

# مطالعات فرهنگی ارتباطات

سال بیست و پنجم، شماره شصت و هشت  
شماره مسلسل ۱۰۰، زمستان ۱۴۰۳

پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات  
وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی

مدیر مسئول: محسن جوادی  
سر دبیر: علی انتظاری

### هیأت تحریریه:

- شهاب اسفندیاری  
دانشیار سینما و تئاتر دانشگاه هنر تهران
- علی انتظاری  
دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه علامه طباطبایی
- هادی خانیکی  
استاد علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی
- حسن خجسته باقرزاده  
استاد رادیو و تلویزیون دانشگاه صداوسیما
- ابراهیم فیاض  
دانشیار انسان‌شناسی دانشگاه تهران
- محمدتقی کرمی قهقی  
دانشیار مطالعات زنان دانشگاه علامه طباطبایی
- یونس نوربخش  
دانشیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران
- سیده راضیه یاسینی  
دانشیار پژوهش هنر پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

### اعضای بین‌المللی:

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

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



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

نشانی: تهران، پایین تراز میدان ولیعصر،  
خیابان دمشق، شماره ۹  
صندوق پستی: ۶۴۷۴ ۱۴۱۵۵  
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 پانزدهم 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.



# فصلنامه علمی 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 سالانه در ایران ۲۸۰۰۰۰۰ ریال است. علاقه‌مندان به اشتراک، این مبلغ را به شمارهٔ حساب ۴۰۰۱۰۲۸۵۰۳۰۱۴۹۰۶ 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.

# فصلنامه علمی-مطالعات فرهنگ ارتباطات

## 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 ۱۰۰۰ 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 آن هاست.



- سخن سردبیر ..... ۶
- مسجد و ارتباطات انسانی؛ مطالعه ظرفیت‌های ارتباطی مسجد در اندیشه اجتماعی متفکران مسلمان معاصر حسین مهربانی فر ..... ۹
- راهبردهای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظام تبلیغی - رسانه‌ای مساجد ایران در سال ۱۴۰۳ یوسف خجیر ..... ۳۷
- مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی بر پایه مساجد و امام محله کریم مهری ..... ۷۱
- ظرفیت‌شناسی مسجد در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران؛ با تأکید بر تجربیات کشورهای مسلمان محمدحسین شعاعی ..... ۱۰۷
- سکولارشدن جایگاه مسجد در زیست شهری دوره معاصر؛ مطالعه موردی بافت پیرامون حرم رضوی علیه‌السلام محمدرضا قائمی‌نیک، محمد سلطانیه ..... ۱۴۱
- معیارسازی برای داوری فیلم سینمایی با استفاده از دانش ضمنی داوران و کارشناسان حسن خجسته، علیرضا دباغ ..... ۱۷۷
- بررسی رابطه حمایت، دینداری و کنترل خانواده با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر شهر اراک) سیداحمد میرمحمدتبار، مجتبی محمدی جلالی فراهانی ..... ۲۰۷
- علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی میثم فرخی، سفانه خانزاده ..... ۲۳۵



## سخن سردبیر

یکی از پرسش‌هایی که از شروع شبه مدرنیته در ایران مطرح بوده این است که اگر نسبت وثیقی میان ارتباطات و فرهنگ وجود دارد، بهره‌مندی از وسایل ارتباط جمعی شبه مدرن چه آثار و پیامدهایی برای فرهنگ خواهد داشت و متقابلاً اینکه فرهنگ نسبت به این وسایل توده‌ای چه واکنشی نشان می‌دهد؟

اکثر یا قاطبه صاحب‌نظران با توجه بدهات فرض نمودن فرایند مدرنیته هرگونه کنش و واکنش میان فرهنگ و ارتباطات را امری عادی و قابل پیش‌بینی فرض کرده و در پی رفع موانع سیطره پیام‌رسانی شبه مدرن پژوهش‌های متعددی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. الوین تافلر هم در کتاب موج سوم، شکل‌گیری موج سوم و متناسب با آن خانواده و سایر ساحت‌های زندگی جمعی جدید را محصول جبر تاریخی معرفی می‌کند و در نتیجه وقوع پیامدهایی نظیر گسترش فسادهای اخلاقی و بی‌بندوباری و انواع هیجانانگیز در قالب وندالیزم و امثالهم را به عنوان دردهای شبه زایمان معرفی می‌کند که برای تولد مولود جدید ضروری هستند (تافلر، ۱۴۰۲).

در عین حال بدیهی نبودن مدرنیته و امکان‌رهایی از جبر تاریخی ارتباطات موج سومی موضوعی است که توسط بسیاری از متفکران پست‌مدرن نظیر میشل فوکو، ژاک دریدا، لیوتار و ژان بودریار طرح شده است. مسئله اصلی این است که بسیاری از اصحاب ارتباطات در ایران در برابر الگوی ارتباطی شبه مدرن منفعل شده و نه تنها تهاجمات ارتباطی علیه مردم را عادی‌سازی کرده‌اند بلکه واکنش‌های ناشی از مقاومت را در قالب‌های سنت‌گرایی در برابر تجدد و خاص‌گرایی‌های متنوع صورت‌بندی کرده‌اند. این در حالی است که شاید الگوی متفاوتی از ارتباطات با اتکا به ذخایر تمدنی قابل‌تأمل می‌نمود.

برای فهم مسئله فوق به مقایسه دو نوع یا دو پارادایم پزشکی پرداخته شده است. پارادایم غالب پزشکی مدرن که طی آن مواجهه تهاجمی‌تر و تفکیکی (شما بخوانید تخصصی) تر با بیماری‌ها صورت می‌گیرد. در این پارادایم هم بیماری‌ها به صورت تفکیک شده و تخصصی مشاهده و معاینه می‌شوند و هم داروها به صورت منفک شده با امید به شدت اثر بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرند. این در حالی است که در طب ایرانی اسلامی، هم بیماری‌ها به صورت تلفیقی و در زمینه کلیت ارگانسیم و محیط پیرامون مورد شناسایی قرار می‌گیرند و هم داروها به صورت پیوسته و غیر منفک از کلیت گیاهان مورد استفاده قرار می‌گیرند. حال اینکه شدت اثر تا چه اندازه است قابل بررسی آزمایشگاهی است. این مقاله در پی تقویت دوگانه سنتی - مدرن نیست؛ به نظر می‌رسد در این رویکرد تمایل به تجدد بیش از مدرن‌گرایان باشد. چنانچه بتوان از سنتی باعنوان مدرنیته یاد کرد، مدرن‌گرایان نه تنها تجددخواه نیستند بلکه سنتی‌بیریشه را می‌جویند. به نظر می‌رسد رهایی از جبر مدرنیته شرایط کاملاً خلاقانه‌ای را برای تجدد رقم خواهد زد. لکن به هر صورتی که در مورد بدیهی بودن یا نبودن مدرنیته باور داشته باشیم چند واقعیت قابل‌تأمل است: اینکه بین عناصر فرهنگ و جامعه در رویکرد تمدنی و تاریخی آن انسجام وجود دارد. همان‌گونه که وبر اصرار دارد بخش‌های متنوع جامعه و فرهنگ گواهی از امر واحدی می‌دهند و مجموعه آنها امر تکینه‌ای (منحصربه‌فرد) را خلق می‌کند. امری که با تاریخ خود پیوندی وثیق دارد. کارکرد و معنی هر یک از بخش‌ها و عناصر این کل واحد در زمینه کلی منحصربه‌فرد آن محقق می‌شود و از یک قلمرو به قلمروی دیگر تفاوت اساسی دارد. برای مثال، اگر پروتستانتیزم در مغرب زمین در تلازم با شرایط مادی فراهم شده سرمایه‌داری را ممکن ساخت (وبر، ۱۳۷۳)، این‌گونه نیست که بتوان برای توسعه سرمایه‌داری در ایران، پروتستانتیزم اسلامی پیشنهاد کرد. کارکرد و معنای اخلاق پروتستانی در غرب با

کارکرد و معنی آن در ایران کاملاً متفاوت خواهد شد. همین وضعیت در مورد سایر عناصر نظیر عقلانیت و کاربرد آن در سازمان اجتماعی و حدوث بوروکراسی وجود دارد؛ در مورد دموکراسی هم وضع به همین منوال است. در فرایند زمینی تر کردن بحث می‌توان گفت آنچه در حال حاضر در قالب تمدن غرب می‌بینیم عناصر پراکنده و مستقل از یکدیگر نیستند که تصور کنیم می‌توان هر بخش را به دلخواه مورد بهره‌برداری قرار داد. این امر به معنای نفی اشاعه فرهنگی و وامداری تمدن‌ها نسبت به یکدیگر نیست. اگرچه همواره تمدن‌ها و اقلیم فرهنگی گوناگون به هم وام داده‌اند و از تجربیات و تولیدات یکدیگر در ساحات گوناگون بهره‌مند بوده‌اند لکن آنچه وام گرفته شده است همانی نبوده است که از ابتدا از مبدأ گرفته شده است. همان طور که در ارسال و دریافت پیام تقریباً هیچ‌گاه پیام دریافت شده عیناً مطابق پیام ارسال شده نیست، در مناسبات میان فرهنگی همچنین رخ می‌دهد و عنصر فرهنگی اشاعه یافته اگرچه شباهت‌هایی با مبدأ خود دارد لکن خود را با کلیت فرهنگ مقصد هماهنگ می‌سازد. به این ترتیب از یک سو با پیوستگی عناصر تمدنی مواجه هستیم که معنا و کاربرد هر یک در کلیت آن فرهنگ و تمدن محقق می‌شود و از سوی دیگر با واقعیت تحریف‌شدگی عناصر فرهنگی و متناسب‌سازی آنها با جامعه و فرهنگ مقصد مواجه هستیم. چنین فرایندی در مورد وسایل ارتباط جمعی هم رخ داده است؛ به این معنا که وسایل جمعی ارتباطی در مبدأ تاریخی خود کارکرد و معنی خاصی داشته‌اند و وقتی به جامعه ایرانی سفر کرده‌اند از آن صورت اولیه خود فاصله گرفته‌اند.

روزنامه کاغذ اخبار که کمتر از دویست سال پیش توسط میرزا صالح شیرازی در ایران انتشار یافت به عنوان نخستین گام در جهت انتشار مطبوعات تلقی می‌شود. میرزا صالح شیرازی تصور می‌کرد که با این اقدام مهم همان مطبوعه‌ای که در غرب منتشر می‌شد وارد ایران کرده است و احتمالاً همان برکات و آثار را نیز خواهد داشت. به همین سبب هم احتمالاً نام کاغذ اخبار که ترجمان نعل به نعل کلمه newspaper است را بر آن جریده گذارد. لکن بعداً دیدیم که مطبوعات کارکرد و معنای کاملاً متفاوتی از آنچه در غرب داشت پیدا کردند. اگر در آن زمان مطبوعات در غرب یکی از ارکان دموکراسی بود و هر نشریه ارگان یک جریان سیاسی و حزب بود در ایران مطبوعات عمدتاً کارگزار دولت بودند و شاید هنوز هم هستند. البته در زمان میرزا صالح شیرازی تا چندین دهه بعد نماینده دولت‌های ملی بودند و با قوت گرفتن جهانی شدن عمدتاً نماینده قدرت‌های جهانی. در حال حاضر هم عمده مطبوعات و رسانه‌ها نه تنها در ایران بلکه در غرب نیز قدرت‌های جهانی را نمایندگی می‌کنند. البته بعضی از مطبوعات و سایر رسانه‌ها هستند که از دور نمایندگی قدرت ملی و نظام اسلامی را سوسو می‌کنند.

درواقع می‌توان گفت در جریان اشاعه و وام‌گیری عناصر فرهنگی آنچه رخ می‌دهد این است که جامعه مقصد از بین ویژگی‌های عنصر وام گرفته بر برخی تأکید و تمرکز بیشتری دارد و بعضی دیگر را اغماض یا کم‌رنگ می‌نماید. این موضوع به وضوح در مورد رسانه‌های جمعی رخ داده است. به نظر می‌رسد رسانه‌های جمعی در ایران به جای اینکه در وام‌گیری به خاستگاه‌های معرفتی و فلسفی پیدایش رسانه‌های جمعی متوجه باشند به شدت به غایاتی و چشم‌اندازی که این رسانه‌ها در جامعه مبدأ داشتند مشتاق بودند و به همین جهت عمدتاً مسیر غیردموکراتیک را طی نمودند. البته از حق نباید گذشت که همین مطبوعات با همین وضعیتی که داشتند تحولی در تعاملات اندیشه و گفتگو میان جریان‌های اجتماعی ایفا نمودند لکن مسئله‌ای که در این یادداشت به آن پرداخته می‌شود پارادایم مواجهه با فرهنگ است.

الگوی ته‌اجمی رسانه‌های جمعی که فرهنگ و سبک زندگی مردم را نشانگاه خود قرار داده است از یک طرف اقتضای مدرنیته و پارادایم ته‌اجمی مدرنیته علیه طبیعت و امری طبیعی است و از سوی دیگر پیوند آن با سرمایه‌داری موجبات چنین مواجهه‌ای را فراهم می‌سازد. این وضعیت ته‌اجمی وقتی وام گرفته می‌شود به سبب عدم تناسب‌های فرهنگی دوچندان می‌شود. درواقع از یک طرف ماهیت رسانه‌های جمعی به سبب مواجهه توده‌ای با مردم متنوع و گوناگون حالت ته‌اجمی به خود می‌گیرد و از سوی دیگر وقتی به جامعه مقصد می‌رسد و در قالب‌های توسعه‌ای قرار می‌گیرد با سنت‌ها و ذخایر تمدنی جامعه مقصد بسیار بی‌رحمانه برخورد می‌کند.

وضعیت فوق در مورد رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی هم وجود دارد. وضعیتی که به شدت ضد مردمی

است. الگوی ضد مردمی رسانه‌ها اکنون در کل جهان مشاهده می‌شود. مواجهه تهاجمی با مردم برای اعمال سیاست‌های گوناگون توسعه‌ای از همان پارادایمی که در طب مدرن وجود دارد پیروی می‌کند. کاری با استثنائات ندارم لکن همان‌گونه که در طب مدرن برای درمان یک بیماری به آن بدن موجود زنده تهاجم می‌شود در فضای ارتباطی توده‌ای نیز قدرت‌ها برای اعمال سیاست‌های خود مردم را نشانگاه حملات تهاجمی خود قرار می‌دهند. این پارادایم با پارادایمی که مواجهه نرم با بیماری دارد به صورت ارگانیک بین یک موجود زنده یعنی گیاه و موجود زنده دیگری یعنی ارگانیزم شخص بیمار رابطه‌ای هم‌گزینی برقرار می‌کند تفاوت اساسی دارد.

مصدق چنین مقایسه را می‌توان در بوروکراسی، نظام دانشگاهی، نظام بانکی و غیره هم مشاهده کرد. موضوعی که می‌تواند در دستور کار محققان و نویسندگان قرار گیرد. همان‌گونه که در مقابل طب مدرن طب ایرانی اسلامی قابل تأمل است، در مقابل نظام رسانه‌ای تهاجمی توده‌ای غیرمردمی نیز نظام رسانه‌ای مردمی ارگانیک وجود دارد. مسجد و منبر به عنوان یک رسانه ارگانیک بومی ماهیت کاملاً متفاوتی از مطبوعات، رادیو و تلویزیون داشته است. هرچند مسجد و منبر تحت تأثیر انفعال در برابر مدرنیته صدماتی را متحمل شده اند (انتظاری ۱۳۹۵) لکن بافتار تاریخی مسجد که همچنان قابل رجوع است به عنوان رسانه‌ای مردمی در پیوند وثیق و ارگانیک با مردم قرار داشته است.

الگوی ارتباطی مسجد و منبر که تداوم آن را در هیئات عزاداری و زیارت و حج می‌توان مشاهده کرد موضوعی است که می‌توان آن را به بوته پژوهش و مطالعات ارتباطی سپرد. شاید همکاری دانشکده‌ها و گروه‌های ارتباطات با این موضوع چنانچه همدلی داشته باشند و خود را خیلی به پارادایم تهاجمی مدرنیته و جهانی شدن مدرنیته متعهد ندانند موجب شود علاوه بر اینکه ظرفیت‌های عظیم ارتباطی شناسایی شوند یافته‌ها و نظریه‌های خلاقانه و نویی را با بازار دانش ارتباطی عرضه نمایند. این مسئله انگیزه‌ای شد تا در این شماره و شماره قبل تعدادی از مقالاتی که مسجد را به عنوان یکی از زیرساخت‌های نظام ارتباطی اسلامی ایرانی معرفی می‌کردند منعکس کنیم.

مواجهه با این موضوع را نباید در قالب پیش‌داوری‌های ارتجاعی و سنت‌گرایانه ملاحظه کرد. پیاده‌روی اربعین به عنوان ابررسانه‌ای که در این پارادایم قرار دارد هم‌اوردی خود را در مقابل همه رسانه‌های توده‌ای پارادایم تهاجمی اثبات کرد. علیرغم بایکوت‌های خبری متعدد و حتی بهره‌مندی از فضای مجازی برای طرح انواع شبهات و تردیدها در مورد آن به عنوان بزرگ‌تری تجمع بشری در طول تاریخ بشریت قدرت ارتباطات مردمی ارگانیک را به رخ جهانیان می‌نمایاند. پیاده‌روی اربعین یکی از ساخت‌های ارتباطی است که اگرچه خاستگاه آن ذخایر تمدنی این اقلیم فرهنگی است لکن در بستری فراملی شده است که سایر فراملی شدن‌ها (به اصطلاح جهانی شدن‌ها) را به چالش کشیده است.


تافلر، الوین (۱۴۰۲) **موج سوم**، ترجمه شهیندخت خوارزمی، انتشارات فرهنگ نو با همکاری نشر آسیم.

وبر، ماکس (۱۳۷۳) **اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری**، ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی، شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.

انتظاری، علی (۱۳۹۵)، نماز، مسجد و مدرنیته؛ رویکردی آسیب‌شناختی، **فصلنامه مردم و فرهنگ**، (۳)، ۱۱۰-۸۳.

**علی انتظاری**  
**سردبیر**

## The mosque and human communication; Studying the communication capacities of the mosque in the social thought of contemporary Muslim thinkers

**Hossein Mehrabanifar** , Assistant Professor Department of Social Sciences, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran, Email: [mehrabanifar@razavi.ac.ir](mailto:mehrabanifar@razavi.ac.ir)

### ABSTRACT

**Subject:** Communication is the solution to many of the problems in the new society, and it is only through communication that the fragile bond between the social components in the mass society is maintained. Human communication is not only influenced by social forces and cultural context, but also the quality of communication and communication systems play a significant role in shaping the cultural and social structure of societies. Just as modernity and modern culture, with their specific structural order and technologies, have brought about a particular system and organization in the field of communication, with its various levels and dimensions, in Iranian society and the context of Iranian-Islamic culture, there are also institutions and domains that possess different capacities and functions in organizing and shaping human communication. The mosque can be considered as one of the central institutions and domains in the Iranian-Islamic cultural tradition, shaped not only by a theocentric communicative system (Imam and Ummah), but also possessing significant potential in organizing and guiding human communication at various levels, and consequently, in shaping social order. As one of the pivotal centers of communication in the Iranian-Islamic tradition, the mosque has played diverse roles in organizing and expanding communication, exhibiting different forms throughout history according to political and social conditions. In the contemporary century, the most prominent manifestation of the communicative capacities of the mosque can be observed in relation to the Islamic Revolution of Iran that seeks to establish a new social order with a religious approach.

**Question and purpose:** Based on this, and considering the role of the mosque in the social change and social order throughout the history of Muslims, particularly in contemporary Iran, the present research seeks to understand the capacities, dimensions, and levels of human interactions within the mosque from the perspective of the social thought of contemporary Muslim thinkers. These thinkers, who themselves emerged from the mosque as a base, played a decisive role in the mosque-centered leadership of social change and social revolution, especially the Islamic Revolution of Iran and its continuation. Specifically, the ideas and opinion of Imam Khomeini, Ayatollah Khamenei, and Morteza Motahari are studied and analyzed in this research intellectual and political figures who, more than others, paid attention to the issue of the mosque, its social and communicative dimensions, and reflected this importance in their written works and speeches at different times. The central question of the study is: "What are the capacities and levels of human communication of the mosque from the perspective of Imam Khomeini, Ayatollah Khamenei, and Motahari, and how does this communicative framework shape the social order?"

**Methodology:** The study of the ideas and opinion of the selected thinkers was conducted using the method of thematic analysis. This was done by selecting key excerpts

from their speeches and writings, and then analyzing them based on the thematic analysis model of Wolcott at three levels: description, analysis, and interpretation.

**Findings:** The organization, arrangement and categorization of the opinions and ideas of these thinkers led to the achievement of 11 central themes in continuous relation with each other, which are: “The blending (or The Interconnection) of The Individual and Social monotheism”, “The Mosque as a Center for contemplation and Reflection”, “The Intellectual and Communicative Capacity of the Imam of Congregational Prayer”, “Rhetoric, Sermons and Enlightenment in the Mosque”, “The Imam’s close and intimate relationship with the people and attention to their well-being”, “The capacity of public communication of the mosque with different groups and strata”, “Dialogue and Exchange of Ideas within Intellectual and Epistemological Circles”, “Center for social gathering and political communication”, “The Mosque as the Core and Stronghold of Resistance and Popular Mobilization”, “The Mosque as a Foundation for the Efficiency and Organization of Various Social Institutions” and “The Media Role of the Mosque Building as a Symbol and Axis of the Islamic Society”. These themes encompass various levels of human communication: the relationship with God, Intrapersonal communication (reflection and contemplation), interpersonal communication (the close relationship between the Imam of Congregational Prayer and the people), group communication (intellectual and epistemological circles), and public communication (Rhetoric and enlightenment), all centered around the concept of monotheism. The interrelations among these levels illustrate the interconnected and, at times, overlapping nature of the themes, which are deeply influenced by the unique, multi-dimensional communicative essence of the mosque. This essence makes any separation between the different levels of communication challenging. Despite the diversity in the levels and dimensions of communication in the mosque, monotheism (Tawhid) serves as the link that unites, aligns, and enhances them.

**Conclusion:** Communication in the mosque is formed from self-improvement and monotheistic community around the relationship with God and extends to the order of social institutions. The result is a social order—an order whose core is monotheism and servitude to God, manifested in the effectiveness of various organizations and the realization of security, order, and social justice in all aspects. Organizational communications arising from the mosque essentially replace instrumental and material rationality with monotheistic rationality. “In this context, the imam of the mosque is at the center of the mosque’s communications. The role of him becomes significant in the communication dynamics of the mosque, in relation to monotheism and the relation with God as a unifying existence; This is why thinkers in the field have emphasized the scientific and communicative capacity of the Imam of Congregational Prayer, as he must be actively engaged in all forms of interpersonal, group, public, and even external communications between the mosque and different social groups. He should serve as a guide, leader, and facilitator for people in their pursuit of divine knowledge and its extension to different social arenas. This, in a sense, reflects the model of the Imam and the Ummah in Shia culture, which is also reflected in the structure and tradition of mosques.

### KeyWords

Mosque, human communication, Imam Khomeini, Ayatollah Khamenei, Morteza Motahari.

## مسجد و ارتباطات انسانی؛ مطالعه ظرفیت‌های ارتباطی مسجد در اندیشه اجتماعی متفکران مسلمان معاصر

حسین مهربانی فرا<sup>۱</sup>

### چکیده

ارتباطات، راه‌حل بسیاری از مسائل موجود در جامعه جدید بوده و تنها از طریق ارتباط است که پیوند شکننده میان اجزای اجتماعی در جامعه توده‌ای حفظ می‌شود. مسجد به عنوان یکی از کانون‌های محوری ارتباطات در سنت ایرانی اسلامی، از ظرفیت‌ها و کارکردهای مختلفی در سازمان‌دهی و گسترش ارتباطات، برخوردار بوده که در طول تاریخ به اقتضای شرایط سیاسی و اجتماعی، جلوه‌های متنوعی یافته است؛ در سده معاصر، شاخص‌ترین تجلی ظرفیت ارتباطی مسجد را می‌توان در نسبت با انقلاب اسلامی ایران، مورد توجه قرار داد که از این رهگذر، جایگزین نمودن یک نظم نوین اجتماعی با رویکرد دینی را پی می‌جوید. پژوهش حاضر با هدف شناخت ظرفیت‌ها و ابعاد ارتباطات انسانی مسجد در نظام اسلامی به مطالعه دیدگاه متفکران مسلمان معاصر در این حوزه پرداخته است؛ به این صورت که آرا و ایده‌های سه متفکر محوری (امام خمینی ره، آیت‌الله خامنه‌ای و مرتضی مطهری) - به عنوان شخصیت‌های فکری و سیاسی که در شکل‌گیری و استمرار انقلاب اسلامی بیش از دیگران به مسئله مسجد و دلالت‌های ارتباطی آن اهتمام داشته‌اند - به روش تحلیل مضمون، مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفته است. این آرا و ایده‌ها در قالب ۱۱ مضمون دسته‌بندی شد که در نسبت با سطوح ارتباطات انسانی، سطوح مختلف ارتباط با خدا، ارتباط با خود (تأمل و تفکر)، ارتباطات میان فردی (ارتباطات تنگاتنگ امام‌جماعت و مردم)، ارتباطات گروهی (حلقه‌های فکری و معرفتی) و ارتباطات عمومی (خطابه و روشنگری) را با محوریت توحید در برمی‌گیرد. ارتباطات در مسجد از خودسازی و اجتماع توحیدی حول ارتباط با خدا شکل گرفته و تا سامان نهادهای اجتماعی امتداد می‌یابد.

### واژگان کلیدی

مسجد، ارتباطات انسانی، امام خمینی، آیت‌الله خامنه‌ای، مرتضی مطهری.

## مقدمه

ارتباطات در زندگی روزمره، نقشی بسیار مهم و کلیدی ایفا کرده و راه‌حل بسیاری از مسائل موجود در جامعه جدید است. به نظر می‌آید، تنها از طریق ارتباط است که پیوند شکننده میان اجزای اجتماعی در جامعه جدید حفظ می‌شود. ارزش‌ها و هنجارهای متفاوت متعلق به گروه‌های گوناگون و فرهنگ‌های ناهمگن موجود در جامعه جدید، شکننده‌تر از آن هستند که حافظ انسجام و نظم اجتماعی در جامعه امروزی باشند. (شوتس ایشل، ۱۳۹۱: ۱۶ و ۱۷) ارتباطات به ما امکان کنترل محیط پیرامونی را می‌دهد و به نوعی، چگونگی شناخت و معرفی خود و همچنین، فهم واقعیت‌های پیرامونی را تعیین می‌کند؛ فراگرد خلق دوسویه و متقابل معنی، در عین این‌که آسان به نظر می‌رسد، از پیچیدگی قابل توجهی برخوردار است (Beauchamp & Baran, 2017: 5). ارتباطات، نقشی جدی در هویت‌یابی اجتماعی دارد و به افراد (سوژه) اجازه می‌دهد، هویت خود را با دیگری مشخص نموده و در همان زمان، یکتایی خود را بیان و اثبات نمایند. (Guerreiro & Serrazina, 2009: 1745).

ارتباطات انسانی نه تنها متأثر از نیروهای اجتماعی و زمینه فرهنگی است<sup>۱</sup> - اساساً ارتباطات در فرهنگ تعبیه شده است - (Alberts et al, 2019)، بلکه کیفیت ارتباطات و نظام‌های ارتباطی، نقشی جدی بر صورت‌بندی فرهنگی و اجتماعی جوامع ایفا می‌کنند. آن‌چنان‌که هارولد اینیس<sup>۲</sup> و مارشال مک لوهان<sup>۳</sup>، عامل اساسی تحولات تاریخی و اجتماعی را نظام‌های ارتباطی و نوع رسانه در انتقال پیام می‌دانند (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۲۵) و مک لوهان با توجه به تغییرات آن، اشکال و مراحل مختلف و متولی زندگی اجتماعی را در قالب سه دوره قبیله‌ای (غلبه ارتباطات چهره به چهره و شفاهی)، قبیله زدایی (ارتباطات مکتوب و چاپی/مکانیکی) و قبیله‌ای شدن مجدد (غلبه وسایل ارتباطات الکترونیکی) ترسیم می‌کند (Laughey, 2007: 35, 36). از این‌روست که گفته می‌شود، فرهنگ بدون ارتباطات، دوام و بقا نمی‌یابد و ارتباطات بدون فرهنگ نیز از

۱. ساختارهای سیاسی، تاریخی، اقتصادی و اجتماعی یک جامعه بر سلسله‌مراتب ارزشی تأثیر می‌گذارد و نحوه نگرش ما به ویژگی‌های خاص فردی را از خود متأثر می‌سازد و فرهنگ و زمینه فرهنگی نیز تقریباً همه تعاملات ارتباطی را از خود متأثر می‌سازد. مشخصاً شرکت‌کنندگان در ارتباطات، باورها، ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های خود را در هر تعاملی به همراه می‌آورند و اساساً باورهای فرهنگی انتظارات ما از چگونگی ارتباطات دیگران را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد (Alberts et al, 2019: 13). در واقع، خلق ارتباط به زمینه‌های فرهنگی مناسب نیاز دارد که بدون این زمینه‌های فرهنگی، اصولاً هیچ‌گونه ارتباطی ایجاد نمی‌شود. (بشیر، ۱۳۸۷: ۱۳۳)

2. Harold A. Innis

3. Marshal McLuhan

محتوا و پیام‌دهی بی‌بهره بوده و فرایند تولید و انتقال معنا در ارتباطات و فرهنگ، به یکدیگر پیوسته است (بشیر، ۱۳۸۷: ۱۳۴). زمینه فرهنگی و اجتماعی در عین این که از کیفیت ارتباطات متأثر می‌شود و ارتباطات و تغییر نظام ارتباطی، پویایی و حتی تغییر و تحول فرهنگی و اجتماعی را رقم می‌زند، خود از تأثیری جدی در نظام‌دهی و سازمان‌دهی ارتباطات برخوردار است. بر این اساس، هر جامعه‌ای باید قادر باشد به‌طور مستقل، صورت مشخصی از سازمان‌دهی مطلوب فرایند ارتباطات اجتماعی‌اش را در زمینه فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و تاریخی خود، تعریف کند و از آنجا که فرهنگ‌های متنوعی وجود دارد، ساختارهای متنوعی نیز برای سازمان‌دهی ارتباطات، می‌تواند موجودیت یابد (Donsboch, 2008: 3516). آن‌چنان‌که یورگن هابرماس<sup>۱</sup> نیز در اثر دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، به شکل‌گیری حوزه عمومی در جریان مدرنیته به عنوان فضای ارتباطی مطلوب و مستقل از دولت برای طرح بحث‌های انتقادی عقلانی در مورد مسائل عمومی اشاره می‌کند؛ عرصه و بستری که نه‌تنها سازمان‌دهی خاصی از ارتباطات را رقم می‌زند - که در آن، کنش ارتباطی از طریق بیان و گفتگوی آزاد و برابر تحقق می‌یابد و افراد به منظور مشارکت در گفت‌وگوی باز و علنی، گرد هم می‌آیند - بلکه شکل‌گیری، تقویت و افول آن نیز در نسبت با نقش رسانه‌ها و نظام‌های جدید ارتباطی، تعریف شده است؛ آن‌چنان‌که هابرماس معتقد بود، نشریات انتقادی از حوزه عمومی برخاسته بود که گسترش گفتگو و تحلیل‌های انتقادی و عقلانی را رقم می‌زد اما در ادامه، افول حوزه عمومی را متأثر از ظهور رسانه‌های جمعی تجاری و صنعتی شدن همراه با روندهای گسترده‌تر در تمرکز سرمایه اقتصادی می‌داند. از نظر او، این مرحله سرمایه‌داری پیشرفته مدرنیته، به طور مؤثر حوزه عمومی را از یک فرهنگ اهل گفتگو و بحث و تحلیل،<sup>۲</sup> به یک فرهنگ مصرف‌کننده<sup>۳</sup> تبدیل کرد؛ آن‌چنان‌که بحث انتقادی عقلانی، تمایلی به جایگزینی با مصرف پیدا کرد و شبکه ارتباطات عمومی به کنش‌های دریافت فردی تبدیل شد. (Habermas, 1992: 159-175).

آن‌گونه که مدرنیته و فرهنگ مدرن با نوع نظم ساختاری و فناوری‌های خود، نظام و سازمان‌دهی خاصی را در حوزه ارتباطات، سطوح و ابعاد مختلف آن به دنبال داشته است، در جامعه ایران و زمینه فرهنگ ایرانی اسلامی نیز نهادها و عرصه‌هایی وجود دارد که از ظرفیت‌ها و کارکردهای مختلفی در سازمان‌دهی و صورت‌بندی ارتباطات

انسانی برخوردار هستند. مسجد را می‌توان از کانونی‌ترین این نهادها و عرصه‌ها در سنت فرهنگی ایرانی اسلامی دانست که نه تنها متأثر از یک نظام ارتباطی توحیدی (امام و امت) شکل گرفته بلکه از ظرفیت‌های قابل توجهی در ساماندهی، رشد و هدایت مطلوب ارتباطات انسانی در سطوح مختلف آن و متعاقباً صورت‌بندی نظم اجتماعی برخوردار است. اصطلاح سطوح ارتباطات به هرم سطوح ارتباطات دنیس مک کوایل<sup>۱</sup> اشاره دارد که لایه‌های ارتباطات درون فردی<sup>۲</sup> (ارتباط با خود)، ارتباطات میان فردی<sup>۳</sup>، ارتباطات گروهی<sup>۴</sup> و ارتباطات توده‌ای<sup>۵</sup> را در برمی‌گیرد اما سطح شناخته شده دیگری موسوم به ارتباطات عمومی<sup>۶</sup> وجود دارد که در مدل مک کوایل، نادیده گرفته شده که رایج‌ترین شکل آن، همان جلسات سخنرانی است که ماهیتی کاملاً متفاوت با ارتباطات گروهی و میان فردی دارد. در واقعیت، در موارد بسیاری می‌توان شاهد تداخل این سطوح مختلف با یکدیگر بود (محسنیان راد، ۱۳۹۹: ۱۶-۱۳)؛ برخی از اندیشمندان نیز ذیل بحث از اشکال ارتباطات<sup>۷</sup> در کنار سطوح مذکور، توجه ویژه‌ای به ارتباطات سازمانی<sup>۸</sup> - به عنوان ارتباطاتی که در یک سازمان میان اعضای آن رخ می‌دهد - نموده‌اند (DeVito, 2016: 2). در عین حال، باید توجه داشت که مطالعه ارتباطات انسانی در غرب، اغلب روی فرایند تک‌بعدی ارتباط انسان با انسان، تمرکز نموده و این مطالعات تک‌بعدی، عملاً به گسترش حوزه‌هایی مانند ارتباطات میان فردی، گروهی، سازمانی و توده‌ای انجامیده است. در همین راستا، مولانا (۱۴۰۱) الگویی پنج بعدی از ارتباطات انسانی (۱. ارتباط با خدا، ۲. ارتباطات با طبیعت، ۳. ارتباط با خود، ۴. ارتباط با انسان و ۵. ارتباط با فناوری) ارائه می‌کند؛ ابعادی که مترابط و پویا هستند و کیفیت و کمیت هرکدام، فرایند ارتباط در ابعاد دیگر را تعیین می‌کند. او تأکید می‌کند که ارتباط معنوی و روحانی، همیشه بخشی اساسی از ارتباطات انسانی در طول تاریخ بوده است؛ ارتباط با خدا و خود میان مسلمانان، ارتباطی نیرومند بوده (مولانا، ۱۴۰۱: ۲۱-۱۵) که در پرداختن به ظرفیت‌های ارتباطی مسجد، شایان توجه است.

1. Denis McQuail
2. Intrapersonal communication
3. Interpersonal communication
4. Group communication
5. Mass communication
6. Public communication
7. Forms of Communication
8. Organizational communication

نهاد فرهنگی و ارتباطی مسجد از فعال‌ترین نهادهای دینی در اسلام محسوب می‌شده که به عنوان مهم‌ترین کانال ارتباطات اجتماعی، همواره به عنوان منبع حرکت‌های فرهنگی و معنوی عمل نموده و نه تنها در بعد تزکیه معنوی بلکه به عنوان منبع دانش و اطلاعات مربوط به جامعه، عموم مردم را تغذیه کرده است (فرخی، ۱۳۹۳: ۳۴). مسجد، اصلی‌ترین مکان شکل‌دهی افکار عمومی، فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی در تمدن اسلامی بوده است (الویری، ۱۳۸۶: ۹۸). تجربه تاریخی زیست اجتماعی مسلمانان نیز نشان می‌دهد که مسجد در تعامل خود با جامعه، در همه عرصه‌ها و ادوار زمانی، توانسته در ابعاد معنوی و عینی جامعه اسلامی نقش‌آفرینی کرده و سبب تحولات مهمی به‌ویژه تحولات فرهنگی گردد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، ارتباطات و تعامل فرهنگی - ارتباطی با جامعه است. (قنبری نیک، ۱۳۹۴) ضرورت توجه به بازخوانی ظرفیت‌ها و ابعاد ارتباطی مسجد، به ویژه در وضعیت افول عمق ارتباطات انسانی در فضاهای جدید شهری آشکار می‌شود؛ فضاهایی که به دلیل غلبه ساختارهای فرهنگی مدرن بر زندگی روزمره و علل مختلفی همچون ورود فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، ورود فناوری‌های جدید حمل و نقل خصوصی، فاصله زیاد محل سکونت و کار، ناپایداری و گذرا بودن ارتباطات مردم با یکدیگر، مهاجرت، ناپایداری اقامت در یک محله و...، سطح و کیفیت ارتباطات اجتماعی به شدت کاهش یافته و این کاهش ارتباطات به ویژه در روابط خویشاوندی، همسایگی و محلی، بسیار چشمگیر و مشخص شده است. این فقدان ارتباط علاوه بر تأثیرات مخرب فردی، مشکلات اجتماعی نظیر کاهش حس سرزندگی، افزایش جرم‌خیزی، کاهش اعتماد اجتماعی، کاهش سطح مشارکت اجتماعی و در مجموع، کاهش سرمایه اجتماعی را موجب شده است (تبریزی و دیگران، ۱۳۹۳: ۲۵۸).

در چنین شرایطی، مساجد از مهم‌ترین ساختارهایی هستند که می‌توانند به عنوان منسجم‌ترین شبکه اجتماعی مستقل از دولت، ایفای نقش کنند و حتی با الگو و سازوکار ارتباطی خود در شکل‌گیری، تداوم و پویایی نظام سیاسی، اثرگذار باشند؛ چنان‌که به اذعان بسیاری از تحلیل‌گران، سرمایه اجتماعی به وجود آمده در شبکه اجتماعی مساجد ایران، توانست در انقلاب اسلامی نقش مهمی را ایفا کند (سمیعی و عموزاده مهدیرجی، ۱۳۹۳) و مساجد به مثابه یک حوزه عمومی سنتی و مشترک بین روحانیت، روشنفکران مذهبی و عموم مردم، به منظور بحث، گفتگوهای سیاسی و متعاقباً صورت‌بندی گفتمان انقلابی در برابر گفتمان سکولار درآمدند که خود،

زمینه‌ساز پیروز انقلاب اسلامی شدند. (ابراهیمی کیایی، ۱۴۰۰: ۳۶) بر همین اساس و با توجه به نقش مسجد در تحولات و نظم اجتماعی در تاریخ اجتماعی مسلمانان و خاصه ایران معاصر، پژوهش حاضر به دنبال فهم ظرفیت‌ها، ابعاد و سطوح ارتباطات انسانی مسجد از زاویه اندیشه اجتماعی متفکران مسلمان معاصر است؛ اندیشمندانی که خود از پایگاه مساجد برخاسته و در راهبری مسجدمحور تغییر و تحولات اجتماعی معاصر به ویژه انقلاب اسلامی ایران و امتداد آن، نقش تعیین‌کننده‌ای داشته‌اند. در این پژوهش، مشخصاً ایده‌ها و آرای امام خمینی (ره)، آیت‌الله خامنه‌ای و مرتضی مطهری به عنوان شخصیت‌های فکری و سیاسی که در شکل‌گیری و استمرار انقلاب اسلامی بیش از دیگران، به مسئله مسجد، ابعاد اجتماعی و ارتباطی آن، اهتمام داشته‌اند و این مهم در آثار مکتوب و سخنرانی‌های ایشان در مقاطع زمانی مختلف، بازتاب یافته، مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفته است.

### پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مختلفی مسئله ارتباطات در نسبت با مسجد را مورد توجه قرار داده‌اند؛ از آن جمله، فرخی (۱۴۰۰) در اثر «مسجد در فرهنگ و ارتباطات اسلامی» که به ویژه در فصل اول خود به مسئله مسجد و نظام اسلامی پرداخته و اقدامات سیاستی پیامبر اکرم (ص) در نهاد فرهنگی - ارتباطی مسجد را واکاوی نموده است. همچنین، ذوالفقاری (۱۳۹۹)، در پژوهش خود به دنبال ارائه الگوی مطلوب فرهنگی ارتباطی سه رکن تربیتی مسجد، مدرسه و خانواده به مورد کاوی چهارده مسجد برتر در کشور و مصاحبه نیمه ساختاریافته با کارشناسان مرتبط در حوزه تعامل مسجد با خانواده و مدرسه پرداخته است؛ تعامل و پیوندی که تأثیری قابل توجه بر تقویت شبکه ارتباطات اجتماعی و تعمیق باورهای ملی و دینی دارد. علاوه بر این، قنبری نیک (۱۳۹۴) در سطحی کلان‌تر با رویکرد تاریخی و حدیثی و با روش تحلیل محتوای کیفی، بازخوانی تعامل فرهنگی - ارتباطی مسجد و جامعه از منظر آموزه‌های اسلامی و تجربه تاریخی مسلمانان را دنبال نموده است. یافته‌های وی، حاکی از آن بوده که مسجد به سبب پشتوانه عظیم و حیانی در محتوا و رویکرد عدالت‌گونه در شیوه تعاملی خود، از ابتدای شکل‌گیری، تاکنون توانسته است در بُعد فرهنگی، تعامل و تأثیرات عمیقی بر لایه‌های اعتقادی، ارزشی، هنجاری، عملی و رفتاری جامعه در عرصه‌های فرهنگ عمومی و همچنین، نهاد تعلیم تربیت، خانواده و آداب و رسوم، گذاشته و در بُعد ارتباطی نیز سوای از آن که موجودیت مسجد، رسانه دین به‌شمار آمده و سبب

ایجاد گونه‌های ارتباطی مناسب با افراد، گروه‌ها، خانواده‌ها، نهادهای اجتماعی و کلاان اجتماع گشته است، تاثیرات الگویی را برای جامعه اسلامی مسجد محور نمایان سازد. خلجی (۱۴۰۰) نیز کارکردهای فرهنگی و ارتباطی مساجد دانشگاه‌ها و به طور خاص، مساجد دانشگاه‌های تهران، تربیت مدرس و شریف را مورد مطالعه قرار داده است. برخی پژوهش‌ها نیز بر مطالعه یک بعد یا سطح از ارتباطات انسانی- به طور خاص ارتباطات گروهی- در مسجد، متمرکز شده‌اند که پژوهش حاجی موسی (۱۴۰۲) با عنوان «ارتباطات گروهی در مسجد مورد مطالعه مسجد جامع صفای تهران» از جمله آن است؛ بر اساس یافته‌های وی، ارتباط گروهی در مسجد جامع صفا، مشتمل بر مضامینی همچون «باز پیوند سازی چندبعدی، سلسله‌مراتب مربی محور/خواص محور، حمایت شبکه محور، عقلانیت خیراندیش گروهی، ارزیابی عملکرد مستمر، نقش‌پذیری چندوجهی، برون‌سپاری برنامه‌ها، برنامه‌ریزی موضوع محور و تربیت‌پذیری تعاملی و تلفیقی» قرار دارد.

در مجموع، با مروری بر پیشینه پژوهش‌های انجام شده، می‌توان وجه تمایز و نوآوری پژوهش حاضر را در واکاوی ظرفیت‌های ارتباطی مسجد در اندیشه متفکران مسلمان معاصر (در منظومه انقلاب اسلامی) و پی‌جویی پاسخ به این سؤال دانست که «ظرفیت‌ها و سطوح ارتباطات انسانی مسجد از منظر امام خمینی، آیت‌الله خامنه‌ای و شهید مطهری، چیست و این چارچوب ارتباطی چگونه سامان اجتماعی را رقم می‌زند؟»

### روش‌شناسی

در این پژوهش، داده‌ها با بهره‌گیری از نمونه‌گیری هدفمند یا قضاوتی<sup>۱</sup> انتخاب شده‌اند؛ به این صورت که بندهای کلیدی سخنرانی‌های آرشیوی و منتشر شده سه متفکر (امام خمینی (ره)، آیت‌الله خامنه‌ای و مرتضی مطهری) درباره مسجد که حاوی مضامین اجتماعی، دلالت‌های فرهنگی و ارتباطی بوده، انتخاب شده و در ادامه تحلیل داده‌ها با استفاده از روش تحلیل مضمون<sup>۲</sup> انجام گرفته است. تحلیل مضمون به عنوان رایج‌ترین شکل تجزیه و تحلیل در تحقیقات کیفی بر تعیین، بررسی و ضبط دقیق الگوها (تم‌ها) در داده‌ها و همچنین بر سازمان‌دهی و شرح عمیق داده‌ها تأکید دارد. تحلیل مضمون از شمارش عبارات یا کلمات در یک متن، فراتر می‌رود و به سمت شناسایی ایده‌های صریح و ضمنی در داده‌ها حرکت می‌کند. بسیاری از محققان، تحلیل مضمون

۱. نوعی از نمونه‌گیری که در آن، پژوهشگر به صورت عمدی، گروه‌ها، افراد یا موارد مشخصی را از حیث ارتباط با مسئله مورد مطالعه انتخاب می‌کند (Gray, 2007: 105).

2. Thematic analysis

را به عنوان یک روش بسیار مفید در حذف پیچیدگی‌های معنایی در یک مجموعه داده می‌دانند (Guest, 2012: 11). روش‌های مختلفی برای تحلیل مضمون وجود دارد که هرکدام از آن‌ها، فرایندهای خاصی را دنبال می‌کند (عابدی جعفری و دیگران، ۱۳۹۰: ۱۷۷). در این پژوهش، طرح ساده تحلیل تماتیک ولکات، مبنا قرار گرفته است؛ وی فرایند تحلیل داده‌ها را دارای سه مرحله عمومی توصیف، تحلیل و تفسیر می‌داند. در مرحله توصیف، داده‌ها در یک نظم و پیوستار زمانی قرار می‌گیرند. نظم مذکور، می‌تواند بر اساس نظر محقق یا فرد مشارکت‌کننده در تحقیق باشد. در مرحله تحلیل، داده‌ها سازمان‌دهی، تنظیم و مقوله‌بندی می‌شوند. در مرحله تفسیر نیز تفسیرهای اصلی عمدتاً با رویکرد مقایسه‌ای انجام می‌شوند (محمد پور، ۱۴۰۰: ۳۹۱).

### یافته‌های پژوهش

پس از انتخاب بندهای کلیدی از سخنرانی‌ها و یادداشت‌های سه متفکر منتخب، مطالعه آن‌ها بر اساس الگوی تحلیل تماتیک ولکات در سه سطح توصیف، تحلیل و تفسیر صورت گرفت. برای رعایت اختصار سطح اول که استخراج کدهای اولیه و برچسب‌های توصیفی از آیات و احادیث بود، در اینجا ذکر نشده است؛ اما در ادامه، سازمان‌دهی، تنظیم و مقوله‌بندی داده‌ها - که در قالب ۱۱ مضمون اصلی صورت گرفته - به همراه کدها یا زیرشاخه‌های آن در جدول ذیل، ارائه شده و در ادامه آن، شرح و تفسیر هر یک از این مضامین، انجام شده است.

تحلیل داده‌ها (سازمان‌دهی، تنظیم و مقوله‌بندی)

ردیف	مضمون	کدها
۱	درهم‌آمیختگی توحید فردی و اجتماعی	محل تجمع مردم بر محور ذکر، دعا و توجه به خدای متعال (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، مظهر درهم‌آمیختگی ذکر، نماز و نیایش با سامان زندگی اجتماعی (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، به‌هم‌پیوستگی خلوت انس با خدا و جلوت حشر با مردم، کانون ذکر و معراج معنوی و عرصه علم، جهاد و تدبیر دنیوی، درهم‌آمیختن شور و بهجت عبادت خالص با نشاط زندگی پاک و خردمندانه و سالم، مظهر آمیختگی دنیا، آخرت و پیوستگی فرد و جامعه (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)، نماز، بالاترین فریضه و کارخانه انسان‌سازی و بازدارنده از منکرات اجتماعی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۱۴۸)، نقش نماز در دوری انسان‌ها از فساد و نزدیکی به خلوص و فداکاری (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، نماز، بالاترین ذکر خدا (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۱۴۹)، مرکز تصفیه روح، خلوص و اتصال بنده خدا و ارتباط زمین، آسمان و اتصال انسان به منبع لایزال فیض و قدرت (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، مسجد و نماز، پشتوانه اصول مقدس اجتماعی و اصول مقدس اخلاقی (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۶: ۲۷۴)، مسجد، سرآغاز حرکات بزرگ و برکات ماندگار به عنوان پایگاه عبودیت و معرفت (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، درهم‌آمیختن شور و بهجت عبادت خالص با نشاط زندگی پاک، خردمندانه و سالم، تقویت روح عبادت در جماعت (مطهری، ۱۳۸۹ الف: ۱۰۶)، الگوسازی عبادت برای نسل‌های جدید (مطهری، ۱۳۸۹ الف: ۱۰۶)، مسجد، پایگاه همه کارهای نیک: از خودسازی و انسان‌سازی تا بصیرت‌افزایی و مقابله با دشمن و زمینه‌سازی برای ایجاد تمدن اسلامی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)
۲	مسجد مرکز تفکر و تأمل	تفکر درست در مسجد به عنوان عبادت (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، تقویت فکر و اندیشه به وسیله شنیدن سخنان عالم دین و فقیه (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، پایگاه معرفت، روشن‌بینی و روشنگری (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)
۳	ظرفیت علمی و ارتباطی امام جماعت و روحانیت مسجدی	لزوم آمادگی روحانیت برای ارتباط با اقشار مختلف مردم از پیر و جوان تا فقیر و غنی، جناح‌های مختلف سیاسی و... (بیانات در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۰۸/۱۷)، تجهیز به سلاح معرفت و استدلال (بیانات در دیدار علما و روحانیون خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۱۹)، روحانی پرهیزگار، خردمند، کارشناس و دلسوز، طبیب روح و مایه حیات مسجد (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، مردمی بودن روحانی مسجد؛ روحانی شیعه متصل به مردم و در خدمت مردم (بیانات در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۰۸/۱۷)، مدیریت محتوایی و معنوی خردمندانه، مسئولانه و عاشقانه مسجد (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، استقامت هر مسجد و اهل مسجد، وابسته به استقامت امام جماعت آن (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۹: ۴۷۹)

ردیف	مضمون	کدها
۴	خطابه و روشنگری در مسجد	برگزاری جلسات وعظ و خطابه (مطهری، ۱۳۸۹ الف: ۱۵۶)، اقامه حق و عدل، اقامه دین و ابلاغ احکام دینی در کنار اقامه نماز از وظایف امام جماعت (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، استفاده علما از مساجد به عنوان مرکزی برای تعلیم، تربیت، روشنگری و آگاهی و... (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، کانون موعظه و پرورش اخلاق (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، اهتمام به مجالس روضه‌خوانی، وعظ، خطابه و... به منظور مصونیت بخشی به مخاطب جوان (بیانات در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، مدرس تفسیر و حدیث (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، منبر معارف اجتماعی و سیاسی (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)
۵	ارتباط تنگاتنگ امام جماعت/روحانیون با مردم و رسیدگی به احوال ایشان	روحانی مسجد، خدمتگزار ارواح و حافظ قلوب مردم (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۹: ۵۱)، مشورت فکری و کمک به حل مشکلات فکری (بیانات در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۰۸/۱۷) غمگساری، راهنمایی و همدلی در کنار اقامه نماز (پیام به دوازدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۱/۰۶/۱۶)، حل و فصل خصومت‌ها و اختلافات (بیانات در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۰۸/۱۷)؛ حضور جماعت/روحانیون همیشگی امام جماعت و تلاش برای جذب مردم (دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران با رهبر انقلاب، ۱۳۷۳/۰۸/۰۴)، تلاش دشمن برای تخریب روحانیت (بی‌اعتمادی به روحانیت) و جدایی مردم از ایشان و از مساجد به عنوان مراکز مربوط به روحانیت (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۲۳۱)، حفظ حیثیت روحانیت و مراقبت ایشان از تصویر (وجهه) خود در بین مردم (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۲۳۱)، تصرف دل جوانان با معنویت (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)

ردیف	مضمون	کدها
۶	ظرفیت ارتباطات مردمی مسجد با مجموعه‌ها و اقشار مختلف	<p>تعریف همکاری و ایجاد پیوند شایسته میان مسجد و مراکز آموزشی در هر محل (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)</p> <p>تقویت ارتباط با سایر مساجد محلات؛ تبدیل هر مسجد محل به عنوان یک پایگاه قرآنی و ایجاد ارتباطات قرآنی میان مساجد در قالب‌های مختلف، مثل مسابقات (محفل انس با قرآن کریم، ۱۴۰۱/۰۱/۱۴)</p> <p>تقویت ارتباط مسجد با جوانان نو مزدوج (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)</p> <p>تقویت ارتباط مسجد با افراد موفق و خیر در عرصه‌های علمی، اجتماعی، هنری و ورزشی (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)</p> <p>تقویت ارتباط مسجد با نوزادانی که متولد می‌شوند (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)</p> <p>تشویق دانش آموزان به حضور در مساجد (بیانات در دیدار معلمان، ۱۴۰۲/۰۲/۱۲)</p> <p>تشویق و ترغیب کودکان به عبادت (مطهری، ۱۳۸۹ الف: ۱۰۶)</p> <p>برنامه‌ریزی برای جذب جوانان در مسجد به عنوان پیشران حرکت‌های اجتماعی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، مدارا با جوانان و پذیرش با روی خوش (بیانات در دیدار علما و روحانیون خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۱۹)، محبت متولیان، مدیران و امنای مساجد، جذب‌کننده دل‌های پاک جوانان (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)، زنده، پرنشاط و امیدبخش کردن محیط مسجد با حضور جوانان و روحیه‌های بسیجی (پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸)، ضرورت فعال و مؤثر نمودن کانون‌های فرهنگی هنری مساجد متناسب با نیاز جوانان (بیانات در دیدار علما و روحانیون خراسان شمالی، ۱۳۹۱/۰۷/۱۹)</p>
۷	گفتگو و ارتباط افکار و اندیشه‌ها در بستر حلقه‌های فکری و معرفی	<p>محل تشکیل حلقه‌های فکری و مذهبی/تشکیل حلقه‌های معرفی در مسجد (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، ارتباطات فکری جهت‌مند و توحیدمدار (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، پاسخگویی به سؤال‌ها و شبهات (مطهری، ۱۳۸۹ ج: ۳۲۲)، تشکیل حلقه‌های بحث و گفتگو درباره مسائل اسلامی (مطهری، ۱۳۹۰ ب: ۳۸۰)، محل مشورت درباره امور مسلمانان (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، تشکیل حلقه‌های تعلیم و تعلم در مسجد (مطهری، ۱۳۹۰ الف، ج: ۱: ۲۷ و ۲۸)</p>

ردیف	مضمون	کدها
۸	مرکز اجتماع سیاسی و ارتباطات سیاسی	<p>مرکز فعالیت‌های سیاسی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷: ۱۲۷)، منبر و خطبه‌های سیاسی سازنده (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷: ۱۲۷)</p> <p>چاره‌اندیشی برای مشکلات اجتماعی و سیاسی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۹: ۱۳۷)</p> <p>معاشرت و گفتگوی مسئولان با مردم در مسجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸: ۱۷۹)</p> <p>حل و فصل مسائل سیاسی و طرح نقشه‌های جنگ در مسجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۷: ۱۳۹)</p> <p>دشمن‌شناسی در مسجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۳: ۷)، مسجد، مرکز تبلیغ احکام سیاسی اسلامی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۹: ۱۳۷)</p> <p>پیوند مسجد با مسائل سیاسی و اجتماعی، زمینه‌ساز اقتدار اسلام (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، تلاش دشمن در منزوی نمودن روحانیت و جدایی مساجد از امور اجتماعی و سیاسی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۴: ۱۲۰)، تلاش دشمن در حذف روحانیت انقلابی از مساجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳: ۱۷۶)، تهدید سکولاریسم و جدایی مسجد از مسائل سیاسی و اجتماعی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)</p>
۹	مسجد، هسته و سنگر مقاومت و بسیج مردمی	<p>پایگاه استقامت ملی (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)</p> <p>مسجد، هسته انواع مقاومت؛ مقاومت فرهنگی، سیاسی، امنیتی و نظامی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، پاسداری از مساجد و قرار دادن آن‌ها به عنوان سنگر اسلام (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۵: ۵۸)، حفظ سنگر مساجد و مراسم سوگواری سیدالشهدا و روضه‌خوانی، رمز بقای مذهب شیعه و ممالک اسلامی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۰: ۲۱۷)، ضرورت پر کردن سنگر مساجد از سوی دانشگاهی‌ها و دانشجویان به منظور پیشبرد انقلاب و مقابله با دشمنان (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۱۴۹)، ترس دشمنان از مسجد و تلاش ایشان در دور کردن مردم از مساجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۱۴۹)</p> <p>قوت مساجد و پر بودن و رونق آن‌ها، خنثی‌کننده تهدیدات دشمنان (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳: ۱۷۶)، مسجد، مرکز انقلاب و تداوم آن (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۲۳۱)، مسجد، منشأ نهضت‌ها و حرکت‌های اسلامی (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، اقبال مردم به مساجد از علل پیروزی انقلاب (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)، قطع شدن ارتباط ملت‌ها با مساجد زمینه‌ساز شکست و از بین رفتن استقلال ایشان (بیانات در دیدار مردم قم، ۱۳۷۵/۱۰/۱۹)</p> <p>قدرت بسیجی‌گری روحانیون در مسجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۱: ۱۳۰)، تجهیز مردم برای دفاع از اسلام و ارائه دستورهای اخلاقی و عقیدتی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷: ۱۲۷)، محل پمپاژ فکرها و پراکندن وظایف/مسئولیت‌های مختلف و کشاندن مردم به فعالیت‌های مختلف اجتماعی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، بسیج برای مقابله با دشمن/جهاد در راه خدا (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱) پایگاه بسیج فرهنگی و حرکت فرهنگی (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)</p>

ردیف	مضمون	کدها
۱۰	مسجد، پستوانه کارآمدی و بسامانی نهادها و سازمان‌های مختلف اجتماعی	مسجد، محلی برای اداره امور جامعه اسلامی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۲: ۲۳۱)، خاستگاه مسجدی مسئولان نظام اسلامی (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۸: ۱۲۶)، مسجد، پستوانه بزرگ آموزش و پرورش و تربیت (مطهری، ۱۳۸۹، ب، ج ۱۰: ۱۰۰)، مسجد، پستوانه دادگستری و کمکی برای اجرای قوانین عادلانه اجتماعی (مطهری، ۱۳۸۹، ب، ج ۱۰: ۱۰۰)، مسجد، پستوانه قانون عادلانه (مطهری، ۱۳۸۵، جلد ۷: ۲۶۶)، مسجد، پستوانه شهرداری (مطهری، ۱۳۸۵، جلد ۷: ۲۶۶)، سامان‌بخشی امور شهری، امنیت و... بر محور ذکر و یاد خدا (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، مسجد، پستوانه شهربانی (نیروی انتظامی) / پیوند مسجد و امنیت اجتماعی (مطهری، ۱۳۸۵، جلد ۷: ۲۶۶)، بی‌پستوانه بودن آزادی، امنیت و عدالت در دنیای امروز و عدم کارآمدی نهادهای بین‌المللی در تأمین آن‌ها (مطهری، ۱۳۸۵، جلد ۷: ۲۶۷) / مسجد، پستوانه آزادی، امنیت، عدالت، صلح، همزیستی و اخلاق (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۶: ۲۶۰)، مسجد، پستوانه سامان اقتصادی پیوند متقابل بازار و مسجد و ضرورت پر و آباد کردن مساجد از سوی بازاریان، پشتیبان بودن بازار برای مسجد و اسلامی و عادلانه شدن بازار متأثر از مسجد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۳: ۲۸۰)، تعاون در رفع نیازمندی‌ها و حل مسائل اقتصادی؛ خدمات خیریه به نیازمندان از طریق صندوق‌های خیریه (مطهری، ۱۳۸۹، ب، ج ۹: ۱۱۴)، تعاون در خدمات خیریه بر محور خدا و نماز (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)
۱۱	ماهیت رسانه‌ای ساختمان مسجد به عنوان شعائر الله و نماد جامعه اسلامی	ضرورت آشکار بودن نشانه‌های توجه به نماز و اقامه آن در شهرهای اسلامی در قالب آبادانی مساجد/ پیوست مسجد در طرح‌های کلان عمرانی (بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در هفدهمین اجلاس نماز، ۱۳۸۷/۰۸/۲۹)، حفظ و تبیین تاریخ و سرگذشت درس‌آموز مساجد در قالب‌های مختلف (بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران ۱۳۹۵/۰۵/۳۱)، اولویت‌بخشی به سهم مسجد سازی و مسجد پردازی در اعتبارات آموزش و پرورش و وزارت علوم (پیام به دوازدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۱/۰۶/۱۶)، بنا نهادن مسجد به عنوان قطب و محور از مدرسه و دانشگاه تا مراکز جمعیتی مختلف مانند بازار، بیمارستان، گردشگاه‌ها و... (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، ضرورت پاکیزگی، زیبایی و آرام‌بخش بودن مسجد (پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۹۰/۰۷/۱۹)، ساخت و آبادانی مساجد و اهمیت تجسّم و تجسّد خارجی نماد عبادت (بیانات در دیدار جمعی از جانبازان انقلاب اسلامی و دست‌اندرکاران ساخت مرقد حضرت امام خمینی (ره)، ۱۳۶۸/۰۴/۲۸)، حفظ حرمت مسجد و التزام به رعایت شعائر اسلامی مانند حجاب در آن (مطهری، ۱۳۸۹، د: ۱۸۶)

## تفسیر داده‌ها

### • درهم‌آمیختگی توحید فردی و اجتماعی

این مضمون ناظر به بعد یا سطح ارتباط انسان با خدا در مسجد است که به کانونی‌ترین و متعالی‌ترین سطح ارتباطات انسانی در مسجد اشاره دارد؛ ارتباطی که اتصال انسان به

منبع لایزال فیض و قدرت را رقم زده و عامل تصفیه روح، خلوص و بندگی است؛ اما نکته حائز توجه، این است که در مسجد مسلمانان، این ارتباط صرفاً به جنبه‌های فردی محدود نمی‌شود؛ مسجد، محل اجتماع مردم بر محور ذکر، دعا و توجه به خدای متعال است و غالباً انجام عبادات به صورت جمعی در آن موضوعیت دارد اما نه ارتباطاتی که صرفاً به ذکر، دعا و نماز محدود شود، بلکه ارتباطی که پشتوانه اصول مقدس اجتماعی و اخلاقی است و این عبادات جمعی است، در عین این که انسان‌ساز است و شور عبودیت و بندگی را تقویت می‌کند، نشاط‌آفرین، انگیزه‌بخش، الگوساز، تعهد بخش و حرکت‌آفرین بوده و سامان زندگی اجتماعی را رقم می‌زند. به بیان بهتر، توحید یک توحید فردی صرف نیست بلکه کاملاً امتداد اجتماعی می‌یابد؛ از وحدت در عبادت و بندگی تا وحدت کلمه در امور اجتماعی و تدبیر دنیوی. از این رو است که مسجد، به عنوان پایگاه همه کارهای نیک؛ از خودسازی و انسان‌سازی تا بصیرت‌افزایی و مقابله با دشمنان و زمینه‌ساز برای ایجاد تمدن اسلامی در نظر گرفته شده است.

