکی از محدودیت‌های اصلی در انجام این پژوهش، خلأ مطالعاتی جدی در زمینه هستی‌شناسی عملیات فرهنگی است. بر همین اساس، این پژوهش را تا زمان انجام آن و تنظیم این نوشتار، می‌توان منحصر به فرد دانست. این پژوهش می‌تواند مقدمه طراحی و تدوین چارچوب تعریف عملیات فرهنگی و طراحی نظام مدیریتی اجرای این نوع از عملیات‌ها باشد. بدیهی است این طراحی‌ها مستلزم تعریف و انجام پژوهش‌هایی توسط محققان حوزه مدیریت فرهنگی است.

منابع و مأخذ

- بلیکی، نورمن (۱۳۸۹). *استراتژی‌های پژوهش اجتماعی*. (ترجمه هاشم آقابیک پوری). تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- جمشیدی، مهدی (۱۳۹۱). هستی‌شناسی فرهنگی آیت الله مرتضی مطهری. *فصلنامه علمی نظریه‌های اجتماعی متفکران مسلمان*، ۲(۱)، ۱۴۱-۱۶۶. DOI: 10.22059/jstmt.2012.54312
- چکلند، پیترو و پولتر، جان (۱۳۸۹). *یادگیری برای عمل*. ترجمه محمدرضا مهرگان و همکاران. تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
- خالقی، امیرحسین (۱۳۹۱). جستاری بر رویکردهای چندپارادایمی و فرایپارادایمی (چندفرایپارادایمی) در مطالعات سازمانی. *فرایند مدیریت و توسعه*، ۲۵(۲)، ۳۵-۵۱. DOI: 20.1001.1.17350719.1391.25.2.2.3
- خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۹). *فلسفه فلسفه اسلامی*. تهران: انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- رشاد، علی اکبر (۱۳۹۱). *مجموعه دروس فلسفه علوم، فلسفه فرهنگ، هستی‌شناسی فرهنگ*. تهران: مدرسه فقهات. از: https://eshia.ir/feqh/archive/text/rashad/falsafeh_farhang/90/910511
- صادقی مقدم، علی اصغر، خاتمی فیروزآبادی، علی و ربانی، یوسف (۱۳۹۰). استفاده از رویکرد ترکیبی SD و SSM برای حل مسائل اجتماعی غیرساختاریافته. *مدیریت صنعتی*، ۳(۲)، ۵۵-۷۶. DOI: 20.1001.1.20085885.1390.3.2.4.5
- صمدی‌فروشان، مرضیه و حسین‌زاده، مهناز (۱۳۹۸). فراترکیب پویاشناسی نرم سیستمی (SSDM) چارچوب مداخله سیستمی در حل مسائل پیچیده سازمانی. *اولین کنفرانس ملی تفکر سیستمی در عمل*.
- کرایب، یان (۱۳۸۶). *نظریه اجتماعی کلاسیک*. ترجمه شهناز مسمی پرست. تهران: نشر آگه.
- محقق، علی، انصاری، منوچهر، صادقی‌مقدم، محمدرضا و میرکاظمی‌مود، محمد (۱۳۹۷). ارائه چارچوبی برای ترکیب روش‌های مدل‌سازی سیستم‌های پیچیده فنی-اجتماعی با استفاده از فراترکیب تفسیری انتقادی. *چشم‌انداز مدیریت صنعتی*، ۸(۱)، ۹-۳۸.
- محمدپور، احمد (۱۳۹۰). *طرح‌های تحقیق با روش‌های ترکیبی: اصول پارادایمی و روش‌های فنی*. مطالعات اجتماعی ایران، ۴(۲)، ۸۱-۱۰۷. DOI: 20.1001.1.20083653.1389.4.2.5.5
- مصلح‌شیرازی، علی‌نقی، رعنائی، حبیب‌الله، ایمان، محمدتقی و تاجیک، مهدی (۱۳۹۵). روش‌شناسی سیستمی چندانگانه: رویکردی نوین در پژوهش‌های مدیریت. *روش‌شناسی علوم انسانی*، ۲۲(۸۷)، ۷-۳۲.
- موسسه مدیریت پروژه پی‌ام‌آی. (۱۳۹۸). *راهنمای پیکره دانش مدیریت پروژه، ویرایش ششم*. ترجمه مهدی ابراهیمی و علی بیاتی و محمدرضا صمیمی. تهران: انتشارات آریانا قلم.
- ویلیامز، باب و هاملبرونر، ریچارد. (۱۳۹۳). *روش‌های کاربردی در تفکر سیستمی*. ترجمه عادل آذر و سعید جهانیان. تهران: نشر صفار.