### ● مسجد، مرکز تفکر و تأمل

در تعالیم دینی (آموزه‌های قرآن و حدیث)، تأکید بسیار زیادی بر اندیشه ورزی و تفکر شده است؛ تفکری که شناخت و بصیرت انسان را نسبت به خلقت و جایگاه خود در عالم هستی و در نسبت با خدای یگانه، سایر کائنات و به ویژه انسان‌های دیگر و امور اجتماعی، عمق بخشیده و روشن‌بینی و روشنگری را در وی بارور می‌کند. مسئله‌ای که در بیانات آیت‌الله خامنه‌ای نیز مورد تأکید قرار گرفته است. این مضمون به زمینه و ظرفیت مسجد در ارتباط با خود اشاره دارد.

### ● ظرفیت علمی و ارتباطی امام‌جماعت و روحانیت مسجدی

با توجه به نقش محوری امام‌جماعت در مسجد - که شئون متعددی را از اقامه نماز تا راهبری مسجد، امور تبلیغی و ترویجی، ارتباطات مردمی و... را در برمی‌گیرد- طبق آرای متفکران منتخب، امام‌جماعت و روحانیت مسجدی، باید ضمن آن که از سطح معرفتی، علمی، معنوی و اخلاقی بالایی برخوردار باشد، دلسوز، مردم‌دار، دارای روحیه مردمی و مسئولیت‌پذیر بوده و در پیشبرد نقش خود، اقامه احکام دینی و خدمت به مردم، استقامت و پایداری داشته باشد. چراکه اساساً روحانی پرهیزگار، خردمند، کارشناس و دلسوز، می‌تواند طیب روح و مایه حیات مسجد باشد.

### ● خطابه و روشنگری در مسجد

مساجد از دیرباز تاکنون، مرکز ارتباطات عمومی در جامعه مسلمانان و کانون جلسات وعظ و خطابه بوده و منبر به عنوان یک رسانه، از جایگاه مهمی در آگاهی‌بخشی، روشنگری، ابلاغ احکام دینی، موعظه و پرورش اخلاق، تفسیر و حدیث، ارائه آموزه‌های تربیتی، معارف اجتماعی و سیاسی، برخوردار بوده است. سنت بلاغت و خطابه، سنت ریشه‌داری در فرهنگ اسلامی ایرانی بوده که ظرف تحقق آن به طور غالب در مساجد بوده و است.

### ● ارتباطات تنگاتنگ امام‌جماعت و روحانیون با مردم و رسیدگی به احوال ایشان

ارتباطات میان فردی در مسجد، انواع و ابعاد مختلفی پیدا می‌کند که امام‌جماعت و روحانی مسجد در محور آن قرار دارد. از این رو است که حضور همیشگی، ارتباط صمیمانه و پیوسته وی با مردم در زمینه‌های مختلف، ضرورت و موضوعیت پیدا می‌کند؛ ارتباطاتی که یک‌سویه و یک‌طرفه نبوده و ماهیتی تراکنشی دارد، از محبت، همدلی، غمگساری و حل‌وفصل خصومت‌ها و اختلافات تا ارائه راه‌حل برای مشکلات فکری، عقیدتی و... می‌تواند جلوه‌های مختلف ارتباط عمیق روحانیت مسجدی با مردم باشد. روحانی مسجد باید همواره نسبت به عملکرد، رفتار و گفتار خود، هشیار باشد تا در فضایی که دشمنان نظام اسلامی با تصویرسازی منفی سعی در تخریب و ایجاد بی‌اعتمادی نسبت به ایشان دارند، بتواند تصویر و وجهه جذاب و اثربخشی میان مردم و به ویژه جوانان، داشته باشد و با صمیمیت و معنویت خود، الگو بخش و جذب‌کننده جوانان باشد.

### ● ظرفیت ارتباطات مردمی مسجد با مجموعه‌ها و اقشار مختلف

این مضمون بیشتر ناظر به ارتباطات مسجد با محیط بیرونی و ظرفیت ارتباطی آن در جذب مجموعه‌های رسمی (سازمان‌ها)، مردمی و اقشار مختلف مردم است و می‌تواند طیف متنوعی از آن‌ها را در برگیرد که در اندیشه متفکران مورد بررسی، به مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است. ارتباطات مساجد با یکدیگر به عنوان پایگاه‌های قرآنی در قالب‌های مختلف مثل مسابقه، ارتباط با مراکز آموزشی محل، تقویت ارتباط با اقشار اجتماعی مختلف و موفق در عرصه‌های علمی، هنری و ورزشی، جذب گروه‌های سنی مختلف به ویژه کودکان، نوجوانان، جوانان، جوانان نو مزدوج و... و توجه ویژه به نیازهای جوانان در برقراری این ارتباطات و نیز فعال و مؤثر نمودن کانون‌های فرهنگی هنری

مساجد در نسبت با رفع این نیازها، از اهم مواردی است که شایسته است در ارتباطات مردمی مسجد، مورد اهتمام باشد. مسئله‌ای که متوجه رفتار و رویه ارتباطی کارگزاران مسجد شامل متولیان، هیئت‌امنا و امام جماعت مسجد است؛ که البته در این زمینه هم امام جماعت از نقشی محوری برخوردار است.

### ● گفتگو و ارتباط افکار و اندیشه‌ها در بستر حلقه‌های فکری و معرفی

این مضمون به نوعی حکایت از ظرفیت مسجد به مثابه یک حوزه عمومی دارد؛ که در آن، حلقه‌های فکری معرفی با امکان بحث، نقد، نظر، مشورت و اندیشه‌ورزی در فضایی آزاد و برابر تشکیل می‌شود. پرسش و پاسخ، اندیشه‌ورزی و به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه حول مسائل اعتقادی، تربیتی، اجتماعی و نیز مشورت درباره امور مسلمانان به نوبه خود، امکان رشد و تعالی اندیشه‌ها و تربیت صحیح را فراهم می‌کند. از این رو است که این حلقه‌ها از ظرفیت تعلیم و تعلم نیز برخوردارند. وجه تمایز این حوزه عمومی نسبت به آنچه هابرماس در بحث خود از حوزه عمومی دارد، در ارتباطات فکری جهت‌مند و توحیدمداری بوده که ظرف تحقق آن، مسجد و اجتماع توحیدی شکل گرفته در آن است.

### ● مرکز اجتماع و ارتباطات سیاسی

امام خمینی با نظر به سیره پیامبر اکرم (ص) در صدر اسلام، مسجد را مرکز اجتماع و فعالیت‌های سیاسی می‌داند که چاره‌اندیشی برای مشکلات اجتماعی و سیاسی در آنجا، صورت می‌گرفته و مرکز تبلیغ احکام سیاسی اسلامی و حل و فصل مسائل سیاسی بوده است. در انقلاب اسلامی هم تلاش برای احیا، تداوم و تقویت همین کارکردها بوده است. مسجد در انقلاب اسلامی، محمل و بستری برای ارتباطات سیاسی تعریف شده و یکی از عرصه‌های جدی معاشرت و گفتگوی مسئولان با مردم، تعریف شده است. در واقع، پیوند مسجد با مسائل سیاسی و اجتماعی، زمینه‌ساز اقتدار اسلام است و به همین دلیل، دشمنان نظام اسلامی سعی در حذف روحانیت مسجدی یا منزوی نمودن ایشان و جدایی مساجد از امور اجتماعی دارند. به بیان دیگر، سکولاریسم و جدایی مسجد از مسائل سیاسی و اجتماعی، تهدیدی جدی برای آن قلمداد شده است.

### ● مسجد، هسته و سنگر مقاومت و بسیج مردمی

در اندیشه رهبران نظام اسلامی، مسجد به عنوان هسته انواع مقاومت؛ مقاومت فرهنگی، سیاسی، امنیتی، مقاومت نظامی و سنگری برای پیشبرد انقلاب اسلامی و مقابله با دشمنان اسلام و نظام اسلامی، تعریف شده است؛ سنگری که منشأ حرکت‌ها

و نهضت‌های اسلامی بوده و کانون شکل‌گیری و تداوم انقلاب اسلامی است. مسجد، پایگاه بسیج و محل پمپاژ فکرها و پراکندن وظایف و مسئولیت‌های مختلف و کشاندن مردم به فعالیت‌های مختلف اجتماعی است. بر همین اساس، امام خمینی (ره) بر پاسداری از مساجد، حفظ و پر کردن آن‌ها از سوی اقشار مختلف مردم، تأکید می‌نماید و حفظ سنگر مساجد و مراسم سوگواری سیدالشهدا و روضه‌خوانی و رونق آن‌ها را رمز بقای مذهب شیعه و ممالک اسلامی و خنثی‌کننده تهدیدهای دشمنان می‌داند. در همین ارتباط، آیت‌الله خامنه‌ای همان‌طور که بر اقبال مردم به مساجد به عنوان یکی از علل مهم پیروزی انقلاب اسلامی تأکید می‌کند، قطع شدن ارتباط ملت با مساجد را زمینه‌ساز شکست و از بین رفتن استقلال ایشان می‌داند. این مضمون در پیوند جدی با مضمون خطابه و روشنگری به عنوان روش و ابزار تحقق بسیج اجتماعی قرار دارد؛ چه این که اساساً خطابه‌های روشنگرانه، فراتر از آگاهی بخشی، زمینه بسیج اجتماعی، فرهنگی و کنشگری اجتماعی هدفمند در حل مسائل اجتماعی و حتی جهاد در راه خدا و مقابله با دشمنان را فراهم می‌کرده و خود، حاکی از ظرفیت بالای بسیج‌گری مردمی روحانیون در چارچوب مساجد است.

#### ● مسجد، پستوانه کارآمدی و بسامانی نهادها و سازمان‌های مختلف اجتماعی

امتداد اجتماعی ارتباطات و اجتماع توحیدی در مسجد، بر محور ذکر و یاد خدا در کارآمدی و سامان نهادها و سازمان مختلف جامعه مسلمانان متبلور می‌شود. مسجد نه تنها در تاریخ اسلام، محلی برای اداره امور جامعه اسلامی بوده و حتی در انقلاب اسلامی هم غالب مسئولان از خاستگاهی مسجدی برخوردار بوده‌اند، بلکه پستوانه معنوی و تعهد آفرین آن، ضامن کارآمدی نظام‌ها و خرده نظام‌های مختلف جامعه و حفظ نظم اجتماعی است. از این رو است که مرتضی مطهری، آن را پستوانه بزرگ آموزش و پرورش و تربیت، پستوانه دادگستری، قانون عادلانه، عدالت اجتماعی، امنیت، صلح، همزیستی و اخلاق دانسته است و نسبت به بی‌پستوانه بودن آزادی، امنیت و عدالت در دنیای امروز و عدم کارآمدی نهادهای بین‌المللی در تأمین آن‌ها تأکید می‌کند. مسجد حتی می‌تواند سامان اقتصادی را از سطح محلات تا سطح گسترده‌تر بازارهای مسلمانان رقم بزند. ارتباطات متقابل مسجد و بازار از گذشته‌های دور که نقش جدی در انقلاب اسلامی نیز داشته و همچنین، تعاون در رفع نیازمندی‌ها و حل مسائل اقتصادی، خدمات خیریه به نیازمندان از طریق صندوق‌های خیریه مساجد، نمونه‌های بارز این مهم هستند. مسجد، علاوه بر این که نوعی سازمان‌مندی و شکل‌مندی را

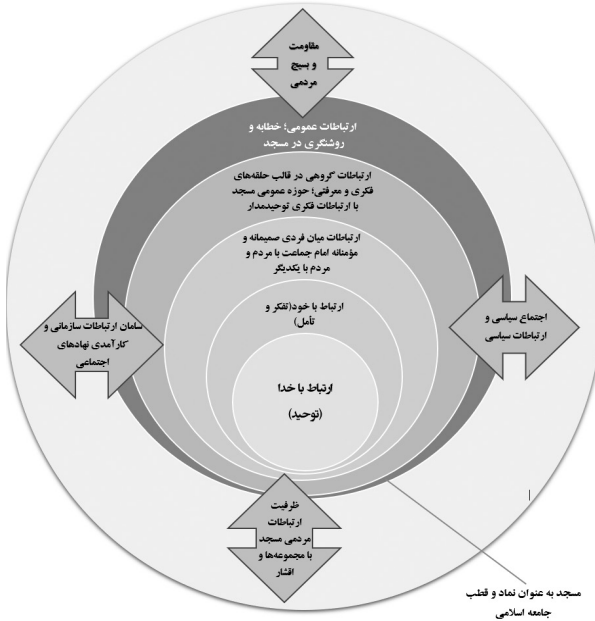
در قالب ارتباطات گروهی ایجاد می‌کند و بستر اتصال و ارتباط مردم با مسئولان و نظارت و انتقاد مردمی را فراهم می‌کند، خود پشستوانه ارتباطات سازمانی کارآمد است.

### ● ماهیت رسانه‌ای ساختمان مسجد به عنوان نماد و قطب جامعه اسلامی

مسجد، نماد شهر و جامعه اسلامی بوده و وجود آن به مثابه رسانه‌ای است که پیام حضور و ارتباطات مسلمانان، عبادت و عبودیت را منتقل می‌کند. نشانه‌های توجه به نماز و اقامه آن در شهرهای اسلامی باید آشکار باشد و این، جز با آبادانی مساجد محقق نمی‌شود. به همین دلیل بر ضرورت برخورداری همه طرح‌های کلان عمرانی از پیوست مسجد، مسجد سازی و مسجد پردازی به عنوان قطب و محور از مدرسه و دانشگاه تا مراکز جمعیتی مختلف مانند بازار، بیمارستان، گردشگاه‌ها و... و حتی حفظ حرمت مسجد و رعایت شعائر اسلامی در آن، تأکید شده است. از طرف دیگر، حافظه تاریخی شهر اسلامی در پیوند با مساجدی است که از گذشته‌های دور، محل حضور عالمان، بزرگان و کانون ارتباطات دینی مردم با کارکردهای اجتماعی مختلف بوده است. از این رو، حفظ و تبیین تاریخ و سرگذشت درس‌آموز و الگو بخش مساجد در قالب‌های مختلف، می‌تواند به حفظ، بازیابی و تداوم آثار و برکات این میراث غنی فرهنگی در جامعه مسلمانان کمک کند.

### جمع‌بندی و ترسیم ارتباط مضامین

مرور مضامین به دست آمده از تحلیل در نسبت با سطوح ارتباطات انسانی، حکایت از پیوند و ارتباط پیوسته و بعضاً متداخل مضامین با یکدیگر دارد که خود، متأثر از ماهیت ارتباطی متمایز و چندبعدی مسجد است که هرگونه تفکیک میان سطوح مختلف را دشوار می‌سازد. ارتباطاتی که مبدأ و مقصد آن توحید است. در شکل زیر، تلاش شده تا ارتباط میان این مضامین ساده‌سازی شود:



شکل ۱. کانون ارتباطی مسجد در جامعه اسلامی؛ از اجتماع توحیدی در مسجد تا سامان اجتماعی

## نتیجه‌گیری

نظر به جایگاه نهاد فرهنگی ارتباطی مسجد به ویژه در تحولات و تغییرات اجتماعی سده معاصر، خاصه شکل‌گیری انقلاب اسلامی و نظم جدید مبتنی بر آن، در این پژوهش مطالعه ظرفیت‌های مسجد در سطوح و ابعاد مختلف ارتباطات انسانی و نقش این نظم ارتباطی در تغییر اجتماعی و نظم اجتماعی، از زاویه اندیشه‌های امام خمینی (ره)، آیت‌الله خامنه‌ای و مرتضی مطهری به عنوان سه اندیشمندی که با تکیه بر ظرفیت مساجد نقشی جدی در شکل‌گیری و تداوم انقلاب اسلامی داشته‌اند، دنبال شد.

تحلیل مضمون‌آرا و اندیشه‌های این متفکران در قالب سخنرانی‌ها و یادداشت‌های منتشر شده، دستیابی به ۱۱ مضمون محوری را در پی داشت که در ارتباط پیوسته با یکدیگر قرار دارند که عبارت‌اند از «درهم‌آمیختگی توحید فردی و اجتماعی، مسجد، مرکز تفکر و تأمل، ظرفیت علمی و ارتباطی امام جماعت و روحانیت مسجدی، خطابه و روشنگری در مسجد، ارتباط تنگاتنگ امام جماعت، روحانیون با مردم و رسیدگی به احوال ایشان، ظرفیت ارتباطات مردمی مسجد با مجموعه‌ها و اقشار مختلف، گفتگو و ارتباط افکار و اندیشه‌ها در بستر حلقه‌های فکری و معرفتی، مرکز اجتماع و ارتباطات

سیاسی، مسجد، هسته و سنگر مقاومت و بسیج مردمی، مسجد، پشتوانه کارآمدی و بسامانی نهادها و سازمان‌های مختلف اجتماعی و ماهیت رسانه‌ای ساختمان مسجد، به عنوان نماد و قطب جامعه اسلامی».

بر اساس جمع‌بندی و نسبت‌یابی مضامین به دست آمده با سطوح ارتباطات انسانی، «درهم‌آمیختگی توحید فردی و اجتماعی» در مسجد، می‌تواند به عنوان مضمون کانونی در نظر گرفته شود که پیوستگی و ارتباط منسجم همه مضامین را در پی دارد و در عین تنوع در سطوح و ابعاد ارتباطی مسجد، توحید حلقه اتصال، همگرایی و هم‌افزایی آن‌ها است (وحدت کلمه). محور و کانون ارتباطات در مسجد، ارتباط با خدا است (متعالی‌ترین سطح ارتباطات انسانی) که تجلی آن در اقامه نماز، ادعیه، مناجات و... است، اما آن‌هم به صورت جمعی است و اجتماعی توحیدی را رقم می‌زند؛ یک اجتماع و ظرفیتی ارتباطی که تنها محدود به عبادات جمعی و اجرای آیین‌ها نمی‌شود، بلکه این ظرفیت توحیدی از ارتباط با خدا و خود تا ارتباطات صمیمانه و عمیق میان فردی (ارتباط تراکشی)، ارتباطات گروهی و ارتباطات عمومی را در برمی‌گیرد و تا سطح یک نظم ساختاری در نهادهای اجتماعی و سازمان‌ها امتداد می‌یابد که حاصل آن، سامان اجتماعی است. سامان و نظمی که محور آن، توحید و عبودیت است و تجلی‌اش کارآمدی سازمان‌های مختلف و تحقق امنیت، نظم و عدالت اجتماعی در همه ساحت‌ها است. ارتباطات سازمانی برآمده از مسجد، اساساً عقلانیت توحیدی را جایگزین عقلانیت ابزاری و مادی می‌کند.

در این میان، آنچه در ارتباطات مسجد و در نسبت با توحید و ارتباط با خدا به عنوان یک امر وحدت‌بخش موضوعیت دارد، نقش روحانیت مسجدی به عنوان امام جماعت است؛ می‌توان گفت که امام جماعت به عنوان یک روحانی، در کانون ارتباطات مسجد قرار دارد؛ از این رو است که در اندیشه متفکران موردبررسی، بر ظرفیت علمی و ارتباطی وی، تأکید بسیار شده است؛ چراکه او باید در تمامی ارتباطات میان فردی (ارتباطات تنگاتنگ با مردم و رسیدگی به احوال ایشان)، گروهی (حلقه‌های فکری و معرفتی) و عمومی (خطابه و روشنگری، آگاهی بخشی و بسیج اجتماعی) و حتی ارتباطات مسجد با مجموعه‌های بیرونی و اقشار مختلف، حضوری فعال داشته و راهنما، راهبر و راهگشای مردم در نیل به معارف الهی و امتداد بخشی به این معارف در سطح اجتماعی باشد. امام به نوعی اتصال مردم به منبع لایزال فیض و معنویت را تسهیل می‌کند و راهبر و راهگشای ایشان در امور فردی و اجتماعی است و این، به نوعی بازتاب الگوی امام و امت در فرهنگ

شیعه بوده که در ساختار و سنت مساجد نیز بازتاب یافته است؛ موضوعی که می‌تواند، مورد اهتمام پژوهش‌های دیگری قرار گیرد.


در پایان، لازم به ذکر است که با توجه به ظرفیت‌ها و بسترهای متنوع ارتباطی در مسجد که سطوح مختلف ارتباطات را فعال می‌کند و نیز کمبود مطالعات عمیق در حوزه مسجد و ارتباطات انسانی، هرکدام از انواع و سطوح ارتباطی در مسجد، می‌تواند موضوع پژوهش‌های مستقل و مطالعات موردی بسیاری باشد، مطالعاتی که هرکدام می‌تواند به حفظ، بازیابی، بسط و گسترش میراث فرهنگی و ارتباطی مسجد در جامعه اسلامی - که پشتوانه نظم اجتماعی بر مدار توحید است - یاری رساند. در مجموع پیشنهادهای ذیل در ارتباط با پژوهش حاضر می‌تواند مورد توجه پژوهش‌های آتی قرار گیرد:

- بررسی نظام ارتباطی مسجد در آیات قرآن و احادیث و روایات اهل بیت علیهم السلام؛
- مطالعه مقایسه‌ای سطوح ارتباطات انسانی در مساجد مذاهب مختلف اسلامی؛
- مطالعه الگوها و سبک‌های ارتباطات گروهی در مساجد فعال کلان شهرها؛
- مطالعه ابعاد و کارکردهای ارتباطی مساجد در سازمان‌ها و مجموعه‌های مختلف علمی، آموزشی، فرهنگی و اقتصادی و...؛
- واکاوی الگوی ارتباطات رسانه‌ای مسجد در تعامل با محیط پیرامونی و اثرگذاری اجتماعی و امتداد اجتماعی مسجد؛
- مطالعه ظرفیت‌های ارتباطات میان فرهنگی مسجد در مناطق شهری چند فرهنگی و ... .

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### ORCID

Hossein Mehrabanifar  <https://orcid.org/0000-0002-2924-9251>

## منابع و مأخذ

- ابراهیمی کیایی، هادی (۱۴۰۰). مسجد به مثابه حوزه عمومی و تأثیر آن بر شکل‌گیری انقلاب اسلامی، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۴(۴)، ۳۵-۵۱.  
Doi:10.30510/psi.2022.297609.2060
- الویری، محسن (۱۳۸۶). مسجد؛ ارتباطات و توسعه پایدار، دو فصلنامه نامه صادق (دین و ارتباطات)، ۱۴(۳۱)، ۹۳-۱۰۹.  
Doi:10.30497/rc.2007.1389
- بشیر، حسن (۱۳۸۷). معناشناسی جدید ارتباطات: زمینه‌سازی برای شناخت عمیق‌تر رابطه فرهنگ و رسانه، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱(۳)، ۱۳۱-۱۵۵.  
Doi: https://doi.org/10.7508/ijcr.2008.03.006
- تبریزی، امید، مختاباد امرئی، مصطفی و فیضی، محسن (۱۳۹۳). اثرات طراحی فضاهای شهری و معماری جمع‌گرا بر تعاملات و ارتباطات جمعی، مدیریت شهری، ۱۳(۳۷)، ۲۵۷-۲۷۲.
- حاجی موسی نفوتی، علی (۱۴۰۲). ارتباطات گروهی در مسجد مورد مطالعه مسجد جامع صفا - تهران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۷۳). دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران با رهبر انقلاب، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=17360>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۷۵). بیانات در دیدار مردم قم، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2822>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۱). پیام به دوازدهمین اجلاس سراسری نماز، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=3141>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۵). بیانات در دیدار روحانیون استان سمنان، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=8841>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۷). بیانات در دیدار شرکت‌کنندگان در هفدهمین اجلاس نماز، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=4490>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۹). پیام به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=10253>.
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۰). پیام به بیستمین اجلاس سراسری نماز، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=17503>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۱). بیانات در دیدار علما و روحانیون خراسان شمالی، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=21151>
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۵). بیانات در دیدار ائمه جماعات مساجد استان تهران، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=34109>.
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۱). بیانات در محفل انس با قرآن کریم، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=49983>

حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۲). بیانات در دیدار معلمان، قابل دسترس در: <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=52723>.

خمینی، روح‌الله، (۱۳۸۹). صحیفه نور، ج ۱، ۷، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳، ۱۵، ۱۷، ۲۰. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س).

ذوالفقاری، محسن (۱۳۹۹). الگوی تعامل مطلوب فرهنگی-ارتباطی بین مسجد مدرسه و خانواده: مورد کاوی مساجد موفق کشور، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

سمیعی، محمد و عموزاده مهدیرجی، حنیف (۱۳۹۳). سرمایه اجتماعی مساجد و انقلاب اسلامی ایران: مطالعه موردی شبکه اجتماعی مسجد هدایت، پژوهشنامه علوم سیاسی، ۹(۴): ۷۳-۱۰۲. Doi:20.1001.1.1735790.1393.9.4.3.3

شوتس ایشل، رینر (۱۳۹۱). مبانی جامعه‌شناسی ارتباطات، ترجمه کرامت‌اله راسخ، تهران: نشر نی.

عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمد سعید، فقیهی، ابوالحسن و شیخ‌زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، اندیشه مدیریت راهبردی، ۵(۲): ۱۵۱-۱۹۸. Doi:10.30497/smt.2011.163

فرخی، میثم (۱۳۹۳). سیاست‌گذاری فرهنگی مطلوب مسجد از دیدگاه مقام معظم رهبری در جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، ۱۷(۶۵): ۳۳-۵۴.

فرخی، میثم (۱۴۰۰). مسجد در فرهنگ و ارتباطات اسلامی، تهران: رشد فرهنگ.

قنبری نیک، سیف‌اله (۱۳۹۴). بازخوانی و طراحی الگوی تعامل فرهنگی-ارتباطی مسجد و جامعه، رساله دکتری تخصصی، قم: دانشگاه باقرالعلوم علیه‌السلام.

محسنیان‌راد، مهدی (۱۳۹۹). رسانه شناسی، تهران: انتشارات سمت.

محمدپور، احمد (۱۴۰۰). ضد روش؛ زمینه‌های فلسفی و رویه‌های عملی در روش‌شناسی کیفی، تهران: نشر لوگوس.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۶). یادداشت‌ها، ج ۶ و ۷، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹ الف). آزادی معنوی، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹ ب). آشنایی با قرآن، ج ۹ و ۱۰، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹ ج). آینده انقلاب اسلامی، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹ د). پانزده گفتار، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۹۰ الف). داستان راستان، ج ۱، تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۹۰ ب). خدمات متقابل اسلام و ایران، تهران: انتشارات صدرا.

مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه‌ها؛ اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: انتشارات همشهری.

مولانا، حمید (۱۴۰۱). ارتباطات انسان، تهران: دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

Abedi Ja'fari, H. Taslimi, M.S., Faghihi, A. & Sheikhzade, M. (2011). Thematic Analysis and Thematic Networks: A Simple and Efficient Method for Exploring Patterns Embedded in Qualitative Data Municipalities), *Strategic Management Thought*, 5(2), 151-198. [In Persian] Doi:10.30497/smt.2011.163

Alberts, Jess K. Nakayama, Thomas K. & Martin, Judith N. (2019). Human communication in society, Hoboken, NJ: Pearson Education.

Alviri, M. (2007). Mosque; Communication and Sustained Development, *Religion & Communication*, 14(31), 93-109. [In Persian] Doi:10.30497/rc.2007.1389

Beauchamp, Susan R. & Baran, Stanley J.(2017). Introduction to human communication: perception, meaning, and identity, New York: Oxford University Press.

Bashir, H. (2008). New Semantics of Communication; Making Possible a Deeper Understanding of Relationship between Culture and Media, 1(3), 131-155. [In Persian] Doi: <https://doi.org/10.7508/ijcr.2008.03.006>

DeVito, J A. (2016), Human communication: the basic course, Hoboken, NJ: Pearson Higher Education.

Donsbach, W. (2008). The international encyclopedia of communication, New York: Blackwell publishing.

Ebrahimi Kiapi, H. (2022). Mosque as a public sphere and its impact on the formation of the Islamic Revolution, *Political Sociology of Iran*, 4(4), 35-51. [In Persian] Doi:10.30510/psi.2022.297609.2060

Farrokhi, M. (2014). Desirable cultural policies of the mosque from the perspective of the Supreme Leader in the Islamic Republic of Iran, *Basij Strategic Studies Quarterly*, 17(65), 33-54. [In Persian] Doi: 20.1001.1.1735501.1393.17.65.2.3

Farrokhi, M. (2021). The Mosque in The Islamic culture and communication, Tehran: Roshde Farhang. [In Persian]

Ghanbari Nik, S. (2015). Reading and designing the pattern of cultural-communicative interaction between mosque and society, PhD Thesis, Qom: Bāqir al-'Olūm University. [In Persian]

Gray, Paul S. Williamson, John B. Karp, David A. & Dalphin, John R. (2007), The Research Imagination: An Introduction to Qualitative and Quantitative Methods, Cambridge University Press.

Guerreiro, A. & Serrazina, L. (2009). Communication as social interaction: primary school teacher practices, from [www.inrp.fr/editions/cerme6](http://www.inrp.fr/editions/cerme6)

Guest, G.(2012). Applied thematic analysis, Thousand Oaks, California: Sage.

Habermas, J. (1992). The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society, Cambridge: Polity Press.

Haji Musa Nafouti, A. (2023). Group communication in the mosque, Case study of Safa Mosque in Teh-


- ran, Master's thesis, Tehran: Imam Sadiq University. **[In Persian]**
- Khomeini, R (2010). Sahifah Noor, V. 1, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 17, 20, Tehran: The Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. **[In Persian]**
- Laughey, D. (2007). Key Themes in Media Theory, London: Open University Press.
- Sami'l, M. & Amuzadeh Mahdirji, H. (2014), Social Capital of Mosques and Islamic Revolution of Iran: case study of Hedayat Mosque social network, *Political Science Journal*, 9(4), 73-102. **[In Persian]**  
Doi:20.1001.1.1735790.1393.9.4.3.3
- Mahdi zade, M. (2012). Tehran: Hamshahri. **[In Persian]**
- Mohammad pour, A. (2020), Anti-method: Philosophical grounds and practical procedures in qualitative methodology, Tehran: Logos. **[In Persian]**
- Mohsenian-Rad, M. (2020), Medialogy, Tehran: Samt. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2007). The Notes, V. 6 &7, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2010A). The Spiritual freedom, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2010B). Knowing the Qur'an, V. 9 &10, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2010C). The future of the Islamic revolution, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2010D). The fifteen lectures, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2011A). Dastan Rastan, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Motahhari, M. (2011B). The Mutual services of Islam and Iran, Tehran: Sadra. **[In Persian]**
- Mowlana, H. (2022). On Human Communication, Tehran: Imam Sadiq University. **[In Persian]**
- Schützeichel, R. (2012), Basics of Sociology of Communication, translated by Keramatollah Rasekh Tehran: Ney publication. **[In Persian]**
- Tabrizy O., Mokhtabad Amrei, M. & Feizi, M. (2015). Design and Architecture of Collectivist Social Interaction and Communication, *Urban Management*, 13(37), 257-272. **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



## Strategies for optimal use of virtual social networks in the propaganda-media system of Iranian mosques in 1403

**Yousef khojir** , Associate Professor of Communication Department, Faculty of Culture and Communication, Soore University, Iran. Email: [khojir@soore.ac.ir](mailto:khojir@soore.ac.ir)

### ABSTRACT

This research aims to identify the four points of strength-weakness, opportunity and threat of social networks for mosques and to provide a strategy for the optimal use of these networks to improve the propaganda and media activities of mosques in the country. The theoretical framework of this research is Barry Wellman's networked organization from the macro theory of his networked society. The method of this research is mixed qualitative-quantitative. In the qualitative part, the method of thematic analysis and in the quantitative part, the method of strategic analysis or SWAT has been used as a future-research method. In the first method, the statistical population is academic elites and experts in the field of social networks active in religious affairs and mosques, among them the sample is based on the purposeful sampling method with the criteria of teaching and writing for more than 5 years in the field of new media, religion and activity. Continuous executive in the department of religious affairs and mosques who are fully familiar with the space of networks. The sample size was also used by the rule of theoretical saturation. In the first method, the data collection tool is semi-structured in-depth interview and its processing tool is triple coding by King (1998). Reliability and reliability were also used by the combined rule of John Creswell, Goba and Lincoln. In the second method, the statistical population, in addition to the elites and experts used in the previous part, are the media and propaganda activists of the mosques, and 60 of them were selected by purposeful sampling. The data collection tool in this method is a white balanced card questionnaire and data processing is done based on SWOT, SPACE and QSPM matrices. The validity of this research in the qualitative part is a combination of reliability and trustworthiness of John Creswell, Goba and Lincoln, which was measured in three stages. Due to the qualitative nature of the interview technique, while paying attention to the authenticity of the observations and data recording and the richness of the information of the selected samples and the researcher's analytical power, face validity was used in the phase of determining the categories and axes, and the categories and interview questions and research questions were at the disposal of the judges. It was decided to comment on the answers to the research questions through these categories. In the second stage, the technique of constant comparison was used in such a way that it has been tried to have accurate and correct evaluation in the organization of the codes, and the codes were constantly compared with the initial codes and all the codes were adapted to the goals and questions. The third method of narration used to present evidence is the appropriate use of quotations and notes of the interviewer in such a way that the full implementation of the interview and the facts and bringing them accurately helped the narration. In order to measure the reliability while repeatedly reviewing the data, the process of research

and processing was given to two experienced researchers to control the implemented text. Details of the method of data collection and analysis, the method and logic of sample selection were also made in order to strengthen reliability. The findings show that the dissemination of news, the strengthening of networking between mosque officials and citizens, and mobilization are among the most important strengths and false social solidarity, the involvement of mosque officials and people in cyberspace, the dissemination of fake news, among the most important weaknesses, persuasion The network of religion, the globalization of mosque activities, the diversity and multiplicity of mosque audiences are among the points of opportunity and the promotion of religious superstitions by biased people, the virtual addiction of mosque activists and the weakening of the Iranian Islamic family are among the points of threat. The most important strategy is to design, produce and launch local social networks by the government in order to produce appropriate cultural, religious and educational content by mosque activists and planning governmental and non-governmental religious institutions to produce and publish religious content in these networks. Also, the findings showed that the coordination between the organizations in charge of producing content and software and creating content with the coordinates of Iranian Islamic values and providing communication services based on the cultural and religious values of the country and the multilateral cooperation of all stakeholders including Policymakers, the government, regulatory organizations, the private sector, and other stakeholders in this field should be considered as a preferred strategy. Among other strategies in this field, the government's all-round support for the establishment of specialized local networks of mosques in accordance with the educational and propaganda functions and duties of Iranian mosques; Creating technical and software infrastructures for the production of educational and cultural content of cultural centers and mobilizing mosques by the organizations in charge of mosques; Coordination between organizations in charge of mosque affairs to produce content with the coordinates of Iranian Islamic values and present it to mosque activists; Supporting the development of the virtual space of the mosque environment technology and the creation of a web-based mosque 2 next to the main mosque in the neighborhoods; Media and technology literacy training for mosque agents, from Imam Jamaat to activists of cultural centers, for the purposeful and correct use of social networks to promote the position of the neighborhood mosque, to attract young people and teenagers active in the field of social networks, and to guide and train them by the organizations in charge of producing the contents of mosques; Conducting media literacy training courses through cultural centers and mosque mobilization bases for neighborhood residents to strengthen their media knowledge in order to spread correct messages in cyberspace and avoid spreading fake news; Avoiding contentious ethnic, racial, class, religious and religious contents by the imams of the groups and content producers of virtual networks for the abuse of enemies; Designing a smart filtering system to monitor the contents of social networks in the field of publishing religious, moral and educational topics; Involvement of the private sector and knowledge-based companies with the help of universities to develop software programs for specialized networks in the area of the mosque and also to produce its content.

### Keywords

Social Network, Mosque, Pathology, Preferred Strategy, Optimal Strategy.

## راهبردهای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نظام تبلیغی - رسانه‌ای مساجد ایران در سال ۱۴۰۳

یوسف خجیر<sup>۱</sup>

### چکیده

این پژوهش درصدد ارائه راهبرد استفاده بهینه شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای فعالیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای مساجد ایران است. روش این پژوهش آمیخته کیفی - کمی است. در بخش کیفی از روش تحلیل مضمون و در بخش کمی از روش تجزیه و تحلیل راهبردی استفاده شده است. در روش نخست، جامعه آماری نخبگان دانشگاهی و خبرگان حوزه شبکه‌های اجتماعی فعال در امور دینی و مساجد هستند که از بین آن‌ها هجده نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند در بهار ۱۴۰۳ انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات در روش نخست مصاحبه عمیق نیمه‌ساختارمند و ابزار پردازش آن کدگذاری سه‌گانه کینگ (۱۹۹۸) است. در روش دوم جامعه آماری علاوه بر نخبگان و خبرگان که در قسمت قبلی استفاده شد، فعالان رسانه‌ای و تبلیغی امور مساجد سراسر کشور ایران هستند که از بین آن‌ها نیز شصت نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات در این روش، پرسشنامه کارت متوازن سفید و پردازش داده‌ها براساس ماتریس‌های SWOT، SPACE، QSPM انجام شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که انتشار اخبار و تقویت شبکه‌سازی بین مسئولان مساجد و شهروندان جزء مهم‌ترین نقاط قوت و همبستگی اجتماعی کاذب و اخبار جعلی جزء مهم‌ترین نقاط ضعف، اقناع شبکه‌ای دین جزء مهم‌ترین نقاط فرصت و ترویج خرافات دینی به وسیله مغرضین جزء نقاط تهدید است. مهم‌ترین راهبرد استفاده از شبکه‌های اجتماعی حمایت همه‌جانبه دولت از راه‌اندازی شبکه‌های بومی تخصصی مسجد متناسب با کارکردها و وظایف تربیتی و تبلیغی مساجد ایران و ایجاد زیرساخت‌های فنی و نرم‌افزاری برای تولید محتوای تربیتی و فرهنگی کانون‌های فرهنگی و بسیج مساجد به وسیله سازمان‌های متولی مساجد است.

### واژگان کلیدی

شبکه اجتماعی، مسجد، آسیب‌شناسی، راهبرد مرجح، راهبرد بهینه.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵  
۱. دانشیار گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه سوره.

khajir@soore.ac.ir

## مقدمه

مسجد در جامعه اسلامی ایران یکی از شبکه‌های اجتماعی سنتی است که کارکردهای چندگانه‌ای چون عبادی، سیاسی، اجتماعی و تبلیغی دارد. این شبکه سنتی که به صورت نهاد اجتماعی خودجوش در نظام اسلامی رشد کرده است امروزه دارای ظرفیت‌ها و توانمندی‌های فراوانی برای اشاعه فرهنگ دینی و مقابله با فرهنگ ضاله دشمنان است، به همین دلیل است که حضرت امام خمینی (ره) آن را مهم‌ترین سنگر انقلاب اسلامی معرفی می‌کنند و از مردم می‌خواهند به حفظ این سنگرها پردازند (امام خمینی، ۱۳۸۵ ج ۹: ۴۷۹). با رشد تهاجم فرهنگی، شبهات دینی، خرافات مذهبی و القاهای تلقی‌های نادرست از دین در دو دهه اخیر، نقش مسجد در روشنگری موضوعات حائز اهمیت شده است. به نحوی که مقام معظم رهبری در دیدار با مردم و طلاب قم در دی‌ماه ۱۳۸۵ بیان می‌دارند که با رشد تهاجم فرهنگی مساجد و روحانیت باید از همه ابزارها برای مقابله با آن به پا خیزند. «البته روحانیت باید از همه این وسایل ارتباط جمعی استفاده کند. از اینترنت و فناوری‌های جدید ارتباطاتی باید از همه برای دین استفاده کند. همچنانی که از مسجد، رادیو و تلویزیون و بقیه چیزها استفاده می‌کند» (خامنه‌ای، ۱: ۱۳۸۵: ۳۴). یکی از این ابزارهای که امروزه مساجد برای فعالیت‌های تبلیغی و تربیتی خود می‌توانند بهره بگیرند شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند.

به مدد رشد فناوری در چند دهه اخیر این فرصت برای همه فعالان و کارگزاران امور مساجد فراهم است که از رسانه‌های نوظهور برای فعالیت‌های تربیتی، آموزشی و تبلیغی خود استفاده کنند. «شبکه‌های اجتماعی به دلیل ویژگی‌های فنی و ساختاری چون در دسترس بودن، ناهمزمانی، بسیج‌سازی و ساماندهی می‌تواند نقش مهمی در توسعه برنامه‌های مسجد داشته باشد» (غضنفری، ۱۳۹۳: ۳). در کنار این ویژگی ساختاری، ویژگی نسل جدید علاقه‌مند به فعالیت در امور مساجد از ائمه جماعات تا فعالان کانون‌های فرهنگی که بیشتر از نسل وای و زد هستند فناور بودنشان است. این نسل که امروزه نقش اساسی را در فعالیت مساجد دارند به فضای شبکه‌های اجتماعی اشراف کامل دارند؛ اما تجربه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در دو دهه اخیر در جامعه ایرانی، بیانگر این است که شبکه‌های اجتماعی دارای کارکرد دوگانه مثبت و منفی‌اند. برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در فعالیت‌های مساجد، به‌ویژه امور تبلیغی و تربیتی، نخست نیازمند شناخت دقیق ظرفیت‌ها و چالش‌ها و

آسیب‌های ناشی از آن در فعالیت مسجد هستیم و از رهگذر این شناخت می‌توان از این رسانه نوظهور به‌طور بهینه و مطلوبی استفاده کرد. پس پرسش این پژوهش این است که نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در فعالیت‌های مساجد ایران چیست؟ راهبردهای استفاده از این شبکه‌ها در مساجد ایران کدام‌اند؟ با توجه به شرایط موجود، راهبردهای بهینه و مطلوب استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی برای مساجد ایران کدام‌اند؟

### ادبیات نظری و پژوهشی

**الف) شبکه اجتماعی مجازی و تغییرات مفهومی آن:** شبکه اجتماعی مجازی از زمان حضورش در جامعه تاکنون از سوی اندیشمندان تعاریف متعددی به خود گرفته است، آنچه مهم است این است که این تعاریف با رشد این فناوری دقیق‌تر و کامل‌تر و در عین حال کاربردی‌تر شده است. در طی بررسی دو دهه تعاریف، می‌توان به این رهیافت دست یافت که تعریف شبکه‌های اجتماعی در چند سال اخیر از نگاه فنی صرف به یک ابرساختار اجتماعی تغییر کرد؛ اما اکنون می‌توان بیان داشت که مراد از شبکه اجتماعی مجازی فضای برخط مبتنی بر وبسایت یا وبسایت‌هایی از نسل «وب ۲» هستند که با استفاده از یک موتور جست‌وجوگر و افزودن امکاناتی مانند چت، ایمیل، انتقال متن، صدا، تصویر، ویدئو به کاربران خود امکان ساخت پروفایل، فهرستی از مخاطبان، حلقه دوستیابی برای برقراری ارتباط در قالب شبکه‌ای از روابط فردی و گروهی یا اشتراک‌گذاری علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را می‌دهد. در واقع آن‌ها ساختارهای اجتماعی جهت ایجاد، گسترش و تقویت تعاملات اجتماعی در فضای مجازی هستند (خجیر، ۱۴۰۲: ۶۴).

### ب) مسجد به مثابه شبکه اجتماعی سنتی

مسجد نخستین و مهم‌ترین شبکه اجتماعی سنتی در دین اسلام است که دارای کارکرد عبادی، اجتماعی و سیاسی است. مسجد یک شبکه اجتماعی سنتی از روابط افقی و عمودی میان افراد در حوزه عبادت، حل و فصل مسائل فی‌مابین مسلمانان، محل قضاوت، کسب علم و دانش، تبیین مسائل اقتصادی، سیاسی و اجتماعی روز جامعه و در نهایت پایگاه تبلیغاتی اسلام بوده است. مسجد در ادبیات نظری اسم مکانی است که از فعل سجد می‌آید و به معنای مکانی است که سجده در آن انجام می‌شود، مانند خانه‌ای که به دلیل سجده برای خدا ساخته می‌شود (الویری، ۱۳۸۶: ۲). قرآن

نیز بر پایه عرف به مکانی که به اسم مسجد ساخته می‌شود این عنوان را اطلاق می‌کند (باقی و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۴۷). مسجد در عصر کنونی دارای ارکانی چون مردم و نمازگزاران، امام‌جماعت، هیئت‌امنا، خادم، تشکل‌های فعال چون بسیج و کانون فرهنگی هنری هستند. از ارتباط و شبکه‌سازی قوی بین این افراد مسجد دارای هویت پویا و فعال می‌شود. همان‌طور که مشخص است شبکه اجتماعی مسجد از مجموعه افرادی تشکیل شده است که حول موضوعات مشخص به تعامل اجتماعی و فردی می‌پردازند.

### پ) نظریه جامعه شبکه‌ای شده بری ولمن

بری ولمن جامعه‌شناس کانادایی حوزه شبکه‌های اجتماعی است که بر پیوند شبکه‌های اجتماعی واقعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی تأکید دارد. وی معتقد است شبکه اجتماعی مجازی در امتداد شبکه اجتماعی واقعی است و می‌توان با شناخت دقیق و درست از ظرفیت‌ها و تفاوت‌های آن با شبکه اجتماعی واقعی، از آن در سه محیط خانواده، سازمان و جامعه بهره‌گرفت (Wellman & et al, 2010). نخستین و مهم‌ترین تفاوتی که ولمن بر روی آن تأکید دارد این است که برخلاف شبکه‌های اجتماعی واقعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی در واقع، بر پایه شبکه‌های فردی متصل شکل می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی واقعی الزامات و قواعد مشترکی را رعایت می‌کنند که اغلب ریشه در سنت دارند و جمع محورند. در این شبکه‌ها، فرد جزئی جدایی‌ناپذیر از جمع و تابع آن است. در حالی که شبکه‌های اجتماعی مجازی ماهیتی عمیقاً متفاوت دارد. ماهیتی که مبتنی بر روابط عرضی شبکه‌ای و اتصالات شبکه‌های کوچک فردی و شخصی است. در این شرایط، قواعد جمعی حاکم بر رفتارهای فرد نیست، بلکه هر فرد با قواعد متمایز و شخصی خود در ارتباط با افراد دیگری قرار می‌گیرد و این ارتباط ضمن حفظ هویت فردی هر شخص، هم‌افزایی یافته و امکان عملکردهای قدرتمند جمعی را فراهم می‌کند (خجیر، امیرحسینی، ۱۴۰۲: ۱۷۶). نگاه بری ولمن به حضور در جامعه شبکه‌ای را می‌توان چنین دانست که اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث گسترش شکل‌گیری پیوندهای ضعیف در جامعه شبکه‌ای می‌شود و در ابتدا این امر باعث کم‌رونق شدن پیوندهای قوی و انزوای کوتاه‌مدت کاربر می‌شود؛ اما به تدریج و با افزایش حضور بیشتر در شبکه‌های مجازی و سواد اطلاعاتی، سرمایه اجتماعی فرد افزایش می‌یابد که این افزایش سرمایه باعث تقویت ارتباطات و تعاملات در دنیای واقعی می‌شود. در جامعه شبکه‌ای اهمیت پیوندهای ضعیف در تعمیق اعتماد و همبستگی اجتماعی، حتی از پیوندهای قوی هم بیشتر است. اجتماع سنتی در اجتماع

مجازی امتداد می‌یابد و این نتیجه فناوری جدید است. فناوری اطلاعات باعث شده است اجتماع فیزیکی به شکلی جدید بازسازی شود (Rainie & Wellman, 2012: 136). در جامعه شبکه‌ای ولمن استفاده از اینترنت و حضور در شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل آشنایی کاربر با رفتارهای پرخطر باعث کاهش بروز این رفتارها در فرد و جامعه می‌شود. همچنین حضور در این شبکه‌ها تأثیری مستقیم و مثبت بر تصمیم‌گیری‌های مردم در موضوعات روزمره دارد. رویکرد فردگرایی به حدی است که جامعه شبکه‌ای دستخوش تغییری پارادایمی از روابط گروه‌محور به فردگرایی شبکه‌ای شده است. جامعه مجموعه‌ای از محلات نیست، بلکه مجموعه‌ای از شبکه‌های اجتماعی فیزیکی و مجازی است (خجیر، ۱۳۹۹: ۳۴). در مجموع براساس نظریه بری ولمن می‌توان بیان داشت که شبکه اجتماعی سنتی مسجد می‌تواند با شناخت دقیق از ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه اجتماعی مجازی از ظرفیت آن برای ارتقای جایگاه خود در بین شهروندان عصر جدید که به شبکه‌وندان تغییر ماهیت داده‌اند، استفاده کند. انتخاب نظریه شبکه‌ای شده ولمن به عنوان چارچوب نظری به سه دلیل است. نخست رویکرد ولمن مبتنی بر کارکرد مثبت و منفی، فرصت و تهدید شبکه‌های اجتماعی برای هر پدیده است. دوم نگاه ولمن در تحلیل شبکه‌های اجتماعی جامع‌الاطراف است وی بر نقش همزمان فرد، سازمان و جامعه در تحلیل شبکه‌ها می‌پردازد. سوم اینکه با توجه به اینکه مسجد یک نهاد اجتماعی است بهترین نظریه‌ای که به نقش شبکه‌های اجتماعی در نهادها پرداخته است، نظریه شبکه‌ای ولمن است.

### ت) مروری بر پژوهش‌های پیشین

بررسی‌ها نشان می‌دهد که درخصوص استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در نهاد دینی و به‌طور اخص مسجد مطالعات خارجی وجود ندارد؛ اما مطالعات خارجی در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در تقویت یا تضعیف نهادها و سازمان‌ها وجود دارد که آن را می‌توان در سه دسته تقسیم کرد. دسته نخست، یک رویکرد خوشبینانه افراطی به نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت نهادها و سازمان‌هاست. مطالعات رینگولدز (۲۰۰۸، ۲۰۰۰)، تری کل (۲۰۰۸)، آپادوری (۲۰۱۶)، استون (۲۰۱۸) و ترلو (۲۰۲۰) از این دست هستند. آنان با تأکید بر جنبه مثبت شبکه‌های اجتماعی در تعالی سازمان، معتقدند این رسانه‌ها باعث پیشرفت سازمان‌ها و نهادها می‌شوند. ایجاد ارتباط دائمی، مخاطب جهانی، ارزیابی مشتریان، در دسترس بودن، تقویت ارتباط میان فردی و جاکنندگی از نکات مورد توجه آن‌ها است. درمقابل، رویکرد بدبینانه وجود دارد که به اثرات منفی شبکه‌های اجتماعی اشاره

دارد. پژوهش‌های اوسر (۲۰۱۳)، پاپاچریسی (۲۰۱۴ و ۲۰۱۹)، الی پاریسر (۲۰۱۶) و فوکس (۲۰۲۱) از این دست هستند. آن‌ها بر این باورند که کژکارکردی این رسانه‌ها بیشتر از کارکرد مثبت آن‌ها است. زمان زیاد حضور در فضای مجازی، اعتیاد مجازی، توزیع ناعادلانه امکانات و تجهیزات برای دستیابی به شبکه‌های اجتماعی، امپریالیسم سایبری، تهاجم فرهنگی، ضعف سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی، کنترل شبکه‌ها از سوی صاحبان قدرت و ثروت، قوت‌ها و فرصت‌های این رسانه‌ها را به ضعف‌ها و تهدیدها تبدیل کرده است؛ اما رویکرد سوم معتقد به نقش توأمان مثبت و منفی شبکه‌ها به صورت هم‌زمان است. این رویکرد رویکردی تلفیقی و عمل‌گراست. این رویکرد را می‌توان در پژوهش‌های بری ولمن (۲۰۱۲)، استنلی و ویور (۲۰۱۳)، رینی (۲۰۱۴) و زینب توفیکچی (۲۰۱۷) مشاهده کرد. اما در مطالعات داخلی نیز در خصوص جایگاه شبکه اجتماعی مجازی در مسجد، متأسفانه کم پرداخته شده است. سید سجاد میرغضنفری (۱۳۹۳) به نقاط مثبت شبکه‌ها در مسجد پرداخته است. نقاط قوتی چون بسیج‌سازی، کندوسازی، هویت‌آشکار، آموزشی از این موارد است. سمیعی و عموزاده (۱۳۹۳) در مطالعه‌ای در خصوص سرمایه اجتماعی مسجد به این نکته اشاره می‌کنند که یکی از راه‌های کسب سرمایه اجتماعی، تقویت ارتباطات بین مردم و مسئولان مسجد است که اکنون از طریق این شبکه‌ها امکان آن مهیا است. حسین شیرازی و هوشنگ شهیری (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای به این پرداختند که چگونه مسجد حوزه عمومی خود را به شبکه‌های اجتماعی باخته است و در پژوهش خود به این دست یافته است که اگر مسجد بخواهد جایگاه قبلی خود را بیابد باید با شبکه‌های اجتماعی همزیستی مسالمت‌آمیز داشته باشد. خجیر (۱۴۰۲) در پژوهشی در خصوص ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه اجتماعی بومی در تبلیغ دین، به این نتیجه رسیده است که شبکه‌های اجتماعی بومی دارای محاسن و معایبی هستند که با مدیریت درست آن‌ها می‌توانند ظرفیتی برای تبلیغ دین اسلام باشند. همین یافته را می‌توان در پژوهش فردی (۱۴۰۰) نیز یافت.

## روش پژوهش

رویکرد این پژوهش اکتشافی و نوع آن آمیخته کیفی - کمی با روش تحلیل مضمون در بخش کیفی و تحلیل راهبردی (SWOT) در بخش کمی است. در روش تحلیل مضمون برای شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید از ابزار مصاحبه نیمه‌ساخت یافته عمیق مسئله‌محور استفاده شده است. محورهای اصلی مصاحبه هم‌زمان با هدایت

راهنمای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در [...]

نظریه و ذهن باز و قالب‌نیافته (ترکیب نگاه استقرایی و قیاسی) محقق طراحی و ارائه شده است. جامعه آماری نخبگان دانشگاهی و خبرگان حوزه شبکه‌های اجتماعی فعال در امور دینی و مساجد کشور ایران هستند که از بین آن‌ها به روش نمونه‌گیری هدفمند با معیار تدریس و تألیف بیش از پنج سال در حوزه رسانه‌های جدید و دین و فعالیت مستمر اجرایی در بخش امور دینی و مساجد انتخاب شده‌اند که آشنایی کامل با فضای شبکه‌ها را دارند. برای حجم نمونه نیز از قاعده اشباع نظری بهره گرفته شد. در مجموع با هشت صاحب‌نظر دانشگاهی و ده خبره حوزه امور مساجد مصاحبه شد. جدول ویژگی‌های فردی و تخصصی آنان در ذیل آورده می‌شود.

جدول ۱. ویژگی‌های فردی و تخصصی مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تخصص	جنسیت	سابقه فعالیت تخصصی در موضوع
۱	استاد ارتباطات دانشگاه سوره	مرد	۲۰ سال تدریس، پژوهش و مقاله
۲	دانشیار ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی	مرد	۱۵ سال تدریس و مقاله
۳	دانشیار ارتباطات دانشگاه علوم انتظامی	مرد	۱۵ سال تدریس، پژوهش و مقاله
۴	استادیار جامعه‌شناسی دانشگاه تهران	مرد	۱۰ سال تدریس و مقاله
۵	استادیار ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی	زن	۵ سال تدریس و مقاله
۶	استادیار سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه امام حسین (ع)	مرد	۱۰ سال تدریس، پژوهش
۷	استادیار مدیریت رسانه دانشگاه سوره	زن	۵ سال پژوهش و مقاله
۸	مدرس مدعو درس شبکه‌های اجتماعی	زن	۱۰ سال تدریس و پژوهش
۹	روحانی و فعال دینی در شبکه اجتماعی	مرد	۸ سال امام جماعت و عضو اماناء
۱۰	روحانی و فعال دینی در شبکه اجتماعی	مرد	۵ سال فعالیت دینی در شبکه اجتماعی
۱۱	روحانی و مدرس دانشگاه	مرد	تدریس، پژوهش و امنای مسجد
۱۲	روحانی و مدرس دانشگاه تربیت مدرس	مرد	۶ سال امام جماعت مسجد دانشگاه
۱۳	روحانی و فعال دینی	مرد	نماینده کانون فرهنگی مساجد استان
۱۴	روحانی و فعال دینی در شبکه اجتماعی	مرد	۱۰ سال فعالیت دینی در شبکه اجتماعی و امام جماعت
۱۵	مدیر سازمان تبلیغات اسلامی و فعال دینی	مرد	۱۰ سال فعالیت در امور رسانه‌ای
۱۶	مداح و فعال در شبکه‌های اجتماعی	مرد	۱۰ سال مداح و عضو اماناء
۱۷	رئیس پایگاه بسیج مسجد	مرد	۱۵ سال عضو بسیج و اماناء مسجد
۱۸	کارشناس علوم قرآنی و فعال دینی	مرد	۵ سال امنای مسجد و فعال رسانه‌ای

برای تحلیل یافته‌های مصاحبه، از روش تحلیل مضمون کینگ (۱۹۹۸) استفاده شد. براساس این شیوه، نخست متن مصاحبه خلاصه و جزئیات و مفاهیم پیچیده آن خلاصه و برجسته شد و سپس مقوله‌ها و مضامین متنی ادغام و مضامین قوی‌تر شکل گرفت. در بخش کمی پژوهش، جامعه آماری علاوه بر نخبگان و خبرگان که در قسمت قبلی استفاده شد، فعالان رسانه‌ای و تبلیغی امور مساجد هستند که از بین آن‌ها نیز شصت نفر به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. ابزار گردآوری اطلاعات در این روش پرسش‌نامه کارت متوازن است. نقاط چهارگانه «قوت، ضعف، فرصت و تهدید» احصا شده در مصاحبه در این پرسش‌نامه آورده شد. در پرسش‌نامه برای هریک از گویه‌ها (که همان نقاط مذکور هستند) پیوستاری پنج‌درجه‌ای جهت تعیین ضریب اهمیت، وزن یا رتبه هر عامل قوت و ضعف و میزان احتمال و عدم احتمال یا وقوع فرصت و تهدید طراحی شد. حجم نمونه برای پاسخ‌گویی این پرسش‌نامه در مجموع شصت نفر بوده است که پانزده نفر آن‌ها همان افرادی بودند که با آن‌ها در مرحله قبل مصاحبه شده بود و دوباره از آن‌ها خواسته شد که میزان اهمیت هریک از گویه‌ها را مشخص کنند. ابزار پردازش در این روش ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE و خارجی EFE ماتریس راهبردهای عملیاتی SWOT، ماتریس ارزیابی و انتخاب موقعیت در شرایط موجود و مطلوب SPACE و ماتریس QSPM برای اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و انتخاب راهبردهای بهینه و مطلوب است.

روایی این پژوهش در بخش کیفی ترکیبی از قابلیت اعتبار و اعتماد جان کرسول و گوبا و لینکولن است که در سه مرحله سنجیده شد. با توجه به کیفی بودن تکنیک مصاحبه، ضمن توجه به حقیقی بودن مشاهدات و ثبت داده‌ها و غنای اطلاعات نمونه‌های انتخابی و قدرت تحلیلی محقق جهت اعتبار در مرحله تعیین مقوله‌ها و محورها از اعتبار صوری استفاده شد و مقوله‌ها و پرسش‌های مصاحبه و سؤالات تحقیق در اختیار داوران قرار گرفت تا نسبت به رسیدن به پاسخ سؤالات تحقیق از طریق این مقوله‌ها اظهار نظر کنند. در مرحله دوم از فن مقایسه دائم استفاده شد به گونه‌ای که سعی شده است در تنظیم کدها از ارزیابی دقیق و صحیح برخوردار باشند و دائماً کدها با کدهای اولیه مقایسه و همه کدها با اهداف و سؤالات تطبیق داده شدند. شیوه سوم روایی به کار گرفته شده ارائه شواهد، استفاده مناسب از نقل قول و یادداشت‌های مصاحبه‌کننده است به گونه‌ای که پیاده‌سازی کامل مصاحبه و واقعیت‌ها و آوردن دقیق آن‌ها به روایی کمک کرد.

جهت سنجش پایایی ضمن مرور مکرر داده‌ها، روند تحقیق و پردازش آن در اختیار دو محقق باتجربه قرار گرفت تا متن پیاده‌شده را کنترل کنند. تشریح جزئیات روش گردآوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، نحوه و منطق انتخاب نمونه نیز در راستای تقویت پایایی صورت گرفت. در قسمت دوم نیز پس از تدوین راهبردهای چهارگانه بر اساس نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید و روش انجام محاسبات ریاضی، به‌ویژه در ماتریس QSPM، مراحل به‌وسیله چند محقق دیگر بازبینی و کدگذاری مجدد انجام شده است.

### یافته‌های پژوهش

گام نخست، احصای نقاط چهارگانه از مصاحبه است. در این شیوه پس از پیاده‌سازی مصاحبه، مضامین بر اساس چهار نقطه قوت (قوت‌ها و امتیازهایی که شبکه اجتماعی مجازی برای مساجد دارد)، ضعف (ضعف‌ها و محدودیت‌های شبکه اجتماعی برای مساجد)، فرصت (فرصتی که به مساجد برای حضور در محیط خارجی می‌دهد) و تهدید (تهدیدهایی که از طریق این شبکه‌ها از محیط خارجی به مساجد تحمیل می‌شود) دسته‌بندی شده‌اند. در گام دوم پردازش پرسش‌نامه از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی IFE خارجی EFE برای میزان اهمیت نقاط قوت و ضعف و میزان احتمال وقوع این فرصت یا تهدید در مساجد ایران استفاده شد و سپس ماتریس راهبردهای عملیاتی SWOT طراحی شد. گام بعدی برای تعیین اهمیت و ارزیابی موقعیت راهبردی شبکه اجتماعی مجازی در مساجد از ماتریس ارزیابی و انتخاب موقعیت در شرایط موجود و مطلوب SPACE استفاده شد. در نهایت نیز از طریق ماتریس QSPM به اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و انتخاب راهبردهای بهینه پرداخته شد که گزارش آن در ذیل می‌آید:

### ۱. احصای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید شبکه‌های اجتماعی مجازی

#### برای مساجد

#### الف) نقاط قوت

– انتشار اخبار و اطلاع‌رسانی در حوزه مساجد

یکی از مهم‌ترین نقاط مثبت که همه مصاحبه‌شوندگان به اتفاق بر روی آن تأکید داشتند نقش انتشار اخبار و اطلاعات مربوط به برنامه‌های دینی، فرهنگی و تربیتی مسجد بود. «شبکه‌های با موضوعات حول اخبار مراسم و حتی فرهنگی مسجد می‌توانند این موضوعات را در ذهن شهروندان برجسته کنند و اهمیت آن را در جامعه افزایش دهند» (م. استاد ارتباطات).

۱. م. مخفف مصاحبه‌شونده است.

### – تقویت شبکه‌سازی مسجد با محله

یکی دیگر از نقاط مثبت که برخی از مشارکت‌کنندگان تأکید داشته‌اند شبکه‌سازی بین اعضای فعال حوزه مسجد، هیئت‌امنا و مردم است. آنان معتقدند با توجه به اینکه مسجد نهادی شبکه‌ساز است، ایجاد شبکه‌سازی از طریق این شبکه‌های مجازی دارای اهمیت است. «دومین مورد که باید در بحث شبکه‌های اجتماعی توجه کنیم شبکه‌سازی افراد است. آن‌ها می‌توانند باعث تقویت شبکه‌های واقعی بین هیئت‌امنا و فعالان مسجد با افراد محله باشند. حتی می‌توانند از طریق مشارکت اطلاعات و تجارب به شبکه‌سازی بین مساجد، به همدیگر کمک کنند» (م. فعال دینی و عضو هیئت‌امنای مسجد).

### – تقویت ارتباطات میان‌فردی بین فعالان امور مساجد

به‌زعم مشارکت‌کنندگان نقطه‌قوت ارتباطی و تقویت ارتباطات میان‌فردی بین اعضا و فعالان مسجد با یکدیگر، با فعالان مساجد دیگر، با داوطلبان و علاقه‌مندان به فعالیت دینی و مذهبی حائز اهمیت است. «شبکه‌ها و پیام‌رسان‌های مجازی مانند بله، ایتا، سروش و روبیکا به فعالان این امکان را می‌دهد تا اعضای مؤثر و فعال مسجد دائماً با هم در ارتباط باشند و خلاً ارتباط انسانی را در عصر کنونی پر می‌کند» (م. استاد ارتباطات).

### – ایجاد مشارکت و بسیج‌سازی بین علاقه‌مندان به فعالیت مساجد

مشارکت‌کنندگان معتقدند از نقاط قوت دیگر این رسانه‌های جدید ایجاد مشارکت و بسیج بین فعالان مسجد و مردم محله برای امور و مراسم دینی، خیریه و برنامه‌های مناسبی و خاص است. «سرقضیه طوفان‌الاقصی و اعتراض به جنایات رژیم اسرائیل، ما چند بار از طریق همین شبکه‌ها مردم را جهت راهپیمایی از جلو مسجد دعوت کردیم یا در حوادث سیل دو سال پیش هم همین بود» (م. عضو هیئت‌امنای مسجد).

### – فعالیت آموزشی در راستای برنامه‌های مسجد

یکی از نقاطی که مورد تأکید بود نقش آموزشی این شبکه‌ها برای فعالیت‌های مختلف مسجد است. شبکه‌ها می‌توانند محملی برای آموزش برنامه‌های دینی، تربیتی و فرهنگی مساجد باشند. «در دوره کرونا شبکه‌ها بستر مناسبی برای آموزش موضوعاتی بودند که مساجد پیگیر بودند. برنامه‌های آموزشی و تربیتی و حتی انتقال تجربیات نسل‌ها جز نقاط مثبت این شبکه است» (م. استاد ارتباطات).

### – فعالیت تبلیغاتی و تبلیغی مسجد و برنامه‌های آن

از دیگر نقاط مثبت که مصاحبه‌شوندگان، به‌ویژه فعالان کانون‌های مساجد، روی آن

تأکید داشتند، تبلیغ برنامه‌های مسجد از طریق شبکه‌های مجازی است. «برای تبلیغات و آشنایی با فعالیت‌های مسجد نیز می‌توان از این شبکه‌ها استفاده کرد و این‌ها چون فراگیر هستند می‌توانند تبلیغات فراگیر در خصوص برنامه‌های مسجد داشته باشند» (م). فعال مذهبی و عضو کانون مسجد).

#### – جریان‌سازی موضوعات حول فعالیت مساجد

فعالان امور مساجد معتقدند شبکه‌های مجازی در عصر کنونی نقش اساسی در ایجاد گفت‌وگو و جریان‌سازی در راستای برنامه‌های مساجد دارد. «سر مسئله حجاب در اغتشاشات ۱۴۰۱ ما از طریق همین شبکه‌ها شروع کردیم به طرح این نکته که این یک برنامه هدفمند غربی است، جریان‌سازی قوی انجام دادیم الحمدلله در محله خوب هم نتیجه گرفتیم.»

#### – پوشش و کمپین‌سازی برنامه‌های مسجد

یکی از نقاط مثبت شبکه‌ها برای مساجد پوشش یا کمپین‌سازی است. مصاحبه‌شوندگان معتقدند که شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان می‌توانند با ایجاد کمپین‌های گوناگون در حوزه‌های مختلف شهروندان را با رفتارهای تربیتی و دینی آشنا و آن‌ها را پایبند به رعایت آن بکنند. «ما برای پوشش طرح خیریه یا طرح جهیزیه ارزان خوب توانستیم از تلگرام و اینستاگرام استفاده کنیم. امسال هم در روییکا طرح خوبی را برای بی‌بضاعت‌های محله راه انداخته‌ایم. این پوشش به مسجد ما کمک کرد» (م). روحانی و فعال دینی).

#### – ارزیابی افکار کاربران عضو شبکه‌های مساجد

شبکه‌های اجتماعی امکان سنجش و ارزیابی افکار عمومی را از طریق بازخورد نظرات و حتی نظرسنجی‌ها به صورت برخط می‌دهد. «شبکه‌های اجتماعی به فعالان این حوزه این اجازه را می‌دهد تا به سرعت بفهمند مردم چه پاسخی به دیدگاه‌های آن‌ها دادند» (م). جامعه‌شناس/ فعال دینی).

#### ب) نقاط ضعف

#### – انتشار اخبار جعلی، منفی و شایعه در خصوص برنامه‌های مسجد

مصاحبه‌شوندگان بر انتشار اخبار نادرست، منفی و بعضاً مغرضانه نسبت به برنامه‌های مسجد در شبکه‌های اجتماعی تأکید دارند. آنان چنین باور دارند که رسانه‌های مجازی این امکان را برای مخالفان ایجاد می‌کنند که با انتشار اخبار منفی باعث ایجاد ذهنیت نادرست در مردم شوند. «در اغتشاشات ۱۴۰۱ ناگهان متوجه

شدیم که تصاویر مسجد ما به عنوان مرکز سرکوب اغتشاشگران و ایرال شده است» (م).  
فعال مسجد و عضو هیئت امناء).

- تخریب فضای خصوصی فعالان حوزه مسجد به دست مخالفان

یکی از نقاط منفی حضور در شبکه‌ها ورود مخالفان به حریم خصوصی فعالان و ایجاد چالش برای آنان است. در کنار فعالان، به دلیل بی‌مسئولیتی در فضای مجازی، اشخاصی که مخالف فعالیت مسجد هستند وارد حریم خصوصی حامیان و طرفداران (فالوئر) می‌شوند و نسبت به اظهار نظر آن‌ها واکنش‌های غیراخلاقی نشان می‌دهند. «در صفحه ما برخی مواقع افراد معلوم الحال به دنبال کنندگانمان توهین می‌کنند. به خانمی که در حمایت از پست حجاب ما کامنت گذاشت این قدر توهین کردند که ما مجبور شدیم کامنت را ببندیم و فرد هتاک را بلاک کنیم» (م فعال مسجد).

- ایجاد همبستگی اجتماعی کاذب بین کارگزاران مساجد

مسجد نهادی اجتماعی است که شبکه اجتماعی سنتی و قوی دارد و این شبکه نیازمند همبستگی بین فعالان و مسئولان و اعضای اصلی مسجد است. اساس این همبستگی ارتباطات انسانی رودررو است. شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم افزارهای پیام‌رسان اگرچه به صورت مجازی بین اعضای گروه‌های تلگرامی یا فالوئرهای بین فعالان مسجد وفاق ایجاد می‌کنند، اما این نوع از وفاق نمی‌تواند پایه قوی و محکمی برای فعالیت قدرتمند مسجد باشد. «کار در مسجد نیاز به همدلی و وفاق دارد که در فضای مجازی این وفاق شکل نمی‌گیرد، در مجازی فقط می‌شود برخی کارها را هماهنگ کرد، اما جایی برای یکدل شدن برای انجام مراسم‌های بزرگ مسجد نیست» (م. فعال دینی و عضو هیئت امناء).

- غلبه مشارکت مجازی بر مشارکت واقعی کارگزاران امور مساجد

در امتداد عارضه منفی ذکر شده، برخی از مصاحبه‌شوندگان که بیشتر استادان دانشگاه هستند، بر نقش منفی ایجاد مشارکت مجازی فعالان دینی در فضای مجازی به جای مشارکت واقعی تأکید دارند. «کار مسجد نیازمند همت واقعی است. با حرف زدن در مجازی که کاری پیش نمی‌رود. در دور هم جمع شدن و بسیج شدن است که کارها شکل می‌گیرد.» (م. استاد جامعه‌شناسی)

- درگیر شدن فعالان کانون‌های مساجد در فضای شبکه‌ها

یکی از نقاط ضعف که به آن اشاره شد این است که وقتی فعال امور مساجد درگیر شبکه‌های اجتماعی شود به همان اندازه از فضای واقعی دور می‌شود و از فعالیت اصلی

خود که رسیدگی به امور مسجد است دور می‌شود. «نمونه‌اش را داشتیم. از بس درگیر شبکه و اطلاع‌رسانی و کارهای این‌جوری در اینستاگرام شده بودند، از اصل کار خودشان که برنامه‌ریزی برای برنامه‌ها و مراسم بود دور شده بودند» (م. عضو هیئت‌امنا).

– سرریزی اطلاعات در حوزه دین و فرهنگ دینی و تربیتی

نقطه‌ضعف دیگر این است که وقتی حجم اطلاعات بسیار زیاد و متنوع در شبکه‌ها در مورد برنامه‌های امور مساجد به علاقه‌مندان این حوزه داده می‌شود آن‌ها توان سازماندهی و استفاده بهینه از آن اطلاعات را ندارند و در طولانی‌مدت باعث سرخوردگی و بی‌توجهی علاقه‌مندان به اخبار مساجد می‌شود.

«مدتی دو جوان خوش‌فکر به ما کمک می‌کردند. هر روز پست و متن و از این‌جور چیزها زیاد می‌گذاشتند. این‌قدر که روزی چهار تا پنج متن داشتیم، اما بعداً متوجه شدیم که وقتی تعداد متن‌ها و عکس‌های ما بالا رفت مردم کمتر آن‌ها رو می‌خوانند و از صفحه ما می‌گذشتند» (م. روحانی و فعال امور مساجد).

– احساس بی‌نیازی به حضور در مسجد

حضور فعال شهروندان در صفحات مجازی مربوط به مسجد، دسته و هیئت در درازمدت باعث بی‌تفاوتی مردم و بی‌نیازی آن‌ها برای حضور در مسجد می‌شود. به‌نوعی فرد احساس می‌کند که در این فضا می‌تواند سوگواری کند یا از برنامه‌های دینی فیض ببرد. «سال پیش متوجه شدیم وقتی همه برنامه‌های مداحی حاج ... را در اینستاگرام و روییکا پخش مستقیم می‌کنیم خیلی‌ها دیگر به مسجد نمی‌آیند و از طریق گوشی برنامه‌های ما رو دنبال می‌کنند. این شاید در نگاه اول خوب باشد، اما هدف این برنامه‌ها این است که مردم بیایند و در فضای ملکوتی مسجد فیض ببرند و در مسجد با حضور آن‌ها باز باشد. عزاداری از راه دور برای افرادی است که شرایط و موانع خاص دارند نه همه مردم» (م. روحانی مسجد).

– سلبریتی‌سازی در نهاد دینی

یکی از نقاط ضعف که مصاحبه‌شوندگان اشاره کردند سلبریتی‌سازی و شهرت‌سازی شبکه‌های اجتماعی برای برخی سخنران‌ها و مداحانی است که ارتباط عمیقی با اصول و مبانی دینی ندارند. افرادی که در فضای واقعی جایگاهی ندارند، اما به مدد فناوری‌های جدید یک چهره فعال مذهبی شناخته شده‌اند. «خیلی‌ها در اینستاگرام هستند که قشنگ مداحی می‌کنند و قشنگ سخنرانی می‌کنند، اما وقتی دقیق می‌شوی می‌بینی این‌ها اصول اولیه دین و مذهب را هم نمی‌شناسند. متأسفانه طرفدارهایی

هم پیدا کرده‌اند. این‌ها باعث می‌شوند که مردم از دین زده شوند و کمتر به مسجد بیایند» (م. روحانی و عضو هیئت‌امنا).

– ابزار خودنمایی و ارائه خود

از نقاط ضعف دیگری که مصاحبه‌شوندگان، به‌ویژه فعالان امور مساجد، بر آن تأکید داشتند، خودنمایی برخی از فعالان در قالب مداحی و سخنرانی در شبکه‌های مجازی است. شبکه‌ها ابزار خودنمایی برای برخی از این افراد شده‌اند. «به نظر فضای اینستاگرام بیشتر ابزاری شده است برای اینکه برخی از هم‌صنف‌های من در آن خودشان را نشان بدهند و نمایشی از خودشان داشته باشند. الان بعضی از فعالان قدیمی هم اسیر این نمایش شده‌اند» (م. مداح و فعال امور مساجد).

پ) فرصت‌ها

– ایجاد ارتباط با مخاطب جهانی

ویژگی فنی پوشش جهانی و گستره جغرافیایی وسیع شبکه‌های اجتماعی امکان مفیدی است برای تسهیل ارسال پیام فرهنگی و تربیتی مسجد به تمام جهان. «به مدد شبکه‌های اجتماعی، امروزه خیلی از برنامه‌های ما در سراسر جهان دیده می‌شود. ما از کانادا و اروپا طرفدارانی داریم که سخنرانی حاج آقا ... را دنبال می‌کنند؛ این یک موفقیت عالی است.» (م. فعال مسجد و عضو هیئت‌امنا)

– ضریب نفوذ بالای شبکه‌ها در ایران

ضریب نفوذ بالای کاربران در شبکه‌های اجتماعی یک فرصت برای برقراری ارتباط بین مسجد و بخش اعظمی از مردم است. «طبق آمار حدود پنجاه میلیون کاربر ایرانی عضو شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی هستند که این یک فرصت برای ترویج مکارم اخلاقی است. خیلی‌ها می‌توانند پامبری مجازی خودشان را داشته باشند» (م. استاد ارتباطات).

– تعدد و تنوع مخاطبان در شبکه‌ها

وجود مخاطبان متنوع و متکثر در شبکه‌ها و قابلیت دسترسی آسان به آن‌ها فرصت دیگری برای ایجاد فضا برای مسجد برخط است. «شبکه‌ها امکان دستیابی و ارتباط با گروه‌ها و افراد با ایده‌ها و سلاقی مختلف را می‌دهد. این فضای مناسبی برای فعالان دینی برای ارشاد است» (م. استاد ارتباطات).

– هزینه پایین فعالیت در شبکه‌ها و نرم‌افزارها

با توجه به اینکه امروزه یکی از چالش‌های مساجد تأمین منابع مالی است شبکه‌ها این امکان را فراهم می‌کنند که با هزینه اندک به ترویج و تبلیغ برنامه‌های مساجد

پرداخت. «استفاده از شبکه‌ها در مقایسه با رسانه‌های قبل از خودشان هزینه اندک آن‌ها ست که این برای مساجد که منابع مالی پایدار ندارند، خیلی اهمیت دارد» (م. استاد جامعه‌شناسی فرهنگی).

– اقتناع شبکه‌ای علاقه‌مندان به دین

ویژگی تعاملی بودن شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای اقتناع علاقه‌مندان به موضوعات دینی از سوی فعالان مساجد است. فضای گفت‌وگو در این شبکه‌ها محملی برای حضور قوی ارکان مساجد در تبلیغ دین است. «رویکرد تعاملی شبکه‌ها باعث درگیر شدن علاقه‌مندان به موضوعات دینی و خیرین و حامیان مالی می‌شود. ما از ظرفیت این گروه‌های مجازی باید استفاده کنیم» (م. فعال دینی و استاد دانشگاه).

– دسته‌بندی اعضای شبکه

نتایج مصاحبه نشان می‌دهد، از دیگر فرصت‌هایی که شبکه‌های اجتماعی به مسئولان مساجد می‌دهد امکان دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل فالوورها است. فناوری‌ها به دلیل توانایی در ذخیره‌سازی کنش‌های برخط این امکان را به فعالان و برنامه‌ریزان امور مساجد می‌دهد که به بررسی آماری و دموگرافی حامیان مجازی و سلاقی آن‌ها بپردازند و براساس آن برنامه‌ریزی فرهنگی را انجام دهند. «در کمپین‌ها می‌توان اطلاعات به‌دست‌آمده از افرادی که آن‌ها را دنبال می‌کنند، تجزیه و تحلیل و طرفداران و هم‌فکران را دسته‌بندی کرد» (م. استاد سیاست‌گذاری فرهنگی).

– آرشیو و ذخیره‌سازی اطلاعات برنامه‌های برگزار شده

قابلیت ذخیره‌سازی و آرشیو‌سازی برنامه‌های قبلی و اطلاعات جدید در شبکه‌های اجتماعی از فرصت‌های دیگر شبکه‌های اجتماعی برای مساجد است. «الان ما در صفحه‌مان در روبیکا آرشیو همه برنامه‌های محرم سال گذشته را داریم، حتی برنامه‌های پارسال را هم بچه‌ها بارگذاری کردند. خدا رحمت کند حاج‌آقا... را، الان بخواهی سخنرانی‌اش را گوش کنید این امکان هست» (م. فعال دینی و هیئت‌امنا).

– ایجاد پایگاه اطلاعات دینی و تربیتی

یکی از نقاط فرصت استفاده مساجد از شبکه‌های اجتماعی وجود یک پایگاه داده از برنامه‌ها، نشست‌ها، سخنرانی‌ها و عزاداری‌هایی است که باعث می‌شود تا کاربران اطلاعات دینی، مذهبی و فرهنگی اجتماعی خود را از آن طریق دریافت و حتی با دوستان خود به اشتراک بگذارند. «الان چند مسجد و حسینیه می‌شناسم که صفحات مجازی آن‌ها خودش یک دوره کامل تربیتی و معرفتی است. خدا رحمت کند حاج‌آقا... را، قبلاً

ما باید می‌رفتیم مهدیه پای حرف‌هایش، اما الان شما سخنرانی هرکسی را بخواهید در صفحات مجازی مسجد یا حسینیه‌اش در دسترس است» (م. فعال دینی و هیئت‌امنا).

– امکان‌گفت‌وگو و ارتباط با مسئولان مساجد دیگر

یکی از فرصت‌ها امکان برقراری ارتباط با فعالان مساجد دیگر در سطح شهر، کشور و حتی جهانی و گفت‌وگو درخصوص موضوعات مشابه است. به‌زعم مصاحبه‌شوندگان با طرح این موضوع در شبکه‌ها و بحث در مورد آن، اجماع برای حل آن موضوع بیشتر می‌شود و اعضا نسبت به آن موضوع حساس‌تر می‌شوند. «یکی از اتفاق‌های خوب این است که ما از برنامه‌های یکدیگر باخبریم و از هم الگو می‌گیریم. من الان می‌دانم برنامه‌های مسجد ارگ چیست و برنامه‌های فرهنگی مسجد قبا چیست. حتی برنامه‌های یکی دو مسجد برجسته قم و اصفهان را نیز پیگیری می‌کنم با آن‌ها در ارتباطم» (م. فعال امور مساجد).

#### ت) تهدیدها

– ترویج خرافات دینی از طریق شبکه‌ها

یکی از نقاط تهدیدی که مصاحبه‌شوندگان به آن اشاره داشتند این است که فضای شبکه‌ها بستری برای ترویج مباحث الحادی و خرافات دینی و شیوع فرقه‌های ضاله است که چالش‌های این‌ها کار مساجد را سخت‌تر می‌کند و مساجد مجبورند برای مبارزه با آن‌ها هزینه معنوی، مادی و زمانی زیادی صرف کنند.

– ترویج نظاره‌گری به‌جای کنشگری

از تهدیدهایی که مصاحبه‌شوندگان در مصاحبه‌های خود بر آن تأکید داشتند روح نظاره‌گری یا اسلکتیویسم در فضای شبکه‌ای ایران به‌جای روح کنشگری است. شبکه‌ها باعث رخوت و نظاره‌گری هم‌فعالان و هم مردم برای شرکت در مراسم‌ها و برنامه‌های مساجد می‌شوند. «ما در فضای مجازی ایران شاهد ترویج اسلکتیویسم در مقابل اکتیویسم هستیم با این روحیه، تحقق فعالیت خیلی قوی و قدرتمند دینی به کمک این رسانه‌ها کمی سخت است» (م. استاد ارتباطات).

– طرح و ایجاد مطالبات کاذب

یکی از تهدیدهایی که مصاحبه‌شوندگان بر آن تأکید دارند، ایجاد مطالبات کاذب و غیرواقعی از سوی برخی از کاربران معارض و حتی مؤسسات به‌ظاهر دینی و سمن‌های خیریه‌ای هستند. این خواسته‌ها در درازمدت باعث تخریب فعالیت‌های درست و بجای مساجد می‌شود. «ما این روزها شاهد پویش‌ها و چالش‌هایی در شبکه‌ها از سوی

راهبردهای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در [...] ۱

برخی به‌ظاهر فعال مذهبی و دینی هستیم که خیلی از آن‌ها جعلی و کاذب هستند. از این طریق مردم را گول می‌زنند و به اسم‌های قشنگ، حمایت‌های مالی فراوان جلب می‌کنند» (م. فعال امور مساجد).

#### – کلاهبرداری مجازی

یکی از تهدیدها امکان سوءاستفاده و کلاهبرداری برخی فرصت‌طلبان در فضای مجازی از نام مساجد و کانون‌های وابسته به مساجد است. «بارها شاهد شماره حساب‌ها و شماره کارت‌های فراوانی در گروه‌ها و صفحات شبکه‌ها به اسم مسجد ما یا مسجدهای دیگری که با آن‌ها در ارتباطیم بودیم. وقتی که بررسی می‌کنیم می‌بینیم به اسم کانون مسجد به کلاهبرداری و اخذ پول دست می‌زنند» (م. فعال دینی و عضو هیئت امنای مسجد).

#### – اعتیاد مجازی فعالان امور مساجد

نتایج مصاحبه نشان می‌دهد که برخی از مصاحبه‌شوندگان اعتیاد مجازی و وابستگی زیاد برخی فعالان امور مسجد را از چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌دانند. آنان معتقدند درگیر شدن و وابستگی زیاد در فضای مجازی باعث اعتیاد فرد به فضای مجازی و شبکه‌ها و دوری وی از فعالیت و برنامه‌های دینی و تربیتی مسجد می‌شود. «یکی از عارضه‌هایی که من در بین برخی از فعالان جوان مسجد می‌بینم، وابستگی و درگیری زیادشان با گوشی و حضور در نت است که در برخی موارد باعث کم‌کاری و سهل‌انگاری‌شان در کاری که به آن‌ها سپرده‌ایم می‌شود» (م. فعال دینی عضو هیئت امنای مسجد).

#### – تضعیف نهاد خانواده

مصاحبه‌شوندگان گسترش این شبکه‌های اجتماعی را به‌نوعی تهدیدی برای خانواده‌ها و همچنین حضور کم‌رنگ آنان در مساجد اعلام کرده‌اند. «اگر فضاهای مجازی به‌درستی مورد استفاده قرار نگیرند، آن‌ها می‌توانند ارزش‌های بنیادین جامعه را به باد فدا بدهند و موجب تغییر نگرش در نسل جوان و آینده‌شوند و هزینه‌هایش را باید مسجد پرداخت کند.» (م. استاد ارتباطات)

## ۲. ترسیم ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی IFE و عوامل خارجی EFE

در این مرحله اهمیت نقاط قوت و ضعف و احتمال وقوع فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی برای مسجد با کمک نظرات نخبگان مشخص می‌شود. با کمک مصاحبه، پرسش‌نامه کارت سفید ضریب اهمیت و احتمال هریک از عناصر تعیین

می‌شود و در نهایت خروجی اطلاعات به دست آمده در ماتریس ارزیابی و عوامل داخلی IFE و خارجی EFE نمایش داده می‌شود. ماتریس IFE علاوه بر بیان نقاط قوت و ضعف بیانگر ضریب اهمیت، وزن یا رتبه هر عامل قوت و ضعف و نمره آن عوامل است. میزان اهمیت در این پژوهش به صورت طیف لیکرت در پیوستار پنج درجه‌ای خیلی کم (۱)، کم (۲)، متوسط (۳)، زیاد (۴) و خیلی زیاد (۵) به دست آمده است. داده‌ها وارد نرم افزار SPSS شده است و همبستگی نظرات محاسبه و بر اساس آن‌ها وزن هریک از نقاط یا گویه مشخص شد. در نهایت برای کسب نمره هریک از عوامل یا گویه میزان اهمیت در وزن ضرب شد. بر اساس نمره به دست آمده، نقاط قوت و ضعف برای ورود به ماتریس SWOT از نمره یا امتیاز بالا به پایین تنظیم شدند.

جدول ۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی قوت ضعف (IFE)

ردیف	عوامل (گویه)	میزان اهمیت	وزن نظرات پاسخ‌گویان	نمره (اهمیت × رتبه)
S1	انتشار اخبار و اطلاع‌رسانی در خصوص برنامه‌های مذهبی، تربیتی و فرهنگی مساجد	۵	۰/۰۸	۰/۴
S2	تقویت شبکه‌سازی در بین فعالان مساجد و مراجعه‌کنندگان به مسجد	۴	۰/۰۵	۰/۲
S3	تأمین محتوای دینی با توجه به فرهنگ ایرانی اسلامی	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
S4	تقویت ارتباط میان فردی بین فعالان مساجد، اعضای هیئت‌امنا و ...	۵	۰/۰۶	۰/۳
S5	ایجاد مشارکت و بسیج‌سازی بین علاقه‌مندان به فعالیت‌های مساجد	۳	۰/۰۴	۰/۱۲
S6	فعالیت آموزشی در راستای برنامه‌های مسجد	۵	۰/۰۷	۰/۳۵
S7	فعالیت تبلیغاتی و تبلیغی مسجد و برنامه‌های آن	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
S8	جریان‌سازی موضوعات حول فعالیت مساجد	۳	۰/۰۳	۰/۰۹
S9	پویش و کمپین‌سازی برنامه‌های مسجد	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
S10	ارزیابی افکار کاربران عضو شبکه‌های مساجد	۵	۰/۰۶	۰/۳

راهنمای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در [...]

ردیف	عوامل (گویه)	میزان اهمیت	وزن نظرات پاسخ‌گویان	نمره (اهمیت × رتبه)
W1	انتشار اخبار جعلی، منفی و شایعه در خصوص برنامه‌های مسجد	۴	۰/۰۷	۰/۲۸
W2	تخریب فضای خصوصی کارگزاران امور مسجد از سوی مخالفان	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
W3	نبود یک برنامه سازمان‌دهی شده در زمینه مذهبی	۳	۰/۰۶	۰/۱۸
W4	ایجاد همبستگی اجتماعی کاذب بین کارگزاران مساجد	۵	۰/۰۶	۰/۳
W5	غلبه مشارکت مجازی بر مشارکت واقعی بین کارگزاران امور مساجد	۵	۰/۰۸	۰/۴
W6	احساس بی‌نیازی فعالان مساجد به حضور در مسجد و ترجیح حضور مجازی در شبکه‌های اجتماعی	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
W7	درگیر شدن فعالان کانون‌های مساجد در فضای شبکه‌ها	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
W8	سرریزی اطلاعات در حوزه دین و فرهنگ دینی تربیتی	۳	۰/۰۶	۰/۱۸
W9	سلبیریتی‌سازی در نهاد دینی و گرایش به شهره‌شدن چهره‌های دینی در فضای مجازی	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
W10	ابزار خودنمایی و ارائه خود فعالان امور مساجد در شبکه‌ها	۳	۰/۰۵	۰/۱۵

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی فرصت تهدید (EFE)

ردیف	عوامل (گویه)	احتمال وقوع	وزن نظرات پاسخ‌گویان	نمره (اهمیت × رتبه)
O1	ایجاد ارتباط با مخاطب جهانی و جهانی‌سازی فعالیت دینی مسجد	۵	۰/۰۸	۰/۴
O2	ضریب نفوذ بالای شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران ایرانی	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
O3	تعدد و تنوع مخاطبان در شبکه‌ها	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
O4	هزینه پایین فعالیت در شبکه‌ها و نرم‌افزارها	۵	۰/۰۶	۰/۳
O5	اقناع شبکه‌ای علاقه‌مندان به حوزه دین و فرهنگ تربیتی و دینی	۵	۰/۰۸	۰/۴

ردیف	عوامل (گویه)	احتمال وقوع	وزن نظرات پاسخ‌گویان	نمره (اهمیت × رتبه)
O6	دسته‌بندی کاربران شبکه جهت برنامه‌ریزی بهتر	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
O7	آرشیوسازی و ذخیره‌سازی اطلاعات برنامه‌های برگزار شده	۲	۰/۰۳	۰/۰۶
O8	امکان گفت‌وگو و ارتباط با مسئولان مساجد دیگر	۵	۰/۰۷	۰/۳۵
O9	ایجاد پایگاه اطلاعات دینی و تربیتی	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
O10	تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت حمایت دین از سوی مسئولان امور مساجد و سازمان تبلیغات اسلامی	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
T1	ترویج خرافات دینی از طریق شبکه‌ها	۴	۰/۰۷	۰/۲۸
T2	ترویج نظاره‌گری به‌جای کنشگری	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
T3	طرح و ایجاد مطالبات کاذب	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
T4	کلاهبرداری مجازی	۴	۰/۰۶	۰/۲۴
T5	اعتیاد مجازی فعالان امور مساجد	۳	۰/۰۵	۰/۱۵
T6	تضعیف نهاد خانواده	۵	۰/۰۶	۰/۳
T7	وجود شبکه‌های مساجد خارج از کشور در راستای اختلافات مذهبی شیعه و سنی	۵	۰/۰۷	۰/۳۵

بر اساس جدول فوق می‌توان مهم‌ترین نقطه‌قوت و ضعف استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی را در مساجد ایران به ترتیب اهمیت به شرح ذیل در جدول اولویت‌بندی ارزیابی عوامل داخلی آورد.

جدول ۴. فهرست نقاط قوت و ضعف براساس بیشترین تا کمترین امتیاز

نقاط قوت مرتب‌شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز	نقاط ضعف مرتب‌شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز
انتشار اخبار و اطلاع‌رسانی در خصوص برنامه‌های مذهبی، تربیتی و فرهنگی مساجد	انتشار اخبار جعلی و اخبار منفی و شایعه در خصوص برنامه‌های مسجد
فعالیت آموزشی در راستای برنامه‌های مسجد	احساس بی‌نیازی فعالان مساجد به حضور در مسجد و ترجیح حضور مجازی در شبکه‌های اجتماعی
تقویت ارتباط میان‌فردی بین فعالان مساجد، اعضای هیئت‌امنا و ...	غلبه مشارکت مجازی بر مشارکت واقعی بین کارگزاران امور مساجد
ارزیابی افکار کاربران عضو شبکه‌های مساجد	سلبریتی‌سازی در نهاد دینی و گرایش به شهره‌شدن چهره‌های دینی در فضای مجازی
تأمین محتوای دنی با توجه به فرهنگ ایرانی اسلامی	نبود یک برنامه سازماندهی شده درزمینه مذهبی
فعالیت تبلیغاتی و تبلیغی مسجد و برنامه‌های آن	سرریزی اطلاعات در حوزه دین و فرهنگ دینی تربیتی
پوش و کمپین‌سازی برنامه‌های مسجد	تخریب فضای خصوصی کارگزاران امور مسجد توسط مخالفان
تقویت شبکه‌سازی در بین فعالان مساجد و مراجعه‌کنندگان به مسجد	درگیر شدن فعالان کانون‌های مساجد در فضای شبکه‌ها
ایجاد مشارکت و بسیج‌سازی بین علاقه‌مندان به فعالیت‌های مساجد	ابزار خودنمایی و ارائه خود فعالان امور مساجد در شبکه‌ها
جریان‌سازی موضوعات حول فعالیت مساجد	ایجاد همبستگی اجتماعی کاذب بین کارگزاران مساجد

براساس جدول شماره (۳) می‌توان مهم‌ترین نقطه فرصت و تهدید استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مساجد ایران را به ترتیب اهمیت به شرح ذیل در جدول اولویت‌بندی ارزیابی عوامل خارجی آورد.

جدول شماره (5) فهرست فرصت و تهدید براساس امتیاز پاسخ‌گویان

نقاط تهدید مرتب‌شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز	نقاط فرصت مرتب‌شده براساس بیشترین تا کمترین امتیاز
وجود شبکه‌های مساجد خارج از کشور در راستای اختلافات مذهبی شیعه و سنی	ایجاد ارتباط با مخاطب جهانی و جهانی‌سازی فعالیت دینی مسجد
ترویج خرافات دینی از طریق شبکه‌ها	افتتاح شبکه‌های علاقه‌مندان به حوزه دین و فرهنگ تربیتی و دینی
تضعیف نهاد خانواده	امکان گفت‌وگو و ارتباط با مسئولان مساجد دیگر
ترویج نظاره‌گری به‌جای کنشگری	هزینه پایین فعالیت در شبکه‌ها و نرم‌افزارها
کلاهبرداری مجازی	تعدد و تنوع مخاطبان در شبکه‌ها
طرح و ایجاد مطالبات کاذب	تأسیس و راه‌اندازی شبکه‌ها/رسانه‌های اجتماعی بومی با محوریت حمایت دین توسط مسئولان امور مساجد و سازمان تبلیغات اسلامی
اعتیاد مجازی فعالان امور مساجد	ضریب نفوذ بالا شبکه‌های اجتماعی در بین کاربران ایرانی
	دسته‌بندی کاربران شبکه جهت برنامه‌ریزی بهتر
	آرشیوسازی و ذخیره‌سازی اطلاعات برنامه‌های برگزار شده
	ایجاد پایگاه اطلاعات دینی و تربیتی

### ۳. راهبردهای عملیاتی swot برای استفاده از شبکه اجتماعی مجازی در مساجد

#### ایران

برای ارائه راهبردهای استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در مساجد ایران از ماتریس swot استفاده می‌شود. در این مرحله به تدوین و ساخت راهبردها براساس عناصر چهارگانه قوت، ضعف، فرصت و تهدید پرداخته می‌شود، به گونه‌ای که نقاط چهارگانه شناسایی شده و مرتب‌شده به کمک ماتریس عملیاتی راهبردهای چهارگانه قوت فرصت (SO)، راهبرد قوت تهدید (ST)، راهبرد ضعف فرصت (WO) و راهبردهای ضعف تهدید (WT) ارائه می‌شود.

راهنماهای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی مجازی در [...]

جدول ۶. راهنماهای عملیاتی SWOT برای استفاده شبکه‌های اجتماعی مجازی در مساجد ایران

راهنماهای wo	راهنماهای so
Wo1: آموزش سواد رسانه‌ای و فناوری به کارگزاران مساجد از امام جماعت تا فعالان کانون‌های فرهنگی جهت استفاده هدفمند و صحیح از شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای جایگاه مسجد محله	So1: هم‌افزایی کانون‌های مساجد با دیگر دستگاه‌ها، به‌ویژه آموزش و پرورش و آموزش عالی، جهت ترغیب جوانان به تولید محتوای دینی
Wo2: تقویت نقش راهنمایی و نظارت کارگزاران مساجد جهت ترغیب کاربران به استفاده از شبکه بومی تربیتی و تبلیغی مساجد ایران	So2: حمایت همه‌جانبه دولت از راه‌اندازی شبکه‌های بومی تخصصی مسجد متناسب با کارکردها و وظایف تربیتی و تبلیغی مساجد ایران
Wo3: طراحی سامانه فیلترینگ هوشمند در نظارت بر محتواهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه انتشار مباحث دینی و مذهبی، اخلاقی و تربیتی	So3: مکانیزم‌های تشویقی جهت تولید و ارائه محتواها و تصاویر مناسب از رویکردهای دینی برای مساجد ایران و ایجاد رقابت بین مساجد
Wo4: طراحی مرکز تولید محتوای دینی، تربیتی و فرهنگی در سازمان‌های که متولی مساجد هستند	So4: تأسیس پایگاه اطلاعاتی قوی از موضوعات دینی، مذهبی و تربیتی و تبلیغی جهت انتشار کارگزاران مساجد
Wo5: افزایش سواد ارتباطی و رسانه‌ای کاربران در میزان و نوع استفاده از شبکه بومی، تولید محتواهای دینی، مصرف محتوای دینی، برخورد مسئولانه در قبال پیام‌های خاكستری و سیاه و تخریب دین و رواج شبهات در شبکه‌ها	So5: هماهنگی بین سازمان‌های متولی امور مساجد جهت تولید محتوا با مختصات ارزش‌های اسلامی ایرانی و ارائه آن به فعالان مساجد
Wo6: حضور فعالانه دولت و مسئولان نهادهای تأثیرگذار جهت استفاده بهینه از ظرفیت شبکه‌ها برای تبلیغ دین از طریق آموزش، قانون‌گذاری، نظارت و انتشار و اطلاع‌رسانی نحوه استفاده صحیح از این فناوری برای تبلیغ دین	So6: حمایت از توسعه فضای مجازی فناوری محیط مساجد و ایجاد مسجد مبتنی بر وب ۲ در کنار مسجد اصلی در محلات
Wo7: همکاری حوزه‌های علمیه در تربیت طلاب متعهد برای پاسخ‌گویی به سؤالات و شبهات دینی در شبکه‌های مجازی به‌ویژه شبکه‌های داخلی	So7: رتبه‌بندی مساجد فعال در تولید محتوای مناسب مردم و ایجاد زیرساخت مناسب برای تهیه و انتشار محتوای دینی تربیتی و تبلیغی
Wo8: برگزاری دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای به‌وسیله کانون‌های فرهنگی و پایگاه‌های بسیج مساجد برای اهالی محله جهت تقویت دانش رسانه‌ای آن‌ها جهت انتشار پیام‌های صحیح در فضای مجازی و پرهیز از انتشار اخبار جعلی	So8: ایجاد زیرساخت‌های فنی، نرم‌افزاری برای تولید محتوای تربیتی و فرهنگی کانون‌های فرهنگی و بسیج مساجد از سوی سازمان‌های متولی مساجد
	So9: جذب جوانان و نوجوانان فعال در حوزه شبکه‌های اجتماعی و هدایت و آموزش آن توسط سازمان‌های متولی تولید محتواهای مساجد

راهبردهای WT	راهبردهای ST
WT۱: ایجاد محدودیت قانونی، فنی و فرهنگ سازی جهت ترویج مباحث غیردینی به وسیله کاربران معارض با مساجد و دین (فیلترینگ هوشمند)	ST۱: برنامه ریزی مناسب برای اطلاع رسانی سریع و راحت رویدادها و برنامه های مسجد جهت آشنایی علاقه مندان و مبارزه با معارضان
WT۲: دقت کاربران در حفظ حریم خصوصی، اطلاعات ارسالی و دریافتی در شبکه های اجتماعی که صاحبان آن خارجی و سرور آن در خارج از کشور مستقر است	ST۲: ایجاد زیرساخت حقوقی، مالی و تسهیلاتی برای سازمان های فرهنگی و دینی برای آموزش کاربران برای تولید و مصرف محتوای دینی در شبکه های اجتماعی داخلی
WT۳: خودارزیابی و خودکنترلی کاربران در انتشار و بازنشر محتواهایی ضد دین یا شبهات معطل که دیگران برای وی ارسال می کنند	ST۳: ایجاد نهادی برای رصد محتوای مطالب مشکوک در حوزه دین، مذهب و منافع و مصالح کشور یا توانمندسازی پلیس فتا در این زمینه جهت جلوگیری از سوءاستفادکنندگان در این زمینه
WT۴: ایجاد محدودیت در استفاده شبکه های معارض دین و برخورداری از امنیت و مدیریت یکپارچه و استفاده حداکثری از فناوری داخلی	ST۴: درگیرسازی بخش خصوصی و شرکت های دانش بنیان با کمک دانشگاه ها برای توسعه برنامه های نرم افزاری شبکه های تخصصی در حوزه مسجد و همچنین تولید محتوای آن
WT۵: محدودیت استفاده از شبکه های خارجی به وسیله خانواده، دسته بندی شبکه ها برای استفاده، دسته بندی مخاطبان، کنترل و نظارت و استفاده در کنار خانواده	ST۵: استفاده از ظرفیت و امکانات دستگاه های فرهنگی برای معرفی و برندسازی محتوای تبلیغی دینی با هدف جذب مخاطب
WT۶: پرهیز از محتواهای اختلاف برانگیز قومی، نژادی، طبقه ای، مذهبی و دینی به وسیله ائمه جماعات و تولیدکنندگان محتوای شبکه های مجازی جهت سوءاستفاده دشمنان	ST۶: ایجاد حساسیت در مسئولان و مدیران امور مساجد از طریق آشنایی مسئولان با ظرفیت ها و آسیب های فضای مجازی و شبکه ها جهت تصمیم گیری صحیح برای استفاده از شبکه های اجتماعی بومی در مساجد
	STV: حضور مسئولان و فعال نهادها و مراکز دینی، عالمان و اندیشمندان دینی در فضای مجازی جهت پاسخ گویی به شبهات و شناسایی انحرافات و مبارزه با آن در این فضا و شبکه و تولید محتوای غنی در معرفی دین اسلام و مذهب تشیع

#### ۴. تعیین راهبرد اصلی براساس ماتریس SPACE

مرحله چهارم تعیین راهبرد مرجح و کلی است. با توجه به راهبردهای تعیین شده،

حال با کمک جدول ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی و خارجی فوق برای تعیین و سنجش فاصله اهمیت و ارزیابی موقعیت و نوع استراتژی (تهاجمی، تدافعی، بازنگری و تنوع‌بخشی) از ماتریس SPACE استفاده می‌شود. این ماتریس کمک می‌کند تا سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان حوزه مسجد در خصوص استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی برای مساجد تصمیم بگیرند استراتژی خود را چگونه طراحی کنند؟

حاصل جمع نمرات عوامل داخلی:  $3/61$  بر روی محور X‌های محور مختصات.

حاصل جمع نمرات عوامل خارجی:  $3/33$  بر روی محور Y‌های محور مختصات.

با توجه به جمع نمرات عوامل داخلی و عوامل خارجی و ورود آن به محور مختصات و محل تلاقی این دو محور نشان می‌دهد که راهبرد مرجع و کلی تهاجمی است. این راهبرد نشان از استفاده شبکه‌های اجتماعی برای گسترش برنامه‌های تبلیغی و ارتباطی مسجد با تأکید بر نقاط قوت و فرصت و کنترل و تحدید نقاط ضعف و تهدید دارد.

#### ۵. اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و بهینه‌چهارگانه بر اساس ماتریس QSPM

با توجه به اینکه راهبردها متنوع و زیاد هستند و سیاست‌گذار و برنامه‌ریز امکان برنامه‌ریزی و اجرای همه را ندارد از ماتریس QSPM برای انتخاب مهم‌ترین و بهینه‌ترین راهبرد با توجه به شرایط موجود استفاده می‌شود. این ماتریس کمک می‌کند مهم‌ترین و مطلوب‌ترین راهبرد برای استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مساجد ایران انتخاب و اولویت‌بندی شوند. در این مرحله بر اساس راهبردهای چهارگانه به‌دست‌آمده در جدول فوق به اولویت‌بندی راهبردهای منتخب و انتخاب راهبردهای بهینه برای استفاده شبکه‌های اجتماعی در مساجد ایران پرداخته می‌شود. برای ارزیابی و اولویت‌بندی راهبردهای منتخب از ماتریس QSPM استفاده می‌شود. از طریق این ماتریس راهبردهای بهینه انتخاب می‌شوند. این ماتریس، جذابیت نسبی هر یک از راهبردها را بر اساس وزن یا میزان همبستگی نظرات پاسخ‌گویان که قبلاً در جدول ارزیابی عوامل داخلی و خارجی بر اساس میزان همبستگی نظرات پاسخ‌گویان به‌دست‌آمده است و میزان جذابیت یا اهمیت هر راهبرد از سوی پاسخ‌گویان از بین یک تا چهار (یک بی‌اهمیت؛ دو اهمیت کم؛ سه اهمیت متوسط و چهار اهمیت زیاد) محاسبه شد. با توجه به طولانی بودن بخشی از جدول آورده شد. همان‌طور که در بخش قبلی مختصات نشان داد که راهبرد اصلی به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی مجازی در مساجد که راهبرد تهاجمی بوده است راهبردهای منتخب بر اساس

ماتریس QSPM به ترتیب زیر است:

جدول ۷. جدول ماتریس انتخاب راهبرد بهینه

عوامل	وزن	SO1		SO2		SO3		SO4		SO5		SO6		SO7	
		نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل
S1	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	۴	۰/۳۲	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶	۳	۰/۲۴
S2	۰/۰۵	۴	۰/۲	۳	۰/۱۵	۴	۰/۲	۳	۰/۱۵	۲	۰/۱	۳	۰/۱۵	۴	۰/۲
S3	۰/۰۶	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸
S4	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۴	۰/۲۴
S5	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۴	۰/۱۶	۳	۰/۱۲	۳	۰/۱۲	۱	۰/۰۴	۳	۰/۱۲	۴	۰/۱۶
S6	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱	۲	۰/۱۴	۴	۰/۲۸	۲	۰/۱۴	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱
S7	۰/۰۶	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۴	۰/۲۴
S8	۰/۰۳	۴	۰/۱۲	۳	۰/۰۹	۴	۰/۱۲	۳	۰/۰۹	۳	۰/۰۹	۲	۰/۰۶	۳	۰/۰۹
S9	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۲	۰/۱۲	۲	۰/۱۲	۴	۰/۲۴
S10	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱	۲	۰/۱۴	۴	۰/۲۸	۲	۰/۱۴	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱
W1	۰/۰۷	۲	۰/۱۶	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷
W2	۰/۰۵	۴	۰/۲	۱	۰/۰۵	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۳	۰/۱۵	۳	۰/۱۵	۴	۰/۲
W3	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۴	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۴	۰/۲۴
W4	۰/۰۶	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۱	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
W5	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	۳	۰/۲۴	۱	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶
W6	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۴	۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۰۸	۳	۰/۰۸	۲	۰/۰۴
O1	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	۴	۰/۲۸	۴	۰/۲۸	۳	۰/۲۱	۳	۰/۲۱	۲	۰/۱۴	۱	۰/۰۷
O2	۰/۰۵	۲	۰/۱	۲	۰/۱	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۳	۰/۱۵	۲	۰/۱
O3	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸
O4	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۱	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۱	۰/۰۶
O5	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	۳	۰/۲۴	۴	۰/۳۲	۲	۰/۱۶	۳	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۶
O6	۰/۰۵	۴	۰/۲	۲	۰/۱	۳	۰/۱۵	۳	۰/۱۵	۴	۰/۲	۴	۰/۲	۲	۰/۱
O7	۰/۰۳	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۳	۰/۰۹	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	۳	۰/۰۹	۴	۰/۱۲
O8	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۴	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸
O9	۰/۰۴	۴	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۳	۰/۰۴	۱	۰/۱۲	۱	۰/۰۴
O10	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	۳	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۴	۰/۲۴	۳	۰/۲۴	۲	۰/۱۲	۳	۰/۱۸
T1	۰/۰۷	۳	۰/۲۱	۱	۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴	۱	۰/۰۷

SO7		SO6		SO5		SO4		SO3		SO2		SO1		وزن	عوامل
نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت	نمره کل	نمره جذابیت		
۰/۰۶	۱	۰/۱۲	۲	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	۱	۰/۲۴	۴	۰/۱۸	۳	۰/۰۶	T2
۰/۱۵	۳	۰/۲	۴	۰/۱۵	۳	۰/۱	۲	۰/۱	۲	۰/۰۵	۱	۰/۱۵	۳	۰/۰۵	T3
۰/۱۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	T4
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۲	۴	۰/۱۵	۳	۰/۱	۲	۰/۱۵	۳	۰/۱	۲	۰/۰۵	T5
۰/۱۸	۳	۰/۱۲	۲	۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۱۸	۳	۰/۱۸	۳	۰/۲۴	۴	۰/۰۶	T6
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	۱	۰/۲	۴	۰/۱۵	۳	۰/۱	۲	۰/۱۵	۳	۰/۱	۲	۰/۰۵	T7
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۱۶	۲	۰/۱۶	۴	۰/۰۴	T8
۴/۶		۳/۹۶		۴/۳۱		۴/۰۲		۴/۵۲		۴/۷		۵/۵۶		جمع	

- حمایت همه‌جانبه دولت از راه‌اندازی شبکه‌های بومی تخصصی مسجد متناسب با کارکردها و وظایف تربیتی و تبلیغی مساجد ایران.
- ایجاد زیرساخت‌های فنی و نرم‌افزاری برای تولید محتوای تربیتی و فرهنگی کانون‌های فرهنگی و بسیج مساجد از سوی سازمان‌های متولی مساجد.
- هماهنگی بین سازمان‌های متولی امور مساجد جهت تولید محتوا با مختصات ارزش‌های اسلامی ایرانی و ارائه آن به فعالان مساجد.
- حمایت از توسعه فضای مجازی فناوری محیط مساجد و ایجاد مسجد مبتنی بر وب ۲ در کنار مسجد اصلی در محلات.
- آموزش سواد رسانه‌ای و فناوری به کارگزاران مساجد از امام‌جماعت تا فعالان کانون‌های فرهنگی جهت استفاده هدفمند و صحیح از شبکه‌های اجتماعی برای ارتقای جایگاه مسجد محله.
- جذب جوانان و نوجوانان فعال در حوزه شبکه‌های اجتماعی و هدایت و آموزش آن توسط سازمان‌های متولی تولید محتواهای مساجد.
- برگزاری دوره‌های آموزشی سواد رسانه‌ای به وسیله کانون‌های فرهنگی و پایگاه‌های بسیج مساجد برای اهالی محله جهت تقویت دانش رسانه‌ای آن‌ها جهت انتشار پیام‌های صحیح در فضای مجازی و پرهیز از انتشار اخبار جعلی.
- پرهیز از محتواهای اختلاف‌برانگیز قومی، نژادی، طبقه‌ای، مذهبی و دینی از سوی ائمه جماعات و تولیدکنندگان محتوای شبکه‌های مجازی جهت سوءاستفاده دشمنان.

- طراحی سامانه فیلترینگ هوشمند در نظارت بر محتوای شبکه‌های اجتماعی در حوزه انتشار مباحث دینی و مذهبی، اخلاقی و تربیتی.
- درگیرسازی بخش خصوصی و شرکت‌های دانش‌بنیان با کمک دانشگاه‌ها برای توسعه برنامه‌های نرم‌افزاری شبکه‌های تخصصی در حوزه مسجد و همچنین تولید محتوای آن.

## نتیجه‌گیری

همان‌طور که بری ولمن و لی رینی (۲۰۱۲) در نظریه جامعه شبکه‌ای شده بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی مجازی با تقویت پیوندهای ضعیف می‌توانند باعث تقویت شبکه‌های اجتماعی واقعی شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث تقویت شبکه اجتماعی سنتی مسجد می‌شود؛ اما این امر نیازمند شناخت دقیق از نقاط قوت، ضعف و فرصت و تهدید این شبکه‌ها برای مسجد است. با یک آسیب‌شناسی درست و به هنگام می‌توان از ظرفیت این رسانه‌های نوظهور در اعتلای فعالیت‌های تبلیغی و رسانه‌ای مسجد استفاده کرد. همان‌طور که مطالعات استنلی و ویور (۲۰۱۳)، رینی (۲۰۱۴) و زینب توفیکچی (۲۰۱۷) در رویکرد عمل‌گرایانه به این دست یافتند که شبکه‌های اجتماعی مجازی در هر نظام اجتماعی فرصت‌ها و تهدیدها را توأمان دارند. یافته‌های این پژوهش نیز نشان داد که شبکه‌های اجتماعی دارای نقاط قوت و ضعف و فرصت و تهدید برای استفاده در مساجد ایران است؛ اما از آنجا که راهبرد مرحج راهبرد تهاجمی در استفاده از شبکه‌ها بود مساجد با یک برنامه‌ریزی دقیق می‌توانند از ظرفیت این رسانه‌ها استفاده کنند.