- Bergman, M. M. (2008). *Advances in Mixed Methods Research: Theories and Applications*. London: Sage Publications.
- Blaikie, N. (1993). *Approaches to social enquiry*. Translated by Aghabigpuri, H. (2010). Tehran: Sociologists Publications. [In Persian]
- Checkland, P. & Poulter, J. (2006). *Learning for Action: A Short Definitive Account of Soft Systems Methodology and Its Use for Practitioners, Teachers and Students*. New York: Wiley.
- Checkland, P., & Scholes, J. (1999). *Soft Systems Methodology in Action*. New York: Wiley.
- Checkland, Peter & Poulter, John. (2006). *Learning for action: a short definitive account of soft systems methodology and its use for practitioner, teachers, and students*. Translated by Mehregan, M. (2010). Tehran: Mehraban book Publications. [In Persian]
- Craib, I. (1997). *Classical social theory*. Translated by Mosamaparast, Sh. (2007). Tehran: Agah. [In Persian]
- Daniels, H. (2004). Cultural historical activity theory and professional learning. *International Journal of Disability*, 51(2), 185-200. DOI: 10.1080/10349120410001687391
- Donaldson, L. (1996). *For Positivist Organization Theory*. London: SAGE.
- Donaldson, L. (1998). The Myth of Paradigm Incommensurability in Management Studies: Comments by an Integrationist. *Organization*, 5(2), 267-272. DOI: 10.1177.135050849852007
- Estabrooks, C.A., Field, P.A., & Morse, J. (1994). Aggregating Qualitative Findings: An Approach to Theory Development. *Qualitative Health Research*, 4, 503 - 511. DOI: 10.1177/104973239400400410
- Flood, R. L., & Jackson, M. C. (1991). *Creative Problem Solving: Total Systems Intervention*. Chichester: Wiley.
- Flood, R. L., & Jackson, M. C. (1991). Total systems intervention: a practical face to critical systems thinking. *Systemic Practice and Action Research*, 4(3), 197-213. DOI:10.1007/BF01059565
- Flood, R. L., & Romm, N. R. (1995). Enhancing the process of methodology choice in total systems intervention (TSI) and improving chances of tackling coercion. *Systemic Practice and Action Research*, 8(4), 377-408. DOI:10.1007/BF02253393
- Foot, K. (2014). Cultural-Historical Activity Theory: Exploring a Theory to Inform Practice and Research. *Journal of Human Behavior in the Social Environment*, 24(3), 329-347. DOI:10.1080.10911359.2013.831011
- Gioia, D. A., & Pitre, E. (1990). Multiparadigm Perspectives on Theory Building. *Academy of Management Review*, 15(4), 584-602. DOI: 10.5465/amr.1990.4310758
- Hassard, J. (1988). Overcoming Hermeticism in Organization Theory: An Alternative to Paradigm Incommensurability. *Human Relations*, 41(3), 247-259. DOI: 10.1177/001872678804100304
- Howick, S., & Ackermann, F. (2011). Mixing OR methods in practice: Past, present and future directions. *European Journal of Operational Research*. 215(3). 503-511. DOI:10.1016 /j.ejor.2011.03.013