اما در مجموع یافته‌ها نشان می‌دهد که مهم‌ترین نقاط قوت شبکه‌های اجتماعی انتشار اخبار و اطلاع‌رسانی در خصوص برنامه‌های مذهبی، تربیتی و فرهنگی مساجد، فعالیت آموزشی در راستای برنامه‌های مسجد، تقویت ارتباط میان‌فردی بین فعالان مساجد، اعضای هیئت‌امنا و مردم محله، شناخت و ارزیابی افکار کاربران عضو شبکه‌های مساجد است. مهم‌ترین نقاط ضعف نیز انتشار اخبار جعلی و اخبار منفی و شایعه در خصوص برنامه‌های مسجد، احساس بی‌نیازی فعالان مساجد به حضور در مسجد و ترجیح حضور مجازی در شبکه‌های اجتماعی، غلبه مشارکت مجازی بر مشارکت واقعی بین کارگزاران امور مساجد، سلبریتی‌سازی در نهاد دینی و گرایش به شهره شدن چهره‌های دینی، امامان جماعت و مداحان در فضای مجازی، نبود یک برنامه سازماندهی شده و مشخص در زمینه

تولید محتوای مذهبی است. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که این شبکه‌ها فرصتی برای ارتباط با بیرون از مساجد ایجاد می‌کنند که مهم‌ترین آن ایجاد ارتباط با مخاطب جهانی و جهانی‌سازی فعالیت دینی مساجد، امکان گفت‌وگو و ارتباط با مسئولان مساجد دیگر در راستای هم‌افزایی برنامه‌های تربیتی، اقناع شبکه‌ای علاقه‌مندان به حوزه دین و فرهنگ تربیتی و دینی در گستره جهانی و تعدد و تنوع مخاطبان در شبکه‌های مجازی در مقایسه با مسجد است. همچنین یافته‌ها بیانگر این است که شبکه‌ها از محیط بیرون مسجد تهدیدهایی را بر آن وارد می‌کند که مهم‌ترین آن‌ها وجود شبکه‌های مساجد خارج از کشور در راستای اختلافات مذهبی شیعه و سنی، ترویج خرافات و شبهات دینی از طریق شبکه‌ها و تضعیف نهاد خانواده و تسری چالش‌های آن برای مساجد از جمله حضور کمرنگ نوجوانان و جوانان در مسجد، درگیری ذهنی خانواده‌ها برای فرزندانشان، ایجاد شبهه در ذهن آنان و ... است. همان‌طور که در بالا نیز ذکر شد روح حاکم بر راهنماها، از نوع تهاجمی یعنی استفاده شبکه‌های اجتماعی در ارتقای فعالیت‌ها و برنامه‌های مسجد، به‌ویژه در حوزه نظام تبلیغی و رسانه‌ای، است. مهم‌ترین راهبرد نیز حمایت همه‌جانبه دولت از راه‌اندازی شبکه‌های بومی تخصصی مسجد متناسب با کارکردها و وظایف تربیتی و تبلیغی مساجد ایران بود. طبق این راهبرد دولت باید به حمایت مالی حقوقی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری جهت راه‌اندازی شبکه اجتماعی خاص مساجد بپردازد. شبکه‌ای با کارکرد ویژه در حوزه اخبار و برنامه‌های مساجد ایران که هر مسجد در درون آن به فعالیت خود بپردازد. برای نمونه می‌توان به شبکه آموزشی دانش‌آموزی (شاد)، در حوزه آموزش مدارس است، اشاره کرد. راهبرد مهم دیگر تولید محتوای دینی و مذهبی است که هم بتواند باعث آگاهی مردم شود و از سوی دیگر تأثیر شبهات و خرافات دینی و مذهبی را کاهش دهد. در این زمینه نیز نمونه تبیین می‌تواند راهگشا باشد. در این زمینه تمامی متولیان امور مساجد از سازمان تبلیغات اسلامی تا حوزه‌های علمیه باید درگیر شوند. برای این کار خود مسجد نیز می‌تواند نقش ویژه‌ای داشته باشد بر همین اساس راهبرد ایجاد زیرساخت‌های فنی و نرم‌افزاری برای تولید محتوای تربیتی و فرهنگی کانون‌های فرهنگی و بسیج مساجد از سوی سازمان‌های متولی مساجد نیز مطرح شده است.


در مجموع از ۴۸ نقطه قوت، ضعف، فرصت و تهدید پالایش شده، سی راهبرد مکتسبه و ده راهبرد منتخب و بهینه استخراج شده است. راهکارهای عملیاتی‌سازی این راهبردها در سه سطح کلان، میانه و خرد است. سطح کلان مربوط به دولت است. حضور فعالانه و مسئولانه دستگاه‌های دولتی در حوزه‌های قانون‌گذاری، اجرا و نظارت

بر توسعه سخت‌افزاری، نرم‌افزاری و مغزافزاری شبکه‌های اجتماعی حوزه مسجد است. دولت باید با حمایت‌های خود به راه‌اندازی شبکه اجتماعی ویژه در حوزه مسجد، تسهیلات به شرکت‌های دانش‌بینان برای فعالیت در این حوزه، تسهیلات به مسجد جهت ارتقای نظام فناوری خود از زیرساخت تا تولید محتوا پردازد. در سطح میانه نیز سازمان‌های متولی امور مساجد کشور چون سازمان تبلیغات اسلامی، سازمان اوقاف و امور خیریه، حوزه‌های علمیه، دفاتر نمایندگان ولی فقیه در استان‌ها (مرکز رسیدگی به امور مساجد)، ستاد هماهنگی کانون‌های فرهنگی و هنری مساجد و پایگاه‌های بسیج به تولید محتوای دینی، مذهبی، تربیتی و فرهنگی جهت انتشار در فضای شبکه‌ای پردازند. یکی از چالش‌های اصلی در حوزه مساجد ضعف در تولید محتوای مجازی و برخط است. در سطح خرد امامان جماعت، فعالان امور مساجد و اعضای کانون‌های فرهنگی باید ضمن داشتن سواد فناوری از سطح سواد رسانه‌ای بالایی برخوردار باشند. همان‌طور که یافته‌ها نشان داد که تضعیف نهاد خانواده یک تهدید اصلی در عصر شبکه‌ای است و اثرات آن بر فعالیت مساجد تأثیر دارد و باید به این نهاد اجتماعی توجه ویژه کرد. اکنون چالش‌های خانوادگی در استفاده از این رسانه‌ها در حوزه سواد رسانه‌ای است، بعد آموزش دارای اهمیت ویژه است. از جمله راهبردهای مهم در این زمینه برنامه‌ریزی برای آموزش سواد رسانه‌ای خانواده‌هاست که همه عوامل چون دولت، دانشگاه، مدارس، حوزه و مساجد، رسانه‌های رسمی و ... باید همت وافیه داشته باشند. آموزش سبب مصرف رسانه‌ای را در انتخاب شبکه‌ها، محتواها، تأثیرها بهینه می‌سازد. از آنجا که لازمه آموزش، پژوهش و تحقیق است راهبردی نیز در این حوزه طراحی شده است که دانشگاه‌ها و پژوهشگاه‌های مرتبط باید با برنامه‌ریزی دقیق به آینده‌پژوهی و سناریونویسی در این حوزه پردازند تا در آینده بتوان در خصوص استفاده اعضای خانواده از این رسانه‌های تحت وب ۲ (شبکه‌های اجتماعی)، وب ۳ و وب ۴ که در راه است بهترین استفاده را با کمترین چالش برد.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Yousef khojir  <https://orcid.org/0000-0002-5593-8974>

فصلنامه علمی-پژوهشی مطالعات فرهنگی ارتباطات

شماره نهم و هشتاد و نهم  
سال بیست و پنجم  
زمستان ۱۴۰۳

## منابع و مأخذ


- الویری، محسن (۱۳۸۶). مسجد؛ ارتباطات و توسعه پایدار. نشریه نامه صادق ۳۱(۲)، ۹۳-۱۰۰.  
Doi:10.30497/rc.2007.1389
- باقی، عمادالدین و همکاران (۱۳۸۱). پرستشگاه در عهد سنت و تجدد. تهران: نشر سراسی.
- خجیر، یوسف (۱۴۰۲). شبکه‌های اجتماعی در جامعه ایرانی (راهبردها و راهکارها). تهران: دانشگاه سوره.
- خجیر، یوسف و امیرحسینی، فاطمه (۱۴۰۲). دور و نزدیک فناوری؛ با اندیشمندان حوزه فناوری‌های نوین ارتباطی. تهران: انتشارات موجک.
- خجیر، یوسف (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی استفاده شبکه اجتماعی در جامعه ایرانی و ارائه راهبردهای استفاده بهینه از آن. مجلس و راهبرد، ۲۷(۲)، ۱۸۳-۲۱۱.
- خمینی، سید روح‌الله (۱۳۸۵). صحیفه امام، مجموعه آثار امام خمینی: (بیانات، پیام‌ها، مصاحبه‌ها، احکام، اجازات شرعی و نامه‌ها) (نمایه‌ها). قم: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- شیرازی، حسین و شهیری، هوشنگ (۱۳۹۸). بررسی علل تغییر حوزه عمومی مردم از مسجد به شبکه اجتماعی مجازی، مطالعه موردی مردم شریف‌آباد. فصلنامه پژوهش‌های جامعه‌شناختی، ۱۳(۲)، ۷۵-۹۳.
- غضنفری، سید سجاد (۱۳۹۳). ایجاد شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای استفاده از ظرفیت‌های مساجد. نشریه پایگاه تخصصی مسجد، ۲۳، (۴)، ۱-۸.
- فجری، محمدمهدی (۱۳۸۶). جایگاه مسجد در نگاه امام خمینی. مجله مبلغان، ۹۵، (۴)، ۹۴-۱۰۰.
- فردی، محمدرحیم (۱۴۰۰). کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبلیغ دین اسلام. اولین همایش ملی علوم انسانی و حکمت اسلامی.
- Alviri, Mohsen (2007). Mosque; Communication and sustainable development. *Sadegh Journal* 31(2), 10-93. DOI:10.30497/RC.2007.1389 [In Persian].
- Baghi, Emad al-Din et al. (2002). *The place of worship in the age of tradition and modernity*. Tehran: Saraei Publishing House.
- Boyd, D. & N. Ellison. (2007). Social network sites: Definition, history and scholarship. *Journal of Computer Mediated Communication*, 2007, 13(1). Doi:10.1111/j.1083-6101.2007. 00393.x
- Fajri, Mohammad Mahdi. (2007). The position of the mosque in the eyes of Imam Khomeini. *Journal of Missionaries* 95, (4), 94-100. [In Persian]
- Fardi, Mohammad Hossein (2021). Functions of virtual social networks in the propagation of Islam. *The first national conference of humanities and Islamic wisdom*. [In Persian]
- Khojir, Yousef(2023). *Social networks in Iranian society (strategies and solutions)*. Tehran: Soore University. [In Persian]
- Khojir, Yousef. & Amirhossein, Fatemeh (2023). *Far and near technology; with thinkers in the field of new communication technologies*. Tehran: Mojak Publications. [In Persian]

- Khojir, Yousef. (2019). Pathology of social network use in Iranian society and providing strategies for its optimal use. *Parliament and Strategy*, 27(2), 183-211. [In Persian]
- Khomeini, Seyyed Ruhollah (2006). *Imam Khomeini's book, collection of works of Imam Khomeini: (statements, messages, interviews, edicts, Sharia permits and letters)* (indexes). Qom: Imam Khomeini Editing and Publishing Institute. [In Persian]
- Ghazanfari, Seyyed Sajjad (2013). Creating social networks is an opportunity to use the capacities of mosques. *Masjid Database Journal*, 23, (4), 1-8. [In Persian]
- Shirazi, Hossein and Shahiri, Hoshang (2018). Investigating the reasons for the change of the public domain of the people from the mosque to the virtual social network, a case study of the people of Sharif Abad. *Sociological Research Quarterly*, 13(2), 75-93. [In Persian]
- Rainie, Lee. & Wellman, Barry. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Rheingold, Howard. (2008). *Using Participatory Media and Public Voice to Encourage Civic Engagement, Civic Life Online: Learning How Digital Media Can Engage Youth*. Edited by W. Lance Bennett. The John D. and Catherine T. MacArthur Foundation Series on Digital Media and Learning. Cambridge, MA: The MIT Press, 2008. 97-118
- Papacharissi, Z. (2021). *After democracy: Imagining our political future*. Yale: Yale University Press.
- Tufekci, Zeynep. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale: Yale University Press.
- Wellman B, et al (2010) "Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital?" *American Behavioral Scientist*. V45, PP 436-455.
- Wellman, Barry & et al. (1996) Computer Networks as Social Networks: Collaborative Work Telework, and Virtual Community, by *Annual Reviews*, V (22): PP 213-238.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## The theoretical model of people's participation to deal with social harms based on mosques and neighborhood imams

**Karim mehri** , Assistant Professor, Department of Sociology, Faculty of Literature and Humanities, Urmia University. Email: [k.mehri@urmia.ac.ir](mailto:k.mehri@urmia.ac.ir)

### ABSTRACT

**Subject and method:** The upcoming article deals with developing a theoretical model of people's participation to deal with social harms based on mosques and neighborhood imams. The research method is qualitative and the analytical method of database theorizing has been used to conduct the research. The main question is what theoretical model explains people's participation to deal with social harm based on community-oriented interventions based on mosques. The findings show that the proposed model based on the mosque includes several major categories as follows: Determinants of faith and trust in God, disregarding material benefits and not targeting them are introduced as a cultural platform to refer to mosques to reduce social harm. The existence of mosques with a population of 15,000 people around the mosque is introduced as institution building, reforming the current structure of mosques and training imams of mosques with the approaches of neighborhood-based interventions as capacity building and management of mosques based on participation from the bottom up as foundation. The maximum participation of all actors and beneficiaries and their interaction with the imam of the neighborhood and the promotion of physical and mental health and health along with physical changes and confidence building through people's participation in mosques will be done by identifying benefactors and based on religious logic, and finally, by stabilizing the programs. Based on people's participation and actions, it ends in a synergistic and integrated way.

**Goals:** This article, along with the pathological review of previous neighborhood-based interventions, presents the reasons that explain the necessity of using mosques for neighborhood-based interventions to reduce social harm. Finally, it presents the mosque-centered model to explain this issue. The overall goal of this research is to formulate a theoretical model of people's participation to deal with social harms based on community-centered interventions based on mosques. In fact, the purpose of this research study is to investigate the relationship between mosques and social harms by using the perspectives of people-oriented participation, focusing on key informants who are familiar with mosques.

**Findings:** The main question of the research was what theory explains the non-participation of people to solve social problems in mosques. To answer this question, the core category of "social structural barriers" was counted from the research data and became the center of gravity of the paradigm model. In the presented

paradigmatic model of the country's general problems, the country's inappropriate cultural infrastructure and mosques' governmental problems as "background conditions"; The internal problems of mosques, the lack of specific and documented planning regarding mosques and the weakness of human capital in mosques as "causal conditions"; The weakness of mosque trustees in the country, the problems of mosques in the extra-neighborhood arena, the lack of necessary networking and the legal problems of mosques as "mediating conditions"; The short-term view of mosques, the emergence of abnormal interactions and damage to the structure of mosques as "processes"; The failure of mosques and the emergence of distrust caused by the failure of mosques are the "consequences" of the underdevelopment of mosques. The lack of specific and documented planning regarding mosques and the weakness of mosque trustees are effective in the emergence of internal problems in mosques. The relationship between the general problems of the country and the internal problems of the mosques can be explained in this way that the general economic problems in the country have led to financial problems and lack of investment in mosques and the weakness of basic equipment and the problems of lack of necessary facilities in social development through mosques.

#### Key words

Islamic Model, Grounded Theory Analysis, Neighborhood-Oriented Interventions, Constructive Interpretation.

## مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی بر پایه مساجد و امام محله

کریم مهری<sup>۱</sup>

### چکیده

مقاله پیش‌رو به تدوین مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی براساس مداخلات اجتماع‌محور بر پایه مساجد می‌پردازد. روش پژوهش کیفی است و از روش تحلیلی نظریه‌پردازی داده‌بنیاد برای انجام عملیات تحقیق استفاده شده است. پرسش اصلی آن است که چه مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی براساس مداخلات اجتماع‌محور بر پایه مساجد را تبیین می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد مدل پیشنهادی براساس مسجد شامل چندین مقوله عمده به این شرح است: متعین‌های ایمان و اعتماد به خدا، بی‌اعتنایی به بهره‌مندی‌های مادی و هدف قرار ندادن آن‌ها به‌عنوان بستر فرهنگی رجوع به مساجد برای کاهش آسیب‌های اجتماعی معرفی می‌شود. وجود مساجد با جمعیت ۱۵ هزار نفر اطراف مسجد به‌عنوان نهادسازی، اصلاح ساختار کنونی مساجد و آموزش امامان مساجد با رویکردهای مداخلات محله‌محور به‌عنوان ظرفیت‌سازی و مدیریت مساجد براساس مشارکت از پایین به بالا به عنوان بستر سازی معرفی خواهد شد. مشارکت حداکثری تمام کنشگران و ذی‌نفعان و تعامل آنان با امام محله و ارتقای سلامت و بهداشت جسمی و روانی در کنار تغییرات کالبدی و اعتمادسازی از طریق مشارکت مردم در مساجد با شناسایی خیران و بر مبنای منطق دینی صورت خواهد گرفت و در نهایت، با پایدارسازی برنامه‌ها براساس مشارکت مردم و اقدامات به‌صورت هم‌افزا و یکپارچه به پایان می‌رسد.

### واژگان کلیدی

مدل اسلامی، تحلیل داده بنیاد، مداخلات محله‌محور، تفسیری‌برساختی.

## مقدمه

با توسعه و رشد آسیب‌های اجتماعی در محلات مختلف به‌ویژه در مناطق حاشیه‌نشین در اوایل دهه ۸۰ در کنار انجام طرح‌های مطالعاتی در خصوص علل شکل‌گیری آسیب‌های اجتماعی، مداخلات محله‌محور به‌منظور بازآفرینی محلات با رویکرد اجتماعی نیز توسعه یافت. اصطلاحات مفهوم توسعه اجتماعی که مقدم بر توسعه اقتصادی استان‌هاست، برای توضیح آن استفاده شده است. از اهداف اختصاصی توسعه اجتماعی در استان‌های ایران ریشه‌کنی فقر و گرسنگی، بهبود آموزش، کاهش آسیب‌های اجتماعی از طریق مداخلات اجتماعی و مشارکت مردمی بوده است. اخیراً براساس اهداف هزاره که کشورهای عضو سازمان ملل در آغاز قرن جدید انتخاب کرده‌اند، توجه به توسعه اجتماعی مقدم بر توسعه اقتصادی است (مجیلی، ۱۳۹۸: ۱۵).

درواقع، می‌توان اوایل دهه ۸۰ را دوران شکل‌گیری و افزایش توجه به فرسودگی و ناکارآمدی محدوده‌های درون‌شهری و نیز گسترش آسیب‌های اجتماعی قلمداد کرد. در دهه‌های گذشته موضوع احداث شهرهای جدید و آماده‌سازی اراضی حاشیه شهرها به‌عنوان راهکارهای پاسخ‌گویی به کمبود مسکن مطرح می‌شد. در این دهه، آنچه بیش از هر چیز خودنمایی می‌کرد آسیب‌های مختلف کالبدی و اجتماعی حاصل از بی‌توجهی به محدوده‌های درونی شهرها بود. شکل‌گیری سکونتگاه‌های ناکارآمد درون و اطراف شهرها و رشد آسیب‌های اجتماعی متعدد محل توجه بود. این امر سیاست‌گذاران شهری و اجتماعی را بر آن داشت تا ضمن توجه به مشکل، به برنامه‌ریزی برای بهبود وضعیت موجود بپردازند. در دهه‌های ۷۰-۱۳۶۰ طرح‌های مداخله در بافت‌های شهری به اجرا درآمده بود؛ اما به نظر می‌رسید این طرح‌ها نتوانسته به الگویی فراگیر و جامع منجر شود. علت اصلی آن بود که در این طرح‌ها به ساکنان محلات توجهی نشده بود. با افزایش تعداد طرح‌هایی که به سبب بی‌توجهی به واقعیت اجتماعی و اقتصادی محلات به بن‌بست رسیده بود، به تدریج احساس نیاز به برقراری تعامل با اجتماع محلی در فرایند مداخله مطرح شد. بدین منظور، نهادهایی در محلات مختلف از سوی سازمان‌های مختلف با اهداف و مأموریت‌های گوناگون شکل گرفتند. هریک از این نهادها، به فراخور سازمانی که آن را تأسیس کرده است، حاوی تجاربی بی‌بدیل در عرصه کاهش آسیب‌های اجتماعی و توسعه شهری است. در ایران اولین دفاتر توسعه محلی در تهران شکل گرفت. تجربه دفاتر نوسازی تهران با عنوان «دفتر محلی خوب‌بخت در تهران و جویبار در اصفهان» از نمونه‌های نخستین این رویکرد است. بازخورد اقدامات صورت گرفته در دفاتر نخستین

یادشده به تأسیس پنج دفتر در محلات دیگر منجر شد. این دفاتر با نام تسهیلگری به دنبال شناسایی بستر اقدام، برنامه‌ریزی، آگاهی‌بخشی، ظرفیت‌سازی، آموزش ساکنان و تعریف و پیگیری تحقق طرح‌های مختلف کالبدی بود. طی دو سال تعداد دفاتر تسهیلگری به ۴۰ دفتر و سپس در سال ۱۳۹۱ به ۶۰ دفتر در محلات دارای بافت فرسوده شهری افزایش یافت. در ارزیابی اولیه دفاتر یادشده می‌توان گفت برنامه‌های توانمندسازی سکونتگاه‌های غیررسمی در کل کشور که در دفاتر یادشده انجام می‌شود، در قالب کارگاه‌های آموزشی عمدتاً به توانمندسازی فردی جامعه محلی منجر شده و نه توانمندسازی گروهی. توانمندسازی فردی احتمال خروج افراد توانمندشده از جامعه محلی و جایگزینی آن‌ها با افراد نیازمند توانمندسازی را افزایش می‌دهد که دور باطل فقر را در جامعه محلی ایجاد می‌کند. در ضمن، عمده فعالیت‌های دفاتر نوسازی در سطح کشور در حوزه کالبدی بوده و باوجود داشتن مأموریت در حوزه اجتماعی، هیچ دستاورد مشخصی در حوزه آسیب‌های اجتماعی نداشته است. علت عمده این شکست فقدان سرمایه اجتماعی بومی برای جلب مشارکت مردمی بوده است. در این مقاله ادعا شده مسجد با دارا بودن سرمایه اجتماعی غیرپیوندی در عرصه غیررسمی بهترین مکان برای توسعه فعالیت‌های مشارکت مردمی و به‌طور خاص کاهش آسیب‌های اجتماعی است. با توجه به اینکه امام مسجد یکی از عناصر کلیدی توسعه مشارکت محور مساجد به حساب می‌آید و در صورت عدم آشنایی با مباحث مربوط به توسعه محله محور می‌تواند تبدیل به مانعی در راه مشارکت محوری مساجد به حساب آید. در ضمن مساجد بسیاری به دلیل ناتوانی امام جماعت مسجد با تلاش‌های بسیار نتوانستند بر مدار توسعه مشارکت محور مساجد قرار بگیرند. از این رو در این مقاله به جایگاه امام مسجد توجه می‌گردد.

این مقاله، ضمن بررسی آسیب‌شناسانه مداخلات محله‌محور پیشین، دلایلی را ارائه می‌کند که ضرورت استفاده از مساجد برای مداخلات محله‌محور برای کاهش آسیب‌های اجتماعی را تبیین می‌کند. در نهایت، الگوی مسجدمحوری را برای تبیین این موضوع ارائه می‌دهد. هدف کلی این تحقیق تدوین مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی براساس مداخلات اجتماع‌محور بر پایه مساجد است. در واقع هدف این مطالعه پژوهشی داده بنیاد و اکاوری فهم و درک نسبت مساجد و آسیب‌های اجتماعی است با استفاده از دیدگاه‌های مشارکت مردم مدار، کانون تمرکز بر روی مطلعین کلیدی آشنا به مساجد می‌باشد.

## پیشینه پژوهش

پژوهش‌های موثق و مستند در حوزه ارزیابی راه‌اندازی دفاتر مداخلات محله‌محور با رویکرد اجتماعی در ایران بسیار محدود است. تحقیقات موجود عمدتاً از مفاهیم و قالب‌ها و شیوه‌های بررسی منابع خارجی الهام گرفته و کمتر با انتقاد از آن مجموعه‌ها و تلفیق و تصحیح آن‌ها در پرتو پژوهش‌های عینی در داخل کشور برای ارائه مدل تحلیلی گام برداشته است. با این حال به مواردی از پژوهش‌های انجام شده اشاره می‌گردد.

محسن شیرعلی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «شیوه‌های نو در جلب مشارکت مردمی در عمران مادی و معنوی مسجد» به بررسی موضوع پرداخته است و در یک جمع‌بندی مواردی نظیر: تلاش هیئت امنای مساجد برای برگزاری دوره‌های آموزشی مناسب و جلسات مذهبی و جلب مشارکت عموم مردم و واگذاری اجرای مراسم به مردم؛ تلاش برای خدمت‌رسانی به مردم از طریق مساجد؛ تلاش هیئت‌امنا مساجد برای جذب عموم مردم با تخصص‌های گوناگون؛ جذب مشارکت سازمان‌ها و ارگان‌های محلی، استانی و کشوری در عمران مادی و معنوی مساجد؛ جذب روحانیون تلاشگر، دلسوز مردم و جذب‌کننده جوانان در مساجد؛ اطلاع‌رسانی صحیح به مردم محلی در ارتباط با امور مسجد و تبلیغات مناسب برای جذب همه مردم اشاره کرده است.

پژوهشی هاشمیان فر، شایگان و مصطفی سعیدی (۱۳۹۴) با عنوان «بررسی مشارکت جوانان در مسجد با تأکید بر خانواده» بر پذیرش آگاهانه و داوطلبانه انجام یا کمک به انجام بخشی از امور عینی و ذهنی یا مادی و فکری مربوط به مساجد تأکید می‌گردد. بررسی نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میزان مشارکت دانشجویان دانشگاه اصفهان در مسجد در سطح پایین و متوسط است و در مجموع تعداد کمی از آن‌ها در همه فعالیت‌های صورت گرفته در مساجد شرکت می‌کنند. بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و مشارکت فرد در مسجد نشان داد که همبستگی ضعیف و رابطه مستقیمی بین بعد اعتقادی والدین و مشارکت وجود دارد.

شایگان (۱۳۸۸) در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناسی مشارکت مردم در مساجد» براه‌گذاری متغیرهایی نظیر کیفیت سطح فنی مساجد، مقبولیت امام جماعت، کیفیت عملکرد اصلی مسجد و میزان مذهبی بودن افراد محله تأکید کرده است. دربندی (۱۳۷۴) در پژوهشی با عنوان علل کاهش حضور مردم در مساجد از دیدگاه کارکردگرایان به بررسی تغییر نیاز مردم و عدم تناسب کارکردهای مسجد با نیازهای مردم پرداخته است.

## سؤالات پژوهش

در یک نظریه داده بنیاد سؤال‌ها در جهت تولید یک نظریه هدایت می‌شوند که برای یک فرایند مثلا نحوه تعامل مساجد با آسیب‌های اجتماعی توضیحی ارائه می‌دهد در نتیجه مهم‌ترین پرسش‌های تحقیق این خواهد بود:

- چه مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های اجتماعی براساس مداخلات اجتماع محور بر پایه مساجد را تبیین می‌کند؟
- آیا مدیریت محله‌ها براساس مدیریت امام محله به توسعه اجتماعی مسجد محور و پایداری و اعتمادسازی بیشتر محله منجر می‌شود؟
- نقایص مدل فعلی مداخلات محله‌ای با رویکرد اجتماعی چیست؟
- راهبردها و نقاط تمرکز الگوی مطلوب امام محور کدام‌اند؟
- فرایند اجرای الگوی امام محور چگونه است؟

## چهارچوب مفهومی

تحقیقات کیفی، برخلاف پژوهش‌های کمی که بر چهارچوب نظری برای نظریه‌آزمایی مبتنی‌اند، از چهارچوب مفهومی استفاده می‌کنند. چهارچوب مفهومی مجموعه مفاهیم به هم مرتبطی را شامل می‌شود که بر مفاهیم عمده مورد مطالعه تمرکز دارد و آن‌ها را در قالب نظام منسجم و مرتبط معنایی به همدیگر پیوند می‌دهد (احمدپور، ۱۳۹۶: ۱۲۳). در رویکرد نسل دومی محققان نظریه‌پردازی داده بنیاد، بر استفاده از نظریه در تحقیق تأکید شده است. سطح حساسیت نظری پژوهشگر بازتابی از سابقه ذهنی و فکری اوست؛ یعنی از نوع نظریه‌ای که مطالعه و درک کرده می‌تواند در پژوهش خود بهره گیرد (ملانی، ۱۳۹۳: ۲۳).

با توجه به آنکه روش تحقیق کیفی است، چهارچوب نظری و فرضیاتی که تحقیق براساس آن تدوین و طراحی و آزمون می‌شود وجود ندارد. به نظریات موجود درباره موضوع تحقیق در تمام مراحل تحقیق به عنوان منابع اسنادی ارجاع می‌شود؛ اما هیچ نظریه‌ای آزموده نخواهد شد. در واقع، این پژوهش از ماهیت نظری برخوردار نبوده و درصد مرور و بازبینی و نقد و توسعه نظریات موجود یا ارائه نظریه جدید درباره دفا تر محله‌ای نیست؛ بلکه محتوای پژوهش مبتنی بر ارائه تجربه و تحلیل ابعاد مختلف آن و ارائه راهکارهای عملیاتی برای بهبود مداخلات مسجد محور تدوین شده است.

بر اساس چارچوب مفهومی این پژوهش می‌توان گفت مسجد محله محور، متعهد

به عدالت اجتماعی از راه تربیت نقادانه است که با قدرت‌یابی شخصی آغاز می‌شود تا به رسیدن کنش جمعی برای رسیدن به جهانی دادگر، برابر و پایدار پیش می‌رود. مسجد دگرگون‌ساز با حدیث نفس‌های مردم، با مناسباتی سرشار از اعتماد و احترام و اشتراک آغاز می‌شود و مبنای چنین کرداری گفت‌وشنود است. احساس تعلق به محله و مسجد زمانی تقویت می‌گردد که اعتماد به نفس مردم تقویت شود. اگر مردم ببینند حرفشان را گوش می‌دهند، ارزش می‌گذارند و جدی گرفته می‌شوند قصه زندگی‌شان گفته می‌شود به سمت مشارکت می‌آیند. انسان‌ها ساختمان‌ها را شکل می‌دهند و بعد ساختمان‌ها به انسان‌ها شکل می‌دهند. وقتی ساختمان‌های مساجد زیبا هستند، درباره امور جذاب نظیر مهربانی، امید، اعتماد با ما سخن می‌گویند و وقتی ساختمان‌ها زشت هستند، گویی درباره نفرت و خشم و بدی حرف می‌زنند. معماری مساجد با شهروندان محله‌ها سخن می‌گوید، به او می‌گوید من بسیار مهربانم، شیرینم، تو برایم مهم هستی و آرامش تو برایم مهم است. به همین دلیل رنگ آرامش‌بخش با آیات قرآنی می‌پوشم. مبنای تعامل شهروندان محله اسلامی با معماری مساجد و نیز با امام مسجد و یکدیگر بر اساس «گفت‌وشنود» است، قصه زندگی‌شان را بازگو می‌کند و در عین حال قصه زندگی گذشتگان و صالحان را می‌شنوند. به عبارتی دیگر، در مساجد هم قصه خودشان و هم قصه گذشتگان و قصه‌های قرآنی گفته می‌شود. قصه‌گویی یعنی بیان تجربه. قصه‌گویی را نباید کم‌ارزش دید؛ قصه‌گویی شکلی از ارتباط‌گیری می‌باشد که قابلیت دگرگون‌سازی دارد. قصه‌گویی قابلیت آگاهی نقادانه را افزایش می‌دهد. قصه‌ها و داستان‌ها، نقش چسب فرهنگی و اجتماعی را بازی می‌کنند و به جامعه معنا می‌دهد. گوش‌سپاری همدلانه شالوده‌گفت‌وشنود است که نیازمند سرمایه اجتماعی است. بازگویی قصه خود برای دیگران، تجلی اعتماد، احترام و سربلندی است و از دل فرایند قصه‌گویی مناسبات صمیمانه برمی‌آید. امامان مساجد می‌توانند این شیوه قدرت‌یابی شخصی را که به درکی نقادانه از ماهیت ستم‌ساختاری می‌انجامد در داستان‌های روزمره نقل کنند. ماهیت سیاسی آموزش مساجد هرگز نمی‌تواند خنثی باشد. کارکرد سیاسی آن یا رهایی‌بخش است یا اهلی کردن. به بیان دیگر فرایند آموزش مساجد متفکر نقاد مستقل را در مقابل «مردم منفعل سربراه» پدید می‌آورد؛ زیرا اگر مردم مسائل فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را به تجربه روزمره خود ربط دهند به درکی نقادانه دست پیدا می‌کنند (لدویت، ۱۳۹۷: ۱۳۷).

## مفهوم مشارکت

مشارکت به مفهوم دخالت در فرایند تصمیم‌گیری، تصمیم‌سازی، فراگرد اندیشه و عمل است که حاصل آن افزایش بهره‌وری و وحدت در میان مردم و تحقق مردم‌سالاری و توسعه همه‌جانبه است. به عبارت دقیق‌تر، مشارکت همزاد توسعه می‌باشد و این دو لازم و ملزوم یکدیگرند و دو روی یک سکه می‌باشند و در هر جامعه‌ای که مشارکت جوانان بیشتر بوده، نشانه توسعه‌یافتگی هم بیشتر به چشم می‌خورد. منظور از مشارکت‌های مردم شرکت فعالانه و کمک‌های مادی و معنوی و همفکری در حل مسائل و مشکلات است. مشارکت مردم نشانه توجه به رشد شخصیت انسان‌هاست و در جهت تأمین نیازهای احترام و خودیابی افراد گام برمی‌دارد.

## مفهوم محله

محله را بنیادی‌ترین واحد تجزیه و تحلیل اجتماع نیز خوانده‌اند. محله در عین حال برای برنامه ریزان تجزیه و حس‌گرا یا پوزیتیویست، تنها محدوده‌ای فیزیکی یا جسمانی در شهر است؛ اما جامعه‌شناسان شیکاگو محله را از منظر بوم‌شناسی انسانی تعریف کرده‌اند. براین اساس، روابط متقابل یا کنش و واکنش‌های طبیعی بین افراد و خانواده‌ها و نهادها حول مکان جغرافیایی مشترکی شکل می‌گیرد و به راه می‌افتد که محله خوانده می‌شود. این تعریف به طرح مفهوم محله به‌عنوان روستای شهری منجر شد که هنوز طرفدارانی دارد (با نوعی از انواع اجتماعات مسکن خودساخته به‌عنوان روستای درون‌شهری که نگارنده در مطالعات اسکان غیررسمی مطرح کرده اشتباه نشود). جامعه‌شناسان دیگری، دیدگاه مکتب شیکاگو در باب محله را نقد می‌کنند و آن را ساده‌لوحانه و ناتوان از توضیح دادن روابط متقابل فراوانی می‌دانند که مردم در آن‌ها درگیر می‌شوند. اتفاقات مرکزیت و محوریت جغرافیایی و مکانی نیز ندارند و به اشتغال و علایق مشترک و نیازها مربوط‌اند. جین جیکوبز (۱۹۶۱)، بانوی فرهیخته کم‌نظیر و از پیش‌گامان برنامه‌ریزی شهری انسان‌محور، نیز مفهوم غیرمنعطف و جغرافیایی محله را رد کرد؛ لیکن پذیرفت که محله بخش جدی و بااهمیت و سیال‌تر مجموعه‌ای از روابط متقابل در متن‌های شهری است. جیکوبز از وجود سه سطح محله دفاع می‌کند. به نظر می‌رسد برای او مفهوم محله حداقل در رابطه با برنامه‌ریزی محله با‌معناترین و مرتبط‌ترین مفهوم است. محله خیابان‌هاست و وضع کرده (محله‌ای که دنیای اجتماعی و روابطش به خیابانی محدود و بر آن استوار است) با‌معناترین و مرتبط‌ترین مفهوم است. محله خیابان به‌نحوی مؤثر قادر است

تا از طریق شبکه‌ای کوچک مقیاس از زندگی همگانی یا عمومی روزمره که ماهیتاً بر اعتماد و کنترل اجتماعی استوار است، نظم را در محدوده‌هایی کوچک و مرتبط به خود ایجاد کند.

### مبانی نظری پژوهش

نظریه‌های متعددی در زمینه برنامه‌ریزی مشارکتی و شهرسازی مشارکتی از نیمه دوم دهه ۱۹۶۰ به این سو مطرح گردیده است. ملاک انتخاب این نظریه‌ها، میزان نوآوری و خلاقیت و استحکام نظری و تأثیرگذاری بر نظریه‌های بعدی می‌باشد.

### نظریه مشارکتی جان ترنر

ترنر در فرایند تحول نظریات مربوط به نقش مردم و دولت در امر توسعه که توسط سازمان ملل متحد و کارشناسان آن سازمان نظریه‌پردازی شده است، به تشکیل سازمان‌های محلی توسط اجتماعات محلی تأکید شده است تا این سازمان‌های غیر دولتی محلی نقش فعالی در توسعه و اداره امور محلی بر عهده گیرد.

تحقیقات ترنر و دیگران نشان می‌دهد، هنگامی که دولت مرکزی در امور اجتماعات محلی دخالت می‌کند هم نیازهای واقعی این جوامع برای دولت مرکزی نهفته است و هم با کنار گذاشتن مردم محلی توان و امکانات آن نیز از دست می‌رود. جان ترنر بر این امر تأکید دارد دولت و مردم شرکایی هستند که با یکدیگر تقسیم کار می‌کنند. محققین در زمینه مشارکت، در سال‌های اخیر نظریات مربوط به مشارکت سازمان ملل، بانک جهانی، جهان مرکز و ... را بار دیگر آزمودند و در مورد نظریه آنان به نظریه تازه‌تری رسیدند. نظریه‌پردازان اخیر، از نظریه مشارکت به نظریه شراکت رسیدند. بر اساس نظریه شراکت، دولت مردم باید مانند دو شریک دارای منابع مشترک و با حقوق و اختیارات معین در کلیه کارهای مربوط به توسعه و اداره امور محلی کشور دوش‌به‌دوش همدیگر و هماهنگ با یکدیگر فعالیت کنند. در نظریه شراکت هم دولت و هم مردم با هم کار می‌کنند. دولت آن چراکه مردم نمی‌توانند فراهم کند و یا درباره آن تصمیم بگیرند، فراهم می‌کند و یا برای آن تصمیم می‌گیرد و هم‌زمان مردم محلی در چارچوب تشکیلات اجتماعات محلی خود هر آنچه می‌توانند فراهم می‌کنند و در مورد هر آنچه بخواهند و بتوانند تصمیم می‌گیرند

### نظریه مشارکتی جیمز میجلی

میجلی بر اساس پاسخ دولت‌ها به مشارکت، آن را به چهار نوع تقسیم می‌کند.

### ۱. شیوه ضد مشارکتی

طرفداران این عقیده معتقد به سرکوب مشارکت توده‌ها هستند. حکومت‌ها اجازه مداخله و مشارکت همگانی در تدوین سیاست‌ها را که ممکن است با اهداف کلان اجتماعی و اقتصادی آن‌ها تعارض پیدا کند، نمی‌دهد.

### ۲. شیوه مشارکت هدایت‌کننده

در این شیوه دولت از مشارکت اجتماعات محلی با انگیزه‌های پنهانی، حمایت می‌کند. مشارکت اجتماع محلی، در این شیوه، به منظور کنترل سیاسی اجتماعی، با علم به اینکه مشارکت، اجرای طرح را تسهیل می‌کند، به کار می‌رود. در مجموع دولت‌ها با بهره‌گیری از شیوه‌های مشارکت هدایت‌شده اهداف زیر را دنبال می‌کند:

۱. استفاده ابزاری از مشارکت، برای اجرای طرح‌های عمرانی؛

۲. کنترل جنبش‌ها و اجتماعات محلی؛

۳. استفاده از جاذبه‌های مشارکت برای کسب مشروعیت سیاسی اجتماعی.

### ۳. شیوه مشارکت فزاینده

در این شیوه دولت در برخورد با مشارکت به شکلی دوگانه عمل می‌کند. به این ترتیب که در موضع‌گیری‌های رسمی از آن حمایت می‌کند، اما عملاً در مسیر تحقق پیشنهادها مشارکتی اقدام مؤثری انجام نمی‌شود.

### ۴. شیوه مشارکت واقعی

در این شیوه دولت، به طور کامل از مشارکت اجتماعی حمایت می‌کند و از طریق ایجاد سازوکارهای برای ورود مؤثر اجتماعات محلی در تمامی زمینه‌ها، تلاش می‌کند. در این شیوه دولت متعهد به فعالیت‌های مشارکتی از طریق آموزش و تقویت اجتماعات محلی و ... و هماهنگی در تصمیمات مرکزی و محله ای است.

### نظریه مشارکتی شری ارنشتاین

در اواخر دهه ۱۹۶۰ میلادی، نقش مشارکت شهروندان در جوامع بیش از پیش مورد توجه قرار گرفت. ارنشتاین مشارکت شهروندی را با تعبیر قدرت شهروندی به کار گرفت و در توضیح آن از نردبان مشارکت استفاده کرد.

### نظریه مشارکتی اسکات دیویدسون

اسکات دیویدسون، گردونه‌ی مشارکت خود را برای بحث مشارکت شهروندی طراحی کرد. این گردونه، سطوح مختلفی از مشارکت را بدون اینکه ترجیحی برای هر یک

قائل شود، ارائه می‌کند. در این مدل، تصمیم‌گیری در تعاملی مستمر بین دولت و شهروندان صورت می‌گیرد.

هر چند که دیوید سون برای سطوحی که برای مشارکت بیان می‌کند، تقدم و تأخر خاصی قائل نیست و اساساً به همین دلیل از استعاره‌ی گردونه به جای نردبان استفاده می‌کند، اما به هر حال سطوح چهارگانه‌ای برای مشارکت در نظر دارد که عبارت‌اند از:

۱. اطلاع‌رسانی؛

۲. مشاوره؛

۳. مشارکت؛

۴. توانمندسازی.

### نظریه مشارکتی دیوید دریسکل

وی معتقد است، مشارکت بر سه اعتقاد ذیل مبتنی است:

الف) توسعه، در وهله اول و پیش از همه، باید به نفع ساکنان محلی باشد

ب) مردمی که در محدوده مورد برنامه‌ریزی زندگی می‌کنند، دقیق‌ترین اطلاعات را درباره آن محدوده دارند

ج) مردمی که بیشترین تأثیرات را از تصمیمات می‌پذیرند، سهم بیشتری برای مشارکت در تصمیم‌گیری دارند از نظر دریسکل اشکال مختلفی از مشارکت وجود دارد که در دودسته کلی تر «مشارکت» و «عدم مشارکت» جای می‌گیرد. دریسکل انواع مشارکت را رد یک نمودار دو بعدی و بر حسب میزان اختیار در تصمیم‌گیری به شکل زیر نشان می‌دهد.

بر اساس نمودار بالا می‌توان قلمرو مشارکت و عدم مشارکت را از هم جدا کرد:

اشکال عدم مشارکت

۱. دستکاری و تقلب

وقتی اتفاق می‌افتد که از نیروی کار و منابع مردم محلی، برای رسیدن به اهداف طرح استفاده می‌شود، بدون اینکه قدرت تصمیم‌گیری موثر به آنان اعطا شود.

۲. تزئین

وقتی است که از افراد خواسته می‌شود کاری را انجام دهند، بدون آنکه هدف آن را بدانند.

۳. مساوات‌طلبی نمایشی

وقتی است افراد، ظاهراً در کارها مشارکت داده شده‌اند ولی در واقع، اختیاری

درباره موضوع و روند کارها ندارند.

اشکال مشارکت

۱. مشاوره

وقتی است که مسئولین یا برنامه ریزان، نظرات مردم را جویا می‌شوند و به نظرات آن‌ها به‌طور جدی در تصمیم‌گیری‌ها توجه می‌شود.

۲. بسیج اجتماعی

وقتی است که از مردم خواسته شود، در برنامه‌ای از قبل تدارک دیده‌شده شرکت کنند. دو مرحله قبلی می‌توانند به تناسب در حوزه مشارکت و یا عدم مشارکت قرار بگیرد.

۳. مسئولیت‌پذیری مردم

وقتی است که شهروندان فعالیتی را آغاز می‌کنند، و خود تصمیمات را اتخاذ کرده و نهایتاً محصول نهایی کار را تعیین می‌کنند.

۴. سهم شدن در تصمیمات

وقتی است که همه اعضای جامعه، بدون در نظر گرفتن سن و سوابقشان فرصت می‌یابند تا در روند امور شرکت کنند و سهم برابری برای تأثیرگذاری بر تصمیمات داشته باشند. مهم این نیست که طرح توسط دولت و یا مردم آغاز شده، بلکه مهم این است متصدیان طرح، اهمیت جلب و مشارکت مردم را درک کنند. (حبیبی، ۱۳۸۴: ۲۵)

### مبانی نظری پژوهش

در جامعه ایران محله عمدتاً بر پایه قومیت شکل می‌گرفته است و قومیت هم حتی اگر یکدستی کامل داشته باشد، به دلیل روابط خون و تبار بنیادی، مهمتری و کهرتری (بزرگی و کوچکی) بین افراد، نمی‌تواند معنای عضویت خارج از روابط خونی، خانواده و شبکه فامیلی را شکل دهد. حال نکته اساسی آن است که در شرایط سست شدن و از میان رفتن روابط قومی از همه مهم‌تر به علت تنوع قومیت در محله‌ها آیا می‌توان از مشارکت مردم در مساجد عنصری وحدت‌بخش پدید آورد که این بار افراد را حول عضویت در عمل معنوی و نیز بازسازی نیازهای مادی و معنوی که تمایل آنان است، گرد هم آورده تا به عمل مشترک اقدام نمایند؟ در ایران امروز دگرگونی‌هایی در پاسخ به مشکلات زندگی، شکل گرفته‌اند، که به نسیمی روح‌بخش لیکن نازک آرای و شکننده می‌ماند و قابل‌ردیابی است که تقویت دائمی و نگهداری از آن‌ها وظیفه سترگ هر انسان، نهاد، سازمان و گروه ایرانی است. برای این منظور و برای یافتن راه‌های

مشارکت مردمی در مساجد که به طراحی سناریوهای قابل اجرا منتهی گردد، باید به شناختن ساختار مساجد و محله‌ها و بازسازی ساختار آن بر پایه نظریه‌های مشارکت نظیر شری ارنشتاین همت گمارد؛ پس از آن راه‌های درون‌زای دگرگون کردن آن‌ها را به شکلی مشارکتی و جمعی یافت؛ نویسنده این مقاله از مفهوم مسجد دگرگون سازی یا محله محور برای پاسخ به سؤال فوق استفاده می‌کند مسجد محله محور، متعهد به عدالت اجتماعی از راه تربیت نقادانه است که با قدرت‌یابی شخصی آغاز می‌شود تا به رسیدن کنش جمعی برای رسیدن به جهانی دادگر، برابر و پایدار پیش می‌رود. مسجد دگرگون‌ساز با حدیث نفس‌های مردم، با مناسباتی سرشار از اعتماد و احترام و اشتراک آغاز می‌شود و مبنای چنین کرداری گفت‌و شنود است که بر اساس شکل زیر می‌توان برای آن ابعاد مختلفی در نظر گرفت



مدل مفهومی پایگاه مشارکت اجتماعی در مساجد

### روش پژوهش

روش این پژوهش کیفی است و از روش نظریه‌پردازی داده‌بنیاد به‌عنوان روش عملیاتی تحقیق استفاده شده است. روش نظریه‌ داده‌بنیاد شیوه‌ای از پژوهش کیفی است که در آن، با استفاده از دسته‌ای از داده‌ها، نظریه‌ای تکوین می‌یابد. هدف نظریه‌پردازی داده‌بنیاد تولید نظریه است و در مرحله‌ مقدماتی ارائه‌ مدلی و نه توصیف صرف پدیده.

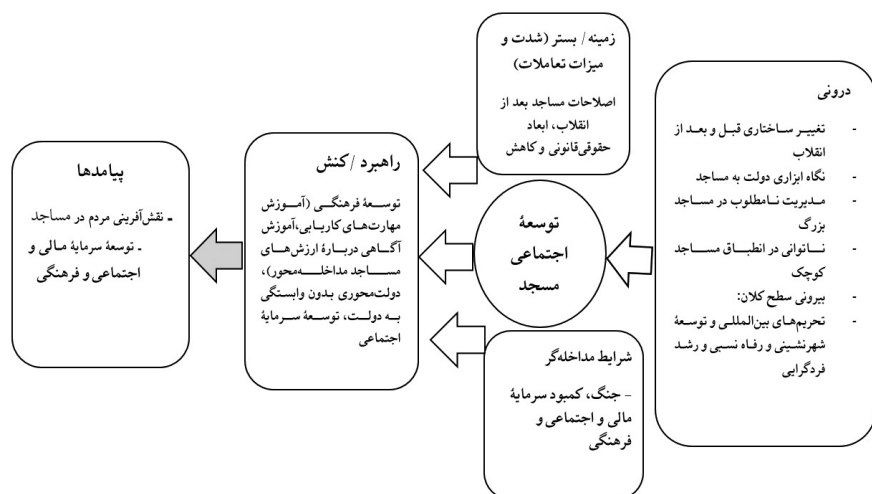
در بررسی کیفی می‌توان از دو نوع نمونه‌گیری هدفمند و نظریه به‌صورت هم‌زمان استفاده کرد: از نمونه‌گیری هدفمند برای گزینش افراد مصاحبه‌شونده و از نمونه‌گیری نظری برای تشخیص تعداد افراد و تعیین محل داده‌های موردنیاز و یافتن مسیر پژوهش (محمدپور، ۱۳۸۹: ۴۵). در این پژوهش، مطالعه با استفاده از کدگذاری و تجزیه و تحلیل و مصاحبه با متولیان و پژوهشگران حوزه مسائل اجتماعی انجام پذیرفت که سابقه فعالیت طولانی‌مدت در بدنه تشکیلات وزارت کشور و سایر وزارتخانه‌ها را داشتند. از جمله افرادی که با آن‌ها مصاحبه حضوری انجام پذیرفت بدین قرارند: عبدالرسول علم‌الهدی، عضو هیئت‌علمی دانشگاه امام حسین (ع)؛ دکتر علاءالدینی، رئیس دفتر مردم‌نهاد ستاد بازآفرینی شهری؛ دکتر نوذری، مشاور شرکت بازآفرینی شهری؛ دکتر اسماعیلی، عضو هیئت‌اندیشه‌ورز وزارت کشور؛ دکتر صفری شالی، عضو هیئت‌علمی دانشگاه خوارزمی؛ دکتر محجوب، عضو کمیسیون اجتماعی مجلس؛ آقای علوی، عضو کمیسیون عمران مجلس؛ مهندس نبوی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام؛ آقای عزیزی، نماینده مجلس؛ بنیانیان، رئیس کمیسیون اجتماعی شورای عالی؛ اقطار، رئیس دبیرخانه مشارکت‌های مردمی سازمان بهزیستی؛ آقای صیادی، اداره‌کل مشارکت وزارت کشور؛ آقای ترابی، عضو هیئت‌علمی دانشگاه علوم انتظامی؛ خانم دکتر اسکندری، مدیرکل دفتر مطالعات ستاد بازآفرینی شهری؛ خانم دکتر باتمانی، کارشناس وزارت کشور؛ آقای دکتر یوسف‌وند، مدیرگروه مرکز پژوهش‌های مجلس؛ آقای گراوند، مدیر مؤسسه نقش کلید. مصاحبه‌شوندگان در مجموع بیست نفرند. تأکید بر تجربه کاری در تشکیلات وزارت کشور و بهزیستی و... در انتخاب مصاحبه‌شوندگان از آن‌رو بوده است که نظر فرد از روی شناخت مسائل اجتماعی بیان شود و داده‌ها معتمد باشد. گردآوری اطلاعات از بهمن ۱۳۹۷ آغاز شد و تا خرداد ۱۳۹۸ به درازا کشید.

### تحلیل مقولات پژوهش

با استفاده از داده‌های اولیه (مصاحبه با آگاهان مهم) به سؤال‌های تحقیق پاسخ داده شد. در این فرایند با بیست فرد آگاه مهم مصاحبه شد. در مصاحبه با دوازدهمین مصاحبه‌شونده اشباع نظری حاصل شد؛ اما برای حصول اطمینان تا بیست نفر ادامه یافت. در این بخش مقاله، ضمن شرح داده‌های جمع‌آوری شده از مجموعه مصاحبه‌ها، تلاش می‌شود تا فرایند استخراج مفاهیم اصلی، کدگذاری باز و محوری و کدگذاری انتخابی به انجام رسد و چهارچوب نظری پدیدار شود.

بررسی اولیه مصاحبه‌ها نشان می‌دهد در ایران اولین دفتر توسعه محلی در تهران

شکل گرفت که بعدها در کل کشور توسعه بیشتری پیدا کرد؛ اما به سبب فقدان دستورالعمل اجرایی مشخص و فقدان مدل بومی اجرایی با شکست روبه‌رو شد. مدل پیشنهادی براساس مسجد شامل چندین مقوله عمده به این شرح است: متعین‌های ایمان و اعتماد به خدا، بی‌اعتنایی به بهره‌مندی‌های مادی و هدف قرار ندادن آن‌ها به‌عنوان بستر فرهنگی رجوع به مساجد برای کاهش آسیب‌های اجتماعی معرفی می‌شود. وجود مساجد با جمعیت ۱۵ هزار نفر اطراف مسجد به‌عنوان نهادسازی و نیز اصلاح ساختار کنونی مساجد و آموزش امامان مساجد با رویکردهای مداخلات محله‌محور به‌عنوان ظرفیت‌سازی و مدیریت مساجد براساس مشارکت از پایین به بالا به‌عنوان بستر سازی معرفی خواهد شد. مشارکت حداکثری تمام کنشگران و ذی‌نفعان و تعامل آنان با امام محله و ارتقای سلامت و بهداشت جسمی و روانی در کنار تغییرات کالبدی و اعتمادسازی از طریق مشارکت مردم در مساجد با شناسایی خیران و... بر مبنای منطق دینی صورت خواهد گرفت و در نهایت، با پایدارسازی برنامه‌ها براساس مشارکت مردم و اقدامات به‌صورت هم‌افزا و یکپارچه به پایان می‌رسد. در ادامه، متن سخنان آگاهان مهم در خصوص علل درونی و بیرونی توسعه اجتماعی مساجد تشریح شده است.



شکل ۱. مدل نهایی پارادایمی توسعه اجتماعی مسجدمحور

## یافته‌های پژوهش

با مرور مصاحبه‌ها و بازخوانی مفاهیم در نهایت پانزده مقوله نهایی استخراج شد. با انجام کدگذاری محوری، زیرمقوله‌ها به یکدیگر و همچنین به مقوله‌های عمده ربط یافتند و همچنین، نوع مقوله‌ها از حیث علی و فرایندی و پیامدی مشخص شد. مقولات و زیرمقولات عمده استحصال شده از جریان پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱. مقولات و زیرمقولات استحصال شده در جریان تحقیق

مقوله عمده	زیر مقولات	مقوله عمده	زیر مقولات
مسائل حقوقی مساجد	تدوین قوانین نامناسب، فقدان استقلال در وضع قوانین در خصوص مساجد، ضعف نهادسازی مردم پایه و اجرای قوانین، نقض قوانین موجود	مشکلات عمومی کشور	مشکلات ناشی از اقتصاد دولتی، مشکلات عمومی اقتصادی، ضعف در تصویب و نهادینه‌سازی قوانین، بی‌تعادلی و بی‌برنامگی نهادی، دیوان‌سالاری
ضعف متولیان مساجد در کشور	ندارد	مشکلات درون‌بخشی مساجد	مشکلات مدیریتی، ضعف آموزش و تخصص در مساجد، فقدان تطابق با وضعیت جدید، وابسته بودن و فقدان خوداتکایی، تعارضات درونی مساجد، مشکلات نقشی در مساجد، مشارکت ضعیف اعضا ضعف اطلاعاتی، مشکلات مالی و سرمایه‌ای، ضعف در تجهیزات و ملزومات اولیه ضعف آموزش حقوقی در مساجد، ضعف ارتباط بین‌بخشی و درون‌بخشی، ساختار غیررقابتی مساجد، مشکلات تولیدات فرهنگی مساجد، مشکلات مربوط به عرضه کالای فرهنگی مساجد
نگاه ابزاری به مساجد	ندارد	زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور	فرسایش سرمایه اجتماعی، وجود الگوهای اخلاقی و فکری نامناسب، روحیه کار جمعی ضعیف، نظام و فرهنگ اشتغال انعطاف‌ناپذیر، بی‌توجهی به نهاد مسجد، بی‌اطلاعی عمومی از وجود مساجد و امام محله‌محور

مقوله عمده	زیر مقولات	مقوله عمده	زیر مقولات
صدمه دیدن ساختار مساجد	تحلیل رفتن قدرت رقابت پذیری مساجد در عرصه فرهنگی، تحلیل رفتن سرمایه اجتماعی و اقتصادی در بدنه مساجد	فقدان برنامه ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد	جایگاه نامشخص مساجد در عرصه فرهنگ، فقدان ضمانت و حمایت مشخص از مساجد، درک نادرست از مساجد، بی توجهی به مساجد، ضعف حمایت و ارتباط فرابخشی، اجحاف در مقایسه با بخش خصوصی فرهنگی، مشکلات مربوط به تسهیلات بانکی، حمایت های مالی ضعیف، مشکلات اقتصادی ناشی از سازمان های رقیب، مشکلات مالی در پرداخت قبوض آب و برق مساجد
پیدایش تعاملات ناهنجار	پیدایش رانت (ویژه خواری)، پیدایش تعاملات غیررسمی سودجویانه حول مسجد	مشکلات دولتی مساجد	مشکلات درون دولتی، بی توجهی دولت به مساجد، مشکلات اقتصادی دولتی
ناکامی مساجد		ضعف سرمایه انسانی در مساجد	ضعف آموزش و آگاهی اعضای هیئت امنای مساجد، نگاه ابزاری اعضا، پایگاه اقتصادی ضعیف اعضا
ظهور بی اعتمادی ناشی از ناکامی مساجد		نگاه کوتاه مدت به مساجد	نگاه کوتاه مدت به مساجد
		مشکلات مساجد در عرصه بین الملل	ضعف رقابت با بخش خارجی فرهنگی، مشکلات و مسائل سیاسی در عرصه بین الملل

در ابتدا، شرایط علی درونی موانع توسعه اجتماعی مساجد و زمینه های شکل گیری رکود مساجد در مواجهه با آسیب های اجتماعی شرح داده می شود و سپس، تعاملات و پیامدهای رکود مساجد و ناتوانی در مواجهه با آسیب های اجتماعی تشریح می شود.

### شرایط علی درونی موانع توسعه ای مساجد

شرایط علی یا سبب ساز معمولاً آن دسته از رویدادها و وقایع اند که بر پدیده ها اثر می گذارند (استراوس و کربین، ۱۳۹۲: ۱۵۲). در مدل پارادایمی به دست آمده از این پژوهش، مشکلات درون بخشی مساجد، فقدان برنامه ریزی مدون و مشخص در خصوص مساجد، و ضعف سرمایه انسانی آشنا به مداخلات محله محور در مساجد به عنوان شرایط علی در نظر گرفته شده اند.

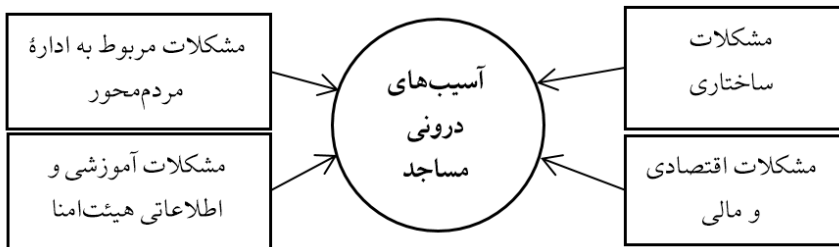
از میان مقولات تولید شده، تغییرات ساختاری قبل و بعد از انقلاب، مدیریت

مدل نظری مشارکت مردم برای مقابله با آسیب‌های [...]

نامطلوب در مساجد بزرگ، ناتوانی در انطباق مساجد کوچک محوری‌ترین مفاهیم استخراج شده است. با توجه به گستردگی مقولات و ویژگی‌های آن‌ها، تنها به ذکر نکات مهمی پرداخته می‌شود که به‌عنوان مقوله اصلی شناخته شده‌اند.

### مشکلات درون‌بخشی مساجد

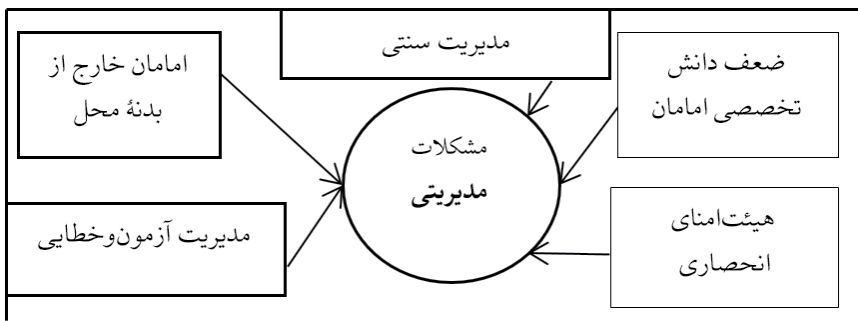
منظور از مشکلات درون‌بخشی مساجد آسیب‌ها و مشکلاتی است که در بدنه خود مساجد در عرصه‌های گوناگون وجود دارد. این مسائل را می‌توان با توجه به یافته‌های پژوهش به چهار دسته کلی مشکلات مدیریتی، آموزشی و اطلاعاتی، ساختاری و سازمانی، و مشکلات اقتصادی و مالی تقسیم‌بندی کرد.



شکل ۲. مشکلات و آسیب‌های درونی تهدیدکننده ساختار مساجد

### مشکلات مدیریتی در مساجد

مشکلاتی که مساجد در عرصه مدیریت با آن مواجه‌اند دارای مؤلفه‌ها و ابعاد متفاوتی است. ابعاد گوناگون اداره مردم‌محور مساجد در شکل ۳ به نمایش درآمده است.



شکل ۳. مؤلفه‌ها و ویژگی‌های مشکلات اداره مردم‌محور در مساجد

**مشکلات ادارهٔ مردم‌محور در مساجد دارای ضعف‌هایی بدین شرح است:**

- مدیریت سنتی: شیوه‌های مدیریت و پیشبرد امور در مساجد به‌صورت علمی و جدید نبوده و عمدتاً بر مدیریت سنتی مبتنی است که الگوهای سنتی و قدیمی را بازتاب می‌دهد. از سوی دیگر، در انجام امور امامان مساجد و هیئت‌امنا غیرهوشمندانه، عمدتاً احساسی، غیرکارشناسانه، بدون انسجام و پیوستگی در امور و شور و مشورت با اعضا عمل می‌کنند. بنابراین، امامان با تصمیمات ناکارآمد خود، که عمدتاً بر هماهنگی با اعضا و هیئت‌امنا مسجدها مبتنی نیست، با شیوهٔ سیاهی‌لشکری به بدنهٔ مساجد آسیب می‌رسانند. در شیوهٔ سیاهی‌لشکری، عمدتاً فردی قهرمانانه به دنبال پیگیری و حل مشکلات است و زمام امور را در برابر سکوت و فرمان‌بری اعضا به دست می‌گیرد. هیئت‌مدیرهٔ یکی از مساجد در این خصوص بیان می‌کند: «نه اینکه طبق روال خیلی از مساجد فقط امضاکنندهٔ صورت‌جلسه باشند که متأسفانه در این‌گونه مساجد یک نفر نظر می‌دهد و مجری است و مابقی افراد فقط سیاهی‌لشکر می‌باشند».

- ضعف دانش تخصصی امام مسجد: مساجد کشور به‌دلایل متعدد، از جمله فقدان دانش و اطلاعات اجتماعی کافی و قدرت مالی مناسب، قادر نیستند برای ادارهٔ فعالیت‌های خود امامان موفق و کارایی را در اختیار بگیرند و در نتیجه، از اثربخش زیادی در حوزهٔ فعالیتشان برخوردار باشند. عمدهٔ مساجد کشور، به‌ویژه به‌سبب ضعف مالی، ناچارند امامان کم‌مهارت را با حقوق اندک به کار گیرند و در نتیجه، از نظر مدیریت فعالیت‌هایشان با مشکل مهمی مواجه می‌شوند. یکی از مدیران محله که امام مسجد نیز هست معتقد است: «عمدتاً شایسته‌سالاری رعایت نمی‌شود و خیلی از مدیرانی که وارد حوزهٔ مسجد می‌شن با الفبای کار با محله و توسعهٔ اجتماعی و مدیریت یک واحد فرهنگی و شیوهٔ مواجهه با آسیب‌های اجتماعی آشنا نیستن».

### شرایط علی‌بیرونی موانع توسعهٔ اجتماعی مساجد

از میان مقولات تولیدشده، تحریم‌های کلان بین‌المللی و توسعهٔ شهرنشینی و رشد فردگرایی محوری‌ترین مفاهیم استخراج‌شده‌اند. با توجه به گستردگی مقولات و ویژگی‌های آن‌ها تنها به ذکر نکات مهمی پرداخته می‌شود که مقولهٔ اصلی شناخته شده‌اند.

### تحریم‌های کلان بین‌المللی

اعمال تحریم‌های چندجانبه بر ایران طی سال‌های گذشته پیامدهایی همچون کاهش رشد اقتصادی و صنعتی کشور، محدود کردن سرمایه‌گذاری‌های خارجی، تضعیف

ریال، چندبرابر شدن نرخ تورم، و کاهش تولید و صادرات نفت و گاز را برای اقتصاد ایران در پی داشت.

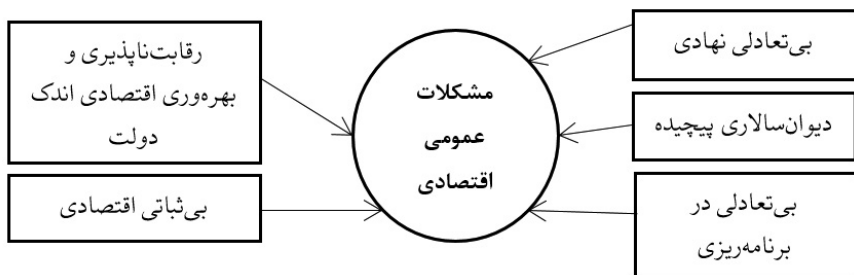
مقوله تحریم‌های کلان بین‌المللی سه ویژگی عمده دارد: ممانعت از انتقال فناوری، اختلال در صادرات، و اختلال در سرمایه‌گذاری بین‌المللی

### بستر

شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایطی‌اند که در زمان و مکانی خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل / تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (استراوس و کرین، ۱۳۹۲: ۱۵۴). در این پژوهش «مشکلات عمومی کشور»، «زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور»، و «مشکلات دولتی مساجد» به‌عنوان شرایط زمینه‌ای رکود مساجد در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی مطرح‌اند.

### مشکلات عمومی کشور

پسوند عمومی به این واقعیت اشاره دارد که این مشکلات ناشی از فضای کلی اداری و اقتصادی و اجتماعی کشورند که در تمامی حوزه‌ها مؤثرند. در واقع، حوزه اثرگذاری این مشکلات در تمامی واحدهای فرهنگی و خدماتی و تولیدی از جمله مساجد بوده و مختص به یک حوزه نیست. این مشکلات عمومی، که از متن مصاحبه‌ها و پژوهش‌ها به‌عنوان عوامل اثرگذارتر در مواجهه مساجد با آسیب‌های اجتماعی بدان‌ها اشاره شده است، در پنج محور عمده قرار می‌گیرند: رقابت‌ناپذیری و بهره‌وری کم اقتصاد دولتی، بی‌ثباتی اقتصادی، بی‌تعدالی در برنامه‌ریزی، بی‌تعدالی در اجرای، و دیوان‌سالاری پیچیده در مناسبات کشور. در شکل ۴ این مشکلات ارائه شده‌اند.



شکل ۴. مشکلات عمومی اقتصادی مؤثر در رکود مساجد در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی

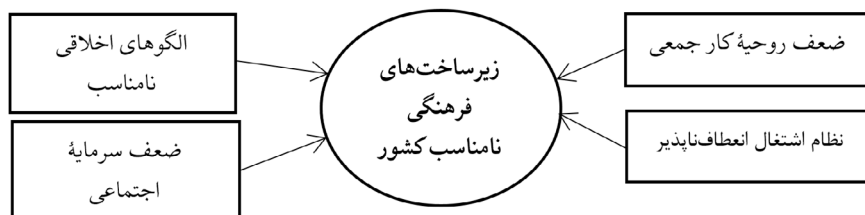
مشکلات مندرج در شکل ۴ حکایت از آن دارند که مشکلات بی‌تعادلی در سیستم برنامه‌ریزی و اجرایی کشور و مشکلات عمومی اقتصادی موتور و نیروی محرکه مساجد در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی را با مشکل مواجه می‌کنند و از سرعت آن می‌کاهند که در ادامه، فرایند و داستان این اثرگذاری، به سبب کمبود فضای مقاله، در یک محور تشریح می‌شود.

- رقابت‌ناپذیری و بهره‌وری اندک اقتصاد دولتی

ساختار کلی اقتصادی کشور به صورتی است که بیشتر به نفت و حضور پررنگ دولت وابسته است. در خصوص رقابت‌ناپذیری، یکی از مدیران دولتی بیان می‌کند: «زمانی که فضا واسه رقابت سازمان‌های تولیدی نباشه، خودبه‌خود ساختار انحصاری شکل می‌گیره که فضای رقابتی و کیفیت را کاهش می‌ده. نمونه بارزش خودروسازی ماست که فقط دو تا شرکت با هم رقابت می‌کنن. همین باعث می‌شه کیفیت کمتر بشه». به مرور، روحیه رقابت‌ناپذیری در تمام حوزه‌های سازمان‌های دیگر نیز رشد می‌کند و به نوعی رکود و کرختی در تمام سازمان‌های اقتصادی یا فرهنگی منجر می‌شود و در مساجد نیز چنین روحیه‌ای مسلط می‌شود.

### زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب در کشور

ضعف فرهنگ مساجد در کشور مقوله‌ای مهم است و بر این واقعیت دلالت دارد که مسجد به‌همراه ارزش‌ها و مزایای اقتصادی و اجتماعی آن در جامعه ترویج و تشویق نشده است؛ به صورتی که عموم مردم از مساجد و اهداف آن و اصول آن آگاهی چندانی ندارند. در الگوهای اخلاقی و فکری فرهنگی کشور ما که تعاملات و مناسبات ما را هدایت می‌کنند، ویژگی‌هایی ملاحظه می‌شود که از ادامه فعالیت هرچه بهتر مساجد مانع می‌شوند. ابعاد گوناگون این ویژگی‌ها در شکل ۵ تشریح شده است.



شکل ۵. عوامل فکری و اخلاقی و فرهنگی مؤثر در پیدایش زیرساخت‌های نامناسب کشور

با توجه به شکل ۵ مشخص می‌شود که الگوهای اخلاقی نامناسب، ضعف در سرمایه اجتماعی و روحیه کار جمعی، و نظام اشتغال انعطاف‌ناپذیر مجموعه ویژگی‌های اخلاقی در جامعه هستند که در پیدایش زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب در کشور در زمینه فعالیت هرچه بهتر مساجد مؤثر بوده‌اند. در ادامه، فرایند اثرگذاری یکی از این ویژگی‌های مذکور بر روند فعالیت مساجد تشریح می‌شود.

### الف) الگوهای اخلاقی نامناسب

ویژگی‌های اخلاقی متنوعی در نظام فرهنگی ما تعریف شده است که راهنمای عمل کنشگران در عرصه رفتاری آن‌هاست. یکی از این الگوهای فرهنگی نامناسب عقلانیت ابزاری و منفعت‌طلبی است. دکتر رستمی، مدیرکل و استاد بازنشسته جامعه‌شناسی، در این خصوص بیان می‌کند: «در همه دنیا اگر توسعه اجتماعی پیش رفت، یک سری آدمای فداکار بودن و این آدمای ایران کم می‌شن و از طرفی اعتماد کم می‌شه». بنابراین، شخصیت‌های فداکاری که در جهت منافع جمعی و خیر عمومی حرکت می‌کنند کم شده‌اند. دکتر حاجیلویی، دبیر ستاد فرهنگی و اجتماعی شورای انقلاب فرهنگی، در این زمینه بیان می‌کند: «آمادگی که ما به کاری بکنیم که در عین حال که خیرش به خودمان می‌رسد به دیگران هم برسد وجود نداره». در مساجد میان هیئت‌امنا درگیری و تنش وجود دارد. در نحوه اداره مسجد مردم محله نقشی ندارند و خودمحوری در هیئت‌امنا مساجد معضل به حساب می‌آید.

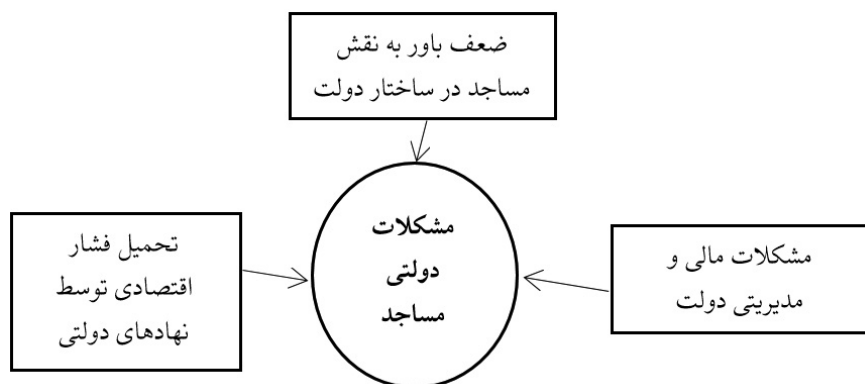
### شرایط مداخله‌گر

شرایط دخیل (میانجی) شرایط علی را تخفیف یا به‌نحوی تغییر می‌دهد (استراوس و کرین، ۱۳۹۲: ۱۵۳). در این پژوهش، ضعف متولیان مساجد در کشور، مشکلات مساجد در عرصه بین‌الملل و مسائل حقوقی مساجد به‌عنوان شرایط میانجی در نظر گرفته شده‌اند.

### مشکلات دولتی مساجد

منظور از مشکلات دولتی مساجد مشکلات و دغدغه‌هایی است که در بستر دولت وجود دارد و به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم بر مساجد اثرگذار است؛ به‌نحوی که دولت در متن تصمیم‌گیری و اجرای سیاست‌های خود با مشکلاتی مواجه است که فرصت رسیدگی کامل و بلندمدت به یک حوزه خاص مانند مساجد را ندارد. مشکلاتی که درون ساختار دولت بوده و تهدیدکننده مساجد و فعالیت‌های آن نیز هست شامل

سه دسته عمده است: ضعف باور به نقش مساجد در ساختار دولت، مشکلات مالی و مدیریتی، و تحمیل فشارهای اقتصادی توسط سازمان رقیب و دولتی. این مشکلات ساختار فعالیت مساجد را در روند تولید و توزیع خدمات دچار رکود می‌کند.



شکل ۶. ویژگی‌ها و مؤلفه‌های مشکلات دولتی مساجد

### - باورمند نبودن دولت و دولتمردان به مشارکت مردم در مساجد

برای رسیدن به مشارکت مردمی در مسائل اجتماعی و کاهش آسیب‌های اجتماعی نیازمند باور و میل به خواستن در عرصه اجرایی و عمومی کشوریم. بارها در کشور ما، از حوزه مساجد به‌عنوان راهکار حل مشکلات اجتماعی همچون بیکاری و فقر و بی‌عدالتی اجتماعی و آسیب‌های اجتماعی سخن گفته شده است و حتی برنامه‌های قانونی زیادی برای توسعه این بخش تنظیم شده است. با این حال، هنوز هم رشد مشارکت مردم در مساجد در حد مطلوب نیست. به نظر می‌رسد که مشکل مساجد از نبود میل و اراده‌ای ناشی است که دولتمردان را در خصوص مساجد و اهمیت آن به سمت جلو هدایت کند. صفری شالی در این زمینه بیان می‌کند: «یعنی اون میل و باور از سمت دولت برای رشد مشارکت مردم وجود ندارد؛ اما اینکه (دولت) استراتژی بلندمدت بدهد چیزی وجود ندارد». علاوه بر این، مردم محلی در مساجد از فقدان همکاری و حمایت لازم بخش دولتی و نهادهای دولتی گلایه دارند. یکی از امامان مساجد معتقد است: «نکته دیگر حمایت دولت از مساجد است. برای اینکه در عرصه فرهنگ حضور داشته باشیم و در عرصه رقابت فرهنگی حرفی واسه گفتن داشته باشیم، دولت باید توانمندسازی انجام بده؛ یعنی هیئت‌انامی مسجد نسبت به مشارکت مردم

در کاهش آسیب‌های اجتماعی و جایگاه مسجد در آن آگاه‌تر شوند». آموزش امامان مساجد و هیئت‌امنا به همراه آموزش اهالی محله به منظور مشارکت در مساجد برای کاهش آسیب‌های اجتماعی اهمیت دارد.

### راهبرد / کنش (تعاملات و کنش‌ها)

عمل / تعامل یا کنش / کنش متقابل اصطلاحاتی‌اند که برای اشاره به تدابیرهای راهبردی و طرز عمل‌های عادی یا روزمره و چگونگی مدیریت موقعیت‌ها توسط افراد در مواجهه با مسائل و امور به کار می‌روند. این تدابیرها یا رفتارهای عادی چیزهایی‌اند که مردم و سازمان‌ها و جوامع یا ملت‌ها انجام می‌دهند یا می‌گویند (استراوس و کربین، ۱۳۹۲: ۱۵۵). نگاه کوتاه‌مدت به مساجد و پیدایش تعاملات نابهنجار و صدمه دیدن ساختار مساجد به‌عنوان کنش‌ها و تعاملات پژوهش پیش رو در نظر گرفته شده‌اند.

### مقوله نگاه ابزاری دولت به مساجد

مقوله نگاه ابزاری دولت به مساجد از مهم‌ترین عوامل درونی شکل‌گیری رکود مساجد در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی است. تاریخ چند هزارساله مساجد در ایران نشان می‌دهد در غیاب رویکرد هدفمند و راهبردی مبتنی بر تعریف و تبیین نقش توسعه‌ای نهضت‌های سیاسی در مساجد، مواجهه دولت‌ها با مساجد رویکردی پروژه‌محور بوده است. فقدان رویکرد راهبردی در این حوزه موجب شده است این رابطه در چهارچوب نگاه کوتاه‌مدت و ابزاری تعریف شود و از سازوکار مساجد عمدتاً برای سامان‌دهی و مدیریت بحران‌های اقتصادی اجتماعی، به‌ویژه آن‌هایی که دارای قابلیت تبدیل به چالش‌ها و بحران‌های سیاسی امنیتی بودند، استفاده شود. در تمام مساجد مدت‌ها پایگاه‌های مقاومت بسیج وجود داشته و این پایگاه‌ها در بیشتر مساجد همچنان وجود دارد. نگاه دولتی‌ها به مسجد عمدتاً براساس نیازهای دولت در حوزه‌های امنیتی و سیاسی و اجتماعی تعریف می‌شود و بذاته به مسجد به‌عنوان پایگاه اصلی مشارکت مردمی و نهادسازی‌های محله‌محور نگریسته نمی‌شود.

مقوله نگاه ابزاری دولت به مساجد سه ویژگی عمده دارد: مداخله‌جویانه بودن؛ نگاه کوتاه‌مدت داشتن؛ استفاده در وضعیت بحرانی.

این رویکرد دولت به مساجد، یعنی نگاه کوتاه‌مدت و ابزاری و مداخله‌جویانه، مانع از این شده است تا مساجد به‌عنوان نهاد اجتماعی از دل نیازهای جامعه به بقای خود

ادامه دهد یا مساجد جدید از دل مردم برخاسته و با کمک نیروها و گروه‌های اجتماعی رشد و نمو پیدا کند. این تجربه در بسیاری از کشورها تکرار شده و مساجد پس از دوران افت و خیزهای اولیه راه رشد خود را پیدا کرده و با دستیابی به کارکردهای طبیعی خود به امری نهادینه تبدیل شده و در کنار سایر فعالیت‌های اجتماعی به جایگاه مناسبی در حیات اقتصادی و اجتماعی آن کشورها دست پیدا کرده است. یکی از امامان مسجد در این باره معتقد است: «وقتی جنگ شروع شد، مشکل گرانی و احتکار و کمبود کالا و اینها به وجود اومد. دولت از طریق مساجد بخشی از مشکلات مردم را حل می‌کرد. در عین حال، مساجد توسط مردم بازسازی می‌شدند و در حل مشکلات ساکنان محله نقش بازی می‌کردند».

### پیامدها: مشارکت نکردن مردم در مساجد

آخرین اصطلاح پارادایمی پیامد است. هر جا انجام یا عدم انجام عمل / تعامل معینی در پاسخ به امر یا مسئله‌ای یا به منظور اداره یا حفظ موقعیتی از سوی فرد یا افرادی انتخاب شود، پیامدهایی پدید می‌آید (استراوس و کربین، ۱۳۹۲: ۱۵۶). ناکامی اهالی محله در مشارکت واقعی در مساجد و به تبع آن، ظهور بی‌اعتمادی ناشی از ناکامی مساجد به عنوان پیامدها در این پژوهش در نظر گرفته شده است. ناکامی مساجد نتیجه کنش‌ها و تعاملات ایجاد شده (نگاه کوتاه‌مدت به مساجد و پیدایش تعاملات نابهنجار و صدمه دیدن ساختار مساجد) و تأثیرپذیری از شرایط علی و زمینه‌ای و میانجی است. مشارکت نکردن مردم باعث شده رویکردها و روندهایی غربی در جلب مشارکت مردمی شکل بگیرد که نقایصی دارند.

### نقایص مدل فعلی مداخلات محله‌ای با رویکرد اجتماعی

#### رویکرد برنامه‌ریزی از بالا

طرح‌های توانمندسازی در دفاتر ایجاد شده تاکنون رویکرد برنامه‌ریزی از بالا داشته و ارتباط آن در مراحل مختلف، به‌ویژه در تعریف طرح‌ها و اجرا و ارزیابی، با سطوح محلی بسیار ضعیف است. چنین امری از شکل‌گیری ظرفیت‌های لازم برای بهره‌گیری بهینه برای شکل دادن به جریان نوسازی مانع می‌شود.

#### توانمندسازی فردی

برنامه‌های توانمندسازی سکونتگاه‌های غیررسمی در قالب کارگاه‌های آموزشی عمدتاً به توانمندسازی فردی جامعه محلی منجر شده و نه توانمندسازی گروهی. توانمندسازی فردی

احتمال خروج افراد توانمندشده از جامعه محلی و جایگزینی آنها با افراد نیازمند توانمندسازی را افزایش می‌دهد که دور باطل فقر را در جامعه محلی ایجاد می‌کند.

### فقدان مشارکت

برنامه‌ها و طرح‌های تعریف‌شده و اجراشده برای ارتقای سطح رفاه عمومی در هر جامعه محلی ضروری و حق شهروندی ساکنان است؛ اما ساکنان مستقیماً در تعیین و اولویت‌بندی آنها مشارکت نکرده‌اند. اهمیت این موضوع در جایی است که اگر به سبب قطع منابع مالی یا موانع دیگر اجرای برنامه‌ها از سوی دولت‌ها متوقف شود به دلیل فقدان مشارکت مردم برنامه‌های محلی ادامه نمی‌یابد.

### بی‌توجهی به کیفیت زندگی

دستاوردهای نوسازی شهری به تغییرات کالبدی بنیادین در بافت‌های هدف منجر شد؛ اما در کیفیت حیات اجتماعی اقتصادی محلات و ساکنان تأثیرات پایدارى نداشته است.

### راهبردها و نقاط تمرکز الگوی مطلوب بر پایه مساجد

- تأکید بر برنامه‌ها و اقدامات محله محور و در مسیر اهداف توسعه پایدار؛
- مبتنی بر تعامل و مشارکت حداکثری تمام کنشگران و ذی‌نفعان بخش عمومی و خصوصی مدیریت شهری و به‌ویژه مردم در تمامی طبقات و قشرها؛
- ارتقای سلامت و بهداشت جسمی و روانی در کنار تغییرات کالبدی؛
- خدمات‌رسانی به سالمندان محله از طریق مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- خدمات‌رسانی به معلولان از طریق مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- خدمات‌رسانی به آسیب‌دیدگان طلاق از طریق مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- خدمات‌رسانی به معزادان و خانواده‌هایشان از طریق مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- ایجاد نهاد امام محله با ویژگی پاسخ‌گو بودن به مسائل محله به‌جای مدیر محله؛
- نهادسازی اجتماعی با عنوان نهاد مشارکت اجتماعی محله؛
- ایجاد نهاد واسط مدنی واقعی بین مردم و مسئولان؛
- کاهش آسیب‌های اجتماعی؛
- مدیریت موردی اعتیاد با مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛

- مدیریت موردی طلاق با مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- اعطای تسهیلات و مشوق‌ها و بسته‌های حمایتی به نیازمندان، از مشارکت فعال ساکنان محله در مساجد؛
- نظارت بر کیفیت ساخت‌وساز و تشویق به بهسازی بافت فرسوده.

### فرایند اجرای الگو

۱. انتخاب امام محله و آموزش نقش امام محله (امام جامعه، امام جمعه، امام جماعت، امام محله)

- تحلیل توسعه محله و نقش و جایگاه امام محله به‌عنوان تسهیلگر محله؛
- نهادسازی در مسجد و ایجاد فضایی درون مسجد که صیغه مسجد خواننده نشده باشد.

۲. کادرسازی نهاد مشارکت اجتماعی در مساجد و تعامل با امام مسجد؛ کادر موردنیاز عبارتند از: مددکار اجتماعی محله؛ جامعه‌شناس محله؛ روان‌شناس محله؛ شهرساز محله؛ کارآفرین محله

۳. تدوین برنامه اقدام

- بسترسازی: شامل پنج مرحله است: شناسایی منابع برای تأمین اعتبارات طرح؛ هم‌اندیشی با شرکای سازمانی طرح؛ انتخاب محلات هدف طرح؛ هم‌اندیشی با شرکای محلی طرح؛ و ورود به محلات هدف.

- نهادسازی: شامل چهار مرحله است: تأسیس پایگاه‌های خدمات اجتماعی در مساجد؛ تشکیل گروه‌های تسهیلگر در مساجد؛ تشکیل شورای معتمدان محلات؛ تشکیل کمیته تواناساز شهرستان.

- ظرفیت‌سازی در مساجد: اطلاع‌رسانی و تبلیغات محیطی طرح؛ آموزش تسهیلگران و گروه‌های محلی؛ مطالعات میدانی و تشکیل بانک اطلاعاتی؛ تشکیل پرونده‌ها و طراحی برنامه‌های خرد محلی.

۴. اعتمادسازی

- شناسایی خیران و تشکیل گروه‌های حامی طرح در مساجد؛
- ارائه خدمات به آسیب‌دیدگان اجتماعی محله هدف (سالمندان، معلولان، معزولان و...)

- اجرای طرح‌های خرد محلی؛

- ارائه گزارش و دستاوردها به ذی‌نفعان.

با توجه با ساختار فرهنگی در ایران، اعتمادسازی از بدو شروع فعالیت باید در دستور کار قرار گیرد.

#### ۵. مسجد به‌مثابه مرکز تسهیلگری

طی فرایند تسهیلگری، گروه‌های محلی برای مشارکت در فرایند سیاست سلامت محله توانمند می‌شوند.

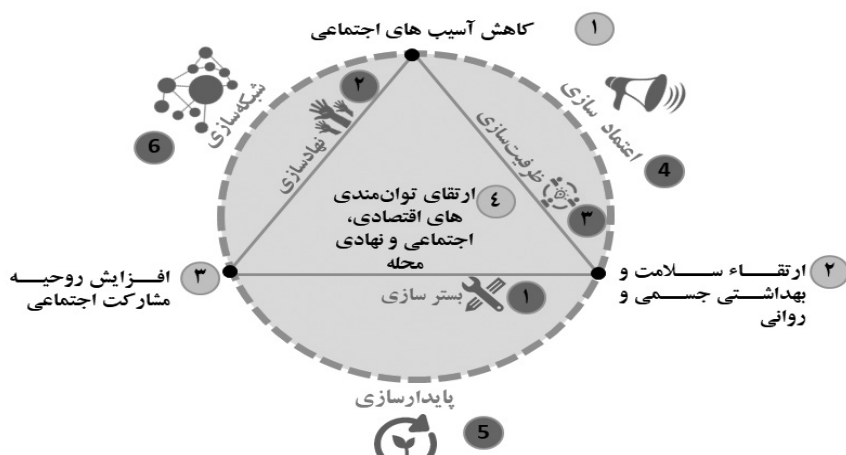
مشارکت در رویکرد اجتماع‌محور: فرایند جلب مشارکت؛ آگاهی؛ سازمان‌دهی؛ پشتیبانی و حمایت؛ استمرار و مداومت؛ سطوح مشارکت برحسب فرایند برنامه‌ریزی توسعه؛ مشارکت در تصمیم‌گیری؛ مشارکت در اجرا؛ مشارکت در نگهداری؛ مشارکت در ارزشیابی و پایش؛ توسعه مشارکت فعال.

#### ۶. پایدارسازی

پایدارسازی برنامه‌ها و اقدامات به‌صورت هم‌افزا و یکپارچه از طریق: تأسیس انجمن‌های محلی؛- شناسایی و پوشش آسیب‌دیدگان اجتماعی محلات هم‌جوار؛- تشکیل گروه‌های داوطلب محلی؛- برنامه‌ریزی مشارکتی (کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت).

#### ۷. شبکه‌سازی

- برقراری ارتباط و تعامل بین گروه‌ها؛
- طراحی و راه‌اندازی وبگاه و نشریه؛
- واگذاری طرح به انجمن‌های محلی؛
- خروج مجری از محلات و عضویت در شبکه.



شکل ۸. بستر سازی؛ نهاد سازی؛ ظرفیت سازی؛ اعتماد سازی؛ پایدار سازی؛ شبکه سازی

## نتیجه‌گیری

سؤال اصلی پژوهش این بود که چه نظریه‌ای عدم مشارکت مردم برای حل آسیب‌های اجتماعی در مساجد را تبیین می‌کند. برای پاسخ به این سؤال مقوله‌هسته «موانع ساختاری اجتماعی» از داده‌های پژوهش احصا شد و به مرکز ثقل مدل پارادایم تبدیل شد. در مدل پارادایمی ارائه‌شده از مشکلات عمومی کشور، زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور و مشکلات دولتی مساجد به‌عنوان «شرایط زمینه‌ای»؛ مشکلات درون‌بخشی مساجد، فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد و ضعف سرمایه‌انسانی در مساجد به‌عنوان «شرایط علی»؛ ضعف متولیان مساجد در کشور، مشکلات مساجد در عرصه فرامحله‌ای، فقدان شبکه‌سازی موردنیاز و مشکلات حقوقی مساجد به‌عنوان «شرایط میانجی»؛ نگاه کوتاه‌مدت به مساجد، پیدایش تعاملات نابهنجار و صدمه دیدن ساختار مساجد به‌عنوان «فرایندها»؛ ناکامی مساجد و ظهور بی‌اعتمادی ناشی از ناکامی مساجد به‌عنوان «پیامدها»ی توسعه‌نیافتگی مساجد هستند. در به وجود آمدن مشکلات درون‌بخشی مساجد، فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد و ضعف متولیان مساجد مؤثرند. ارتباط میان مشکلات عمومی کشور و مشکلات درون‌بخشی مساجد را می‌توان این‌گونه شرح داد که مشکلات عمومی اقتصادی در کشور به مشکلات مالی و فقدان سرمایه‌گذاری در مساجد و ضعف در تجهیزات اولیه و مشکلات فقدان امکانات لازم در توسعه اجتماعی به‌وسیله مساجد منجر شده است. از طرفی، مشکلات ناشی از اقتصاد دولتی خود را در مشکلات درون‌بخشی مساجد در قالب ساختار غیرقابلیت مساجد نشان می‌دهد. بی‌تعادلی و بی‌برنامگی نهادی موجود در کشور خود را در ساختار مساجد به‌صورت تعارضات درونی مساجد، مشکلات نقشی در مساجد، ضعف ارتباط بین‌بخشی و درون‌بخشی نشان می‌دهد. ارتباط میان مشکلات عمومی کشور را با فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد می‌توان به این نحو شرح داد که مشکلات عمومی اقتصادی در کشور نیز به ضعف حمایت‌های مالی و مشکلات مربوط به تسهیلات بانکی برای ایجاد زیرساخت‌های ضروری برای جلب مشارکت مردمی در کاهش آسیب‌های اجتماعی منجر شده است. ضعف در تصویب و نهادینه‌سازی قوانین در کشور نیز به عدم ضمانت و حمایت مشخص از مساجد و مشکلات مالی در مساجد منجر شده است. بی‌تعادلی و بی‌برنامگی نهادی موجود در کشور نیز در مشکلات مربوط به فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد به جایگاه

نامشخص مساجد و ضعف ارتباط و حمایت فرابخشی منجر شده است. در تشریح ارتباط میان مشکلات عمومی کشور و ضعف متولیان مساجد در کشور می‌توان گفت که بی‌تعادلی و بی‌برنامگی نهادی به دخالت نابجای وزارتخانه‌های دیگر در توسعه اجتماعی منجر می‌شود که ذاتاً وظیفه مساجد است. نمود دیوان‌سالاری رایج در کشور نیز در تشکیلات متولیان مساجد به پیچ‌وخم‌های اداری و طولانی شدن فرایند اخذ مجوز مداخلات محله‌محور بر پایه مساجد ختم می‌شود. یکی دیگر از بسترهای رکود مساجد زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور است. ارتباط میان زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور و مقولات علمی و مداخله‌گر را می‌توان بدین نحو شرح داد که زیرساخت‌های نامناسب کشور با مشکلات درون‌بخشی مساجد، فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد، و ضعف سرمایه انسانی مساجد در ارتباط است. رابطه میان زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور را با مشکلات درون‌بخشی مساجد بدین نحو می‌توان شرح داد که فرسایش سرمایه اجتماعی، ضعف روحیه کار جمعی، وجود الگوهای اخلاقی و فکری نامناسب به وابسته بودن و عدم اتکا به خود و مشارکت ضعیف اعضا درون مساجد منجر شده است. از طرفی، بی‌توجهی به نهاد مساجد و بی‌اطلاعی عمومی از جایگاه مساجد در کشور به ضعف آموزش حقوقی هیئت‌امنا و امامان مساجد و ضعف آموزش و تخصص در مساجد و ضعف اطلاعاتی در میان اعضا منجر شده است. ارتباط میان زیرساخت‌های نامناسب کشور با فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد را بدین نحو می‌توان تشریح کرد که بی‌توجهی به نهاد مساجد در کشور به بی‌توجهی به مساجد در برنامه‌ریزی‌های مختص به مساجد منجر شده است؛ از طرفی، بی‌اطلاعی عمومی از ضرورت مشارکت مردمی در مساجد به درک نادرست از مساجد و برنامه‌ریزی در خصوص مساجد منجر شده است. ارتباط میان زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور و ضعف سرمایه انسانی در مساجد را بدین نحو می‌توان شرح داد که وجود الگوهای اخلاقی و فکری نامناسب، ضعف روحیه کار جمعی و بی‌توجهی به نهاد مساجد با نگاه ایزاری اعضای مساجد در ارتباط است. از طرفی، بی‌اطلاعی عمومی از ضرورت مشارکت در مساجد برای کاهش آسیب‌های اجتماعی به ضعف آموزش و آگاهی اعضا منجر می‌شود. یکی دیگر از بسترهای رکود مساجد مشکلات دولتی مساجد است. مشکلات دولتی مساجد با مشکلات مداخلات محله‌محور مساجد، جایگاه نامشخص مساجد از مقوله عمده فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد، ضعف رقابت با

بخش خارجی مداخله‌کننده در محله از مشکلات مساجد در عرصه فرامحله در ارتباط است. از شرایط علی رکود مساجد در مشارکت به‌منظور کاهش آسیب‌های اجتماعی، فقدان برنامه‌ریزی مشخص و مدون در خصوص مساجد با مشکلات مساجد در عرصه حقوقی و فرامحله و شبکه‌سازی بین مساجد در ارتباط است؛ بدین نحو که جایگاه نامشخص مساجد به تدوین قوانین نامناسب و ضعف نهادینه‌سازی در اجرای قوانین مساجد و سیاست‌های نامطلوب منجر شده است. از طرفی، عدم ضمانت و حمایت مشخص از مساجد با نبود استقلال در وضع قوانین و ضعف نهادینه‌سازی به عنوان مشکلات حقوقی مساجد قابل طرح است.


پس از مشخص شدن روابط میان شرایط زمینه‌ای و علی و میانجی با یکدیگر، به رابطه میان آن‌ها با مقولات فرایندی پرداخته می‌شود. مشکلات عمومی کشور با صدمه دیدن ساختار مساجد در ارتباط است؛ بدین نحو که مشکلات عمومی اقتصادی کشور در تحلیل رفتن قدرت رقابت‌پذیری مساجد در مواجهه با آسیب‌های اجتماعی و تحلیل رفتن سرمایه اجتماعی آن‌ها مؤثر است. از طرفی، ضعف در تصویب و نهادینه‌سازی قوانین در پیدایش تعاملات غیررسمی سودجویانه در مساجد مؤثر است. زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور نیز با پیدایش تعاملات نابهنجار و نگاه کوتاه‌مدت به مساجد ارتباط دارد؛ بدین نحو که وجود الگوهای اخلاقی و فکری نامناسب در کشور زمینه پیدایش تعاملات غیررسمی و سودجویانه را در تعاملات و راهبردهای مساجد فراهم می‌کند. از طرفی، ضعف روحیه کار جمعی در مساجد و بی‌توجهی به نهاد مساجد زمینه‌های نگاه کوتاه‌مدت به مساجد را فراهم می‌آورد. به‌طور کلی، می‌توان گفت که یکی از علت‌های مهم پیدایش تعاملات نابهنجار در مساجد مشکلات درون‌بخشی مساجد است. هنگامی که مساجد از مشکلات جدی همچون ضعف آموزش، مشکلات مدیریتی، مشکلات سرمایه‌ای اجتماعی رنج می‌برند، اعضای مساجد برای رسیدن به حداقل سود شخصی یا حتی موفقیت مساجد زمانی که بسترهای قانونی و فرهنگی و اقتصادی به‌منظور تحقق این امر مهیا نیست، به تعاملات نابهنجار سودجویانه روی می‌آورند. فقدان برنامه‌ریزی مدون و مشخص در مساجد، که خود را در مشکلات حقوقی موجود در ساختار مساجد نشان می‌دهد، در پیدایش تعاملات نابهنجار در مساجد تأثیر بسزایی می‌گذارد. هنگامی که در تدوین قوانین مربوط به مساجد و نهادینه‌سازی و اجرای قوانین موجود ضعف وجود داشته باشد، بستر مشخص و تضمین‌شده‌ای برای موفقیت مساجد وجود ندارد و اعضای هیئت‌امنا مساجد با

درک و تجربه این امر به تعاملات غیررسمی و سودجویانه روی می‌آورند. از طرف دیگر، ضعف متولیان مساجد در کشور نیز سبب می‌شود مساجد نه تنها از حمایت مشخص و مدون ناامید شوند؛ بلکه از دخالت‌های ناپجای متولیان گریزان باشند. این گریز از دخالت و امید نداشتن به حمایت خود را در پیدایش تعاملات نابهنجار در مساجد نشان می‌دهد. از طرف دیگر، ضعف متولیان مساجد در کشور و عدم حمایت مستمر و نهادینه شده از آن‌ها مساجد را به وضعیتی سوق می‌دهد که امیدی به فعالیت مستمر آن‌ها نیست و عملاً نگاهی کوتاه‌مدت به مساجد به وجود می‌آید. در نهایت، نگاه کوتاه‌مدت به مساجد و پیدایش تعاملات نابهنجار درون مساجد به صدمه دیدن ساختار مساجد منجر می‌شود. پیدایش تعاملات نابهنجار درون مساجد و از جمله آن‌ها پیدایش تعاملات غیررسمی سودجویانه به تحلیل رفتن سرمایه اجتماعی درون مساجد منجر می‌شود. در نهایت، ناکامی مساجد پیامد صدمه دیدن ساختار مساجد در کشور است؛ به نحوی که ۵۰ درصد مساجد کشور کاملاً تعطیل است. با ناکامی مساجد و بازتاب آن در فضای جامعه بی‌اعتمادی به نهاد مساجد و ناامیدی از این نهاد در بین اعضای جامعه شکل می‌گیرد و با ظهور بی‌اعتمادی ناشی از ناکامی مساجد، بسترها و علت‌های ناکامی مساجد تشدید می‌شود. مساجد در کشور می‌تواند راه‌حلی برای برون‌رفت از اوضاع اجتماعی و اقتصادی نامطلوب باشد. با ناکامی مساجد در کشور، مشکلات اجتماعی تشدید می‌شود. از طرفی، نهضت مساجد می‌تواند عاملی برای افزایش هم‌بستگی میان افراد با تجربه کار جمعی موفقیت‌آمیز مبتنی بر اعتماد باشد. با ناکامی این نهضت زیرساخت‌های فرهنگی نامناسب کشور نیز تشدید می‌شود. در نهایت با تشریح خط داستان، «موانع ساختاری اجتماعی» به‌عنوان مقوله هسته این پژوهش انتخاب شد. موانع ساختاری درون مساجد وجود دارند و موانع اجتماعی بر بسترهای نامناسب رشد مساجد در کشور دلالت دارند.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### ORCID

Karim Mehri  <https://orcid.org/0000-0002-5943-9275>

## منابع و مأخذ

- استراوس، انسلم؛ و کربین، جولیت (۱۳۹۲). مبانی پژوهش کیفی. ترجمه ابراهیم افشار. تهران: نی.
- احمدپور، احمد (۱۳۹۶). روش تحقیق در علوم انسانی معاصر، نشر ققنوس
- توفیق، فیروز (۱۳۸۵). برنامه‌ریزی در ایران و چشم‌انداز آینده آن. تهران: مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی.
- زیاری، کرامت‌الله (۱۳۸۱). اصول و روش‌های برنامه‌ریزی منطقه‌ای، چ ۲. یزد: انتشارات دانشگاه یزد.
- حبیبی، محسن (۱۳۸۴). شهرسازی مشارکتی: کاوشی نظری در شرایط ایران، دوره ۲۴، نشریه هنرهای زیبا سازمان برنامه و بودجه (۱۳۵۲). خلاصه پنجمین برنامه عمرانی. نشر سازمان برنامه و بودجه، تهران
- شایگان، فریبا (۱۳۸۹) تبیین جامعه‌شناختی مشارکت مردم در مساجد، تهران، جامعه شناسان
- شیرعلی محسن (۱۳۹۱) شیوه‌های نو در جلب مشارکت مردمی در عمران مادی و معنوی مسجد، دفتر مطالعات و پژوهش‌های مرکز رسیدگی به امور مساجد
- لدویت، مارگارت (۱۳۹۷) نگرش انتقادی به توسعه جماعت محور، نشر نی
- طلوعی، محمود (۱۳۷۲). فرهنگ جامع سیاسی تهران: علم و سخن.
- ضرابی، عبدالرضا (۱۳۷۶) نقش عوامل موثر در جذب نسل جوان به مسجد از دیدگاه جوانان استان کرمان، پایان نامه کارشناسی ارشد، موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی
- دربندی (۱۳۷۴) علل کاهش حضور مردم در مساجد از دیدگاه کارکردگرایان
- کلباسی اصفهانی، علی اصغر (۱۳۷۴). نقش تعاونی‌ها در نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران. تهران: ثمره.
- نامغ، پرویز (۱۳۸۶). مبانی مدیریت دولتی. تهران: هستان.
- نورمحمدی، خسرو (۱۳۷۳). جنبه‌های اقتصادی مبادلات مرزی تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- هاشمیان فر، شایگان و مصطفی سعیدی (۱۳۹۴) «بررسی مشارکت جوانان در مسجد با تأکید بر خانواده، فصلنامه شیعه شناسی دوره ۱۳ شماره ۵۰
- ملانی، بیرکس، و میلز، جین (۱۳۹۳). تحقیق مبانی. ترجمه محمد اعرابی و عبادالله بانسی. تهران: نشر پژوهش‌های فرهنگی.
- مجیلی، جیمز (۱۳۹۸)، توسعه اجتماعی "نظریه و اقدام"، ترجمه سید احمد فیروزآبادی، انتشارات علمی فرهنگی
- Birks, Melanie, and Mills, Jane (2014). Basic research. Translated by Mohammad Arabi and Ebadullah Bانشi. Tehran: Cultural Research Publishing. [In Persian]
- Darbandi (1374) The reasons for the decrease in the attendance of people in mosques from the perspective of functionalists *For Qualitative Research Chicago*. Aldine Publishing Company. [In Persian]


- Hashemian Far, Shaygan and Mustafa Saeedi (2014) "Investigation of youth participation in the mosque with an emphasis on the family", *Shia Studies Quarterly*, Volume 13, Number 50. **[In Persian]**
- Kolbasi Esfahani, Ali Asghar (1374). The role of cooperatives in the economic system of the Islamic Republic of Iran. Tehran: Samrah. **[In Persian]**
- Ledwitt, Margaret (2017) *A Critical Approach to Jamaat-Oriented Development*, Nei Publishing. **[In Persian]**
- Namagh, Parvez (2016). *Basics of public administration*. Tehran: Hestan. **[In Persian]**
- Noormohammadi, Khosrow (1373). *Economic aspects of border exchanges*. Tehran: Institute of Business Studies and Research. **[In Persian]**
- Program and budget organization (1352). *Summary of the fifth construction program*. Publication of Program and Budget Organization, Tehran. **[In Persian]**
- Shaygan, Fariba (1389) *Sociological explanation of people's participation in mosques*, Tehran, sociologists. **[In Persian]**
- Shir Ali Mohsen (2012) *New ways to attract people's participation in the material and spiritual construction of the mosque*, Studies and Research Office of the Center for Addressing the Affairs of Mosques. **[In Persian]**
- Strauss, Anselm; and Corbin, Juliet (2012). *Fundamentals of qualitative research*. Translated by Ibrahim Afshar. Tehran: Ney. **[In Persian]**
- Tawfiq, Firoz (2005). *Planning in Iran and its future perspective*. Tehran: Higher Institute of Management and Planning Education and Research. **[In Persian]**
- Toloui, Mahmoud (1372). *Comprehensive political culture*. Tehran: Science and speech. **[In Persian]**
- Zarrabi, Abdolreza (1376) *The role of effective factors in attracting the young generation to the mosque from the perspective of the youth of Kerman province*, Master's thesis, Imam Khomeini Educational and Research Institute. **[In Persian]**
- Ziyari, Karamatullah (1381). *Regional planning principles and methods*. Ch2. Yazd: Yazd University Press. **[In Persian]**
- Glaser, B.G., & Strauss, L. (2008). *The Discovery Of Grounded Theory: Strategies*



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



## The potential of the mosque in the public diplomacy of the Islamic Republic of Iran; Emphasizing the experiences of Muslim countries

**Mohammad Hosein Shoaee** , Assistant Professor, Department of Communication and Media, Faculty of Islamic Studies, Culture and Communication, Imam Sadiq University (AS). Email: [shoaee@isu.ac.ir](mailto:shoaee@isu.ac.ir)

### ABSTRACT

Today, public diplomacy, in relation to the importance of culture and religion in the world arena, has created new close ties with policymakers and politicians. This article tries to analyze the possibility of interaction between mosque and public diplomacy by examining the conceptual and operational framework of this field which includes public diplomacy, cultural diplomacy and religious diplomacy. In this way, which has been done by the method of textual analysis, the alignment and the possibility of interaction between these two areas in the form of mosque diplomacy in the keywords of “the people of the destination country” as the audience of public diplomacy, “informing, influencing and persuading” as the goals and results of public diplomacy were confirmed in the political literature of modern public diplomacy. Mosque diplomacy is: using the mosque as a tool in public diplomacy. The instrumental use of the mosque in this area can take the form of: building or financing mosques and Islamic centers in other countries (especially non-Islamic). In Islamic countries or in countries that are predominantly Muslim, mosques are a form of nation-building. Mosques act as a means of visually demonstrating the nation’s attitude towards Islam. These magnificent buildings are located in the capitals of the Islamic world and compete with each other in beauty and grandeur. Throughout history, mosques have not only been places of worship, but their purpose has also been to promote the political doctrines and political will of progressive elites. The connection between the mosque and the place of caliphate and government in the early centuries of Islam indicates the convergence and subordination of religion and politics in the body of mosque diplomacy. Also, the multi-purpose capacities of mosques, which are aligned with the belief, moral and commandments of Islam in the three groups of vision, orientation and action, are presented as an attractive idea for attention in mosque diplomacy. In the end, while examining the policies and activities of some Muslim countries in the field of mosque diplomacy, a set of ideas and suggestions on three fundamental, political and practical levels for the Islamic Republic of Iran is presented.

Theoretical level (fundamental): At this level, attention should be paid to the relationship between the fundamental concepts of religion and foreign policy, religion and public diplomacy, and the propagation of religion and public diplomacy in the form of theoretical theories and approaches. The doctrine of the Islamic Republic at this level should be formulated by referring to the opinions of the leaders of the

revolution. A comparative study of Islamic-Iranian approaches with mainly Western approaches at this level can explain and analyze the foundations, concepts, and theoretical approaches well.

Political level (intermediate): The formulation of a document/policy for the internationalization of mosques in the real space as well as the virtual space can be placed at this level. Basically, the international reading and assessment of the mosque's capacity in the field of public diplomacy in the policy-making space should be considered in line with domestic and foreign policy. This document should, while utilizing the theoretical level (doctrine) in the strategies for selecting mosques and giving them an international attachment among the functions of the mosque in the first place, should consider their internationalization arrangement in the second place at the political level. Taking charge of this field in the form of an independent institution (given its importance and impact and successful foreign examples) or affiliated with relevant departments in the government sector such as the Ministry of Culture and Islamic Affairs, is also a political and strategic matter that must be thought about. Likewise, the institutional mapping of this field must be carried out at this level. In this sense, various related institutions must know and find their role and place in the map of mosque diplomacy of the country.

Practical level (objective): Creating movements and campaigns in the field of training religious diplomats with a focus on the mosque for foreigners (with due regard to goal setting) on the one hand and producing content with international order and system are among the issues that can be considered in the form of training, information and impact (in line with the goals of public diplomacy) in a skill-training manner at this level.

### Key Words

Public diplomacy, cultural diplomacy, religious diplomacy, mosque diplomacy.

## ظرفیت‌شناسی مسجد در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران؛ با تأکید بر تجربیات کشورهای مسلمان

محمدحسین شعاعی<sup>۱</sup>

### چکیده

امروزه دیپلماسی عمومی در نسبت با مهم شدن فرهنگ و دین در عرصه جهانی پیوندهای تنگاتنگ نوپیدی را نزد سیاست‌گذاران و سیاستمداران پدید آورده است. این مقاله درصدد است تا با بررسی چارچوب مفهومی و عملیاتی این حوزه که شامل دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی دینی است، امکان تعامل مسجد و دیپلماسی عمومی را واکاوی کند. در این مسیر که به روش تحلیل متنی انجام شده است، همسویی و امکان تعاطی میان این دو حوزه در قالب دیپلماسی مسجد در کلیدواژه‌های «مردم‌کشور مقصد» به عنوان مخاطب دیپلماسی عمومی، «اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، اثرگذاری و اقناع» به‌مثابه اهداف و نتایج دیپلماسی عمومی در ادبیات سیاستی دیپلماسی عمومی نوین مسجل‌گشت. همچنین ظرفیت‌های چندمنظوره مساجد که در سه‌گان بینش، گرایش و کنش همسو با ابعاد اعتقادی، اخلاقی و احکامی اسلام است، به عنوان ایده‌ای جذاب برای توجه در دیپلماسی مسجد مطرح می‌شود. در پایان، ضمن بررسی سیاست‌ها و فعالیت‌های برخی از کشورهای مسلمان در عرصه دیپلماسی مسجد، مجموعه از ایده‌ها و پیشنهادها در سه سطح بنیادین، سیاستی و عملیاتی برای جمهوری اسلامی ایران ارائه می‌شود.

### واژگان کلیدی

دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی دینی، دیپلماسی مسجد.

## مقدمه

درهم تنیدگی مفاهیم ذهنی و واقعیت‌های عینی در دو عرصه اندیشه و عمل، مسائل اجتماعی را پیچیده کرده است. یکی از مصادیق این در هم تنیدگی، مفاهیم دین و سیاست در عرصه ارتباطات بین‌الملل می‌باشد. دیپلماسی عمومی که صرف‌نظر از تعاریف متعدد و متنوع، به‌مثابه ابزاری برای سیاست خارجی کشورها مدنظر است، در روند تکاملی خویش، همزمان با تغییرات گسترده و شتابان جهانی که قسمت عمده آن مرهون فناوری‌های ارتباطی است، از حوزه‌ها و مؤلفه‌های گوناگونی سود می‌جوید. یکی از این حوزه‌ها، فرهنگ است که مطابق با چرخش فرهنگی از چندی پیش در کانون توجهات سیاستمداران واقع گشته است. در مسیر اهتمام و استفاده از فرهنگ، یکی از عناصر مهم آن به نام دین، برجستگی تام و تمامی پیدا کرده است. با چشم‌پوشی از رابطه شناسی میان دو مفهوم فرهنگ و دین که از منظر منطق صوری، در یکی از روابط اربعه (تساوی، تباین، عموم و خصوص مطلق، عموم و خصوص من وجه) جای می‌گیرد، بعد معناسازی و معنایابی فرهنگ در باور متجسم می‌شود که یکی از ابعاد سه‌گان دین (حداقل در برخی از خوانش‌های مربوط به دین اسلام) جای می‌گیرد. بر اساس توجه به فرهنگ (اولاً) و دین، یا در فرهنگ یا خارج از آن (ثانیاً) در دیپلماسی عمومی، مسئله این مقاله آن است که مسجد به‌مثابه نهادی که از اساس در دین و فرهنگ اسلامی نضج و نمو یافته است، چه ظرفیت‌هایی در این حوزه می‌تواند داشته باشد؟

برای پاسخگویی به این پرسش مهم که می‌تواند مسیری نوین و کمتر موردتوجه را ترسیم نماید، به روش تحلیل متن در قالب چارچوب شناسی مفهومی، به بازخوانی مفاهیم «دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی و دیپلماسی دینی» پرداخته می‌شود. در ادامه با امعان نظر به «دیپلماسی مسجد» از سویی و تجربه‌کاوی اجمالی از برخی کشورهای مسلمان از سویی دیگر، تلاش می‌شود تا چارچوب کلی امکان استفاده از ظرفیت‌های مسجد در دیپلماسی عمومی جمهوری اسلامی ایران طراحی، ترسیم و پیشنهاد شود.

## پیشینه پژوهش

در موضوع مدنظر، کتاب «دیپلماسی مسجد» (موظف‌رستمی، ۱۴۰۱) را می‌یابیم. این کتاب در یازده فصل به «کلیات و تعریف مفاهیم، دیپلماسی مسجد و قدرت سیاسی، دیپلماسی مسجد در قرآن، سیره و سنت ائمه معصومین (ع)، دیپلماسی جهانی معابد و

مراکز دینی (کلیسا و مسجد)، نقش مسجد در جنبش سیاسی مهم تاریخ معاصر ایران، کارکردهای مسجد در حوزه سیاسی و امنیتی، عناصر مادی، معنوی، انسانی مسجد در ترویج کارکرد سیاسی، بستر و زمینه‌های فعالیت سیاسی در مسجد، اندیشه سیاسی با محوریت مسجد از منظر بنیان‌گذار جمهوری اسلامی ایران، حرکت سوءسیاسی، تروریستی، ضدامنیتی و تخریبی در مسجد» می‌پردازد.

در ادامه به برخی از آثاری انگلیسی که به موضوع مرتبط است، اشاره می‌شود:

دیپلماسی مسجد در آسیای مرکزی: آغاز ژئوپلیتیک با محراب<sup>۱</sup>: ایکروموف<sup>۲</sup> (۲۰۲۰) در این مقاله به بررسی چگونگی استفاده عربستان سعودی، ترکیه، ایران و قطر از دیپلماسی مساجد برای رقابت در جهت نفوذ و رهبری در آسیای مرکزی می‌پردازد. همچنین در ادامه، انگیزه‌ها، روش‌ها و تأثیرات سیاست‌های مربوط به مسجد آن‌ها را تحلیل می‌کند و راه‌هایی را برای تعامل سازنده و همراه با احترام با آن‌ها پیشنهاد می‌دهد.

دیپلماسی مسجدمساز ترکیه<sup>۳</sup>: زیبرت<sup>۴</sup> (۲۰۱۵) در این نوشته به بررسی چگونگی استفاده ترکیه از دیپلماسی مساجد برای تقویت ادعای خود به عنوان رهبر جهان اسلام و الگوی دموکراسی و توسعه برای کشورهای مسلمان می‌پردازد. این اثر توضیح می‌دهد که چگونه اداره امور مذهبی ترکیه (دیانت) بودجه ساخت بیش از ۱۰۰ مسجد و مؤسسه آموزشی را در ۲۵ کشور در سراسر جهان تأمین کرده است و چگونه این امر بر روابط ترکیه با کشورهای میزبان و مسلمانان محلی تأثیر می‌گذارد.

چگونه اردوغان اسلام ترکی را صادر می‌کند<sup>۵</sup>: گونول<sup>۶</sup> (۲۰۱۹) در این یادداشت استدلال می‌کند که رجب طیب اردوغان رئیس‌جمهور ترکیه دین را به ابزاری مهم در سیاست خارجی ترکیه تبدیل کرده است و هدف او ایجاد یک شبکه جهانی وفادار و همفکر است. کنشگران و نهادهای مذهبی در مورد چگونگی استفاده اردوغان از دیپلماسی مساجد، آموزش دینی، کمک‌های بشردوستانه و رسانه‌ها برای گسترش دیدگاه خود از اسلام و به چالش کشیدن رقبای خود، مانند عربستان سعودی بحث می‌کند. سیاست روابط اسلامی مراکش با جنوب صحرای آفریقا: این مقاله به بررسی چگونگی استفاده مراکش از دیپلماسی مساجد برای تقویت روابط اسلامی خود با

1. Mosque Diplomacy in Central Asia: Geopolitics Beginning with the Mihrab

2. Ikromov

3. Turkey's mosque-building diplomacy

4. Seibert

5. How Erdogan Exports Turkish Islam

6. Gonul

کشورهای جنوب صحرای آفریقا، به‌ویژه در زمینه تلاش برای پیوستن مجدد به اتحادیه آفریقا می‌پردازد و همچنین فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی مساجد مراکش و اینکه چگونه بر روابط این کشور با سایر کشورهای آفریقایی و سازمان‌های منطقه‌ای تأثیر گذاشته است را مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

کمبود آثار در قالب‌های علمی به زبان فارسی که به مسجد از منظر دیپلماسی عمومی و به صورت خاص با بررسی ادبیات مفهومی این حوزه و نیز مروری بر فعالیت‌های کشورهای مسلمان در این موضوع پردازد، نشان از نوآوری این اثر و در نتیجه اهمیت آن دارد. این در حالی است که وجود منابع متعدد در قلمروی دیپلماسی مسجد به زبان انگلیسی حکایت از جدیت سیاست‌های مربوط توسط کشورها در عرصه بین‌الملل دارد و به‌نوعی می‌تواند رهاورد جدی گرفته شدن این موضوع به‌صورت نظام‌مند در پیوند میان سیاست‌گذاری دینی و سیاسی برای مخاطب خارجی در جمهوری اسلامی ایران را به ارمغان آورد.

### ۳. چارچوب مفهومی

در این بخش، به ترتیب، مفاهیم «دیپلماسی عمومی، مسجد و دیپلماسی مسجد» مورد تحلیل و واکاوی قرار می‌گیرند. این واکاوی به‌صورت سیر منطقی که دایره مدار تاریخ تحولات و تطورات این مفهوم در عرصه عملی سیاست خارجی در جهان است، شامل: دیپلماسی عمومی، فرهنگ و دیپلماسی عمومی (دیپلماسی فرهنگی)، دین و فرهنگ و دیپلماسی (دیپلماسی دینی) خواهد بود.

### ۳-۱. دیپلماسی عمومی

اصطلاح دیپلماسی عمومی برای اولین بار در سال ۱۹۶۵، از جانب گولیون برای اشاره به ارتباطات معطوف به منافع ملی یک کشور از طریق برقراری ارتباط با مردم آن سوی مرزها وضع شده است (Cull, 2009: 19). دیپلماسی عمومی، طرحی دولتی برای نقش‌آفرینی در عرصه عمومی جهانی است که هسته آن را «ارتباطی هدایت شده با افراد خارجی، به‌منظور تأثیر گذاشتن بر افکار آن‌ها و سرانجام تأثیر گذاشتن بر دولت‌های آن‌ها» (گیلبوا، ۱۳۸۸: ۸۰) شکل می‌دهد. وزارت امور خارجه انگلستان، دیپلماسی عمومی را این چنین تعریف می‌کند: «آن چیزی است که ما از طریق همکاری با توده‌های مردم در خارج از کشور برای دستیابی به اولویت‌های بین‌المللی راهبردی خویش از آن بهره می‌بریم» (Fisher, 2009: 252).