- Howick, S., Ackermann, F., Walls, L., Quigley, J. L., & Houghton, T. (2017). Learning from mixed OR method practice: the NINES case study. *Omega*, 69, 70-81. DOI: 10.1016/j.omega.2016.08.003
- Jackson, M. C. (2003). *Systems Thinking: Creative holism for managers*. Chichester: Wiley.
- Jackson, N., & Carter, P. (1991). In Defence of Paradigm Incommensurability. *Organization Studies*, 12(1), 109-127. DOI: 10.1177/017084069101200107
- Jamshidi, M. (2012). Cultural ontology of "Ayatollah Morteza Motahari". *Social theories of Muslim thinkers*, 2(1). DOI: 20.1001.1.25385240.1391.2.1.6.1 [In Persian]
- Khaleghi, A. H. (2012). Multi Paradigm and Meta Paradigm Approaches in Organization Studies. *Management and Development Process*. 25(2), 35-51. DOI: 20.1001.1.17350719.1391.25.2.2.3 [In Persian]
- Khosropanah, A. (2010). *Philosophy of Islamic philosophy*. Tehran: Islamic Culture and Thought Research Institute Publications. [In Persian]
- Kotiadis, K., & Mingers, J. (2006). Combining PSMs with hard OR methods: the philosophical and practical challenges. *Journal of the Operational Research Society*, 57(7), 856-867. DOI: 10.1057/palgrave.jors.2602147
- Kowalczyk, R. H. (2004). *The effectiveness of high-dependency care*. In *Systems modelling: Theory and practice*. Chichester: Wiley.
- Maurya, A. (2012). *Running Lean: Iterate from Plan A to a Plan That Works*. United States: O'Reilly Media.
- Midgley, G. (1997). Developing the methodology of TSI: From the oblique use of methods to creative design. *Systemic Practice and Action Research*, 10(3), 305-319.
- Mingers, J. (2001). *Multimethodology: Mixing and Matching Methods*. In: Mingers, J. & Rosenhead, J. (eds). *Rational Analysis for a Problematic World Revisited*. Chichester: Wiley.
- Mingers, J., & Brocklesby, J. (1997). Multimethodology: towards a framework for mixing methodologies. *Omega*, 25(5), 489-509. DOI: 10.1016/S0305-0483(97)00018-2
- Mingers, J., & Rosenhead, J. (2004). Problem structuring methods in action. *European Journal of Operational Research*, 152(3), 530-554. DOI: 10.1016/S0377-2217(03)00056-0
- Mohaghar, A., Ansari, M., Sadeghi Moghaddam, M. R., & Mirkazemi Mood, M. (2018). A Framework to Synthesize the Modeling Methods of Socio-Technical Systems using Critical Interpretive Meta-Synthesis. *Journal of Industrial Management Perspective*, 8(1), 9-38. [In Persian]
- Mohammadpour, A. (2011). Research designs with mixed methods: paradigmatic principles and technical methods. *Iranian Journal of Social Studies*, 4 (2), 81-107. DOI: 20.1001.1.20083653.1389.4.2.5.5 [In Persian]
- Mosleh Shirazi, A N, Ranaci, H, Iman, M T & Tajik, M. (2016). Multiple systems methodology: a new approach in management research. *Methodology of Social Sciences and Humanities*, 22(87), 7-32. [In Persian]

- Munro, I., & Mingers, J. (2002). The use of multimethodology in practice: Results of a survey of practitioners. *Journal of the Operational Research Society*, 53(4).
- Munro, I., & Mingers, J. (2002). The use of multimethodology in practice—results of a survey of practitioners. *Journal of the Operational Research Society*, 53(4), 369–378. DOI: 10.1057/palgrave.jors.2601331
- Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology—A Proposition in a Design Science Approach*. University of Lausanne, Switzerland.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Netherlands: Wiley.
- Pfeffer, J. (1993). Barriers to the Advance of Organizational Science: Paradigm Development as a Dependent variable. *The Academy of Management Review*, 18(4), 599-620. DOI:10.2307/258592
- Pidd, M. (2004). *Bringing it all together*. In: *Systems Modelling: Theory and Practice*. Chichester: Wiley.
- Pidd, M. (2004). *Complementarity in systems modelling*. In *Systems modelling. Theory and practice*. Chichester: Wiley.
- Project Management Institute. (2017). *Guide to the Project Management Body of Knowledge (PMBOK® Guide)—Sixth Edition*. Translated by Ebrahimi, M., Bayati, A., & Samimi, M. R. (2019) Tehran: Ary-anaghalam. [In Persian]
- Ramírez, R., Selsky, J. W., & van der Heijden, K. (2008). *Business Planning for Turbulent Times: New Methods for Applying Scenarios*. UK: Earthscan.
- Rashad, A. A. (2012). *Collection of courses on philosophy of science, philosophy of culture, ontology of culture*. Tehran: Jurisprudence School. https://eshia.ir/feqh/archive/text/rashad/falsafeh_farhang/90/910511 [In Persian]
- Rodriguez-Ulloa, R. & Paucar-Caceres, A. (2005). Soft system dynamic methodology (SSDM): Combine soft system methodology (SSM) and system dynamic (SD). *Systemic Practice and Action Research*, 18(3), 303-334. DOI: 10.1007/s11213-005-4816-7
- Sadeghi Moghadam, A. A., Khatami Firozabadi, A., & Rabbani, Y. (2011). Using Combined Method of SD and SSM for Solving Unstructured Social Problems. *Industrial Management Journal*, 3(2), 55-76. DOI: 20.1001.1.20085885.1390.3.2.4.5 [In Persian]
- Samadiforushani, M., & Hosseinzadeh, M. (2019). Systematic soft dynamics metacomposition (SSDM) is a framework for systemic intervention in solving complex organizational problems. *First National Conference on Systems Thinking in Practice*. [In Persian]
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for Synthesizing Qualitative Research*. United States: Springer Publishing Company.
- Schultz, M., & Hatch, M. J. (1996). Living with multiple paradigms the case of paradigm interplay in organizational culture studies. *Academy of management review*, 21(2), 529-557. DOI: 10.5465/amr.1996.9605060221