دیپلماسی دربردارنده پروپاگاندا نیست، بلکه حاوی اطلاع یا آموزش دادن در راستای نیل به اهداف استراتژیک است و لذا بر روی مفهوم اقناع تمرکز می‌کند. (Hayden, 2015: 212). دیپلماسی عمومی لذا «مسیری است که با آن دولت، افراد خصوصی و گروه‌ها می‌توانند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر افکار عمومی و موقعیت‌هایشان اثر گذارند و لذا در نتیجه بر تصمیمات سیاست خارجی کشور هدف اثر خواهند گذاشت» (Signitzer and Coombs, 1992: 138). این نوع از دیپلماسی، مشهور به دیپلماسی مسیر دو، تعامل غیررسمی میان بازیگران غیردولتی از جمله سازمان‌های غیردولتی، محققان، سازمان‌های بشردوستانه و مقامات سابق دولت است. (Cooper, 2013: 19)

### ۳-۲. دیپلماسی فرهنگی

حال یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی که در فضای ارتباطات بین‌الملل نیز بسیار مطرح و استفاده می‌شود، «فرهنگ» است. به عقیده‌ی بسیاری از نظریه‌پردازان عرصه بین‌الملل، دیپلماسی فرهنگی نمونه آشکار و اعلای اعمال قدرت نرم است که برای کشورها امکان قدرت و اعمال نفوذ در کشورهای طرف مقابل را فراهم و به وسیله عناصر فرهنگی و ارزش‌ها و ایده‌ها، آنان را تشویق و ترغیب به همکاری می‌کند. بر اساس تعریف ژوزف نای قدرت نرم عبارت است از «قدرت و توانایی یک دولت در نیل به هدف‌های مطلوب از طریق ایجاد جذب و کشش و نه با به کارگیری قوه قهریه و زور». وی اعمال قدرت نرم را از طریق شیوه‌هایی مانند بسط و توسعه روابط با متحدان و روابط و تعاملات فرهنگی ممکن می‌داند. از دیدگاه نای چنین سیاستی در نهایت، موجب محبوبیت دولت‌ها نزد افکار عمومی کشور مقصد می‌شود و همچنین منجر به کسب حیثیت و اعتبار وجهه بین‌المللی برای دولت‌ها می‌گردد (Nye, 2003 به نقل از حسن خانی، ۱۳۸۴). مبانی دیپلماسی فرهنگی را به اختصار می‌توان در پنج عنوان خلاصه کرد:

- قدرت نرم؛
- سیاست‌های فرهنگی؛
- توجه به افکار عمومی؛
- توجه به شیوه‌های اقناع متقاعدسازی؛
- به کارگیری ابزارهای مناسب برای ایجاد اشتراک معنا (بشیر، ۱۳۹۵: ۱۹۵).

ژوزف نای مفهوم قدرت نرم را به عنوان «توانایی متقاعد کردن از طریق فرهنگ، ارزش‌ها و ایده‌ها» در مقابل قدرت سخت از طریق نمودی مانند قدرت نظامی بیان

کرده است. به عبارتی، قدرت نرم ابزاری در جهت جذب و اقناع می‌باشد. چی. ام. مایکل - معاون سابق شورای بریتانیا - روابط فرهنگی را «تشویق روابط مشترک بین نهادهای فرهنگی و آموزشی و افرادی را که عامل پیوند فکری، هنری و اجتماعی بین ملت‌ها می‌شود» تعریف می‌کند؛ وی معتقد به لزوم تفکیک بین دو اصطلاح روابط فرهنگی و دیپلماسی فرهنگی است. به این دلیل که دیپلماسی فرهنگی را صرفاً «وارد کردن فرهنگ در توافقنامه‌های بین‌المللی و استفاده از فرهنگ برای پشتیبانی مستقیم از دیپلماسی سیاسی و اقتصادی یک کشور» می‌داند (Mitchell, 1986: 81). در تعریف دیپلماسی فرهنگی آن را به معماری یک بزرگراه دوطرفه، تشبیه کرده‌اند که به‌منظور تأسیس کانال‌هایی برای معرفی شکلی حقیقی از ارزش‌های یک ملت و همچنین کوششی برای دریافت دقیق تصاویری واقعی از سایر ملل و درک ارزش‌های آن‌ها بیان شده است (Malone, 1988: 12). دیپلماسی فرهنگی یکی از حوزه‌های دیپلماسی می‌باشد که با استفاده از فرهنگ و هنر و آموزش، موجب ایجاد توسعه و پیگیری روابط با کشورهای خارجی می‌شود. به همین دلیل شیوه سودمندی می‌باشد که به‌موجب آن فرهنگ مختص به هر ملت به دنیای بیرونی فرهنگ یک ملت به ارائه می‌شود و ویژگی‌های مختص و ویژه‌ی فرهنگی یک ملت در سطح‌های دوجانبه و چندجانبه رواج می‌یابد (صالحی و محمدی، ۱۳۹۲: ۱۱۰).

مروری بر مطالب یادشده ما را به این نکته رهنمون می‌سازد که دیپلماسی عمومی به‌صورت عام و دیپلماسی فرهنگی به‌صورت خاص، با توجه به ظرفیت بالای فرهنگ و ارتباط وثیقی که با مسجد در ادبیات اسلامی دارد، کارکردهای گوناگون و اثرات مهمی را می‌تواند بر روی مخاطب خارجی و در نتیجه بهبود و ارتقاء سیاست خارجی کشور بر جای گذارد. ضمناً البته این پیچیدگی اقتضاء آن را دارد که در سیاست‌گذاری دیپلماسی فرهنگی به آن عنایت تام داشته باشیم.

### ۳-۳. دیپلماسی دینی

امروزه نقش مهم و پررنگ دین، قدرت دینی و بازیگران دیندار در نظام و سیاست بین‌المللی یک واقعیت است (علی‌خانی، ۱۳۸۸: ۱۲). از جمله شواهد قدرت دین، می‌توان به ظهور جنبشی با نام «احیاء دین» در اواخر قرن بیستم اشاره کرد که از موارد مطرح شده در آن، بحث برخورد و گفتگوی تمدن‌ها بود (اسپوزیتو، ۱۳۸۸: ۲۱). همچنین آمارها نیز از چنین نقش مهمی حکایت دارند. تا سال ۲۰۱۰، ۵۶ درصد مردم جهان خود را به یکی از سه دین ابراهیمی منتسب نموده‌اند. یک سوم جمعیت

جهان مسیحی، ۲۲ درصد مسلمان و حدود یک درصد نیز یهودی هستند. بودایی‌ها و هندوها و مومنان به ادیان چینی به ترتیب ۶/۸ و ۱۳/۷ و ۶/۶ درصد جمعیت جهان را تشکیل می‌دهند. حدود ۶ درصد نیز به سایر ادیان مؤمن هستند؛ بنابراین کمتر از ۱۱ درصد از جمعیت جهان بی‌دین می‌باشند (Brown, 2013: 17-18). همچنین وجود انواع بنیادگرایی، نه تنها در خاورمیانه بلکه در آفریقا، آسیای جنوب شرقی و شبه قاره هند که زمینه‌ساز تروریسم دینی<sup>۱</sup> - جهانی است، خود حاکی از مهم شدن اندیشه‌ها و آداب و سنن دینی در جهان معاصر است (هابرماس، ۱۳۸۸: ۱۵۹).

علاوه بر اینها، تجلی دین به‌مثابه پدیده‌ای فراملی که در عرصه سیاست‌های بین‌المللی ظهور یافته است را می‌توان در موضوعاتی مانند نوآینی، حقوق بشر (عام) و حقوق دینی (خاص) رهیابی کرد. (فوکس و ساندرلر، ۱۳۸۸: ۳۷۸). همچنین، افزایش تعداد افراد «مذهبی‌تر» در سه دهه گذشته که بیشترین سهم از آن مسیحیان پروتستان و مسلمانان بوده است، نیز نشانه‌ای مهم از احیاء دین در دهه‌های اخیر در سطح جهانی است. (اسنایدر، ۱۳۹۳: ۱۸۳) پیتربرگر، سالیانی پیش، در گفتگو با مجله نیویورک تایمز، خطاب به روشنفکران غرب، گفته است: «در قرن بیست و یکم، افراد دینی که احتمالاً در گروه‌های کوچک ظاهر می‌شوند، گردهم می‌آیند تا در مقابل فرهنگ سکولاریستی جهان‌گستر مقاومت کنند» (اسنایدر، ۱۳۹۳: ۴۵).

طرح اندیشه‌ای چنین موضوعاتی، نشان از وجود واقعی دین و اثرگذاری آن در برهم کنش‌های اجتماعی میان مردم در جهان امروز دارد. در این خصوص، دین نفوذ زیادی در جامعه آمریکایی دارد، به‌طوری‌که بیش از ۸۵ درصد از آمریکایی‌ها، یعنی بیش از دوسوم از آن‌ها معتقدند که دین بخش مهمی از زندگی روزمره‌شان را تشکیل می‌دهد (Pew Forum, 2008). «در آمریکا، برخلاف اروپا، موج عرفی شدن (سکولاریزاسیون) روند چندان فزاینده‌ای نداشته است» (هابرماس، ۱۳۸۸: ۱۶۱)؛ بنابراین در همین ابتدا می‌توان دریافت که چون در آمریکا دین جایگاه مردمی دارد، از آن می‌توان به‌مثابه ابزاری جهت اقناع سیاست خارجی کشور برایشان استفاده کرد.

به باور پیتر استینفلز<sup>۲</sup>، تلاش برای فهم ایالات متحده بدون توجه به نقشی اعتقادات دینی در آن، مانند کوشش برای فهم آفریقای معاصر بدون عنایت به واقعیت‌های

### 1. Religious Terrorism

۲. فعالیت‌های تروریستی در اوایل دهه ۱۹۸۰ م، به یک الگوی دینی تغییر جهت دادند. بیشتر گروه‌های فعال تروریستی در اواخر دهه ۱۹۹۰، وابسته به گروه‌های دین محور بوده اند که تمایل زیادی به استفاده از دین داشته‌اند (فوکس و ساندرلر، ۱۳۸۸: ۳۷۸)

### 3. Peter Steinfels

استعماری آن است (Clarck, 1984: 58). از جمله این اعتقادات را می‌توان در این گزاره یافت که «بیشتر آمریکاییان معتقد هستند که تفوق تاریخی و نهادهای سیاسی آمریکا به آن‌ها حقی خدادادی است تا تمدن خود را به سرتاسر قاره آمریکا و جهان گسترش دهند» (Roark, 2005: 128).

دو قرن پس از انتشار کتاب توکوویل مذهب همچنان یکی از ارکان مهم سیاست داخلی و خارجی آمریکا می‌باشد. والتر مک دوگال در کتاب «سرزمین موعود، دولت صلیبی» سیاست خارجی آمریکا را بر اساس تقسیم‌بندی عهد عتیق و عهد جدید انجیل به «انزواگرایی»<sup>۱</sup> و «توسعه‌طلبی» دسته‌بندی می‌کند. به نوشته او نگرانی آمریکا در قرن اول حیات خود این بود که آیا این کشور جدید می‌تواند به وجود مستقل خود ادامه دهد یا خیر. به همین جهت نسل اول رهبران این کشور سیاست‌های انزواجویانه‌ای را در پیش گرفتند که در راستای آموزه‌های عهد عتیق انجیل بود. در این دوره آمریکا «سرزمین موعود» خوانده می‌شد؛ اما از اواخر قرن هجدهم به بعد که مصادف با افزایش قدرت و ثروت آمریکا شد، این کشور به تدریج به سوی سیاست‌های امپریالیستی یا بین‌المللی‌گرایی<sup>۲</sup> روی آورد. در این دوره آمریکا با استناد به تعالیم عهد جدید انجیل و تحت عنوان «دولت صلیبی» که باید جهان را نجات دهد، ظاهر شد. به‌زعم مک دوگال در این دوره بسیاری از تصمیم‌گیری‌های اساسی آمریکا نظیر اعلام جنگ و صلح به بهانه و یا انگیزه‌های مذهبی صورت گرفت.

آن‌چنان‌که دوگال تبیین می‌کند، لذا رابطه مهم و مؤثر میان باورهای دینی و استراتژی‌های ارتباطاتی سیاست خارجی روشن می‌شود. این در حالی است که ارتباط بین ارزش‌های دینی و منافع ملی در سیاست خارجی آمریکا یکی از موضوعاتی است که اندیشمندان حوزه بین‌الملل درباره آن اختلاف نظر دارند. برخی معتقدند که سیاست خارجی آمریکا همواره بر اساس منافع ملی بوده و دین معمولاً در لایه رویین و در مقام توجیه بوده است؛ این در حالی است که برخی دیگر نظیر مایکل والزار<sup>۳</sup>، استاد دانشگاه پرینستون، بر این عقیده‌اند که «گسترش ارزش‌های دینی از ارکان سیاست خارجی آمریکا بوده و اغلب از «منافع ملی» برای توجیه و عقلانی جلوه دادن این سیاست‌ها استفاده شده است»؛ بنابراین دین در دیدگاه

۱. در این رویکرد که به درون-داخل عنایت دارد، منافع باید تعهدات را تعیین کند؛ لذا غالباً در سیاست بین‌الملل این رویکرد، مونولوگ رخ می‌دهد.

۲. در این رویکرد که حضور فعال در عرصه بین‌المللی را به دنبال دارد، تعهدات تعیین‌کننده منافع ملی است و لذا رویکردهای گفتگویی اهمیت پیدا می‌کند.

3. Michael Walzer

اول، در مقام خادم سیاست خارجی است که وظیفه توجیه و اقناع سیاست‌ها را برعهده دارد و در دیدگاه دوم، برعکس، در مقام مخدوم سیاست خارجی است که وظیفه تبیین سیاست خارجی را برعهده‌دار است. شاید صدور یک حکم کلی در این زمینه دشوار باشد و جواب آن نیز در دوره‌های مختلف متفاوت باشد؛ اما آنچه بسیاری از صاحب‌نظران در مورد آن توافق دارند این است که «از یازده سپتامبر ۲۰۰۱ به بعد سیاست خارجی آمریکا نه فقط از منافع ملی بلکه از ارزش‌های مذهبی نیز فراتر رفته و جنبه ایدئولوژیک پیدا نمود. یکی از تأثیرات مهم این ذهنیت مذهبی و ایدئولوژیک، سیاه‌وسفید دیدن کشمکش‌های بین‌المللی و دوگان سازی‌های افراطی خواهد بود. از این رو، شاید تعجب‌آور نباشد که بسیاری از سیاستمداران آمریکا تنش‌های جهانی را با عباراتی نظیر مبارزه «خدا با شیطان»، «خیر با شر»، «بهشت با جهنم»، «ظالم با مظلوم» و «روشنایی با تاریکی» توصیف کرده‌اند»<sup>۱</sup>.

بر این اساس، سیاست خارجی ایالات متحده در دهه اول قرن بیست و یکم توسط دین تحت سلطه قرار گرفته است به طوری که برای بیشتر نیمه دوم بیستم، عدم تمکین از چنین سلطه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود. حمله القاعده به آمریکا در سپتامبر ۲۰۰۱، تهاجمات آمریکایی در افغانستان و عراق، صعود ستیزه جویان اسلام‌گرا و سرنگونی پوپولیست‌های متحدان آمریکا در خاورمیانه، توجه همه به اهمیت بازیگران مذهبی را جلب کرد. برای بسیاری، علاقه دانشگاهی نسبت به بررسی اسلام افراطی و تلاش‌های دولت‌های غربی و مخصوصاً ایالات متحده در جهت غلبه بر اسلام‌گرایی از طریق راه‌اندازی «جنگ علیه تروریسم» در تظاهرات‌های مختلف و حمایت از اعراب غربی در خاورمیانه موضوعیت پیدا کرد. این در حالی است که به‌رغم اینکه علاقه زیادی به ظهور عناصر حق مسیحی به‌عنوان بازیگران سیاسی خارجی نیز وجود دارد، تاکنون توجه کافی به نقش افزایشی نهادها، سازمان و کنش‌های دینی در تحقق اهداف سیاست خارجی ایالات متحده نشده است. هرچند که محققان و دانشمندان علوم سیاسی روابط بین‌الملل آمریکا امروزه بر اساس ابعاد دینی- مذهبی به سیاست خارجی، به‌ویژه در زمینه دیپلماسی و کمک و توسعه در خارج از کشور، مشغول به فعالیت هستند. (Marsden, 2012:953) همچنین به نظر می‌رسد، اگر اهداف سیاست خارجی آمریکا را در سه دسته «بلند، میان و کوتاه‌مدت» تقسیم کنیم، وجه مؤلفه‌ای مهم هر کدام را به ترتیب می‌توانیم «هویت، امنیت و موفقیت» در نظر بگیریم. در بخش هویت، مؤلفه‌های حیات‌بخش و قوام‌آمیز زندگی آمریکایی در بُعد فرهنگی مدنظر است که

ریشه در ارزش‌های آمریکایی دارد. بخش امنیت متمایل به ابعاد اطلاعاتی و امنیتی دارد. بخش آخر با غلبه وجهه اقتصادی ناظر به تولید و توزیع سرمایه‌داری است. به باور نگارنده، اهمیت دین و منظومه آن (عقاید، آداب، نهادها، رهبران و افراد دینی) از آن روست که می‌تواند در هر کدام از این مؤلفه‌ها و ناظر به سه دسته اهداف سیاست خارجی نقشی پررنگ را ایفاء کند.

جدول ۱. اهداف و مؤلفه‌های سیاست خارجی

اهداف سیاست خارجی	مؤلفه‌ها	وجه مؤلفه‌ای	قدرت
بلندمدت	هویت	فرهنگی	نرم
میان‌مدت	امنیت	سیاسی	سخت
کوتاه‌مدت	موفقیت	اقتصادی	هوشمند

از مجموع آنچه آمد می‌توان در قالب یک حقیقت مسلم، به وجود دو رویکرد کلی متفاوت و در ادامه یک نتیجه مشترک حکم کرد. حقیقت مسلم، امروزه جایگاه و پایگاه داشتن دین در جهان به صورت عام و در امریکا به مثابه یکی از دو مورد مطالعه به صورت خاص است. بر این اساس، دین در سطوح مختلف فردی - اجتماعی کارکردهای متنوعی مانند معنابخشی، هویت‌سازی، الگومداری، انسجام عمومی، بسیج مردمی و... را بر عهده دارد. علاوه بر سطح عامه مردم در قالب افکار عمومی، رگه‌هایی از وجود باورهای دینی در شکل‌های مختلف کم (سنت دینی) و زیاد (ایدئولوژی دینی)<sup>۱</sup> در سطح سیاست‌گذاران دارای پست و وظیفه نیز مشاهده می‌شود. این سطح، بر خلاف سطح پیشین، می‌تواند نتیجه ایده‌ها و باورهای دینی خود را بر اساس انجام یا فقدان ملاحظه مخاطب در قالب سیاست‌هایی که تصویب می‌کند، به منصفه ظهور رساند. لذا در این مقام، خودبه‌خود به دو رویکرد متفاوت می‌رسیم. در رویکرد اول، از دین در سیاست خارجی به مثابه یاریگر استفاده می‌شود. در این مقام، دین توجیه‌کننده پسینی سیاست‌های پیشینی است. سیاست‌گذار در این مقام، با اطلاع و اعتراف به نقش دین در افکار عمومی جامعه خودی و نیز جامعه هدف مورد دیپلماسی، تلاش می‌کند تا وجه مشروعیت و اعتباربخشی سیاست‌هایش را از دین اخذ کند. در رویکرد دوم، اما دین به مثابه بازیگر، آن هم بازیگر اصلی در طراحی و اجرا سیاست‌های خارجی نقش

۱. احترام به دین همانگونه که هست و نه استفاده از آن به عنوان یک ابزار ایدئولوژیک در قالب مفهوم امنیت زدایی دین توسط لاستن و ویور مطرح شده است. در این معنی، اگر گفتمان‌های دینی جدی گرفته شوند، مخالف هر نوع ابزارسازی توسط یک طرف در منازعه هستند (هازن کولور، ۱۳۸۸: ۲۶۵).

ایفاء می‌کند. چارچوب طراحی و تدوین سیاست خارجی لذا در این مقام، از اساس ریشه در باورهای دینی دارد و دین تبیین و تشریح‌کننده پیشینی سیاست‌های پسینی خواهد بود. بر اساس توجه به حقیقت مسلم گفته شده و این دو رویکرد، می‌توان در مقام نتیجه مشترک، به نقش‌آفرینی دین در عرصه سیاست خارجی کشورها و ازجمله امریکا نائل آمد. قدر متیقن این دو رویکرد، استفاده از دین، چه در مقام پیشینی و یا مقام پسینی، در سیاست خارجی است.

جدول ۲. جدول دین و سیاست خارجی (رویکرد، نقش و رتبه)

دین و سیاست خارجی		
رتبه دین	نقش دین	رویکرد
پیشینی	بازیگری	سیاست خارجی دین مبنا
پسینی	یاریگری	سیاست خارجی دین آمیز
تعامل دین و سیاست خارجی		وجه اشتراک

#### ۴. دیپلماسی مسجد

برای رسیدن به مفهوم دیپلماسی مسجد، مضاف این ترکیب (دیپلماسی) را در نظامی منطقی همسو با تطورات زمانی بررسی کردیم. اینک ضروری است تا پیش از ورود به مفهوم شناسی دیپلماسی مسجد، نگاهی اجمالی به مضاف‌الیه (مسجد) نیز انداخته شود. از فعال‌ترین نهادهای دینی در اسلام محسوب می‌شده که به عنوان مهم‌ترین کانال ارتباطات اجتماعی، همواره به‌عنوان منبع حرکت‌های فرهنگی و معنوی عمل نموده و نه تنها در بعد تزکیه معنوی، بلکه به‌عنوان منبع دانش و اطلاعات مربوط به جامعه، آحاد مردم را تغذیه می‌کرده است (Molana, 1996: 148). در این زمینه می‌توان از نگاه و اندیشه رهبر معظم انقلاب سود جست.

جدول ۳. مضامین مسجد در نگاه رهبر معظم انقلاب

ردیف	محتوا	تاریخ
۱	هسته مقاومت فرهنگی و نظامی؛ حصار و خاکریز فرهنگی	۱۳۹۵/۰۵/۳۱
۲	مسجد پایگاهی بر محور ذکر و نماز پایگاه مسائل اجتماعی و نیز پایگاهی برای همه‌ی مسائل نیک مانند انسان‌سازی، خودسازی، مقابله با دشمن، تمدن‌سازی و بصیرت‌افزایی.	۱۳۹۵/۰۵/۳۱
۳	مسجد ابتکار اسلام	۱۳۹۵/۰۵/۳۱

ردیف	محتوا	تاریخ
۴	منشأ آثار بزرگ و نهضت‌ها و حرکت‌های اسلامی بزرگ	۱۳۷۵/۱۰/۱۹
۵	مسجد مرکز همه تصمیم‌گیری‌های مهم و کارهای بزرگ	۱۳۷۵/۱۰/۱۹
۶	مسجد به‌عنوان یک پایگاه دین، عبودیت و معرفت	۱۳۷۵/۱۰/۱۹
۷	مسجد، هم‌مدرسه، هم دانشگاه، هم مرکز تفکر و تأمل، هم مرکز تصفیه روح، هم مرکز خلوص و مرکز اتصال بنده به خدا	۱۳۷۵/۱۰/۱۹

محوریت مسجد در سیره نبوی (ص)، چندمنظوره بودن مسجد در عصر پیامبر (ص)، رویکرد تطبیقی میان مسجد و کلیسا (فرخی، ۱۳۹۳) از ظرفیت‌های مفهومی مسجد در نگاه معظم له است.

با نگاه اجمالی به ظرفیت‌شناسی مسجد در نگاه دینی (مبتنی بر اندیشه رهبر معظم انقلاب) اینک به بررسی دیپلماسی مسجد می‌پردازیم.

دیپلماسی مسجد عبارت است از: استفاده از مسجد به‌عنوان ابزاری در دیپلماسی عمومی. استفاده ابزاری از مسجد در این حوزه می‌تواند قالب‌هایی به سان: ساخت و یا تأمین مالی مساجد و مراکز اسلامی در کشورهای دیگر (خاصاً: غیر اسلامی) باشد. در کشورهای اسلامی یا در کشورهایی که اکثراً مسلمان هستند، مساجد یکی از گونه‌های ملت‌سازی<sup>۱</sup> است. مساجد به‌عنوان وسیله‌ای برای نشان دادن بصری نگرش ملت نسبت به اسلام عمل می‌کنند. این بناهای باشکوه در پایتخت‌های جهان اسلام قرار دارند و در زیبایی و بزرگی با یکدیگر رقابت می‌کنند. در طول تاریخ، مساجد نه‌تنها محل عبادت بودند، بلکه هدف آن‌ها ترویج دکترین‌های سیاسی و اراده‌های نخبگان پیشرو نیز بوده است. پیوند میان مسجد و محل خلافت و حکومت در سده‌های نخستین اسلام، نشان‌دهنده تلاقی و تعاطی امر دین و سیاست در کالبد دیپلماسی مسجد را می‌توان نمایان سازد.

در دنیای مدرن، مساجد برای ارتقای منافع ژئوپلیتیکی کشورهای پیشرو مسلمان یا به‌عبارت‌دیگر به ابزاری مؤثر برای سیاست «قدرت نرم» تبدیل می‌شوند. در سال‌های اخیر کشورهایمانند عربستان سعودی، ترکیه و قطر در سراسر جهان از ساخت هزاران مسجد و همچنین مدارس و مراکز مذهبی از طریق بنیادهای خیریه مختلف حمایت مالی کرده‌اند. این فعالیت خیریه نه‌تنها با هدف ایجاد فضایی برای اقامه نماز مسلمانان انجام می‌شود، بلکه در برخی موارد، اصول و اصول اولیه تفکر اسلامی محلی

را که در یک کشور خاص توسعه یافته است، به چالش می‌کشد. متخصصان نام این قلمروی خاص در دیپلماسی را «دیپلماسی مسجد» گذاشته‌اند. (Ikromov, 2020).

پس از فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، کمبود محسوس مساجد در آسیای مرکزی نمایان شد. جمهوری‌های ضعیف و جوان از نظر اقتصادی ظرفیت ساخت مساجد را نداشتند و برای حل این مشکل به کمک کشورهای مسلمان متکی بودند. عربستان سعودی و ترکیه در این زمینه کمک مستقیم کردند. بر اساس داده‌های سال ۱۹۸۹، ۳۰۰ مسجد در سراسر اتحاد جماهیر شوروی فعالیت داشتند. تا سال ۱۹۹۳، با کمک حامیان مالی، تعداد مساجد تنها در ازبکستان به بیش از ۶۰۰۰ رسید.

به‌رغم این واقعیت که از دهه ۲۰۰۰ ساخت مساجد تحت حمایت خارجی به‌شدت توسط دولت تنظیم می‌شد، اکنون مقررات اکثر مساجد مرکزی در منطقه آزاد شده است تا امکان ساخت و ساز با مشارکت خارجی فراهم شود.

در اینجا مناسب است که وجوه اشتراک و افتراق دیپلماسی مسجد را در مقایسه با دیپلماسی کلیسا که نمونه مشابه دینی است، واکاوی نماییم. این دو نوع دیپلماسی، هر دو شکلی از دیپلماسی مبتنی بر دین هستند که عبارت است از استفاده از بازیگران، نهادها و ارزش‌های مذهبی برای ترویج نفوذ فرهنگی و سیاسی در سیاست خارجی. دیپلماسی مبتنی بر دین می‌تواند شامل گفتگوی بین ادیان، کمک‌های بشردوستانه، ایجاد صلح و تبادل فرهنگی میان جوامع مختلف مذهبی باشد. هم دیپلماسی کلیسا و هم دیپلماسی مساجد توسط کشورها و سازمان‌های مختلف برای پیشبرد منافع و ارزش‌های خود در عرصه جهانی استفاده شده است. با این حال، دیپلماسی کلیسا و دیپلماسی مساجد نیز تفاوت‌هایی دارند (Lehmann & McLarren, 2023) مانند:

- دیپلماسی کلیسا معمولاً به فعالیت‌های دیپلماتیک کلیساهای مسیحی به‌ویژه کلیسای کاتولیک رومی و کلیساهای ارتدکس اشاره دارد. دیپلماسی مساجد معمولاً به فعالیت‌های دیپلماتیک کشورهای مسلمان، به‌ویژه کشورهای پیرو فرقه‌های شیعه و سنی اسلام اطلاق می‌شود.
- دیپلماسی کلیسا اغلب توسط رهبران مذهبی مانند پاپ، اسقف اعظم یا اسقف اعظم رهبری می‌شود که دارای درجه بالایی از اقتدار و مشروعیت در کلیساهای مربوطه خود هستند. دیپلماسی مساجد اغلب توسط رهبران سیاسی مانند پادشاهان، رؤسای جمهور یا نخست‌وزیران رهبری می‌شود که از قدرت و نفوذ بالایی در کشورهای متبوع خود برخوردارند.

– دیپلماسی کلیسا بیشتر بر ارتقای حقوق بشر، دموکراسی و عدالت اجتماعی و همچنین حفاظت از محیط‌زیست و میراث مذهبی متمرکز است. دیپلماسی مساجد بیشتر بر ارتقای ارزش‌های اسلامی، دکترین و همبستگی و همچنین حفاظت از امنیت و ثبات جهان اسلام متمرکز است.

طبعاً مرتبط با فضای دیپلماسی عمومی، اهدافی مانند بهبود تصویر و ارتقای نفوذ فرهنگی و سیاسی مدنظر خواهد بود. البته بسته به زمینه و انگیزه کشورهای حامی، این امر می‌تواند کشورهای غیرمسلمان را به شیوه‌های گوناگون تحت تأثیر قرار دهد. برخی از این موارد عبارت‌اند از:

**ایجاد فرصت‌هایی برای گفت‌وگو و همکاری ادیان:** آن‌چنان‌که در بخش پیشین آمد، اساساً ما در قلمروی مفهومی که خود را در عرصه عینی سیاست‌گذاری نیز در ایالات متحده آمریکا (زمان دولت اوباما) نشان داده است، با قلمرویی به نام «دیپلماسی گفتگوی بین ادیان» مواجهیم. چه نیکو است که مبتنی بر آموزه‌های دعوت و تبلیغ در اسلام و با عنایت به کارکردهای مختلف مسجد که در متون اسلامی به‌وفور آمده است، بتوانیم از مسجد به‌عنوان مکان و بستری برای گفتگوی بین مذهبی و بین‌ادیانی استفاده نماییم.

**تبلیغ دین:** با توجه به همسوگرایی دین در ابعاد اعتقادات، اخلاق و احکام با سه گان‌نگرشی در ابعاد بینش، گرایش و کنش، امکان استفاده از گونه‌های مختلف تبلیغ دین (در قالب‌های مستقیم و غیرمستقیم) با محتوای گوناگون در بستر مسجد برای مخاطب خارجی وجود دارد. تیپولوژی انواع مساجد در شهرهای مختلف کشور، افراد شرکت‌کننده در آن و انواع رویدادهای برگزار شونده در مساجد، می‌تواند دست‌مایه انواع تولیدات تبلیغی برای فضای مجازی را نیز رقم بزند.

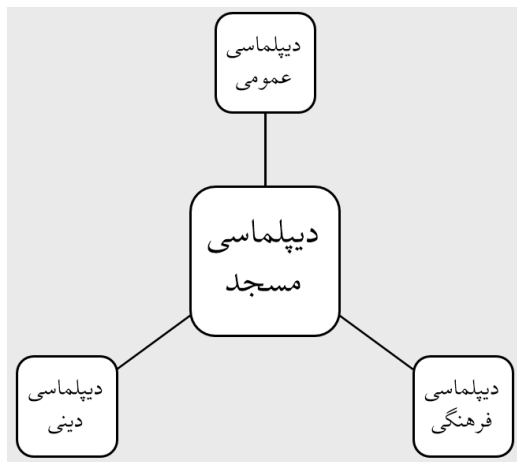
**تبادل فرهنگی:** تمام عناصر و مؤلفه‌های فرهنگ اسلامی که مدنظر جمهوری اسلامی ایران است، می‌تواند از طریق این‌گونه از دیپلماسی مورد استفاده و اهتمام واقع شود.

**مبادلات آموزشی:** درحالی‌که دو مورد قبل، ناظر به متن دینی و طبعاً با محتوای مذهبی یا متن فرهنگی بود، در این مورد، با تسری وجوه محتوایی و رویکردهای برون دینی، مباحث علمی نیز در جایگاه مکالمه و مباحثه واقع می‌شود. این امر نیز در قالب نوعی از دیپلماسی عمومی که از قضا امروزه مورد توجه زیاد سیاستمداران و سیاست‌گذاران واقع شده است، موسوم به «دیپلماسی مبادله‌ای آموزشی» قابل تحقق است. این مباحث علمی می‌تواند درباره علوم دینی، علوم انسانی اجتماعی و حتی

علوم مهندسی و پزشکی قابلیت تحقق داشته باشد. برای مثال، مسجد رم که توسط عربستان سعودی تأمین مالی می‌شود، بزرگ‌ترین مسجد در اروپا است و میزبان فعالیت‌ها و رویدادهای مختلف برای مسلمانان و غیرمسلمانان است.

**ترویج پیام‌های بشردوستانه و ارزش‌های انسانی به‌سان صلح، عدالت و...:** همسو با ادبیات جهانی رایج از سویی و جهت دفع و رفع سم‌پاشی‌های عموماً رسانه‌ای ناظر به اسلام هراسی، مساجد به‌عنوان مکان‌هایی که مردم به نماز جماعت می‌آیند، می‌توانند پیام‌های دینی مانند صلح، محبت و همبستگی را ترویج دهند. این پیام‌ها می‌توانند در تقویت روابط بین‌المللی و کاهش تنش‌ها مؤثر باشند. برگزاری رویدادهای خیریه‌ای و همکاری و تعامل اجتماعی ناظر به مخاطب محروم و نیازمند با لحاظ ابعاد فطرت در ادبیات دینی، می‌تواند زمینه تحقق این‌گونه نرم دیپلماسی با استفاده مسجد را فراهم سازد.

**تسهیل دیپلماسی مردمی:** مساجد مکان‌هایی هستند که مردم با یکدیگر در تماس هستند. این تعاملات می‌توانند به تبادل اطلاعات، تجربیات و دیدگاه‌ها در مورد مسائل داخلی و بین‌المللی کمک کنند. رویکردهای نوین در دیپلماسی عمومی که در هر دو طرف مسیر دوطرفه دیپلماسی، از مردم و برای مردم استفاده می‌کند، می‌تواند تجلی خود را در بستر مسجد به‌روشنی نمایان سازد. اساساً محوریت مسجد که دائرمدار مردم است و تأکیدات رهبران انقلاب که بر روی مسجد و مردم دارند، می‌تواند افق بینش ما در دیپلماسی عمومی در خصوص استفاده از مسجد را فرسنگ‌ها بگشاید.



شکل ۱. چارچوب‌بندی مفهومی دیپلماسی مسجد

## دیپلماسی مسجد در کشورهای مسلمان

در این بخش، به سیاست‌ها و فعالیت‌های برخی از کشورهای مسلمان که می‌توان آن‌ها را ذیل «دیپلماسی مسجد» قرار داد، اشاره می‌شود. طبعاً بیان این موارد می‌تواند ما را در شناختن ظرفیت‌های مسجد برای دیپلماسی عمومی کشور کمک کند.

مساجد نه تنها محل عبادت مسلمانان، بلکه نماد نفوذ فرهنگی و سیاسی نیز هستند. در دهه‌های اخیر، چندین کشور از دیپلماسی مساجد برای گسترش حضور و ارتقای منافع خود در آفریقا و آسیای مرکزی استفاده کرده‌اند. این کشورها شامل عربستان سعودی، ترکیه، مالزی، قطر و امارات متحده عربی هستند که هر کدام برنامه و دیدگاه خاص خود را از اسلام دارند. در اینجا به تجربیات برخی کشورهای مسلمان اشاره می‌شود.

### ۴-۱. عربستان سعودی

عربستان سعودی، زادگاه اسلام و متولی اماکن مقدس آن، بیشترین فعالیت را در گسترش دکتترین محافظه کار و هابی خویش از طریق ساخت و ساز و تأمین مالی مساجد، مدارس و مراکز مذهبی داشته است. بر اساس گزارش فارین پالیسی، سعودی‌ها در دهه‌های گذشته حدود ۱۰۰ میلیارد دلار برای تبلیغات و هابیت هزینه کرده‌اند. عربستان سعودی می‌خواهد حامی اسلام جهانی باقی بماند. در عین حال، شیوه‌های تبلیغ و نفوذ آن‌ها متنوع است، از ساختن مساجد و مدارس، ایجاد و توزیع کتب درسی و تربیت ائمه تا تأمین مالی مراکز آموزشی و مؤسسات فرهنگی. بنیادهای خیریه سعودی از دهه ۹۰ در آسیای مرکزی فعال بوده و بودجه‌ای را برای ساخت و تعمیر صدها مسجد اختصاص داده است.

عربستان سعودی در ساخت مساجد در آسیای مرکزی نه مستقیم، بلکه از طریق حمایت مالی از سازمان‌های مختلف مشارکت می‌کند.

در مسیر اول، عربستان سعودی بنیادهای خیریه غیردولتی مختلف را تأمین مالی می‌کند. به عنوان مثال، عربستان سعودی از مجمع جهانی جوانان مسلمان (WAMY)<sup>۱</sup> حمایت مالی کرد که تا سال ۲۰۱۷، ۲۰۰ مسجد در قرقیزستان ساخته بود. بنا بر گزارش‌ها، این سازمان که در قرقیزستان ثبت شده است، بودجه ساخت حدود ۷۰ درصد مساجد این کشور را تأمین کرده است. در سال ۲۰۱۲، مسجد سلیمان تووکه در آن زمان به عنوان بزرگ‌ترین مسجد کشور شناخته می‌شد، با کمک مالی این مجمع و امارات متحده عربی در اوش ساخته شد.

1. <http://www.wamy.co.za/>



تصویر ۱. مسجد سلیمان توو

میسر دوم: دوم، در دهه ۹۰، نمایندگان دیاسپورای آسیای مرکزی که در عربستان سعودی زندگی می‌کردند و در آنجا به بخاری‌ها معروف بودند، در فعالیت‌های حمایت مالی شرکت داشتند. ایجاد مؤسسات مذهبی در منطقه با کمک صندوق‌های وقفی که آن‌ها در اختیار داشتند لذا فعال شد. یکی از آن‌ها مسجد جامع شیخ زین‌الدین در تاشکند است که برای ۶۰۰۰ نمازگزار طراحی شده است که با هزینه‌های خیریه هم‌وطنان ازبک مکه ساخته شده است.



تصویر ۴. مسجد جامع شیخ زین‌الدین

مسیر سوم، ناظر به زمینه دیگری است که آن‌ها در قالب حمایت از کارآفرینان محلی، ایجاد روابط نزدیک با آن‌ها و سپس تشویق آن‌ها به سازماندهی نهادهای مذهبی انجام می‌دهند تا در نتیجه معمولاً سلفی‌گری و وهابیت را ترویج نمایند. به گفته اورلی بیاردا<sup>۱</sup>، جنبش‌های سلفی‌گری فراملی با کارآفرینان قزاق همکاری می‌کنند. اگرچه قزاقستان روابط مختلفی را با عربستان سعودی حفظ می‌کند، عمدتاً از طریق کانال‌های کارآفرینی، شاخه‌های قزاق سلفی‌ها به ندرت کمک مالی مستقیم از عربستان سعودی دریافت می‌کنند. از طریق سلفی‌گری و حمایت از آن، ساخت مساجد و کار با کارآفرینان عربستان سعودی (و همچنین سایر کشورهای عربی خلیج فارس) به گسترش ایده‌هایی کمک می‌کند که عموماً در این کشور پذیرفته نشده‌اند.

به گفته ناظران بین‌المللی، دستیابی به نتایج مطلوب در آسیای مرکزی توسط «دیپلماسی مسجدی» عربستان سعودی دشوار است. دولت‌های آسیای مرکزی سکولار هستند. دولت‌های منطقه به دنبال کنترل روحانیت رسمی و مرجعیت آن‌ها در مساجد بزرگ هستند. نخبگان با گسترش دیدگاه‌های مذهبی مختلف که از خارج از کشور تبلیغ می‌شود، به‌ویژه سلفی‌گری و وهابیت توسط عربستان سعودی مخالف هستند. آن‌ها همچنین نسبت به مشارکت فعال دین در فرآیندهای سیاسی محتاط هستند. «دیپلماسی مساجد» که توسط عربستان سعودی در آسیای مرکزی انجام می‌شود، آن قدر که تصور می‌شود فرصت‌های زیادی ندارد و درحالی که به نظر می‌رسد رقیبش، ترکیه، در اینجا پیروز است، اما با موانعی نیز مواجه است (Ikromov, 2020).

تشریح برخی گونه‌های اقدامات این کشور به شرح زیر است:

دیپلماسی مسجد: عربستان سعودی به صورت فعال در آنچه کارشناسان «دیپلماسی مسجد» می‌نامند، وارد شده است. این ورود، در وهله اول شامل: حمایت مالی مادی از ساخت و تعمیر مساجد در سراسر جهان از سویی و همچنین راه‌اندازی مدارس و مراکز مذهبی از طریق بنیادهای خیریه مختلف است.

نفوذ وهابیت: سعودی‌ها در طول دهه‌های گذشته تقریباً ۱۰۰ میلیارد دلار را صرف تبلیغات وهابیت کرده‌اند. تلاش آن‌ها با ترویج تفسیر خود از اسلام از طریق مساجد، مدارس، کتب درسی، تربیت امام و مؤسسات فرهنگی، حامیان اسلام جهانی همراه بوده است.

تأثیر در آسیای مرکزی: پس از فروپاشی شوروی، کشورهای آسیای مرکزی با کمبود مساجد مواجه شدند. عربستان سعودی و ترکیه برای کمک به ساخت مساجد وارد عمل

شدند و عربستان سعودی به‌ویژه فعال بود. علیرغم برخی مقررات، مساجد تحت حمایت خارجی همچنان در ژئوپلیتیک منطقه نقش دارند.

#### ۲-۴- ترکیه

ترکیه به‌عنوان یکی از رهبران منطقه‌ای در حال ساختن تعداد زیادی مسجد در سرتاسر جهان از جمله ده‌ها مسجد در آفریقا، اروپا و آمریکا است. به‌ویژه مسجدی که باکمک ترکیه در سال ۲۰۱۶ در ایالات‌متحده ساخته شده است به‌عنوان بزرگ‌ترین مرکز اسلامی در نیمکره شمالی شناخته شده است.

صدها بنیاد خیریه در ترکیه از ساخت مساجد در اروپا و آفریقا و همچنین در آسیای مرکزی حمایت می‌کنند. فعالیت‌های خیریه ترکیه در رابطه با ساخت مساجد در قرقیزستان بیشتر از سایر نقاط آسیای مرکزی مشاهده می‌شود. ترکیه، از طریق اداره قدرتمند امور مذهبی خود، دیانت<sup>۱</sup>، به‌طور فعال در تأمین مالی سازمان‌هایی با تمرکز بر آموزش دینی و ساخت مدارس، مساجد و مدارس در سراسر قرقیزستان مشارکت دارد. یکی از بزرگ‌ترین مساجد آسیای مرکزی در تاریخ ۲ سپتامبر ۲۰۱۸ توسط رئیس‌جمهور سابق قرقیزستان سورونبای جین بیکوف و رئیس‌جمهور ترکیه رجب طیب اردوغان در بیشکک افتتاح شد. این مسجد که بر اساس سنت معماری عثمانی طراحی شده است، باکمک ترکیه ساخته شده است.



تصویر ۴. مسجد جامع بیشکک

به گفته کارشناسان مرکز تحقیقات الجزیره، اگر در نظر بگیریم که رقابتی در منطقه آسیای مرکزی برای اجرای «دیپلماسی مسجد» وجود دارد، فرصت‌های ترکیه در اینجا بیشتر است؛ زیرا گزینه پیشنهادی ترکیه برای مساجد و مؤسسات مذهبی در مقایسه با آموزه‌های وهابی عربستان سعودی ارجحیت دارد و از نظر تاریخی بیشتر به رهبری منطقه نزدیک است. برخلاف مکتب حنبلی محافظه‌کار که اساس وهابیت را تشکیل می‌دهد، مکتب حنفی که در آسیای مرکزی و ترکیه گسترده است، نسبتاً لیبرال است و آزادی بیشتری در تفسیر قوانین دینی می‌دهد.

ترکیه با تأکید بر میراث عثمانی و پیوندهای فرهنگی خود با جهان اسلام، رویکرد معتدل‌تر و فراگیرتری را برای دیپلماسی مساجد اتخاذ کرده است. اداره امور مذهبی ترکیه (دیانت) بودجه ساخت بیش از ۱۰۰ مسجد و مؤسسه آموزشی را در ۲۵ کشور در سراسر جهان از جمله کشورهای آفریقایی جیبوتی، غنا، بورکینافاسو، مالی و چاد<sup>۲</sup> تأمین کرده است.

ترکیه همچنین به بازسازی مسجد همبستگی اسلامی در موگادیشو، پایتخت سومالی، بزرگ‌ترین مسجد در شاخ آفریقا کمک کرد. ترکیه می‌خواهد خود را به‌عنوان یک قدرت اسلامی و الگوی دموکراسی و توسعه برای جهان اسلام متمایز کند. فعالیت‌های ناظر به دیپلماسی مسجد توسط ترکیه را می‌توان در مواردی به شرح زیر جستجو کرد: فرصت‌های وسیع‌تر: دیپلماسی مساجد ترکیه در آسیای مرکزی به‌عنوان ابزار تکمیلی در سیاست خارجی تلقی می‌شود. درحالی‌که ترکیه برای نفوذ با سایر کشورها رقابت می‌کند، به دلیل روابط تاریخی و فرهنگی با منطقه، فرصت‌های گسترده‌تری دارد. نمایندگی بصری: معماری مساجد در ترکیه اغلب نه‌تنها معنویت اسلامی را منعکس می‌کند، بلکه به‌عنوان بازنمایی بصری میراث فرهنگی و هویت ملی عمل می‌کند. در این معنا، ترکیبی از هویت دینی و ملی را شاهدیم.

#### ۴-۳- مالزی

مساجد نقش‌های چندوجهی در دیپلماسی عمومی ایفا می‌کنند، از تبلیغ مذهبی گرفته تا نمایندگی فرهنگی، بسته به کشور و منافع ژئوپلیتیک آن. معماری مساجد در مالزی در وجهی غالب واجد رویکرد معنویت اسلامی است. البته شایان ذکر است که مساجد مالزی به‌جای تمرکز بر عملکرد مذهبی، بر تأثیر بصری و اهمیت فرهنگی خود تأکید دارند. به‌طور خلاصه، مالزی یکی از کشورهایی است که از این روش بهره می‌برد و مساجد زیبا و متنوعی را در سراسر خود ساخته است. این مساجد نه‌تنها مکانی برای

عبادت و نماز مسلمانان هستند، بلکه نشانه‌ای از هویت، تاریخ و فرهنگ این کشور نیز محسوب می‌شوند. مالزی با ساخت مساجدی که الهام‌گیری از سبک‌های معماری مختلف اسلامی دارند، سعی دارد تنوع و انسجام اسلام را به جهان نشان دهد. برخی از معروف‌ترین مساجد مالزی عبارت‌اند از:

– مسجد کریستالی<sup>۱</sup>: این مسجد در جزیره مصنوعی وان من در شهر کوالا ترنگانو قرار دارد و از شیشه و فولاد ضدزنگ ساخته شده است. این مسجد که در سال ۲۰۰۸ افتتاح شد، اولین مسجد هوشمند دنیا است و دارای امکاناتی مانند اینترنت بی‌سیم، سیستم صوتی و نورپردازی پیشرفته و نمایشگاه‌های تاریخی و فرهنگی است.<sup>۲</sup> مسجد ملی<sup>۳</sup>: این مسجد در شهر کوالالامپور واقع شده و در سال ۱۹۶۵ تأسیس شد. این مسجد ظرفیت ۱۵ هزار نفر را دارد و دارای یک گنبد آبی با ۱۸ برش است که نماد ۱۳ ایالت مالزی و ۵ ستون اسلام است. این مسجد با الهام از معماری مدرن و سنتی اسلامی طراحی شده است.

مسجد آبی شاه علم<sup>۴</sup>: این مسجد در شهر شاه علم در ایالت سلانگور قرار دارد و بزرگ‌ترین مسجد مالزی و دومین مسجد بزرگ آسیا است. این مسجد در سال ۱۹۸۸ افتتاح شد و دارای چهار مناره به ارتفاع ۱۴۲ متر و یک گنبد آبی به قطر ۵۱ متر است. این مسجد ظرفیت ۲۴ هزار نفر را دارد و از سبک‌های معماری مغولی، ترکی و مالایی الهام گرفته است.

#### ۴-۴- قطر

موسسه خیریه قطر که در سال ۱۹۹۲ تأسیس شد، از ساخت ۷۸۹۶ مسجد در سراسر جهان تا به امروز خبر داده است. بیش از صد سازمان خیریه در کشور قطر در سال‌های اخیر بودجه ساخت مساجد و مدارس، حمایت از آموزش دینی و حمایت از سازمان‌های مذهبی مختلف در سراسر جهان را تأمین کرده‌اند، علی‌رغم این واقعیت که سازمان‌هایی که آن‌ها تأمین مالی می‌کنند، گاه نماینده گروه‌های تندروی اسلامی هستند. قطر در سیاست خارجی خود به تبلیغات اسلام سیاسی و رقابت با رقبای منطقه‌ای‌اش برای نفوذ توجه دارد؛ بنابراین، این کشور یک کشور فعال در «دیپلماسی مساجد» محسوب می‌شود. علیرغم اینکه قطر در اجرای سیاست خارجی در آسیای

1. Crystal Mosque
2. <https://mosqedia.org/en/mosque/1098>
3. National Mosque
4. Sultan Salahuddin Abdul Aziz Mosque

مرکزی فعال نیست، «دیپلماسی مسجد» آن در منطقه به نتایج ملموسی منجر شده است. دولت قطر از ساخت چندین مسجد بزرگ در منطقه حمایت مالی کرده است. آن‌ها به‌ویژه ۷۰ میلیون دلار برای ساخت مسجد مرکزی دوشنبه در تاجیکستان که گفته می‌شود بزرگ‌ترین مسجد در کشورهای مستقل مشترک‌المنافع است، اختصاص دادند. این مسجد که مجموع هزینه آن ۱۰۰ میلیون دلار است، می‌تواند به‌طور هم‌زمان ۱۱۵ هزار نمازگزار را در خود جای دهد.



تصویر ۴. مرکز فرهنگی اسلامی نور

دولت قطر همچنین بودجه ساخت مرکز فرهنگی اسلامی نور آستانه را تأمین کرد. این مرکز شامل مسجد نور آستانه، مرکز تحقیقات اسلامی و یک مؤسسه آموزشی مذهبی است که برای ظرفیت پنج هزار نفر طراحی شده است، در سال‌های اخیر، دولت قطر از ساخت بیش از ۳۰ مسجد و مؤسسه آموزشی مذهبی در قرقیزستان حمایت مالی کرده است. حمایت قطر از مساجد و سایر نهادهای مذهبی با سیاست‌های ترکیه و عربستان سعودی متفاوت است. همان‌طور که در بالا ذکر شد، قطر یک کشور فعال در فرآیندهای ژئوپلیتیکی در منطقه نیست؛ و سرمایه‌گذاری زیادی در بازارهای منطقه‌ای ندارد. به‌عنوان مثال، در سال ۲۰۰۹ میلادی ۷۰ میلیون دلار برای ساخت مسجد در شهر دوشنبه اختصاص داد، هرچند به گفته وزارت امور خارجه تاجیکستان، در سال ۲۰۱۴ حجم مبادلات تجاری متقابل این دو به ۶۰ هزار دلار هم نرسید. قطر شریک تجاری اصلی تاجیکستان نیست. در عین حال، تاجیکستان اهمیت استراتژیک

مهمی برای قطر ندارد. در مورد قزاقستان، البته شرایط متفاوت است. تجار در قطر علاقه‌مند به شرکت در پروژه‌های انرژی و سایر پروژه‌های اقتصادی در قزاقستان هستند، بنابراین در رویدادهای خیریه و پروژه‌های مالی مختلف شرکت می‌کنند. با ذکر این مثال‌ها، پیوند میان سیاست (دیپلماسی)، اقتصاد (ثروت) و دین (مسجد) در قالب دیپلماسی مسجد روشن‌تر به نظر می‌رسد. در مورد قرقیزستان، وضعیت حتی جدی‌تر است. امروز این دولت در حال برقراری روابط و روابط نزدیک با همه کشورهای عرب خلیج فارس از جمله قطر است. به گفته یک تحلیلگر از قرقیزستان گاربوزاروفا،<sup>۱</sup> وجوه سخاوتمندانه‌ای که قطر و عربستان سعودی در قرقیزستان سرمایه‌گذاری می‌کنند، نگران‌کننده است. از آنجا که به‌خوبی شناخته شده است که در سال‌های اخیر هر دو کشور از گروه‌های اسلام‌گرا رادیکال برای دستیابی به اهداف ژئوپلیتیکی خود حمایت کرده‌اند. این کشورها به ساخت مساجد در جنوب قرقیزستان کمک مالی می‌کنند. نگرانی این واقعیت است که دولت قطر پس از وقایع «بهار عربی» در خاورمیانه به همکاری با گروه‌های اسلام‌گرای تندرو متهم شد. به‌ویژه، صحبت‌هایی در مورد ارتباط آن با سازمان‌های تروریستی بین‌المللی مانند اخوان المسلمین، القاعده و دولت اسلامی وجود دارد.

## نتیجه‌گیری

مطابق با آنچه در بخش مفهومی به‌صورت متمرکز بر دیپلماسی عمومی، دیپلماسی فرهنگی، دیپلماسی دینی آمد از سویی و پرداختن به نهاد مسجد به‌مثابه نهادی چندکارکردی از سویی دیگر، تلاقی و تعاطی دیپلماسی عمومی در عرصه عینی که وجه دینی داشته باشد، با مسجد به‌مثابه نهادی که از اساس دینی است در قالب دیپلماسی مسجد نمایان شد. در نمایانگی، روشن می‌شود که مسجد با لحاظ کارکرد و خوانشی که از متون دینی برآمده است، ظرفیت بسیار خوبی را جهت استفاده در دیپلماسی عمومی داراست. این ظرفیت برخاسته از همسویی کامل میان دیپلماسی فرهنگی و مسجد است. آن‌چنان‌که پیش‌تر آمد، کلیدواژه‌های «مردم‌کشور مقصد، توده‌های مردم» به‌عنوان مخاطب دیپلماسی عمومی، «اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی، اثرگذاری و اقناع» به‌مثابه اهداف و نتایج دیپلماسی عمومی در ادبیات سیاستی دیپلماسی عمومی نوین دقیقاً همسو با کارکردهای است که از یک مسجد خوب، فعال و اثرگذار انتظار می‌رود. به بیانی دیگر، با افق‌گشایی در نگرستن به مسجد، از

سطح محلی، شهری (جامع) و حتی ملی، می‌توان به مسجد از منظری بین‌المللی و همسو با منظر دیپلماسی عمومی نگاه کرد. در مجموع می‌توان چنین نتیجه گرفت که «دیپلماسی مسجد» از گونه‌های بسیار مؤثر بر جوامع محلی و ژئوپلیتیک مناطق در عرصه بین‌المللی می‌باشد. از یک سو، دیپلماسی مسجد می‌تواند زیرساخت‌ها، آموزش و خدمات اجتماعی مورد نیاز برای جمعیت مسلمان، به‌ویژه در مناطق فقیر و پُرحاشیه را فراهم سازد. دیپلماسی مسجد هم‌چنین می‌تواند در سطح فراملی، اسباب ترویج صلح در معنای عام انسانی را ترویج نماید و هم‌چنین در سطح اسلامی زمینه‌گفت‌وگویی میان فرهنگی و همکاری میان فرقه‌ها و مکاتب مختلف اسلامی را تقویت کند که این مهم از منظر وحدت درون دینی و بین مذهبی، بسیار مهم و حیاتی خواهد بود. از سوی دیگر، دیپلماسی مسجد می‌تواند در کاستن و زدودن تنش‌ها و اختلافات بین مسلمانان محلی و دولت‌های میزبان و کشورهای حامی نقش مهم و مؤثری را ایفاء نماید. دیپلماسی مسجد هم‌چنین می‌تواند برای پیشبرد برنامه‌های سیاسی و ایدئولوژی‌هایی که ممکن است با ارزش‌ها و منافع محلی هماهنگ نباشد، مورد استفاده قرار گیرد و به‌عنوان ابزاری بس مهم در سیاست خارجی مورد توجه، طراحی و پیاده‌سازی واقع شود.

در دیپلماسی، مساجد به‌عنوان ظرفیت‌های مهمی در تعاملات بین‌المللی مطرح هستند. این مساجد نقش‌های متعددی را ایفا می‌کنند:

### \* پل ارتباطی و فرهنگی

- مساجد به‌عنوان مراکز مذهبی و فرهنگی، مکان‌هایی برای تبادل اطلاعات، فرهنگ‌ها و ارتباطات میان کشورها هستند.
- با تسری دیپلماسی زیارت، مسافرت‌های زیارتی به مساجد، فرصتی برای آشنایی با فرهنگ و زندگی مردم کشورهای مختلف ایجاد می‌کند.

### \* ترویج صلح و دیپلماسی فرهنگی

- مساجد مکان‌هایی برای ترویج صلح، دیالوگ و تعامل میان مذاهب و اقوام هستند.
- اجرای مراسم مذهبی و فرهنگی در مساجد، فرصتی برای تبادل نظر و تقویت روابط فرهنگی میان کشورها ایجاد می‌کند.

### \* توسعه گردشگری مذهبی

- مساجد به‌عنوان مقدس‌ترین مکان‌ها در جوامع، جذب گردشگران زیارتی را تسهیل می‌کنند.

- این گردشگری مذهبی، فرصتی برای تبادل فرهنگی، اقتصادی و توسعه روابط ملی و مردمی میان کشورها فراهم می‌کند.
- به‌طور کلی، مساجد به‌عنوان نمادهای فرهنگی و مذهبی، در تقویت دیپلماسی فرهنگی و تعاملات بین‌المللی نقش مهمی دارند.

جدول ۴. هم‌نشینی دیپلماسی عمومی، دین و مسجد

دیپلماسی مسجد			
مسجد	دین	دیپلماسی عمومی	
بینش	اعتقادات	مردم کشور مقصد (توده‌های مردم)	مخاطب
گرایش	اخلاق		
کش	احکام	اطلاع‌رسانی آگاهی بخشی اثرگذاری و اقتناع	اهداف و نتایج

دیپلماسی مساجد پدیده‌ای پیچیده و پویا است که نشان‌دهنده تنوع و رقابت جهان اسلام است. این امر احتمالاً در آینده ادامه خواهد یافت و تشدید خواهد شد، زیرا کشورهای بیشتری به دنبال اثبات نفوذ و هویت خود در عرصه جهانی هستند؛ بنابراین نظارت و درک انگیزه‌ها و آثار دیپلماسی مساجد و تعامل سازنده و محترمانه با آن مهم است.

در پایان، به برخی از ایده‌ها یا پیشنهادها برای پژوهش‌های نظری و کاربردی آتی اشاره می‌شود:

سطح نظری (بنیادین): در این سطح عنایت به رابطه شناسی مفاهیم بنیادین دین و سیاست خارجی، دین و دیپلماسی عمومی، تبلیغ دین و دیپلماسی عمومی در قالب نظریات و رویکردهای نظری باید مورد توجه قرار گیرد. دکتترین جمهوری اسلامی در این سطح باید با مراجعه به آراء رهبران انقلاب تدوین شود. مطالعه تطبیقی رویکردهای اسلامی ایرانی با رویکردهای عمدتاً غربی در این سطح می‌تواند مبنایی، مفاهیم و رویکردهای نظری را به نیکی تبیین و تحلیل نماید.

سطح سیاستی (میانی): تدوین سند/سیاست بین‌المللی شدن مساجد در فضای حقیقی و نیز فضای مجازی می‌تواند در این سطح جای بگیرد. اساساً خوانش بین‌المللی و ظرفیت‌سنجی مسجد در عرصه دیپلماسی عمومی در فضای سیاست‌گذاری باید همسو با سیاست داخلی و خارجی مورد توجه واقع شود. این سند باید ضمن بهره‌گیری از سطح نظری (دکتترین) در راهبردهای گزینش مساجد و اعطاء پیوست بین‌المللی در

زمره کارکردهای مسجد در وهله اول، چنین بین‌المللی‌سازی آن‌ها در وهله دوم در سطح سیاستی را باید مدنظر قرار دهد. تکفل راهبری این حوزه در قالب نهادی مستقل (نظر به اهمیت و اثرگذاری آن و نمونه‌های موفق خارجی) یا وابسته به بخش‌های مربوط در بخش دولتی به‌سان وزارت فرهنگ و اسلامی، نیز خود امری سیاستی و راهبردی است که باید در مورد آن اندیشید. همچنین نقشه‌نگاری نهادی این حوزه نیز باید در همین سطح انجام پذیرد. در این معنا، انواع نهادهای مرتبط باید نقش و جایگاه خویش را در نقشه دیپلماسی مسجد کشور بدانند و بیابند.

سطح کاربردی (عینی): ایجاد جنبش و پویش‌هایی در زمینه تربیت دیپلمات دینی با محوریت مسجد برای خارجی‌ها (با رعایت هدف‌گذاری) از سویی و تولید محتوا با نظم و نظام بین‌المللی از مواردی است که می‌تواند در قالب آموزش، اطلاع‌رسانی و اثرگذاری (همسو با اهداف دیپلماسی عمومی) به‌صورت مهارت‌آموزانه در این سطح مورد توجه قرار گیرد.

ترکیب این سه سطح باید خود را در این نماد نمایان سازد که جمهوری اسلامی ایران با استعانت از دیپلماسی مسجد، می‌خواهد خود را (ملیت) و اسلام (دیانت) را در چه وجه ترکیبی ممتازی به جهانیان بشناساند؟

مساجد، میزبان گفتگوهای بین‌مذهبی و دینی: مساجد می‌توانند میزبان گفتگوهای بین‌رهبران مذهبی، دانشگاهیان، فعالان مدنی و دیگر افراد ذی‌نفوذ از ادیان مختلف باشند تا به تبادل‌نظر در مورد مسائل مشترک، مانند صلح، عدالت اجتماعی و حقوق بشر بپردازند. این گفتگوها می‌تواند به ایجاد اعتماد و درک متقابل بین جوامع مذهبی مختلف کمک کند. حضور در مساجد و تجربه مستقیم تعامل با فضا و افراد مسجدی، در تصحیح و ترسیم تصویر مثبت از مسجد و دین و در نتیجه سیاست در کشور ایران، نقشی مؤثر خواهد داشت.

● ترویج صلح: مساجد می‌توانند با برگزاری سمینارها، کارگاه‌های آموزشی و برنامه‌های آموزشی برای کودکان و بزرگسالان، آموزه‌های صلح و درک متقابل را ترویج کنند. این برنامه‌ها می‌تواند به آموزش مردم در مورد ادیان مختلف، حل مناقشات به‌صورت مسالمت‌آمیز و ترویج همزیستی مسالمت‌آمیز بپردازد. چنین مفهومی که در شعور عامه کنونی جهانیان برجسته و از قضا مورد توجه دین اسلام هم بوده است، می‌تواند زمینه ارتباطات سالم و مفید را برای جذب و

اثرگذاری که همانا از اهداف دیپلماسی عمومی است، فراهم سازد.

- ایجاد پل بین فرهنگ‌ها: مساجد می‌توانند به‌عنوان پل بین فرهنگ‌های مختلف عمل کنند و به تبادل ایده‌ها و ارزش‌ها بین جوامع مختلف کمک کنند. این امر می‌تواند از طریق برنامه‌های تبادل فرهنگی، سفرهای مذهبی و همکاری‌های بین مذهبی انجام شود. ظرفیت چندفرهنگی موجود در داخل خود ایران، می‌تواند چتری از تنوع فرهنگی و ارتباطات میان فرهنگی را برای مخاطبان خارجی نمایش دهد.

- حمایت از پناهندگان و مهاجران: مساجد می‌توانند به پناهندگان و مهاجران در ادغام در جوامع جدید، یادگیری زبان جدید، یافتن شغل و دسترسی به خدمات موردنیازشان کمک کنند. این امر می‌تواند به کاهش تنش‌های اجتماعی و ترویج انسجام اجتماعی کمک کند.

- استفاده از دیپلماسی برای حل مناقشات مربوط به مسجد: مذاکره با مقامات دولتی: دیپلماسی می‌تواند برای حل مناقشات مربوط به ساخت‌وساز یا استفاده از مساجد با مقامات دولتی مورد استفاده قرار گیرد. این امر می‌تواند شامل مذاکره در مورد قوانین و مقررات مربوط به ساخت‌وساز مساجد، حل اختلافات مربوط به مجوزهای ساخت‌وساز و ترویج گفتگوی بین مقامات دولتی و جوامع مسلمان باشد.

ایجاد ائتلاف‌های بین مذهبی: ائتلاف‌های بین مذهبی می‌توانند برای ترویج درک و همکاری بین جوامع مختلف مذهبی و حل مناقشات مربوط به مساجد از طریق گفتگو و مذاکره مورد استفاده قرار گیرند. این ائتلاف‌ها می‌توانند شامل رهبران مذهبی، دانشگاهیان، فعالان مدنی و دیگر افراد ذی‌نفوذ از ادیان مختلف باشند.

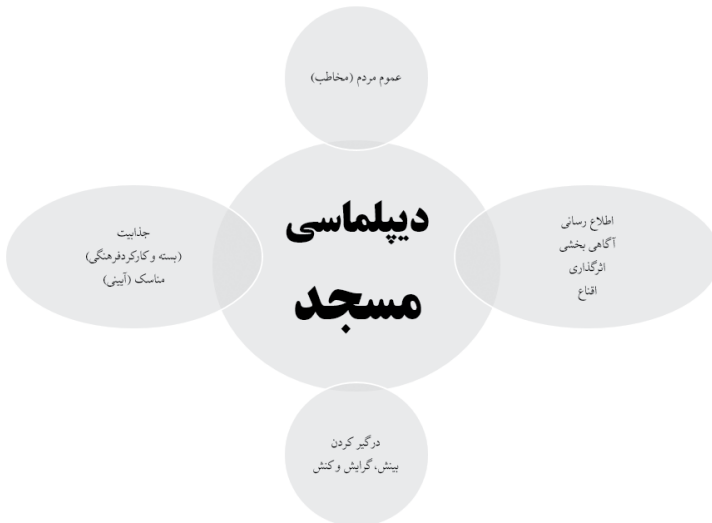
استفاده از ابزارهای حقوقی: در برخی موارد، ممکن است از ابزارهای حقوقی برای حل مناقشات مربوط به مساجد استفاده شود. این امر می‌تواند شامل شکایت به مراجع قانونی، استفاده از قوانین ضد تبعیض و پیگیری دعاوی حقوق بشری باشد.

- ایجاد یک شبکه جهانی از مساجد برای صلح: این شبکه می‌تواند به ترویج گفتگوی بین مذهبی، صلح و درک متقابل در سراسر جهان کمک کند. این شبکه می‌تواند شامل مساجد از کشورهای مختلف، سازمان‌های بین‌المللی مذهبی و دیگر ذینفعان باشد.

- توسعه برنامه‌های آموزشی برای دیپلمات‌های مذهبی: این برنامه‌ها می‌تواند

به دیپلمات‌های مذهبی در درک بهتر دین و فرهنگ‌های مختلف و همچنین مهارت‌های لازم برای حل مناقشات مربوط به مذهب کمک کند. این برنامه‌ها می‌تواند شامل دوره‌های آموزشی در مورد دیپلماسی مذهبی، حل مناقشات، حقوق بشر و گفتگوی بین مذهبی باشد.

● حمایت از تحقیقات در مورد دیپلماسی مذهبی: تحقیقات بیشتر می‌تواند به درک بهتر نقش مذهب در دیپلماسی و نحوه استفاده از دیپلماسی برای حل مناقشات مربوط به مذهب کمک کند. این تحقیقات می‌تواند شامل مطالعات موردی، تجزیه و تحلیل داده‌ها و نظرسنجی‌ها در قالب انواع روش‌های کمی و کیفی صورت پذیرد.



شکل ۲. دیپلماسی مسجد

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Mohammad Hosein Shoaee  <https://orcid.org/0000-0001-9701-3585>

## منابع و مآخذ

- اسپوزیتو، جان لی (۱۳۸۸). اسلام و غرب: صدای گفتگوی مسلمانان، ترجمه عسگر قهرمان‌پور، در کتاب *دین و روابط بین‌الملل*. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.
- اسنایدر، جک (۱۳۹۳). *دین و نظریه روابط بین‌الملل*، ترجمه عبدالعلی قوام و رحمت حاجی منیه، تهران: نشر علم.
- بشیر، حسن، صافی اصفهانی، علی‌اکبر و صافی اصفهانی، محمودحید (۱۳۹۵). ارتباطات میان ادیانی (تعریف، مفاهیم، جایگاه). *دوفصلنامه علمی پژوهشی الهیات تطبیقی*. ۶(۱۴)، ۱۷-۳۸.
- DOR:20.1001.1.20089651.1394.6.14.2.2
- خانی، محمدحسن (۱۳۸۴). دیپلماسی فرهنگی و جایگاه آن در سیاست خارجی کشورها. *دوفصلنامه دانش سیاسی*. ۱(۲)، ۱۳۵-۱۴۸.
- DOI:10.30497/PK.2005.74
- دونوکویل، الکسی (۱۳۸۲). *تحلیل دموکراسی در امریکا*، ترجمه رحمت‌الله مقدم مراغه‌ای، تهران: فردوس.
- دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۳). *اصول و مبانی دیپلماسی اسلامی*. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س).
- علیخانی، علی‌اکبر (۱۳۸۸). مقدمه کتاب پدیده‌های دینی فراملی. در کتاب *دین و روابط بین‌الملل*. عسگر قهرمان‌پور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.
- فرخی، میثم (۱۳۹۳). سیاست‌گذاری فرهنگی مطلوب مسجد از دیدگاه مقام معظم رهبری در جمهوری اسلامی ایران. *فصلنامه مطالعات راهبردی مسجد*. ۱۷(۶۵)، ۳۳-۵۵.
- DOR:20.1001.1.1735501.1393.17.65.2.3
- فوکس، جانانان و شموئل ساندلر (۱۳۸۸). پدیده‌های دینی فراملی. در کتاب *دین و روابط بین‌الملل*. عسگر قهرمان‌پور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.
- کوبالکوا، وندولکا (۱۳۸۸). به سوی الهیات سیاسی بین‌الملل. در کتاب *دین و روابط بین‌الملل*. عسگر قهرمان‌پور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.
- گیلبوا، ایوان. (۱۳۸۸). *ارتباطات جهانی و سیاست خارجی*، ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
- موظف رستمی، محمدعلی (۱۴۰۱). *ژئوپلتیک و مسجد (دیپلماسی مسجد)*. تهران: انتشارات پرهیب.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۸). دین در حوزه عمومی. در کتاب *دین و روابط بین‌الملل*. عسگر قهرمان‌پور. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی اجتماعی.

Alikhani, Ali Akbar (1388) Introduction to the book Transnational Religious Phenomena. In the book *Religion and International Relations*. Asgar Kahramanpour. Tehran: Research Institute of Cultural and Social Studies. [In Persian]

Bashir, Hassan, Safi Esfahani, Ali Akbar and Safi Esfahani, Mohammad Vahid (2016) Interreligious communication (definition, concepts, position). *Biannual scientific research journal of comparative theology*. 6(14), 17-38. [In Persian]

- Brown, D. S. (Ed.). (2013). *A communication perspective on interfaith dialogue: Living within the Abrahamic traditions*. Rowman & Littlefield.
- Cooper, Andrew. F., Heine, J., & Thakur, R. (Eds.). (2013). *The Oxford handbook of modern diplomacy*. Oxford University Press.
- Deshiri, Mohammad Reza (2013) *Principles and foundations of Islamic diplomacy*. Tehran: Imam Khomeini (pbuh) editing and publishing institute. [In Persian]
- De Toqueville, Alexey (2012) *Analysis of democracy in America* (translation by Rahmatullah Moghadam Maragheh). Tehran: Ferdous. [In Persian]
- Espósito, John Lee. (1388) Islam and the West: the voice of Muslims' conversation (translated by Asgar Kahramanpour). In the book *Religion and International Relations*. Tehran: Research Institute of Cultural and Social Studies. [In Persian]
- Farrokhi, Meisham (2013) Desirable cultural policies of the mosque from the point of view of the Supreme Leader in the Islamic Republic of Iran. *Mosque Strategic Studies Quarterly*. 17(65), 33-55. [In Persian]
- Fuchs, Jonathan and Shmuel Sandler (2008) Transnational Religious Phenomena. In the book *Religion and International Relations*. Asgar Kahramanpour. Tehran: Research Institute of Cultural and Social Studies. [In Persian]
- Gilboa, Ethan. (2008), *Global Communication and Foreign Policy* (translated by Hossamuiddin Ashna and Mohammad Sadegh Esmaili), Tehran: Imam Sadeq University (AS). [In Persian]
- Habermas, Jürgen (2008) Religion in the Public Sphere. In the book *Religion and International Relations*. Asgar Kahramanpour. Tehran: Research Institute of Cultural and Social Studies.
- Hayden, C. (2015). US Public Diplomacy: A Model for Public Diplomacy Strategy in East Asia?. In *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region* (pp. 211-238). New York: Palgrave Macmillan US..
- Gonul, Tol. 2019. "Turkey's Bid for Religious Leadership." Foreign Affairs, January 10. <https://www.foreignaffairs.com/articles/turkey/2019-01-10/turkeys-bid-religious-leadership>. (February 22, 2024).
- Ikromov, S. (2020). *Mosque Diplomacy in Central Asia: Geopolitics Beginning with the Mihrab. Voices on Central Asia*. Pobrane z: <https://voicesoncentralasia.org/mosque-diplomacy-in-central-asia-geopolitics-beginning-with-the-mihrab>.
- Khani, Mohammad Hassan (2004) Cultural diplomacy and its place in the foreign policy of countries. *Biannual political knowledge*. 1(2), 135-148. doi:10.30497/pk.2005.74. [In Persian]
- Kobalkova, Vandolka (2008) Towards International Political Theology. In the book *Religion and International Relations*. Asgar Kahramanpour. Tehran: Research Institute of Cultural and Social Studies [In Persian]
- Lehmann & McLarren (2023) Faith-Based Diplomacy as a New (and Old) Practice in Foreign Policy: Concepts and Cases. In *The Palgrave Handbook of Diplomatic Thought and Practice in the Digital Age*.

- Marsden, L. (2011). Religion, identity and American power in the age of Obama. *International Politics*, 48(2-3), 326-343.
- Minute, Turkish (2021) *Turkey: from common heritage to security and mosque diplomacy in Central Asia*. [Opinion] Turkey: from common heritage to security and mosque diplomacy in Central Asia - Turkish Minute
- Mustaf Rostami, Mohammad Ali (1401) *Geopolitics and Mosque (Masjid Diplomacy)*. Tehran: Parhaib Publications. [In Persian]
- Seibert, Thomas (2015) *Turkey's mosque-building diplomacy* - Al-Monitor. <https://www.al-monitor.com/originals/2015/02/turkey-mosque-building-soft-power.html>.
- Signitzer, Benno H. and Coombs, Timothy (1992) Public Relations and Public Diplomacy. Conceptual Convergences. *Public Relations Review* 18 (2), 137-147.
- Snyder, Jack (2011) *Religion and International Relations Theory* (Religion, Culture, and Public Life). Columbia University Press.
- Snyder, Jack (2013) *Religion and theory of international relations* (translated by Abdul Ali Qawam and Rahmat Haji Maniyeh). Tehran: Nashralam. [In Persian]

## تارنماها:

<https://farsi.khamenei.ir/>

<https://www.mehrnews.com/news/5909007/>

<https://www.irna.ir/news/85213694/>

<https://www.irna.ir/news/85250527/>

<https://www.isna.ir/news/1400031712105/>

<https://www.masjed.ir/fa/article/258/>




This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



## The secularization of the place of the mosque in the contemporary urban life; A Case Study of the Area Surrounding the Holy Shrine of Imam Reza

**Mohammad Reza Ghaemi Nik** , member of the Faculty of Social Sciences, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran. Email: [ghaeminik@razavi.ac.ir](mailto:ghaeminik@razavi.ac.ir)

**Mohammad Soltanieh** , member of the Faculty of Social Sciences, Razavi University of Islamic Sciences, Mashhad, Iran. Email: [m.soltanieh@razavi.ac.ir](mailto:m.soltanieh@razavi.ac.ir)

### ABSTRACT

In the Islamic civilization of past centuries, mosques played a central role in urban structures and social order. In Mashhad, one of the important Islamic cities, mosques around the shrine of Imam Reza (PBUH) served extensive social functions beyond their religious roles, influencing the economic, political, and cultural dimensions of society. However, with urban modernization, mosques have become institutions with limited religious functions, and their presence has diminished. This article analyzes the changing role of mosques in the secular social order since the 1990s, examining Western social theories, particularly the views of Talcott Parsons. Parsons presents a systemic theory of society, which includes economic, political, legal, and cultural subsystems, and analyzes social changes as an evolutionary process from primitive and undeveloped societies to modern and developed ones. He believes that as society's transition from traditional religious systems to modern ones—characterized by increased specialization and relative independence of subsystems from a comprehensive religious order—greater freedom and development are achieved. In contrast, mosques in Islamic cities have historically played a central role in social, economic, and political activities. The significant vitality of these mosques has accompanied the evolution and development of Islamic cities, leading to an increase in their number. They have influenced governance and social affairs and played a key role in urban organization. Therefore, the traditional structure of Islamic cities, including Mashhad, stands in contrast to developmental theories such as those proposed by Parsons, leading to social conflicts, especially in the area surrounding the shrine of Imam Reza. Using a historical approach and a moderated version of Michel Foucault's genealogy, we analyze the findings regarding the evolution of the status and role of mosques in the area around the Razavi shrine. This research method includes identifying issues, analyzing Records, determining the zero point (the formation of Mashhad during the Timurid period), discovering discourses, analyzing points of rupture and genealogy, examining power and resistance, and critiquing the current situation. We investigate urban and mosque developments during different historical periods of Mashhad, including the Timurid, Safavid, Qajar, Pahlavi, and Islamic Republic eras, as well as the roles of various powers in shaping the city's structure. According to our findings, Mashhad initially formed around the holy shrine of Imam Reza during the Timurid era, developing with the establishment of four neighborhoods and the construction of buildings such as the Parizad School and the Grand Mosque. This period emphasized religious

interactions and the formation of social institutions around the holy shrine. During the Safavid era, Mashhad became a scientific and religious hub, playing a significant role in pilgrimage and education through the construction of religious schools and infrastructure development. The city's neighborhoods expanded with the creation of Safavid Street (Upper and Lower Street) into six neighborhoods, with further development of the shrine's courtyards occurring during this period. With the two pilgrimage visits of Fath-Ali Shah and Nasser al-Din Shah, Mashhad's urban structure became more complete during the Qajar era, marked by an increased population and the development of welfare facilities, as well as growth in neighborhoods such as Noghan and Lower Street. However, modernization during the Pahlavi era, particularly with the "Hazrati Roundabout" project, physically separated the holy shrine from the urban fabric, leading to the demolition of many mosques, schools, and bazaars. This trend continued with the "Tash" modernization project in the 1990s, resulting in significant changes to Mashhad's urban structure. Prior to the Pahlavi era, mosques and religious institutions in Mashhad played a central role in social order and religious rituals, but with modernization, this role gradually diminished, reducing mosques to their minimal function of limited religious (worship) practices. During the second Pahlavi period, further modernization included more demolitions, the creation of green spaces around the shrine, the conversion of cemeteries into pathways, and the establishment of the Reza Bazaar, which led to reduced traditional cultural and religious connections. The new neighborhood, Arg, emerged during this period with a modern structure distinct from previous neighborhoods, where mosques were not the focal point of urban and neighborhood development. After the Islamic Revolution, it was expected that Mashhad's transformations would align more closely with Islamic principles. However, development programs since the 1990s continued to alter the city's structure, further diminishing the status of mosques and religious institutions in the new urban context. The Tash modernization project since 2008 has led to further destruction of the historical context and diminished the significance of mosques and husseiniyah. Currently, mosques and religious places occupy only a small percentage of the land around the shrine, threatening a significant portion of the historical and cultural identity of this area. In conclusion, Iran's social and urban transformations since the Qajar period, particularly in religious cities like Mashhad, have led to significant changes. The historical transformations of Mashhad demonstrate that the city's structure was initially centered around the Razavi shrine, maintaining its Islamic identity. However, since the Pahlavi era, with the separation of social and sacred matters and the expansion of secular institutions, a rupture in socio-cultural identity has occurred. Changes such as the creation of the Hazrati Roundabout and the establishment of new neighborhoods have weakened the connection between the shrine and mosques with other urban and social institutions. This article suggests that future research should examine the transformations of Mashhad's neighborhoods and the impact of modern urban planning on its Islamic identity. Practical recommendations for revitalizing the role of mosques in Mashhad include focusing on their social functions, defining cultural and economic activities within them, expanding mosque construction in new neighborhoods, increasing mosque opening hours, and redefining their active role in urban activities.

### KeyWords

Mosque, Hussainiya, social order, Mashhad, area surrounding the Holy Shrine of Imam Reza.

## سکولارشدن جایگاه مسجد در زیست شهری دوره معاصر؛ مطالعه موردی بافت پیرامون حرم رضوی علیه السلام

محمد رضا قائمی نیک<sup>۱</sup>، محمد سلطانیه<sup>۲</sup>

### چکیده

مطابق با نظریات جامعه‌شناسی در غرب، تمایز میان نظم اجتماعی دینی و سکولار، در فقدان عناصر یا نهادهای دینی در حیات اجتماعی نیست، بلکه وابسته به اصالت یا عدم اصالت دین و نهادهای دینی در نظم اجتماعی است. حرم‌ها، مساجد و نهادهای مشابه نظیر حسینیه‌ها و تکایا به‌عنوان یکی از عناصر اصیل شهرهای اسلامی، نظم اجتماعی شهرهای ایرانی را شکل می‌داده‌اند. در این مقاله با بهره‌گیری از نسخه اصلاح‌شده تبارشناسی میشل فوکو، با مطالعه تحولات تاریخی مشهد و بافت پیرامون حرم رضوی، نشان داده شده است که شهر مشهد که به‌لحاظ تاریخی در گراگرد حرم مطهری رضوی شکل گرفته بود، پیش از دوره معاصر، با اصالت حرم مطهر و نقش آفرینی مساجد در محلات، نظم دینی داشته است؛ در حالی که در دو موج مدرنیزاسیون رضاخان، برنامه‌های عمرانی دوره پهلوی دوم و برنامه‌های توسعه دهه ۱۳۷۰ شمسی در ذیل طرح طاش، اتحاد محلات و نهادهای شهری با حرم مطهر گسسته شده و مساجد از محوریت نظم شهری به حاشیه رانده شده‌اند.

### واژگان کلیدی

مسجد، حسینیه، نظم اجتماعی، مشهد، بافت پیرامون حرم رضوی.

## مقدمه

یکی از تبعات انضمامی اجرای الگوهای توسعه شهری در شهرهای مذهبی، نظیر قم، مشهد و اخیراً حتی نجف و کربلا در عراق، کاهش منزلت اجتماعی نهادهای دینی، من جمله مساجد، از جایگاه نهادهای اجتماعی مؤثر بر زندگی به نهادهایی صرفاً دینی یا مناسکی با کارکرد محدود زمانی و مکانی است. چنانکه در این مقاله به تفصیل اشاره خواهد شد، در بافت پیرامونی حرم مطهر امام رضا (ع) در شهر مشهد، در گذشته تراکم قابل توجهی از مساجد وجود داشته است که علاوه بر کارکرد مناسکی، کارکردهای اجتماعی گسترده‌ای داشته‌اند که تأثیر مستقیمی بر وجوه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و خانوادگی افراد جامعه می‌گذاشتند. با این حال با مدرن‌شدن بافت شهری، این مساجد دیگر کارکرد فراگیر خود را از دست داده و تبدیل به محلی فقط برای اجرای مناسک دینی شده‌اند و به همین جهت تراکم آن‌ها در بافت شهری این منطقه نیز کاهش یافته است. این تحول در میدان انضمامی و عینی، متناظر با تحولی است که از حیث علمی، مخصوصاً از زاویه علوم اجتماعی مدرن نیز قابل بررسی است و بررسی متوازن تحولات انضمامی و نظریات علمی، می‌تواند به درک بهتری از وضعیت کلی این تحولات منتهی شود.

مروری بر نظریات اجتماعی، حتی نظریات جامعه‌شناسی در غرب، نشان می‌دهد که نظم اجتماعی در نسبتی با امر قدسی و نهادهای وابسته به آن شکل می‌گیرد. آگوست کنت، در تکوین جامعه‌شناسی، پوزیتیویسم را به مثابه دین انسانیت صورت‌بندی می‌کند (voegelin, 1999: 165)، امیل دورکیم در توضیح واقعیت جامعه، به جایگاه دین در توضیح مقولات اندیشه و نقش صور ابتدایی حیات دینی توجه دارد (دورکیم، ۱۳۸۳: ۱۰) و وبر، به تأثیر اخلاق پروتستانی در تکوین سرمایه‌داری توجه می‌کند (وبر، ۱۳۸۴). در نظریه‌های متفکران مسلمان نیز فارابی به جایگاه نبی و پیامبر در تأسیس مدینه فاضله تأکید دارد (فارابی، ۱۳۶۱). از این منظر می‌توان مدعی شد که هر واقعیت اجتماعی، حداقل در نقطه آغاز تکوین خودش، به جهت تقید به نوعی از نظم اجتماعی ناگزیر از توضیح نسبتی با امر قدسی است.

با این حال آنچه این نظریات را از یکدیگر متمایز می‌سازد، توضیح سویه این دنیایی و سکولار و سویه قدسی یک نظم اجتماعی است. همان‌طور که جان میلبنک به خوبی در کتاب الاهیات و نظریه اجتماعی توضیح داده است، با شکل‌گیری دنیای سکولار و نظریاتی که آن را صورت‌بندی کرده‌اند، الاهیات و نهادهای الاهیاتی حذف نشده‌اند، بلکه

گرفتار تواضعی کاذب شده‌اند. این امر به دلیل آن است که الاهیات دیگر بیانگر دستورات الهی برای یک نظم اجتماعی نیست، بلکه خودش تبدیل به یک نهاد اجتماعی و تابعی از نظم اجتماعی سکولار شده است. «به محض آنکه الاهیات ادعایش مبنی بر فراگفتار بودن را رها کند، دیگر نمی‌تواند کلام خدای خالق را به زبان آورد، بلکه مجبور است به آوای غیبی بُت‌های متناهی، از جمله دانش‌پژوهی تاریخی، نظریات جامعه‌شناسی یا روان‌شناسی انسان‌گرایانه یا فلسفه‌ استعلایی تبدیل شود. اگر الاهیات دیگر در صدد تعیین جایگاه، مشروط کردن یا انتقاد از گفتارهای دیگر نباشد، آنگاه ناگزیر این گفتارهای سکولار جایگاه الاهیات را تعیین خواهند کرد» (میلبنک، ۱۳۹۶: ۴۶).

این چارچوب نظری به‌خوبی توضیح می‌دهد که نحوه مواجهه نظریات جامعه‌شناسی دین غربی از جمله نظریه کُنت، دورکیم، مارکس یا حتی وبر و دیگر نظریات در قرن بیستم، مخصوصاً نظریات کارکردگرایی ساختی افرادی نظیر تالکوت پارسونز، الاهیات و نهادهای الاهیاتی را به‌نحوی در ذیل نظم اجتماعی سکولار تعریف می‌کنند. فی‌المثل پارسونز با تعریف سه کارکرد ادغام، کارکرد نقد تاریخ‌نگاری مسیحی و کارکرد‌گذار و تغییر، دین را در ذیل نظم سکولار جامعه غربی تعریف می‌کند (میلبنک، ۱۳۹۶: ۱۹۷-۲۲۰). این درحالی است که در نظریه متفکران مسلمانی نظیر فارابی، نظم مدینه فاضله تابعی از سنن نبوی و شریعی است که پیامبر وضع می‌کند. «هرگاه حلول عقل فعال در هر دو جزء قوه ناطقه یعنی جزء نظری و جزء عملی آن و سپس در قول متخیله حاصل شود، در این صورت، این انسان، همان انسانی است که به او وحی می‌شود و خداوند به واسطه عقل فعال به او وحی می‌کند، پس هر آنچه از ناحیه خدای متعال به عقل فعال افزوده می‌شود از ناحیه عقل فعال به واسطه عقل مستفاد به عقل منفعل این انسان افزوده می‌شود و سپس از آن، به قوه متخیله او افزوده می‌شود. چنین انسانی از آن نظر که فیوضات را از طریق عقل فعال به واسطه عقل مستفاد و عقل منفعل دریافت می‌کند، حکیم و فیلسوف و خردمند و متعقل کامل نامیده می‌شود و از آن نظر که فیوضات عقل فعال به قوه متخیله او افزوده می‌شود، نبی و منذر است از آینده و این انسان در کامل‌ترین مراتب انسانیت است و در عالی‌ترین درجات سعادت. این چنین انسانی به تمام افعالی که به واسطه آنها می‌توان به سعادت رسید واقف است و این نخستین شرط از شرایط رئیس [مدینه] است» (فارابی، ۱۳۶۱: ۲۷۰).

بر اساس این دو مبنای متمایز، دو نوع نظریه اجتماعی دینی و سکولار صورت‌بندی می‌شود که البته در هر دو، دین و الاهیات حضور دارند، اما در یکی از آنها، نظم

اجتماعی سکولار، جایگاه دین و الاهیات را تعیین می‌کند و در دیگری، الاهیات به‌مثابه یک فراگفتار، منطق غایی سامان‌بخش امور اجتماعی است. با نظر به این دو مبنا اکنون می‌توان به مقدمه دوم این مقاله یعنی جایگاه نهادهای الاهیاتی در حیات اجتماعی توجه نمود.

در دوره قرون وسطی و پیش از ظهور دنیای مدرن، کلیسا نقشی محوری در نظم اجتماعی مسیحی ایفا می‌کرد و احکام دیگر قلمروهای حیات اجتماعی از جمله اقتصاد، سیاست، فرهنگ و نظایر آنها تابعی از آن بود. از این جهت، مطابق تحلیل جان میلبنک، اگر به‌جای جامعه سکولار، جامعه مسیحی را در نظر بگیریم، «از آنجا که جامعه مسیحی پیشاپیش ضرورتاً به‌واسطه تاسیسش، تفسیری از جوامع انسانی دیگر است، این امکان فراهم می‌شود که کلیسا شناسی را جامعه‌شناسی مسیحی محسوب کنیم» (میلبنک، ۱۳۹۶: ۵۸۶). با نظر به این دیدگاه، جامعه‌شناسی اسلامی یا نظریه اجتماعی اسلامی نیز بایستی در نسبت با یک نهاد محوری در جامعه اسلامی صورت‌بندی شود. به تعبیر دیگر، جامعه اسلامی با محوریت نهادهای اسلامی سامان می‌یابد و این نهادهای اسلامی هستند که نقش فراگفتار را در نسبت با دیگر نهادها بازی می‌کنند. مطابق با تحلیل میلبنک از نقش الاهیات در حیات اجتماعی، اگر الاهیات و نهادهای الاهیاتی نقش فراگفتار را نسبت به دیگر نهادهای اجتماعی از دست بدهند، عملاً دیگر نهادهای اجتماعی از جمله بازار، دانشگاه یا نهاد علم، نهاد درمان و نظایر آنها جایگاه نهادهای الاهیاتی را تعیین خواهند کرد و فرایند سکولار شدن نهادی شکل خواهد گرفت.

با نظر به این مقدمه، در ادامه با تأکید بر نظریه ساختی- کارکردی پارسونز توضیح خواهیم که چگونه با افول فراگفتار الاهیاتی در جامعه مدرن غربی، الاهیات و نهادهای الاهیاتی در عین حضور در جامعه، اما نقشی کارکردی یافته‌اند و به همین جهت، حدود کارکرد آنها محدود به حدودی است که گفتارهای غیر الاهیاتی برای آنها تعیین می‌کنند. با نظر به اینکه دیدگاه پارسونز، نقشی مهم در تحولات بعد از جنگ جهانی دوم، مخصوصاً برنامه‌های توسعه در کشورهای جهان سوم داشته است و به‌لحاظ زمانی نیز با تأسیس علوم اجتماعی در ایران همزمانی دارد، بررسی دیدگاه او نسبت به دین می‌تواند تا حدودی تحولات نسبت جامعه و دین در ایران از دهه ۱۳۴۰ و اجرای برنامه‌های توسعه را توضیح دهد. پس از مروری بر دیدگاه پارسونز، با مطالعه موردی تحولات مساجد بافت پیرامون حرم رضوی در شهر مشهد، نشان خواهیم داد

که علاوه بر موج برنامه‌های عمرانی (توسعه) دوره پهلوی، با اجرای برنامه‌های توسعه از دهه ۱۳۷۰ در ایران، چگونه نهاد الاهیاتی مسجد در نظم اجتماعی این دوره از یک فراگفتار اجتماعی به یک نهاد جزئی تبدیل شده است؛ بنابراین این مقاله می‌کوشد به دو پرسش اصلی پاسخ دهد:

۱. جایگاه مسجد در حیات اجتماعی اسلامی در مقایسه با دیگر نهادهای اجتماعی چیست؟

۲. با تمرکز بر مطالعه موردی مسجد در بافت پیرامون حرم رضوی، فرایند سکولاریزاسیون چگونه از دهه ۱۳۷۰ نقش فراگفتاری مسجد نسبت به دیگر نهادهای اجتماعی در زیست شهری را تبدیل به نقش کارکردی در ذیل حیات اجتماعی سکولار نموده است؟

### پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر آثاری چند درباره نقش محوری و کانونی مسجد در نظم اجتماعی منتشر شده است. مقاله «مقیاس و مدل کلی محله متشکل از واحدهای همسایگی از منظر اسلامی» از محمدمنار رئیس و فاطمه محمدعلی نژاد (۱۴۰۰) می‌کوشد تا نشان دهد که مسجد محله نقشی محوری در یک محله مطلوب اسلامی دارد و همسایگی مطلوب هر مسجد تا چه میزان می‌تواند ادامه یابد. کیوان صداقتی و علی فقیه حبیبی (۱۴۰۰) در مقاله «سازمان اداری مسجد و سنجه‌های سمن در نظام حقوقی ایران: تقابل یا تقارن؟» معتقدند که میان کارکردهای اصیل مسجد با سنجه‌های سمن‌ها تفاوتی جدی وجود ندارد و با اندک تسامح می‌توان با تلقی مسجد به مثابه یک نهاد مردم‌نهاد و با قدری تغییر در قوانین، مسجد را هم‌نشین سمن‌ها دانست و زمینه تلقی مسجد به مثابه یک نهاد در جامعه مدنی را فراهم آورد. این مقاله در عین حال که نقش اجتماعی مسجد اهمیت می‌دهد، اما از حیث جهت‌گیری با مقاله حاضر همراهی ندارد و با نفی ویژگی‌های خاصی از مسجد از جمله غیرسیاسی بودن، سعی در روایتی مدرن از مسجد، همچون سمن (NGO) ها در زندگی اجتماعی دارد. مهناز امیرپور و دیگران (۱۴۰۰) در مقاله «شناسایی الگوی مطلوب تعامل شهرداری و مساجد (مطالعه موردی: شهر مشهد)» از طریق مصاحبه با ۱۵ نفر از صاحب‌نظران، به این نتیجه رسیده است که با تأکید بر دو مؤلفه مدیریت منسجم و یکپارچه شهرداری در مواجهه با مساجد و سپس تأمین استقلال اقتصادی مساجد در هزینه‌های امور جاری بهترین

الگوی ارتباط شهرداری با مساجد برقرار می‌شود. مهسا میرسلامی و علی عمرانی پور (۱۴۰۱) در مقاله «نقش شاخص‌های سازمان فضایی بر میزان اجتماع‌پذیری، با تأکید بر عوامل کالبدی- عملکردی در مساجد شهر قزوین»، با هدف بررسی سنجش میزان اجتماع‌پذیری در مساجد و عوامل مؤثر در کیفیت اجتماعی آن با تأکید بر مساجد قزوین، با بهره‌گیری از پرسشنامه به این نتیجه رسیده‌اند که توزیع، پیکره‌بندی، سلسله‌مراتب فضایی و آسایش محیطی به همراه عوامل فعالیتی، در اجتماع‌پذیری محیط مساجد تأثیرگذار است. این مقاله نیز از حیث توجه به یکی از کارکردهای مسجد در نظم اجتماعی یعنی اجتماع‌پذیری، با موضوع مقاله حاضر قرابت دارد، اما زاویه ورود آن متفاوت بوده و عمدتاً با تأکید بر فضای داخلی مسجد این موضوع را مورد تحلیل قرار داده است. هادی ابراهیمی کیایی (۱۴۰۰) در مقاله «مسجد به مثابه حوزه عمومی و تأثیر آن بر شکل‌گیری انقلاب اسلامی» با اصلاحی که در نظریه حوزه عمومی هابرماس انجام داده است، سعی کرده تا با تحلیل بیانات امام خمینی (ره) و نقش‌آفرینی علمای انقلابی سال‌های منتهی به انقلاب اسلامی، نقش مساجد را در وقوع انقلاب اسلامی بررسی کند. این مقاله هرچند به موضوع مقاله حاضر نزدیک است، اما هم از حیث چارچوب نظری و هم از حیث مطالعه موردی با مقاله حاضر تفاوت دارد. درنهایت، مقاله تأثیر جهان‌بینی اسلامی در جایگاه مسجد به‌عنوان فضای شهری و نقش مسجد به‌عنوان یک رکن اساسی در شهر اسلامی در اقتصاد، فرهنگ و امنیت (مطالعه موردی: شهر دزفول) از مهران علی‌الحسابی و دیگران (۱۴۰۱) بیشترین قرابت را با مقاله حاضر دارد، اما هم از حیث مطالعه موردی و هم از حیث چارچوب نظری و توجه به موضوع روند سکولاریزاسیون، تفاوت قابل توجهی میان این دو مقاله دیده می‌شود. مقاله «مسجد و مدرنیته: مروری تحلیلی و جامعه‌شناختی به گفتمان‌های مسجد در ایران» از نعمت‌الله فاضلی (۱۳۸۷) اگرچه از حیث دیدگاه جامعه‌شناختی با مقاله حاضر قرابت دارد، اما از هم از حیث مطالعه موردی و هم از حیث رویکرد تفاوت قابل توجهی با مقاله حاضر دارد.

از حیث مطالعه موضوعی این مقاله نیز مقالات زیر را می‌توان به‌عنوان بخشی از پیشینه تحقیق ذکر کرد. محمدجواد نطق و مهدی حسین‌زاده (۱۴۰۲)، در مقاله «بررسی سیر تحولات و تغییرات سازمان فضایی شهر مشهد»، تحلیل بسیار خوبی از تحولات فضای شهر مشهد در طول تاریخ آن داشته‌اند، اما مشخصاً به مساجد به‌عنوان موضوع اصلی نپرداخته‌اند. صدری کیا (۱۳۹۴) «اصول توسعه کالبدی حرم

مطهر رضوی با تأکید بر تحولات تاریخی قرن نهم هجری قمری، اطلاعات بسیاری مهمی دربارهٔ تحولات شهر مشهد و نسبت آن با حرم مطهر رضوی داده است، اما مشخصاً به موضوع این مقاله نپرداخته است. امین‌اله طلائی و دیگران (۱۴۰۱) در مقاله «نقش و مأموریت مرمت بافت تاریخی حرم مطهر امام رضا (ع)»، نکات مفیدی برای درک جایگاه حرم مطهر رضوی در بافت پیرامونی حرم مخصوصاً در ارتباط با معماری آن ارائه داده است، اما به موضوع مسجد نپرداخته است.

علاوه بر آثار فوق، بعضی از آثار در زبان انگلیسی و عمدتاً ناظر به تحولات مساجد در کشورهای دیگر اسلامی منتشر شده‌اند که بعضی از آن‌ها به شرح زیر هستند. سیل بوزدوغان (۲۰۰۱) در کتاب مدرنیسم و ساخت ملت: فرهنگ معماری ترکیه در جمهوری اول به بررسی تأثیر مدرنیزاسیون بر معماری در ترکیه می‌پردازد. سندی ایزنستات و دیگران (۲۰۰۸) در کتاب مدرنیسم و خاورمیانه: معماری و سیاست در قرن بیستم، نقش مدرنیزاسیون در معماری و سیاست در قرن بیستم در خاورمیانه را بررسی کرده‌اند که به موضوع مسجد نیز توجه داشته‌اند. رناتا هولود و حسن‌الدین خان (۱۹۹۷) ویراستاران کتاب معماری اسلامی و مدرنیته هستند که مجموعه مقالاتی است که به تأثیرات مدرنیزاسیون بر معماری اسلامی، شامل مساجد، می‌پردازد و در بخش‌هایی از آن به مساجد ایران اشاره شده است. تالین گریگور (۲۰۱۱) در کتاب معماری مدرن در ایران، به وجوه مختلف تأثیر مدرنیزاسیون بر ایران از جمله مساجد می‌پردازد. آزا اکسامیجا (۲۰۱۹)، کتاب مساجد و مدرنیته: مطالعه‌ای درباره نقش معماری مساجد در جامعه مدرن را به گونه‌ای نوشته است که تا حد زیادی به موضوع این مقاله نزدیک شده است؛ اما متمرکز بر موضوع بافت پیرامونی حرم رضوی نیست. در این دست آثار، روندهای کمابیش مشابه آنچه در این مقاله بررسی شده است، دیده می‌شود، اما اولاً نگاه نظری و جامعه‌شناختی در آن‌ها غالب نیست و عمدتاً با نگاه شهرسازی و معماری به مسئله پرداخته‌اند؛ ثانیاً با توجه به تمایز ماهوی روند مدرنیزاسیون در این کشورها با ایران، تفاوت‌های جدی با موضوع این مقاله دارند و ثالثاً از حیث موضوع، تمایز قابل توجهی با بافت پیرامونی حرم امام رضا (ع) دارند؛ بنابراین در این مقاله از بینش‌های آن‌ها کمابیش استفاده شده است.

## چارچوب نظری

## ۱. تلقی ساختی - کارکردی از دین و نظارت بر امر متعالی

در اغلب تقریرهایی که از نظریه پارسونز در جامعه‌شناسی شده است، او درصدد ارائه ترکیبی از نظریه دورکیم و وبر بوده است (کرایب، ۱۳۸۴: ۶۶؛ میلبنک، ۱۳۹۶: ۱۹۱). پارسونز با تأکید بر رویکرد سیستمی، نظام اجتماعی را واجد چهار شرط کارکردی می‌داند: انطباق، دستیابی به هدف، یکپارچگی و حفظ الگو که به ترتیب با خرده‌نظام‌های اقتصادی، سیاسی، حقوقی و فرهنگی (از جمله دین و آموزش) مترادف هستند (سیدمن، ۱۳۹۶: ۱۰۵). پارسونز علاوه بر ارائه دیدگاهی سیستمی از جامعه، تغییرات آن را بر اساس یک سیر تکاملی از جوامع ابتدایی به جوامع مدرن ترسیم می‌کند و در واقع، نظریه توسعه خویش را توضیح می‌دهد. این تغییرات تکاملی در نسبت با خرده‌نظام‌های مذکور، اولاً ناظر به جدایی و استقلال نسبی قلمروهای نهادی (مثلاً خانواده، اقتصاد، حقوق و حکومت و دین) است؛ ثانیاً معطوف به تخصصی شدن کارکرد آن‌ها و ثالثاً وابستگی بیشتر و روزافزون متقابل آن‌ها به یکدیگر در عین تمایزشان است (همان، ۱۰۶). از این منظر، جوامع ابتدایی که دین بر آن‌ها سلطه بیشتری دارد، کمتر از این ویژگی‌ها برخوردارند و تمایزبندی نهادها کمتر بوده و بنابراین جامعه‌ای بسته و طبیعی بوده‌اند. از نظر پارسونز در جهان غرب، سه انقلاب صنعتی، دموکراتیک و آموزشی باعث انتقال از جوامع سنتی به جوامع مدرن گردید (همان، ۱۰۷). هر چه روند پیشرفت جوامع از جوامع ابتدایی به جوامع مدرن بیشتر طی می‌شود، ویژگی سیستمی جوامع افزایش یافته و هر کدام از خرده‌نظام‌های مذکور، کارکرد خود را در سیستم اجتماعی بهتر ایفا می‌کنند و پویایی جوامع در جهان مدرن به اوج خویش می‌رسد. در نظر پارسونز، «جامعه آمریکایی، دامنه بسیار گسترده‌تری از آزادی‌ها را در مقایسه با تمامی جوامع پیشین نهادینه ساخته‌اند... درآمدهای بالاتر و بازارهای گسترده، آزادی انتخاب در مصرف را افزایش می‌دهند. بدین ترتیب، دامنه وسیعی از دسترسی به خدمات گوناگون مانند آموزش، خوابگاه‌های عمومی و از این قبیل وجود دارد. آزادی گسترده‌ای در همسرگزینی، انتخاب شغل، انتخاب دین یا وفاداری سیاسی، آزادی فکر، بیان و اظهار نظر وجود دارد» (collins, 1990: 104). به همین جهت در روند تکاملی جوامع، با هر چه بیشتر شدن پیچیدگی امور، امکان آزادی بیشتری فراهم شده و نقش دین و باورهای سنتی، کاهش می‌یابد. «در منظر

پارسونزی، جامعه از رهگذر فرایند تفکیک تدریجی به زیرنظام‌های اجتماعی مجزا تکامل یا تحول می‌یابد: به تدریج هنر از دین متمایز می‌شود، دین از سیاست، اقتصاد از رفتار اخلاقی و به همین شکل دیگر قلمروها» (میلبنک، ۱۳۹۶: ۲۲۱). بر اساس نظریه تکاملی پارسونز و متفکران متأثر از او، غرب مدرن به مثابه نقطه اوج تاریخ جهانی عرضه می‌شود و جوامع غیر غربی با فناوری‌های نسبتاً ساده، همه به مثابه بدوی طبقه‌بندی می‌شوند و در مراحل گوناگون جای می‌گیرند. به همین جهت، جوامع غربی امکانی برای سنجش دین و تعریف کارکردهای متوازن با خود پیدا می‌کنند. «از منظر پارسونزی، آن‌طور که رابرت بلاو، گریتس، برگر و دیگران به طرق مختلف آن را تجزیه کرده‌اند، کارکرد مشروعاً منسجم‌کننده دین در نهایت به تأمین عمومی قداست آزادی و تجربه دینی شخصی مربوط می‌شود» (همان، ۲۲۷). نتیجه محسوس دیدگاه سکولار جامعه‌شناسی درباره دین، مخصوصاً نظریه کارکردی پارسونز آن است که جامعه و جامعه‌شناس، برای دین و نهاد دین، نقشی کارکردی همچون دیگر نهادها قائل می‌شود و متناسب با تغییرات اجتماعی مختلف، به دین و نهاد دین، دستور ایفای نقش متناسب با همان نیاز اجتماعی را صادر می‌کند. در اینجا دین و نهاد دین چون ناگزیر از بقاء در جامعه است، لاجرم تن به خواسته جامعه و جامعه‌شناس داده و خود را تابع خواسته‌ها و تغییرات اجتماعی جامعه می‌کند. در این شرایط، اموری همچون حسن و قبح ذاتی یا حرام و حلال در امور دینی و اخلاقی بی‌معنا می‌شود و حتی به تدریج، معنای امور دینی به مثابه حقیقتی متعالی از میان می‌رود؛ بنابراین در این دیدگاه سکولار، دین حذف نمی‌شود، اما در تغییری ماهوی، عملاً وجه متعالی و حقیقی خود را از دست می‌دهد.

## ۲. مسجد، محور دیگر فعالیت‌های اجتماعی در شهر اسلامی

شواهد تاریخی نشان می‌دهد که در بسیاری از دوره‌های تمدن اسلامی گذشته، حتی تا اواخر دوره قاجار، مسجد نقشی محوری در شهرهای اسلامی داشته است (عبدالکریم مهری و دیگران، ۱۳۹۶، علی‌الحسابی و دیگران، ۱۴۰۱، حبیبی و اهری، ۱۳۷۸، حقیقت‌نائینی، ۱۳۷۸، رئیس‌زاده و مفید، ۱۳۷۸، نقی‌زاده، ۱۳۷۸، میرفندرسکی، ۱۳۷۸، عمادی، ۱۳۷۸، منوچهری و دیگران، ۱۴۰۱ و افخمی، ۱۴۰۱). این محوریت نه تنها در ارتباط با مراکز و نهادهای فرهنگی نظیر نهاد علم، بلکه حتی در ارتباط با بازار نیز بوده است. عمادی (۱۳۷۸) این نقش محوری را در بازار تهران بررسی و به حضور حداقل ۵۰ مسجد در محدوده معروف به بازار تهران اشاره کرده است. این مساجد

با نظر به ارتباط با بازار، عمدتاً مساجد وابسته به اصناف هستند. از ویژگی‌های مهم این مساجد، ورودی‌های و خروجی‌های همواره فعال آن‌ها، مخصوصاً مساجد بزرگتر، به قسمت‌های مختلف بازار و تردد دائم اهالی بازار از درون صحن مساجد است. منوچهری (۱۴۰۱: ۱۵۳-۱۵۴) از مسجد، در رتبه اول، در کنار مدرسه، قهوه‌خانه و میدان به‌مثابه مهم‌ترین کانون‌های افکار عمومی دوره صفویه یاد کرده و بر نقش فعال مساجد در ایجاد ارتباط میان حکومت صفویه و عموم مردم در موضوعات مختلف از جمله توجیه مشروعیت حکومت، اعلام تصمیمات مهم حکومت در ارتباط با زندگی مردم، انتقال معارف تشیع و نظایر آن‌ها تأکید دارد. حبیبی (۱۳۷۸) با مروری بر مساجد دوره صفویه، معتقد است تنها یک نوع از مساجد با تراکم پایین در سطح شهر و با حداقلی از اشغال فضا بوده‌اند که مختص اعمال عبادی بوده و دیگر مساجد که در سطح محلی یا شهری به ایفای نقش می‌پرداخته‌اند، کارکردهای متنوع‌تری داشته‌اند. مساجد محله‌ای، «علاوه بر برگزاری نماز، غالباً بخشی از مجموعه وسیع‌تر مدرسه، بازارچه و ... بوده‌اند» و «مساجدی که عملکردی در مقیاس شهر دارند و نه تنها محل برگزاری نماز و آیین‌های عبادی، بلکه انجام امور حکومتی، تشریفات و بارعام و ... بوده‌اند» (حبیبی، ۱۳۷۸: ۷۰). از حیث جایگاه مساجد اصفهان در دوره صفویه در بافت شهری، مساجد مرتبط با حکومت، همچون مسجد شیخ لطف‌الله، در مرکز ثقل شهری و مجاورت قصر سلطنتی و در کنار میدان اصلی شهر قرار داده‌اند. مساجدی که محل مراجعه عموم مردم و اجتماع آن‌ها و دیگر فعالیت‌های روزمره آن‌ها بوده‌اند، اغلب در پیرامون محور اصلی و در ستون فقرات شهر ساخته می‌شده‌اند. مساجدی که محور محلات قرار داشته و اغلب فعالیت‌های هر محله در ارتباط با آن رقم می‌خورده است و به همین جهت در مجاورت آن‌ها حمام و کاروانسرا و بازارچه و موارد مشابه شکل می‌گرفته است. درنهایت، مساجد کوچک محلی که اغلب معطوف به انجام اعمال عبادی بوده، به‌طور پراکنده در همه نقاط شهر وجود داشته است (همان، ۷۲-۷۴). حقیقت‌نائینی (۱۳۷۸) با مطالعه موردی شهر نائین که مشهور به شهر ۷۲ مسجد بوده است، رابطه متقابل بافت شهری و مسجد را تا اواخر دوره قاجار بررسی نموده است. مطابق تحقیقات او، مهم‌ترین تصمیمات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی شهر در مسجد جامع گرفته می‌شده و پس از مسجد جامع، مساجد محله‌ای وجود دارند. مساجد محله‌ای نیز بعضاً مختص یک محله بوده و در بعضی موارد، مانند مسجد شیخ مغربی، بابا عبدالله و خواجه‌خضر به دلیل استقرار در محله بازار، کارکرد فرامحله‌ای نیز

داشته‌اند. سطح سوم مساجد شهر نائین، مساجد کوچک و ساده‌ای هستند که عمدتاً با کارکرد معطوف به اعمال عبادی، در سرتاسر شهر پراکنده‌اند (حقیقت‌نائینی، ۱۳۷۸: ۸۹-۹۱). نکته مشترک تحقیق حقیقت‌نائینی و حبیبی علاوه بر سطح‌بندی کمابیش مشترک مساجد اصفهان و نائین، دسترسی چندگانه مساجد جامع، محله‌ای و فرامحله‌ای است که در اغلب ساعات روز، باز بوده‌اند.

به نظر می‌رسد این دست مطالعات به‌خوبی نشان می‌دهند که اولاً مساجد، نقشی محوری در شهرهای اسلامی ایران داشته‌اند، ثانیاً جز مساجد کوچک، دیگر مساجد که تعداد آن‌ها در شهرها قابل توجه نیز بوده است، کارکردهای متنوع سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و نظایر آن‌ها را عهده‌دار بوده‌اند و ثالثاً این دسترسی، مخصوصاً در سطح مساجد محله‌ای، برای عموم و به‌صورت گسترده بوده است. به همین جهت، مسجد نقشی مؤثر بر دیگر نهادها داشته و اگر مسجد را تجسم‌الاهیات در شهر بدانیم، به تعبیر پاسونزی، خرده‌نظام‌الاهیات، خرده‌نظامی در کنار دیگر خرده‌نظام‌های اجتماعی نبوده، بلکه نقشی مؤثر بر آن‌ها داشته است.

### روش پژوهش

روش تحقیق در این مقاله، با نظر به رویکرد تاریخی آن، شکل تعدیل‌یافته‌ای از تبارشناسی میشل فوکو است. در این شکل تعدیل‌یافته سعی شده است تا ناسازگاری‌های این روش با ساختار دینی شهر مشهد و تحولات مسجد، اصلاح شود و روابط قدرت مؤثر بر تکوین گفتمان‌ها، صرفاً سویه سکولار پیدا نکنند. با توجه به اینکه در این مقاله نقطه صفر و تکوین شهر مشهد در دوره تیموری، اهمیت زیادی دارد، این روش می‌تواند تحولات موضوع مورد بحث از نقطه آغاز تا اکنون را به‌خوبی نشان دهد. کچویان و زائری (۱۳۸۸) تبارشناسی فوکو را در ده‌گام معرفی کرده است. شناسایی مسئله، سوابق موضوع، شناسایی درجه یا نقطه صفر، کشف گفتمان‌ها، تحلیل نقاط گسست، تحلیل تبار، تحلیل نقاط تصادف، تحلیل قدرت، تحلیل نقاط مقاومت و نقد وضعیت اکنون یا حال، ده مرحله اصلی تبارشناسی فوکو است. با این حال از این ده مرحله، شناسایی نقطه صفر که منتهی به توضیح پدیده اکنون می‌شود که در این مقاله، ناظر به نقطه تکوین ساخت شهری شهر مشهد، از دوره تیموری است، کشف گفتمان‌ها که در این مقاله، ناظر به ادوار مهم و مؤثر بر تحولات شهری و مساجد در مشهد از جمله دوره تیموری، دوره صفوی، دوره قاجار، دوره پهلوی و دوره جمهوری اسلامی است، تحلیل

نقاط گسست، تحلیل تبار و تحلیل تصادف که به تناسب هر دوره به یک یا ترکیبی از آن‌ها اشاره شده است؛ تحلیل قدرت، عمدتاً ناظر به قدرت حکومت‌ها برای تکوین محلات و ساخت‌های شهری اشاره دارد، تحلیل نقاط مقاومت، مخصوصاً از دوره پهلوی و مقاومت بافت سنتی در برابر پروژه مدرنیزاسیون و توسعه حکایت می‌کند و درنهایت، نقد وضعیت اکنون یا حال که عمدتاً ناظر به وضعیت فعلی بافت پیرامون حرم رضوی با نظر به مساجد این بافت، مطرح شده است.

## یافته‌های پژوهش

### ۱. نقطه صفر تکوین مشهد از دوره تیموری

شهر مشهد به لحاظ جغرافیایی در حوزه رود کشف رود و شامل چهار شهر نوغان، تابران، توس و رادکان می‌شده است (اصطخری، ۱۳۷۳). در این قلمرو سرسبز، هزار قریه وجود داشته و باغ «حمیدبن قحطبه»، در نزدیکی یکی از این قریه‌ها به نام گناباد ساخته شده و پس از شهادت امام رضا (ع)، پیکر مطهر امام در کوشک این باغ دفن شد. مطابق مطالعات تاریخی تا قرن هشتم هجری، مشهد ناظر به مجموعه ابنیه حرم مطهر رضوی و بناهای اطراف آن بوده و اطلاقی به نام شهر مشهد نداشته است (توسلی، ۱۳۹۶)؛ بنابراین اگر بخواهیم هسته اولیه آنچه از قرن هشتم به بعد<sup>۱</sup>، به عنوان شهر مشهد شناخته می‌شود را مورد توجه قرار دهیم، سکونت‌گاه‌های پیرامون حرم مطهر رضوی است.

با نظر به حمله مغولان به شهرهای توس، طابران و نظایر آن‌ها و مصون ماندن محدوده حرم مطهر رضوی، جمعیت قابل توجهی از مردم به سمت حرم مطهر مهاجرت کرده و سنگ بنای اولیه شهر مشهد گذاشته شد (سیدی، ۱۳۹۲). با سربرآوردن حکومت تیموری و ساخت قدرت مذهبی حاکم بر آن، از سده نهم به بعد گستره شهر مشهد بیشتر شد و با ساخت ارگ حکومتی چهارباغ، اولین دولت‌خانه و محل حضور حکام، توسط شاهرخ تیموری ایجاد شد. از ۸۱۷ قمری و با حضور بایسنغر، فرزند شاهرخ تیموری در مشهد، بسیاری از بناهایی که هم‌اکنون نیز در مشهد باقی مانده‌اند، همچون مدرسه پریزاد، مسجد جامع شهر (گوهرشاد در ۸۲۱ ق)، دارالحفاظ و دارالسیاده و دارالسلام، مصلاطی طرق (۸۳۷ ق)، همگی در پیرامون حرم رضوی ساخته شد و

۱. نام شهر مشهد برای اولین بار، به عنوان یک شهر مستقل توسط حمدالله مستوفی به سال ۷۴۰ در «نزه القلوب» ذکر شده است (مستوفی، ۱۳۷۸).

با ساخت مدرسه دو درب (۸۴۳ ق) توسط خاندان امیر شیخ علی بهادر و مدرسه بالاسر مهم‌ترین ابنیه دوره تیموری شکل گرفت. این تحولات به خوبی نشان می‌دهد که روابط قدرت در دوره تیموری، حداقل در شهر مشهد، به گونه‌ای است که اغلب نهادهای اجتماعی پیرامون امر مذهبی و مشخصاً مسجد و حرم شکل می‌گرفته‌اند. پس از تأسیس اولیه شهر مشهد در پیرامون حرم رضوی و ظهور حکومت شیعی صفویه، علاوه بر آنکه مشهد به جهت موضوع زیارت، تبدیل به یک شهر مذهبی گردید، با ساخت انبوهی از مدارس علمیه در این دوره، تبدیل به یک قطب علمی نیز شد. در دوره قاجار و به دنبال دو سفر زیارتی فتح‌علی‌شاه و ناصرالدین‌شاه به مشهد، سامان شهری مشهد کامل‌تر شد. اولین سرشماری جمعیت در ۱۲۴۵ بدست‌آمد. شهر در آن سال حدود ۶۰۰۰۰ نفر جمعیت، ۳۴۸۸ باب واحد شغلی در ۵ محله و ۱۶۷ مسجد، ۱۹ مدرسه، ۴۷ حمام و ۵۶ آب‌انبار داشت.

با این حال متناسب با موضوع این مقاله، مهم‌ترین تحولی که در دوره معاصر و متأثر از طرح مدرنیزاسیون پهلوی، به شکل بی‌سابقه‌ای رقم خورد، جدایی کالبدی حرم مطهر رضوی از بافت شهری در جریان اجرای طرح «فلکه حضرتی» بود که در ادامه به آن اشاره خواهد شد. در دوره پهلوی دوم، در ذیل نوسازی ۱۳۵۲ و مخصوصاً با حضور عبدالعظیم ولیان از ۱۳۵۴، ایده جدایی حرم مطهر از بافت شهری تقویت شد و با ایجاد فضای سبز گسترده در فلکه حضرتی، بخش قابل توجهی از مدارس علمیه، مناطق مسکونی، بازارها و از مهم مهمتر، مساجد این منطقه تخریب گردید. این دوره هم‌زمان با اوج اجرای برنامه‌های عمرانی (توسعه) پهلوی دوم است و ساخت‌وسازهای پیرامون حرم رضوی کاملاً متناسب با همین برنامه‌های عمرانی شکل می‌گیرد. دومین طرح نوسازی از دهه ۱۳۷۰ و با عنوان طرح طاش توسط بوربور بود که منجر به وضعیت فعلی شهر مشهد شده است.