- Sushil. (2018). Flexible Systems Methodology: A Mixed-method/Multi-method Research Approach. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 19(2), 109-110. DOI:10.1007/s40171-018-0190-z
- Taket, A., & White, L. (1998). Experience in the practice of one tradition of multimethodology. *Systemic Practice and Action Research*, 11(2), 153-168. DOI: 10.1023/A:1022977301782
- Williams, B., & Hummelbrunner, B. (2010). *Systems concepts in action: A practitioner's toolkit*. Translated by Azar, A. & Jahanian, S. (2014). Tehran: Saffar. **[In Persian]**
- Willmott, H. (1993). Breaking the Paradigm Mentality. *Organization Studies*, 14(5), 681-719. DOI: 10.1177/017084069301400504
- Wu, P. P. Y., Fookes, C., Pitchforth, J., & Mengersen, K. (2015). A framework for model integration and holistic modelling of socio-technical systems. *Decision Support Systems*, 71, 14-27. DOI: 10.1016/j.dss.2015.01.006
- Zlatanović, D. (2017). Multi-Methodological Approach to Complex Problem Solving: The Case of Serbian Enterprise. *Systems*, 5(2), 40. DOI: 10.3390/systems5020040

Contents

An overview of the history of the origin, policy approaches and functional components of the Quranic structures of the country	
Ali Entezari, Esmacil Nodeh Farahani, Amir Nodeh Farahani	7
The Characteristics of Communication in Holy Quran Regarding to John Fiske's Theories in the Field of Communication Studies	
Abolfazl Fathabadi	45
Quranic solutions to encounter IRIB with fake news	
Kamal Akbari, Majid Pakniyat.....	67
Pathology of Celebrity Culture from the Perspective of the Holy Quran	
Mohammad mirii	93
The power of the holy time (An anthropological study about the actions of Iraqis in the days related to Ashura	
Abdolhamid bayat, Mohammad taghi karami ghahi	123
“Ontology of cultural project”, cross-cycle configuration	
Aliakbar Baghaie, Abbasali Ghayoumi, Sayedreza Salehiamiri	161





Journal of Culture Studies - Communication

Vol .25, Series.97, No.65, Spring 2024

Research Institute of Culture, Art and
Communication Ministry of
Culture and Islamic Guidance

Managing Director:

Zaeri, Qasim(Ph.D)

Editor in Chief:

Entezari, Ali (Ph.D)

Editorial Board:

Esfandiari, Shahab (Ph.D)

Entezari, Ali (Ph.D)

khaniki, Hadi (Ph.D)

Khojasteh Bagherzadeh, Hassan

Aghili, Seyed Vahid (Ph.D)

Fayyaz, Ebrahim (Ph.D)

Karami Ghahi, Mohammadtaghi (Ph.D)

Nourbakhsh, Younes (Ph.D)

Yasini, seyedeh Raziyyeh (Ph.D)

Executive Director:

Mehri, Roghayeh

Editor:

Shafiekhani, Shahnaz

Graphic Designer:

Khalili, Hamed

Printing House:

New window

Editorial Office
No.9, Dameshgh St. Valiasr Sq,
Tehran, Islamic Republic of Iran

Tel: (021) 88919186

Fax: (021) 88893076

website: <http://jccs.ir>

International Editorial Board

Semati Mehdi (Ph.D)

kamalipour Yahya (Ph.D)

Mohsen Mohammad (Ph.D)



IRANIAN ASSOCIATION
OF CULTURAL STUDIES &
COMMUNICATIONS



Research Center for Culture,
Art and Communication
Ministry of Culture and Guidance

Culture-Communication Studies is published
by Institute of Culture, Art and Communication
(Ministry of Culture and Islamic Guidance).

The aim of this journal is to provide a forum for
communication professionals to discuss about
cultural issues. The statements and opinions
expressed in this journal do not necessarily
represent the views of the publisher.



This journal is indexed in
the Islamic World Science
Citation Database (ISC).