پس از مروری کلی بر تاریخ شکل‌گیری و استمرار شهر مشهد، در ادامه با تکیه بر عناصر شهر اسلامی و در راس آن‌ها مسجد، سعی خواهیم کرد تا نشان دهیم که چگونه تا پیش از دوره پهلوی، مساجد و نهادهای مشابه مانند حسینیه‌ها و تکیه‌ها نقشی محوری در نظم اجتماعی مشهد بازی می‌کردند، اما با اجرای دو موج نوسازی دوره پهلوی و دهه ۱۳۷۰ به بعد، این نقش به شدت کاهش یافت و مساجد از نظم اجتماعی مشهد به حاشیه رانده شده و به حداقل کارکرد خود، یعنی اعمال عبادی فروکاسته شدند.

## ۲. حرم- مسجد، دال اصلی گفتمان اجتماعی پیش از دوره پهلوی و کانون دیگر نهادهای شهری

علیرغم آنکه درباره شهر اسلامی، تعارف مختلف و متعددی ذکر شده است، اما در یک تعریف کلی می‌توان اشاره کرد که در مبانی قرآنی، معیار شهر اسلامی داشتن فرهنگ دینی، خدانشناسی و ارتباط با خدا است و در نتیجه، آن تمدنی متمدن‌تر است که مسیر حرکت اجتماعی و فردی آن در مسیر الهی بوده و از نظر اصول قرآنی افرادی صالح، ساکن آن هستند که در این صورت محل اجتماع و فعالیت‌شان را شهر می‌نامند (مروتی و دارابی، ۱۳۹۳). حتی اگر نظریه فارابی درباره مدینه فاضله را ملاک قرار دهیم، مدینه یا شهر، مکانی است که بر اساس سنن نبوی اداره شده و بنیان آن بر حکمت اسلامی است (فارابی، ۱۳۶۱). از این جهت، حداقل چهار عنصر اساسی را می‌توان به عنوان ارکان شهر اسلامی برشمرد:

۱. عناصر مذهبی شامل مسجد، تکیه و حسینیه؛

۲. عناصر تجاری، بازرگانی، بازار شهر، مراکز اقتصادی و مالی، شامل منظرگاه‌ها،

کاروان‌سراها، تیمچه‌ها و قیصریه‌ها؛

۳. محلات شهر و لایه‌های آن؛

۴. معابر، گذرهای اصلی و فضاهای عمومی (توسلی، ۱۳۸۱).

این عناصر در بافت شهری و نظم اجتماعی ناظر به آن، به شدت به هم پیوسته بوده‌اند و تحول در یکی از آن‌ها باعث تحول در بقیه عناصر می‌شده است. با این حال در میان این پنج عنصر، مسجد جایگاه ویژه‌ای داشته است. مسجد، به منزله دال اصلی هویت شهری در شهرهای اسلامی مطرح بوده و به عنوان مهم‌ترین مرکز دینی و اجتماعی و سیاسی در حیات شهری موجب شد که در بیش‌تر شهرهای بزرگ و مهم، مسجد جامع در کنار مهم‌ترین راه درون‌شهری که غالباً به یک یا دو دروازه مهم شهر متصل بود و بازار در داخل آن شکل می‌گرفت مستقر بود (نوروزی، ۱۳۹۷). در نتیجه مساجد را می‌توان به عنوان دال اصلی گفتمان اجتماعی و کانون بافت تاریخی شهرهای اسلامی دانست و در کنار حسینیه‌ها، از مهم‌ترین مراکز عبادی در برگزاری مراسم‌ها در بافت پیرامون حرم رضوی بوده‌اند. با این حال با توجه به جایگاه زیارت حرم مطهر رضوی، مساجد، حسینیه‌ها و تکیه‌ها علاوه بر نقش شهری، تأثیر بسیار زیادی بر مناسک و آیین‌های مذهبی به عنوان عنصر هویت‌بخش شهر مشهد داشته‌اند؛ بنابراین برای درک جایگاه مساجد در نظم اجتماعی شهر مشهد، علاوه بر ارتباط مسجد با هر

یک از عناصر سه گانه دیگر، ارتباط مسجد با زیارت و آیین‌های مذهبی را نیز توضیح خواهیم داد.

## ۲-۱. معابر و گذرگاه‌های اصلی در ارتباط با مساجد

تا پیش دوره تیموری، مسجد بالاسر، بقعه حرم مطهر و مناره و باروی شهر از مهم‌ترین عناصر کالبدی شهر مشهد بودند. ایجاد معبر سراسری خیابان صفوی (بالاخیابان-پایین خیابان) در دوره صفوی، باعث شد تا محلات شهر مشهد از سه یا چهار کلان‌محلّه نوغان، عیدگاه، سراب و میرعلی آمویه در دوره تیموری، به شش محلّه عیدگاه، بالاخیابان، پایین خیابان، سرشور، نوغان و سراب دوره صفوی تبدیل شود و محلات خُردی همچون دولاب، دستجرد، عیدگاه، کاریز، سرسنگ، سراب، سرحوضان، دروازه، حاجی گداغلی آهکی، حمام گودسلوک، محمد علی باشی، حاجی مومن، گود حسام‌الدین، سرشور، بابا قدرت، صدنفران، کوچه کاریز، چهارباغ، کوچه صومعه، حسن بک و عاشورکالی شهر مشهد را تشکیل می‌دادند. در دوره افشار، محلّه جدیدی اضافه نشد و تنها گستره این محلات بیشتر شدند. در دوره صفویه، با عنایت خاص شاه‌عباس به حرم حضرت رضا (ع) و ۳ بار زیارت پیاده او، علاوه بر تأسیس خیابان بالاخیابان-پایین خیابان که کل شهر را به دو قسمت تقسیم می‌کرد، حرم امام رضا (ع) واجد صحن شد و با انتقال آب نهر چشمه گلسب (گلساب) توس، به همراه آب کشف‌رود و قنات‌های اطراف شهر به منطقه حرم رضوی، رونق بسیار زیادی در مشهد ایجاد شد (خادمیان، ۱۳۸۰). چنانچه اشاره خواهد شد، با نظر به نقش جدی مسجد در محلات، معابر و گذرگاه‌های اصلی با مساجد گره می‌خورند.

## ۲-۲. مسجد و انسجام اجتماعی محلات

اگر محلات شهرهای اسلامی را دارای لایه‌های مختلف بدانیم، مرکز هر محلّه مهم‌ترین فضای اجتماعی و قلب هر محلّه محسوب می‌شود که مظهر بیشترین تعاملات و تجمع‌های افراد هر محلّه محسوب می‌شده است. مسجد به‌عنوان محور فعالیت‌ها، نشانه اصلی و مهم‌ترین عنصر کالبدی هر محلّه نقش ایفاء نموده است (حبیبی، ۱۳۷۵). علاوه بر مرکز محلّه، هر محلّه از لحاظ فضایی دارای قلمرو و حریم مشخصی بود که تقریباً برای تمامی ساکنین شناخته شده بود و ضمن آنکه توسط یک راه اصلی خود را به بازار شهر یا امتداد راه اصلی منتهی به بازار وصل می‌کرد، به همان ترتیب خود را از فضای عمومی و پر تحرک آن دور نگه می‌داشته است. در این قلمرو، پس از مرکز محلّه، سلسله‌مراتبی وجود داشته است که دسترسی‌های محلّه

را تعیین می‌کرده و باعث ایجاد فضاهای عمومی و خصوصی در یک محله می‌شده است. به‌طور کلی ساختار محلات شامل چهار فضای خصوصی (واحد مسکونی)، نیمه‌خصوصی (ویژگی‌های قومیتی)، نیمه عمومی (گذرگاه‌های اتصال مسکونی به عمومی شامل گذر اصلی محله، گشادگی‌های داخل بافت) و عمومی (مرکز محله، میدان‌گاهی‌های اصلی، مکان‌های عمومی، معابر، گذر اصلی) می‌شود.

در شهر مشهد و مخصوصاً در بافت پیرامون حرم رضوی، حداقل دو فضای عمومی قابل شناسایی بوده است. اول، خود حرم مطهر به‌عنوان مهم‌ترین فضای عمومی همه محلات منتهی به آن شناخته می‌شده است؛ اما در مرحله بعد، مساجد و حسینیه‌ها در ارتباطی که با بازار و میدان‌گاه‌ها داشته‌اند، مهم‌ترین عرصه عمومی هر محله و قلمرو آن محسوب می‌شده‌اند. از حیث ساختاری، محلات نزدیک به حرم، محلات خطی بوده‌اند که با بازار و لبه‌های قوی تجاری شناخته می‌شده‌اند و محلات دورتر از حرم، محلات مرکزی هستند که بافت مسکونی‌تری دارند.

در دوره صفویه، در حیطه خود حرم مطهر، ساخت صحن عتیق، از حیث معابر و محلات شهری، ایجاد راسته بالاخیابان و پایین خیابان و از حیث مدارس، ساخت مدارس عباسقلی‌خان، نواب، خیرات‌خان، فاضلیه، سمیعیه، مستشار (ملاتاج)، میرزا جعفر، باقریه، بهزادیه، ابدال خان و حمام‌های متعدد همچون مهدی قلی‌بیک و آغچه، سوسو (سرسوق)، چهارباغ و مقبره‌هایی همچون پیر پالان‌دوز، مقبره گنبد سبز، گنبد الله‌وردی خان و حاتم‌خانی و نیز کاروان‌سراهای میرمعین، زغالی، امام جمعه، الله وردیخان، سلطانی و نظایر آن‌ها ایجاد شد.

در دوره قاجار، به سبب کثرت جمعیت، محلات نوغان و پایین‌خیابان در تحصیل و حضور در مساجد پیشتاز بوده‌اند. وجود بیشتر کاروان‌سراها و کارخانه‌ها در محله پایین‌خیابان نشان از گسترش تجارت در این محله دارد. از آن طرف با وجود کثرت جمعیت در نوغان، پایین‌خیابان و عیدگاه بیشتر امکانات رفاهی همچون حمام و آب‌انبار در محله بالانشین سراب قرار گرفته بود. در این دوره با ساخت صحن آزادی، فضای شرقی حرم گسترش یافت و این صحن به علت قرارگیری در پایین‌پای حضرت مورد استقبال قرار گرفت. در این دوره عرصه‌های عمومی چون بالاخیابان و پایین‌خیابان و فضاهای عمومی چون مدارس، بازار و حمام‌ها نیز مورد استقبال مردم بود. در اسناد تاریخی، مهم‌ترین عرصه‌های عمومی که باعث حضور مردم می‌شد، بالاخیابان و پایین‌خیابان، چهارسو نوغان، عیدگاه، بازار بزرگ، سرسنگ و چهارباغ بود.

### ۲-۳. نقش مکملی بازار و مسجد

در شهرهای ایران، بازار مرکزی بر روی مهم‌ترین محور ارتباطی شهر قرار داشت که از یک دروازه آغاز و تا مرکز شهر امتداد داشت. عناصر کالبدی بازار به دودسته قابل تفکیک بودند که خود به اجزای کوچک‌تری تقسیم می‌شدند: اول، عناصر سازنده هویت تجاری بازار مانند راسته، چهارسو، تیمچه و غیره و عناصر دوم، کامل‌کننده نیازهای مردم در بازار مانند مسجد، حمام و غیره است (بیگلری، ۱۳۵۵).

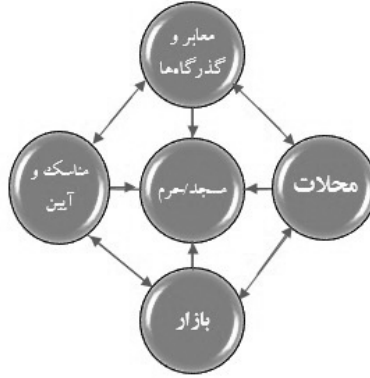
در دوره تیموری، با ساخت مسجد جامع گوهرشاد، تحولی در مشهد ایجاد شد. همچنین با احیاء راسته بازار گناباد که از کنار این مسجد و مدارس این دوره می‌گذشت و تا محله سرشور امتداد داشت، این مسیر از کارکرد تجاری خارج شد و با ساخت میدان سرسنگ و مقبره امیر ملکشاه در کنار میدان، یکی از مهم‌ترین کادوهای اجتماعی و عمومی شهر شکل گرفت. میدان سرسنگ با توجه به اینکه بناهای حکومتی چهارباغ و سه محله چهارباغ، سرشور و عیدگاه را به سمت حرم هدایت می‌کرد و در اطراف آن مدارس و کاروان‌سراهای متعددی ساخته شده بود، در دوره تیموری عرصه برگزاری مراسم‌های عمومی بود (سیدی، ۱۳۷۸). با ترویج و گسترش مذهب شیعه و افزایش میزان زائران مرقد حضرت رضا (ع) در دوره صفوی، مسیر گناباد در طول حرم درآمد و بازار گناباد توس، تبدیل به یکی از قدیمی‌ترین بازارهای ایران شد (ماهوان، ۱۳۸۳). در دوره قاجار، متوازن با حضور تعداد قابل توجهی از مساجد و تکیه‌ها در محله نوغان و پایین‌خیابان، کاروان‌سراه و بازارها و تجارت‌خانه‌های متعددی نیز در این منطقه شکل گرفت.

### ۲-۴. مسجد، زیارت و آیین‌ها و مراسم مذهبی

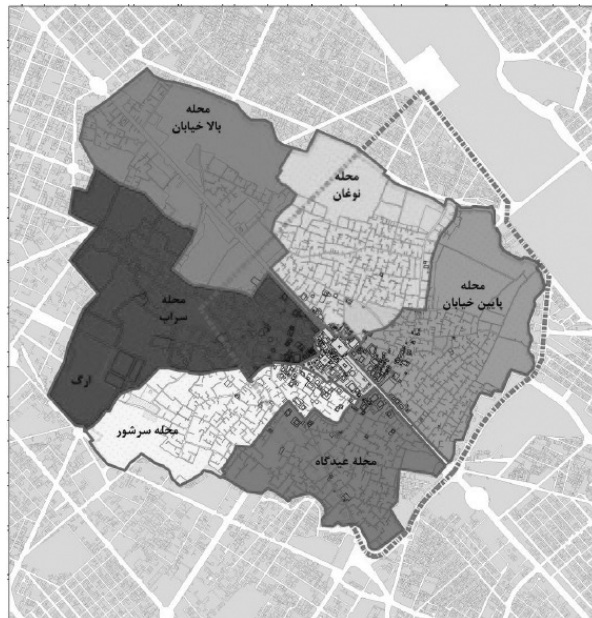
زیارت به‌عنوان کانون اصلی نظم اجتماعی شهر مشهد، باعث شکل‌گیری مجموعه‌ای از آیین‌ها و مناسک پیرامون خود شده و از حیث مکانی، سبب نقش‌آفرینی جدی حسینه‌ها، تکیه‌ها و از همه مهم‌تر، مساجد می‌شده است. از این حیث تحلیل آیین‌ها و مراسم مذهبی می‌تواند جایگاه مساجد را در شهر مشهد و به‌طور خاص بافت پیرامون حرم رضوی توضیح دهد. آیین‌های مشهد قدیم را به‌طور کلی می‌توان از حیث جنبه درونی محلات و بیرونی ناظر به حرم مطهر امام رضا (ع) تحلیل کرد. از حیث جنبه درونی، مراسم در حسینه‌ها و تکایا یا مساجد درون محلات برگزار می‌شده‌اند و از حیث بیرونی، ناظر به حرکت آیینی آن‌ها به سوی حرم مطهر قابل بررسی‌اند (شیعه، ۱۳۹۲: ۱۱۰). به‌همین جهت، بسیاری از آیین‌ها با هویت محلات و حسینه‌ها و مساجد

آن‌ها گره می‌خورده‌اند. آیین دهه‌ اول ماه محرم، اربعین سیدالشهدا (ع)، مراسم ماه رمضان، مخصوصاً شب‌های قدر، وفات پیامبر (ص) و شهادت امام حسن مجتبی (ع)، شهادت حضرت رضا (ع) و آخر ماه صفر از آیین‌های قدیمی عزاداری مشهد محسوب می‌شوند. از مهم‌ترین مراسم‌های محدوده حرم مطهر می‌توان به نقاره‌زنی حرم، خطبه‌خوانی شب شهادت امام رضا (ع)، خطبه‌خوانی شب عاشورا، خطبه‌خوانی مجلس سلام، خطبه‌خوانی تشییع مردگان، شام غریبان خدام، شام غریبان امام رضا (ع) در حرم، تعویض پرچم اول ماه ربیع‌الاول و خطبه‌خوانی روزانه مراسم صدفه اشاره کرد. مراسم دیگری نظیر روضه صلوات (پهن کردن پارچه سبز و کاسه‌ای نمک و ۱۴۰ دانه تسبیح در آن و برگزاری روضه و ۱۴ هزار صلوات)، شبیه‌خوانی و مقتل خوانی که در مساجد و همچون مسجد گدا علی، حسینیه کرمانی‌ها، حسینیه نجفی‌ها، حسینیه حوض امیر و غیره برگزار می‌شده است. مراسم شمع تسلیم در مسجد امام زمان (عج) در نوغان، حلواپزان سحر عاشورا، سفره حضرت عباس، زنجیرزنی و سینه‌زنی هیئت‌های مشهد نیز بخشی دیگر از این آیین‌ها هستند. مراسم بزرگداشت عید غدیر، نیمه شعبان، عید مبعث و نظایر آن‌ها نیز از دیرباز در مشهد جریان داشته است. در کنار این آیین‌ها، مراسمی همچون شله‌پزی روز اربعین، خیمه‌سوزی مسجد عرب‌ها و هیئت منتظرین و لیعصر عیدگاه، چاووشی خوانی ندای آغاز محرم یا رمضان (مانند الله‌رمضونی در محله)، نخل‌گردانی (از دوره صفویه)، سنت شب چله‌گی عروس، شال انداختن، خنجه‌کشی، علم‌برداری، شاخسی و اخسی (شاه‌حسین گویان)، مشعل‌گردانی نجفی‌ها، خیمه‌سوزان طبرسی، پخت و پخش غذای نذری، تشییع جنازه امام رضا (ع) در نوغان (یادگار دوره صفویه) و مراسم هفت مسجد برای بشارت پایان ماه صفر از جمله این آیین‌های سنتی هستند که بعضی از آن‌ها بیش از چند صدسال در محدوده تاریخی قدمت داشته‌اند و محل برگزاری آن‌ها عمدتاً حرم مطهری رضوی یا مساجد و حسینیه‌های محلات بوده‌اند (برازش، ۱۳۹۲ و نقی‌زاده و امین‌زاده، ۱۳۸۲). از مهم‌ترین حسینیه‌های دوره قاجار که پیش از طرح طاش ۱۳۷۸ نیز باقی مانده بودند، می‌توان به حسینیه و تکیه، گدا علی، حوض امیر، محمد سرخه، مروی‌ها، بزازه‌ها، علی اکبری‌ها، شمشیرگرها، رحیمیان، برقی‌ها، حاج حبیب، زرگرها، قفل‌گرها، فتاح‌خان و هیئت شهدا اشاره کرد.

## گفتمان اجتماعی مشهد تا قبل از دوره پهلوی



در مجموع در آستانه ظهور دوره پهلوی، در سال ۱۲۴۸ قمری، وضعیت محلات مشهد به این شکل بوده است:



از حیث آماری، وضعیت موارد مذکور تا پایان دوره قاجار در جدول زیر به تفکیک ۶ محله مهم آمده است:

کارخانه شهربافی و شالبافی	باغ	آب‌انبار	حمام	کاروانسرا- تیمچه	تکیه	مسجد	حوزه
۱۳۷	۹۷	۵۱	۴۹	۴۹	۵۹	۹۴	کل شهر
۱۸	۱۲	۸	۸	۱۴	۶	۱۷	محله نوغان
۱۲	۲۱	۱۰	۱۵	۵	۱۴	۱۴	محله سراب
۲۰	۱۳	۱۰	۹	۴	۱۰	۹	محله سرشور
۲۸	۱۴	۸	۷	۹	۱۷	۱۶	عیدگاه
۵۶	۵	۷	۶	۱۶	۹	۲۲	پایین خیابان
۳	۳۲	۸	۴	۱	۳	۱۶	بالا خیابان

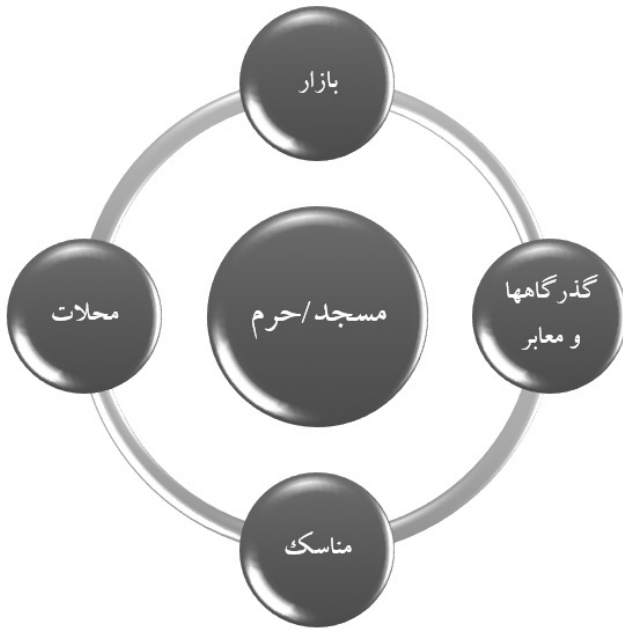
### ۳. گفتمان پهلوی: گسست حرم و مسجد از دیگر نهادها

چنانکه توضیح مختصر فوق نشان می‌دهد، شهر مشهد به‌عنوان یک شهر اسلامی، اگرچه در ادوار مختلف، تحولاتی را پشت سر گذاشته است، اما این تحولات به‌نحوی نبوده است که ساخت اصلی شهر در پیرامون حرم رضوی را دچار یک دگرگونی اساسی نماید. در تمام ادوار مذکور، بافت شهری به‌نحوی است که محلات، بازار، مساجد، حسینیه‌ها و نظایر آن‌ها همگی با محوریت حرم مطهری رضوی و زندگی پیرامون آن شکل می‌گیرد و با محدوده حرم مطهر، پیوستگی تنگاتنگ دارد. با این حال با آغاز طرح نوسازی پهلوی اول و بیش از آن در دوره پهلوی دوم (از ۱۳۵۲) شاهد تغییری اساسی در شهر مشهد هستیم که ماهیت به‌شدت متفاوتی نسبت به تغییرات ادوار گذشته دارد. چنانکه اشاره خواهیم کرد، فارغ از همزمانی این تغییر و تحولات با اجرای برنامه‌های عمرانی (توسعه) پهلوی دوم در ایران، از حیث محتوایی نیز کاملاً در چارچوب نظریات توسعه و نسبت آن‌ها با دین و نهادهای دینی می‌گنجد. در ادامه به شواهد دال بر این مسئله اشاره کرده و پس از آن، به نتیجه‌گیری خواهیم پرداخت. در دوره پهلوی اول، دو تحول بزرگ در مشهد، زمینه تغییر بافت شهری بی‌نظیری را ایجاد کرد. اول، ایجاد «فلکه حضرتی» در این دوره به‌معنای احداث خیابان مدور و عریض به دور ساختمان‌های حرم مطهر به عرض ۳۰ متر بود که در دو مرحله، در ۱۳۰۸ (فلکه شمالی) و ۱۳۰۹ (فلکه جنوبی) انجام شد و تقریباً بافت اصلی شهر مشهد امروز، مخصوصاً در ارتباط با حرم امام رضا (ع) در ارتباط با چهار محور ارتباطی خیابان طبرسی، خیابان تهران امام رضا (ع)، خیابان شیرازی و خیابان نواب را شکل داد (رضوانی، ۱۳۸۴). این اقدام بی‌سابقه، عملاً بافت به‌هم‌پیوسته و تنگاتنگ

محلات پیرامون حرم رضوی را که به‌طور طبیعی شکل گرفته بود، دگرگون کرد. طی این دوره، برای ایجاد چشم‌انداز یکنواخت از حرم به‌صورت پیاده، بناهای مسکونی و تجاری پیرامون حرم را تا مرز اولین گذرهای پیرامونی تخریب و گرداگرد مجموعه حرم را دیوار کشیدند، معبر سواره حلقوی نیز برای تسهیل تردد با وسایل نقلیه در پیرامون این دیوار ساخته شد و مقابل آن واحدهای تجاری، خدماتی و مهمان‌سراها بنا گردید (سرخیلی و دیگران، ۱۳۹۳) و دو قبرستان عمده واقع در محدوده شهر (قبرستان قتلگاه و عیدگاه) تسطیح و به فضای سبز و معبر تبدیل شد (متولی حقیقی، ۱۳۹۲، نجیب و همکاران ۱۳۹۴). با این اقدامات، حرم و مساجد، اگرچه در مرکز گفتمان اجتماعی قرار داشتند، اما ارتباط گفتمانی خود را با دیگر عناصر زندگی شهری از دست دادند. علاوه بر تشکیل فلکه حضرتی که شرح آن گذشت، محله ارگ با محوریت خیابان ارگ نیز شکل گرفت که می‌توان آن را اوج تفکر مدرن شهری دانست. این خیابان در سالهای ۱۳۰۷ - ۱۳۰۹ شمسی به‌گونه‌ای احداث شد که از ارگ شروع و پس از تقاطع با بالاخیابان به خواجه ربیع می‌رسید و در تقاطع بالاخیابان، زمینه‌ساز احداث «میدان شاه» (میدان شهدای فعلی) شد. با احداث خیابان دانشگاه و اتصال آن به این میدان، یکی از مهم‌ترین میادین شهر شکل گرفت (رضوانی، ۱۳۸۴). اگر این خیابان را با خیابان صفوی در دوره پهلوی که پیش از آن، مهم‌ترین تحول شهری مشهد محسوب می‌شد مقایسه کنیم، در خواهیم یافت که فارغ از نهادهای شکل گرفته در این خیابان، حتی ساخت آن نیز در ارتباط با حرم مطهری رضوی قرار نداشته و در مجموع، خیابان ارگ و میدان شاه، نمونه بارزی از جریان نوسازی در این دوران است (قلندریان و همکاران، ۱۳۹۱)؛ جهت‌گیری کلی این خیابان معطوف به حرم امام رضا (ع) نبود و برخلاف محلات سنتی مشهد که در آن، مسجد محوریت داشت، محوریت آن عمدتاً ناظر به بناهای اداری و خدماتی شهر همچون باغ ملی، دارایی، هلال‌احمر، شهرداری، سینماها و بانک‌ها، در بافتی کاملاً متمایز از بافت شهری مشهد که اغلب معطوف به حرم رضوی شکل گرفته بود، ساخته شد. در این محلات، مساجد، اگرچه حضور داشتند، اما ارتباط گفتمانی با نهادهای شهری و اجتماعی نداشتند و از حیث روش‌شناختی، گسست گفتمانی را رقم خورد که با تحولات پیشین، تمایزی جدی داشت.

تحول دوره رضاخان با طرح نوسازی ۱۳۵۲ تکمیل شد و نمود آن، با اقدام عبدالعظیم ولیان در ۱۳۵۴ درباره بافت پیرامون حرم رضوی به‌ظهور رسید. در این طرح با ایجاد فضای سبز گسترده پیرامون حرم رضوی، فاصله حرم مطهر و بافت شهری بیشتر شد و بخش قابل توجهی از مساجد، حسینیه‌ها، منازل مسکونی و حتی

راسته سنتی بازار پیرامون حرم رضوی تا شعاع ۳۲۰ متر از گنبد مطهر تخریب و تسطیح شد و با ایجاد بازار رضا، بازاریان به آنجا منتقل شدند؛ هرچند راسته شهری عباسقلی‌خان، سرشور، حوض امیر، عیدگاه، حاج آقاجان، سیابون و نوغان در این محدوده کمتر مورد تخریب واقع شدند.

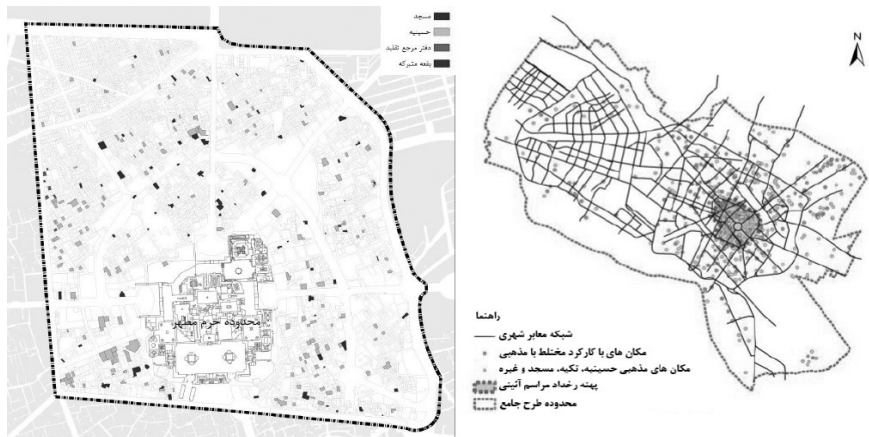


گفتمان اجتماعی مشهد در دوره پهلوی

۴. گفتمان نوسازی ۱۳۷۰: کاهش منزلت اجتماعی مساجد در موج دوم نوسازی ۱۳۷۰ با وقوع انقلاب اسلامی اگرچه انتظار می‌رفت تحولات شهر مشهد، متناسب با ساختار شهر اسلامی به پیش برود، اما هم در سطح شهر و هم در بافت پیرامون حرم رضوی، به دلیل اجرای برنامه‌های توسعه از دهه ۱۳۷۰ و غفلت از تلاش برای اجرای الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت، باعث شده است تا نظم شهری مشهد، روز به روز از یک شهر اسلامی فاصله بگیرد. فارغ از آنکه تشکیل محلات گسترده و کلان و کیل‌آباد، قاسم‌آباد، احمدآباد و نظایر آن‌ها به شدت از ساختار محلات گذشته اسلامی فاصله داشته و عناصر محوری آن، از جمله مسجد و حسینیه در آن‌ها نقشی محوری ندارند (که پرداختن به آن، می‌تواند موضوع مقاله دیگری باشد)، اما در موضوع این مقاله یعنی بافت پیرامون حرم

## سکولار شدن جایگاه مسجد در زیست شهری دوره [...]

مطهری رضوی نیز ساخت اصلی محلات گذشته در حال از میان رفتن است و محوریت مسجد و نهادهای فرهنگی وابسته به آن همچون حسینیه‌ها، تکیه‌ها و حتی مدارس در ساخت شهری جدید به شدت کاهش یافته است. این تحول، مخصوصاً با کاهش ساعات باز بودن مساجد، باعث شد تا مساجد تبدیل به یک نهاد موازی در کنار دیگر نهادهای شهری و اجتماعی قلمداد شده و محوریت خود را از دست بدهند.

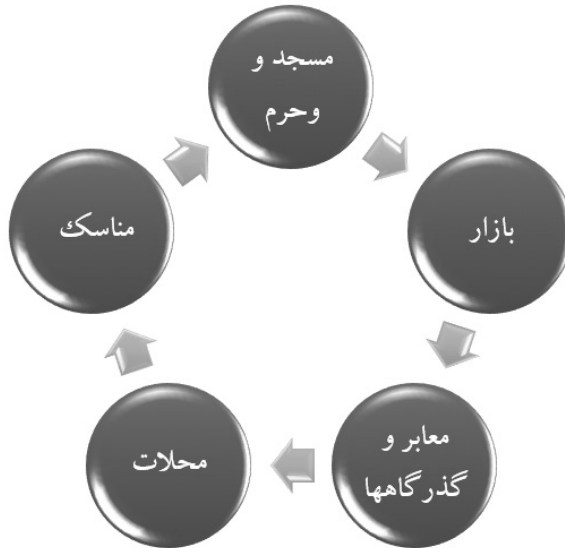


این دو عکس به خوبی هم کاهش مکان‌های مذهبی در بافت پیرامون حرم را نشان می‌دهد (سمت چپ) و هم فقدان مکان‌های مذهبی، مخصوصاً مساجد در محلات جدید شهر مشهد را نمایان می‌سازد.

اگرچه طرح ایده تحول اساسی در بافت پیرامون حرم رضوی، از اوایل دهه ۱۳۷۰ مطرح بوده است، اما اجرای طرح نوسازی بافت پیرامون حرم رضوی (مشهور به طرح طاش) از ۱۳۸۷ به طور جدی آغاز شد. در پژوهش رهنما (۱۳۷۶) یعنی پیش از اجرای طرح طاش، ۱۵۰ حسینیه در بافت تاریخی شهر مشهد شناسایی شد. از نظر عملکرد، ۱۰۰ درصد حسینیه‌ها دارای فعالیت دینی و ۳۵ درصد دارای فعالیت رفاهی بودند و فعالیت آموزشی فقط در حسینیه‌های محلی که توسط شهروندان مشهدی بنیان شده بود اجرا می‌شد. کارکردهای جانبی چون صندوق قرض الحسنه، فعالیت بسیج و اطعام مستمندان در برخی حسینیه‌ها مشاهده شده است. برخی از حسینیه‌ها به نام اصناف (شمشیرگران، قماش فروش‌ها، خبازها، قفل‌گرها و مسگران) و برخی به نام گروه‌های قومی (یزدی‌ها، شاهرودی‌ها، فروشانی‌ها، مرنندی‌ها) نامگذاری شده بود. از این جهت

تا پیش از اجرای طرح طاش، علیرغم همه تحولات دوره پهلوی، اما مساجد همچنان پیوند گفتمانی و محوری خود را با دیگر نهادها حفظ کرده بودند. این در حالی است که پس از اجرای این طرح، ساختار سنتی این بافت به کلی تخریب شد و رتبه و نقش مساجد در این بافت، در قیاس با دیگر کاربری‌ها به رتبه هفتم کشیده شد و کاملاً در کنار دیگر نهادها یا پایین‌تر از آنها قرار گرفت. مطابق آمار ۱۳۹۹، رتبه اول زمین‌های بافت پیرامون حرم رضوی، متعلق به زمین‌های بایر و معابر با ۲۹/۴ درصد است. پس‌از آن، زمین‌های مسکونی، در رتبه سوم، زمین‌های اقامتی از جمله هتل، مهمان‌سرا، مسافرخانه و مهمان‌پذیر، رتبه چهارم، زمین‌های تجاری، رتبه پنجم، تجاری- اقامتی، رتبه ششم، تجاری- مسکونی و رتبه هفتم، مجموع مکان‌های مذهبی از جمله مساجد، حسینیه‌ها، تکایا و بقاع متبرکه است شامل ۲/۵ درصد از زمین‌های این بافت می‌شود و عمدتاً در محلات قدیمی نوغان، بالاخیابان، چهارباغ و عیدگاه توزیع شده است. جالب اینجاست که رتبه‌های بعدی متعلق به دبستان و پیش‌دبستانی، مراکز آموزش عالی از جمله حوزه‌های علمیه است که در بافت سنتی، اهمیت زیادی داشتند. به تعبیر گفتمانی، دال‌های اصلی محلات سنتی در شهر اسلامی، به حاشیه می‌رفت و دال‌های جدید برخاسته از برنامه‌های توسعه جایگزین آن‌ها می‌شد.

علاوه بر این، بخش قابل توجهی از هویت تاریخی و فرهنگی این بافت در معرض تخریب قرار گرفته است. در طرح‌های اجرایی توسعه انجام گرفته در پیرامون حرم مطهر رضوی بسیاری از گذرهای تاریخی حرکت دسته‌های عزاداری تخریب و به تبع آن هویت‌های تاریخی که از نسلی به نسل دیگر انتقال یافته بود، از میان رفته است. در کنار این موضوع، بخش اعظم ساخت و اداره بناهای مذهبی و هویتی محله‌های تاریخی بر محوریت درآمد وقف یا اجتماع مردم مهاجر بود که با عدم جایگزینی در طرح، از بین رفت. با کاهش جمعیت ساکن و از میان رفتن درآمد وقف، بخش اعظم انجام مراسم‌های مذهبی در بافت تغییر کرد و دچار آسیب جدی شد.



گفتمان اجتماعی مشهد از ۱۳۷۰ به بعد

### نتیجه‌گیری، پیشنهادهای پژوهشی و راهکارهای اجرایی

تحولات اجتماعی دوره معاصر، تقریباً از اواسط دوره قاجار باعث شده است تا نظم اجتماعی جامعه ایران، دستخوش تحولاتی شود که در طول تاریخ خود، بی‌سابقه یا کم سابقه بوده است. یکی از این تغییرات، تغییرات اساسی در شهرهای مذهبی از جمله مشهدالرضا (ع) بوده است. در این مقاله سعی شد تا با مروری تاریخی بر تحولات شهر مشهد، با تمرکز بر موضوع مسجد به‌عنوان کانون شهر اسلامی و محلات آن، نشان داده شود که اولاً شهر مشهد تا پیش از دوره جدید، عمدتاً با محوریت زیارت در پیرامون حرم مطهر رضوی شکل گرفته است و منطق توسعه و تحول آن، تابع منطق دینی بوده است. ثانیاً این تغییر و تحولات هیچ‌گاه باعث دوری هویت اجتماعی شهر از بافت اسلامی آن نشده و تنها در دوره معاصر است که با تفکیک امر اجتماعی و شهری از امر قدسی (حرم مطهر رضوی)، چنین تحولی رقم خورده است.

در توضیح این تحلیل، با استناد به نظریه پاسونز، توضیح داده شد که فرایند سکولاریزاسیون اجتماعی در آغاز، ناظر به گسست حیات اجتماعی از امر قدسی و پس‌از آن، نظارت بر امر قدسی و متعالی و تعیین کارکردهای سکولار برای آن است.



با عنوان شاه‌عبدالعظیمه‌سازی حرم مطهر رضوی در کلیت شهر مشهد یاد می‌شود. از این منظر، می‌توان در پژوهش‌های بعدی، روند تحولات محلات مختلف مشهد، مخصوصاً در مقایسه محلات قدیم و جدید را مورد تأمل و تأثیر شهرسازی مدرن بر گسست از هویت شهر اسلامی را مورد مذاقه قرار داد.

### راهکارهای اجرایی


با نظر به ساخت قدرت در جمهوری اسلامی و اهمیت اسلام سیاسی، به نظر می‌رسد مساجد بتوانند نقش مهمی در ساخت اجتماعی جامعه اسلامی فعلی و آینده داشته باشند. الگوی حضور رزمندگان دوره دفاع مقدس و نظایر آنها به خوبی نشان می‌دهد که چنین زمینه‌ای در نظام جمهوری اسلامی مهیا بوده است، هرچند به دلایل مختلف از جمله غفلت از وجوه فعالیت‌های اجتماعی مساجد و عدم درک درستی از نقش کارکردی دین در الگوهای توسعه، این زمینه به محاق رفته است؛ بنابراین به جهت عملیاتی و کاربردی می‌توان به راهکارهای زیر جهت احیاء ساخت اصلی شهر مشهد در دوره معاصر توجه نمود:

۱. توجه به نقش اجتماعی مساجد و عدم اکتفای مساجد به نقش مناسک حداقلی دین؛
۲. تعریف فعالیت‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی در مساجد و احیاء سنت‌های فراموش شده؛
۳. گسترش سنت مسجدسازی در محلات تازه تأسیس شهر مشهد، به خصوص در بافت‌های محلی جدید؛
۴. افزایش ساعات بازبودن مساجد با همکاری شهرداری‌ها جهت رفع نیازهای روزمره شهری؛
۵. بازتعریف نقش فعال مساجد در فعالیت‌های معاصر شهری و عدم اکتفا به نقش‌های سنتی.

### تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

#### ORCID

Mohammad Reza Ghaemi Nik  <https://orcid.org/0000-0001-7181-5782>

Mohammad Soltanieh  <https://orcid.org/0000-0001-7791-2620>

## منابع و مأخذ

- ابراهیمی کبیایی، هادی (۱۴۰۰). مسجد به مثابه حوزه عمومی و تأثیر آن بر شکل‌گیری انقلاب اسلامی، نشریه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ۴ (۱۶)، ۳۵-۵۱. Doi:psi.2022.297609.2060/1030510
- اصطخری، ابراهیم بن محمد (۱۳۷۳). ممالک و مسالک. ترجمه محمد بن اسعد تستری. تهران: مجموعه انتشارات ادبی و تاریخی موقوفات دکتر محمود افشار یزدی.
- افخمی، امیررضا و عباسی، نوشین (۱۴۰۱). بازساختی بر سازماندهی فضایی معماری مساجد دوره قاجار (تحلیل کالبد فضای معماری مساجد دوره قاجار شهر اصفهان)، مجله معماری‌شناسی، ۵ (۲۵)، ۳۲-۴۳.
- امیرپور، مهناز و دیگران (۱۴۰۰). شناسایی الگوی مطلوب تعامل شهرداری و مساجد (مطالعه موردی: شهر مشهد)، مطالعات راهبردی بسیج، ۲۴ (۹۳)، ۷۷-۱۰۵. Dor:20.1001.1.1735501.1400.24.93.3.9
- بزازش، محمدرضا (۱۳۹۲). مشهد. مشهد: آفتاب هشتم توس.
- بیگلری، اسفندیار (۱۳۵۵). بازارهای ایران، نشریه هنر و مردم، شماره ۱۶۲، ۶۱-۶۲.
- توسلی، محمود (۱۳۸۱). اصل ارتباط در طراحی شهری، نشریه هنرهای زیبا، ۱۴ (۱۴)، ۳۲-۳۸.
- توسلی، وحید (۱۳۹۶). ارزش‌های تاریخی حرم مطهر رضوی در شکل‌گیری و توسعه شهر مشهد مقدس، همایش بین‌المللی بازخوانی تمدن اسلامی و جهان شهر معنوی، مشهد: جامعه المصطفی العالمیه.
- حبیبی، سیدمحسن و اهری، زهرا (۱۳۷۸). معماری شهری مسجد در مکتب اصفهان دستور زبان و واژگان، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران: انتشارات دانشگاه هنر، صص ۶۱-۸۴.
- حبیبی، محسن (۱۳۷۵). از شمار تا شهر، تحلیلی تاریخی از مفهوم شهر و سیمای کالبدی آن، تفکر و تأثر، تهران: دانشگاه تهران.
- حقیقت‌نائینی، غلامرضا (۱۳۷۸). نقش متقابل مساجد و شهر از دیدگاه شهرسازی (مطالعه موردی بافت کهن نائین)، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران: انتشارات دانشگاه هنر، صص ۸۵-۹۶.
- خادمیان، کاظم (۱۳۸۰). فرهنگ جغرافیایی ایران (خراسان)، کارکنان وزارت جنگ انگلستان مستقر در هندوستان، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی.
- دورکیم، امیل (۱۳۸۳). صور بنیادین حیات دینی، ترجمه باقرپرهم، تهران، نشر مرکز.
- رضوانی، علیرضا (۱۳۸۴). در جستجوی هویت شهری مشهد، تهران: انتشارات وزارت مسکن و شهرسازی.
- رهنما، محمدرحیم (۱۳۷۶). حسینه‌ها در بافت تاریخی مشهد، نشریه مشکوه، ۱۱ (۵۶)، ۱۴۶-۱۶۴.
- رئیس‌زاده، مهناز و مفید، حسین (۱۳۷۸). مسجد در معماری شهری و استهلاک انحراف قبله، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران: انتشارات دانشگاه هنر، صص ۹۷-۱۰۸.

## سکولارشدن جایگاه مسجد در زیست شهری دوره [...] ...]

- رئیس، محمدمنان و محمدعلی نژاد، فاطمه (۱۴۰۰). مقیاس و مدل کلی محله متشکل از واحدهای همسایگی از منظر اسلامی، پژوهش‌های معماری اسلامی، ۹(۴)، ۱۰۹-۱۲۲. Doi:10.52547/jria.9.4.5
- سرخیلی، الناز و پورجعفر، محمدرضا و رفیعیان، مجتبی (۱۳۹۳). سنجش اثرات همگرایی نیروهای مذهب و اقتصاد در شکل و فرم منطقه ثامن شهر مشهد در دوره معاصر، فصلنامه مطالعات شهری، ۳(۱۲)، ۸۷-۱۰۱. سیدمن، اسیتون (۱۳۹۶). کشاکش آراء در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی، تهران، نشر نی.
- سیدی، مهدی (۱۳۷۸). تاریخ شهر مشهد (از آغاز تا مشروطه)، تهران: انتشارات جامی.
- سیدی، مهدی (۱۳۹۲). نگاهی به جغرافیای تاریخی شهر مشهد، مشهد: انتشارات مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد.
- شیعه، اسماعیل؛ قهرمانی، هومن؛ و غلامی، گل‌آسا (۱۳۹۲). بررسی تعامل مراسم آیینی و ساخت شهر مشهد در طرح‌های توسعه شهری، پژوهش‌های معماری اسلامی، ۱(۱)، ۱۰۳-۱۲۰.
- صدری کیا، سمیه (۱۳۹۴). اصول توسعه کالبدی حرم مطهر رضوی با تأکید بر تحولات تاریخی قرن نهم هجری قمری، مجله خراسان بزرگ، ۶(۱۸)، ۴۷-۶۰. Dor:20.1001.1.22516131.1394.5.18.4.9
- طلائی، امین‌اله، دولت‌آبادی، فریبرز و بذرافکن، کاوه (۱۴۰۱) «نقش و ماموریت مرمت بافت تاریخی حرم مطهر امام رضا (ع)»، مجله فرهنگ رضوی، ۱۰(۳)، ۱۴۷-۱۷۸. Doi:10.22034/farzv.2022.320457.1722
- علی‌الحسابی، مهران و دیگران (۱۴۰۱). تأثیر جهان‌بینی اسلامی در جایگاه مسجد به عنوان فضای شهری و نقش مسجد به عنوان یک رکن اساسی در شهر اسلامی در اقتصاد، فرهنگ و امنیت (مطالعه موردی: شهر دزفول)، نشریه جغرافیا، ۱۲(۴)، ۴۳-۶۳. Doi:10.22034/jgeoq.2022.246391.2697
- عمادی، زهره (۱۳۷۸). «حضور مسجد در بازار تهران»، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر، صص ۱۰۹-۱۲۲.
- فارابی، ابونصر (۱۳۶۱). اندیشه‌های اهل مدینه فاضله، ترجمه و تحشیه از سیدجعفر سجادی، چاپ دوم، تهران، کتابخانه طهوری.
- فاضلی، نعمت‌الله (۱۳۸۷). «مسجد و مدرنیته: مروری تحلیلی و جامعه‌شناختی به گفتمان‌های مسجد در ایران»، نشریه پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی، ویژه‌نامه پژوهش‌های اجتماعی، ۹۹-۱۳۲.
- فقیه حبیبی، علی و صداقتی، کیوان (۱۴۰۰). سازمان اداری مسجد و سنجش‌های سمن در نظام حقوقی ایران: تقابل یا تقارن؟ نشریه پژوهش حقوق عمومی، ۲۳(۷۳)، ۲۵۲-۲۷۵. Doi:10.22054/qjpl.2021.56993.2527
- قلندریان، ایمان و لطیفی، غلامرضا و شیخی، محمد (۱۳۹۱). بررسی انگاره‌های نوگرایی شهری و نمودهای آن در شهر مشهد در دوره پهلوی اول، پژوهشنامه خراسان بزرگ، ۳(۹)، ۴۱-۵۰. Dor:20.1001.1.22516131.1391.3.9.4.3
- کچویان، حسین و زائری، قاسم (۱۳۸۸). ده گام اصلی روش‌شناختی در تحلیل تبارشناسانه فرهنگ با اتکا به آراء میشل فوکو، مجله راهبرد فرهنگ، ۲(۷)، ۷-۳۰.

کرایب، یان (۱۳۸۴). نظریه اجتماعی کلاسیک: مقدمه‌ای بر اندیشه مارکس، وبر، دورکیم، زیمل، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، نشر آگه.

ماهوان، احمد (۱۳۸۳). تاریخ مشهد الرضا. مشهد: ماهوان.

متولی حقیقی، یوسف (۱۳۹۲). تاریخ معاصر مشهد. پژوهشی پیرامون تاریخ تحولات سیاسی اجتماعی مشهد از انقلاب مشروطه تا انقلاب اسلامی، مشهد: مرکز پژوهش‌های شورای اسلامی شهر مشهد.

مروتی، سهراب؛ و دارابی، فرشته (۱۳۹۳). ارائه مدل ارزیابی شهر اسلامی با رویکردی بر شاخص‌های بارز شهر اسلامی در قرآن کریم، مدیریت شهری، ۱۳ (۳۴)، ۱۵۳-۱۷۰. Doi:10.22080/qhs.2014.1510

مستوفی، حمدالله (۱۳۷۸). نزه القلوب، تصحیح: محمد دبیر سیاقی. تهران: نشر طه.

منوچهری، علی و دیگران (۱۴۰۱) «عملکرد حکومت صفویه پیرامون کانون‌ها و مراکز شکل‌گیری افکار عمومی»، نشریه تاریخ نامه ایران بعد از اسلام، ۱۳ (۳۲)، ۱۴۷-۱۷۱. Doi:10.22034/jiiph.2022.43929.2158

مهری، عبدالکریم و ابراهیمی دهکردی، امین (۱۳۹۶). بازشناسی نقش مسجد در هویت و روند توسعه شهرهای اسلامی، کنفرانس پژوهش‌های معماری و شهرسازی اسلامی و تاریخی ایران، قابل دسترسی در: <https://www.sid.ir/paper/895452/fa#downloadbottom>

میرسلامی، مهسا و عمرانی‌پور، علی (۱۴۰۱). نقش شاخص‌های سازمان فضایی بر میزان اجتماع‌پذیری، با تأکید بر عوامل کالبدی- عملکردی در مساجد شهر قزوین، نشریه هویت شهر، ۱۶ (۵۱)، ۱۷-۳۲. Doi:10.30495/2022.58576.11938

میرفندرسکی، محمدامین (۱۳۷۸). مسجد به مثابه اندامی از شهر، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر، صص ۱۲۳-۱۲۶.

میلینک، جان (۱۳۹۶) الاهیات و نظریه اجتماعی، ترجمه شهناز مسمی‌پرست، تهران، انتشارات ترجمان علوم انسانی.

نجیب، نسرين و دیگران (۱۳۹۴). بررسی سیر تحول ویژگی‌های کالبدی معماری و شهرسازی بافت قدیم مشهد در دوران تیموری و صفوی، فصلنامه فقه و تاریخ تمدن، ۱۰ (۳۹)، ۵۵-۷۶.

نطاق، محمدجواد و حسین‌زاده، مهدی (۱۴۲۰). بررسی سیر تحولات و تغییرات سازمان فضایی شهر مشهد، مجله منظر، ۱۵ (۶۳)، ۲۶-۳۶. Doi:10.22034/manzar.2022.344669.2195

نقی‌زاده، محمد (۱۳۷۸). مسجد کالبد مسلط بر مجتمع اسلامی، منتشره در: مجموعه مقالات همایش معماری مسجد: گذشته، حال، آینده (جلد ۲)، ویراستار: محمد قره‌چمنی، تهران، انتشارات دانشگاه هنر، صص ۱۲۷-۱۵۲.

نقی‌زاده، محمد؛ و امین‌زاده، بهرام (۱۳۸۲). مراسم محرم و شکل‌گیری سازمان فضایی روستاهای برزورد، مجله مسکن و انقلاب، ۱۸ (۱۰۲)، ۱۲-۲۹.

وبر، ماکس (۱۳۸۴). اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری، ترجمه عبدالکریم رشیدیان، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.

- Afkhami, Amir Reza & Abbasi, Noushin (2022). "A Reconceptualization of the Spatial Organization of Qajar Era Mosque Architecture (Analyzing the Spatial Form of Qajar Era Mosques in Isfahan)," *Architectural Studies*, 25, 32-43. [In Persian]
- Aksamija, Azra (2019). *Mosques and Modernity: A Study of the Role of Mosque Architecture in Modern Society*. Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Alal-Hesabi, Mehran & et al. (2022). "The Role of the Mosque as an Urban Space and Its Role as a Fundamental Element in Islamic Cities in Economy, Culture, and Security (Case Study: City of Dezful)," *Geography*, 12 (4), 43-63. Doi:10.22034/jgeoq.2022.246391.2697 [In Persian]
- Amirpour, Mahnaz & et al. (2021). "Identifying the Ideal Pattern of Interaction between Municipalities and Mosques (Case Study: City of Mashhad)", *Strategic Studies of Basij*, 93, 77-105. Dor:20.1001.1.1735501.1400.24.93.3.9 [In Persian]
- Barazesh, Mohammad Reza (2013). *Mashhad*. Mashhad: Aftab-e Hashtom Tous. [In Persian]
- Biglari, Esfandiar (1976). "The Markets of Iran", *Art and People*, 162, 61-62. [In Persian]
- Bozdoğan, Sibel (2001). *Modernism and Nation Building: Turkish Architectural Culture in the Early Republic*. Seattle, University of Washington Press.
- Collins, Randall (1990). *Weberian sociological theory*, Cambridge: Cambridge university press.
- Craib, Ian (2005). *Classical Social Theory: An Introduction to the Thoughts of Marx, Weber, Durkheim, and Simmel*, translated by Shahnaaz Mosama Parast, Agah Publishing. [In Persian]
- Durkheim, Emile (2004). *The Elementary Forms of Religious Life*, translated by Baqer Parham, Tehran: Markaz Publishing. [In Persian]
- Faqih Habibi, Ali & Sedaqati, Keyvan (2021) "The Administrative Organization of the Mosque and the Indicators of NGOs in the Legal System of Iran: Confrontation or Concurrence?" *Public Law Research*, 73, 252-275. Dor:20.1001.1.1735501.1400.24.93.3.9 [In Persian]
- Farabi, Abū Nasr (1982). *Thoughts of the People of the Virtuous City*, translated and annotated by Seyed Jafar Sajadi, 2nd ed., Tehran: Tahouri Library. [In Persian]
- Fazeli, Nematollah (2008). "The Mosque and Modernity: An Analytical and Sociological Review of Mosque Discourses in Iran", *Humanities and Social Sciences Research, Special Issue on Social Research*, 99-132. [In Persian]
- Grigor, Talinn (2011). *Modern Architecture in Iran*. Charlottesville, University of Virginia Press.
- Habibi, Mohsen (1996). *From Town to City: A Historical Analysis of the Concept of City and Its Physical Appearance*, Tehran: University of Tehran. [In Persian]
- Habibi, Seyed Mohsen & Ahari, Zahra (1999). "Urban Mosque Architecture in the Isfahan School: Grammar and Vocabulary," in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Gharehchamani, Tehran: University of Art Publications, 61-84. [In Persian]
- Haghighat-Naeini, Gholam Reza (1999). "The Interrelationship of Mosques and Cities from an Urban

- Planning Perspective (Case Study: The Old Texture of Nain),” in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Gharehchamani, Tehran: University of Art Publications, 85-96. **[In Persian]**
- Holod, Renata; Khan, Hasan-Uddin (Eds.) (1997). *Islamic Architecture and Modernity*. Leiden, E. J. Brill.
- Ibrahimi Kiaei, Hadi (2021). “The Mosque as a Public Sphere and Its Impact on the Formation of the Islamic Revolution”, *Political Sociology of Iran*, 4 (16), 35-51. Doi: psi.2022.297609.2060. **[In Persian]**
- Imadi, Zohreh (1999). “The Presence of the Mosque in the Tehran Bazaar”, in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Gharehchamani, Tehran: University of Art Publications, 109-122. **[In Persian]**
- Isenstadt, Sandy; Rizvi, Kishwar; Yeomans, Richard (Eds.) (2008). *Modernism and the Middle East: Architecture and Politics in the Twentieth Century*. Seattle, University of Washington Press.
- Istakhri, Ebrahim ibn Mohammad (1994). *Countries and Paths*. Translated by Mohammad ibn As’ad Testari. Tehran: Dr. Mahmoud Afshar Yazdi Literary and Historical Publications. **[In Persian]**
- Kachuyan, Hossein & Zaeri, Ghasem (2009). “Ten Main Methodological Steps in the Genealogical Analysis of Culture Based on Michel Foucault’s Ideas”, *Culture Strategy*, 7, 7-30. **[In Persian]**
- Khademian, Kazem (2001). *Geographical Culture of Iran (Khorasan), Personnel of the British War Ministry based in India*, Mashhad: Islamic Research Foundation. **[In Persian]**
- Mahavan, Ahmad (2004). *History of Mashhad al-Reza*, Mashhad: Mahavan. **[In Persian]**
- Manouchehri, Ali & et al. (2022). “The Role of the Safavid Government Regarding the Centers and Hotbeds of Public Opinion Formation”, *History of Iran after Islam*, 32, 147-171. Doi:10.22034/jiiph.2022.43929.2158. **[In Persian]**
- Mehri, Abdul Karim & Ibrahimi Dehkordi, Amin (2017). “Revisiting the Role of the Mosque in the Identity and Development Process of Islamic Cities”, *Conference on Research in Islamic and Historical Architecture and Urbanism in Iran*, available in: <https://www.sid.ir/paper/895452/fa#downloadbottom> **[In Persian]**
- Milbank, John (2017). *Theology and Social Theory*, translated by Shahnaaz Mosama Parast, Tehran: Tarjoman Human Sciences Publishing **[In Persian]**
- Mirfendereski, Mohammad Amin (1999). “The Mosque as an Organ of the City,” in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Gharehchamani, Tehran: University of Art Publications, 123-126. **[In Persian]**
- Mirsalami, Mahsa & Omrani Pour, Ali (2022). “The Role of Spatial Organization Indicators on Social Cohesion, Emphasizing Physical-Functional Factors in the Mosques of Qazvin”, *City Identity*, 51, 17-32. Doi:10.30495/2022.58576.11938. **[In Persian]**
- Morovati, Sohrab; & Darabi, Fereshteh (2014). “Providing a Model for Evaluating Islamic Cities with a Focus on the Prominent Indicators of Islamic Cities in the Holy Quran”, *Urban Management*, 9, 153-170. Doi:10.22080/qhs.2014.1510 **[In Persian]**


- Mostofi, Hamdollah (1999). *Nuzhat al-Qolub*, edited by Mohammad Dabir Siaghi, Tehran: Tah Publishing [In Persian]
- Motavalli Haghighi, Youssef (2013). *Contemporary History of Mashhad: A Study on the Political-Social Transformations of Mashhad from the Constitutional Revolution to the Islamic Revolution*, Mashhad: Research Center of the Islamic Council of the City of Mashhad [In Persian]
- Naghizadeh, Mohammad (1999). "The Mosque as the Dominant Structure of the Islamic Complex", in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Ghareh chamani, Tehran: University of Art Publications, 127-152 [In Persian]
- Naghizadeh, Mohammad; & Aminzadeh, Bahram (2003). "The Mourning Ceremony of Muharram and the Formation of the Spatial Organization of Barzarud Villages", *Housing and Revolution*, 102, 12-29. [In Persian]
- Najib, Nasrin & et al. (2015). "Examining the Evolution of the Physical Characteristics of Architecture and Urbanism in the Old Texture of Mashhad during the Timurid and Safavid Periods," *Jurisprudence and the History of Civilization*, 10 (39), 55-76. [In Persian]
- Nattaq, Mohammad Javad & Hosseinzadeh, Mehdi (2040). "Examining the Course of Transformations and Changes in the Spatial Organization of Mashhad City", *Manzar*, 15 (63), 26-36. Doi:10.22034/manzar.2022.344669.2195 [In Persian]
- Qalandariyan, Iman; Latifi, Gholam Reza; & Sheikh, Mohammad (2012) "Examining Urban Modernism Concepts and Their Manifestations in Mashhad during the First Pahlavi Period", *Khorasan Research*, 3 (9), 41-50. Dor:20.1001.1.22516131.1391.3.9.4.3 [In Persian]
- Raeis zadeh, Mahnaz & Mofid, Hossein (1999). "The Mosque in Urban Architecture and the Deviation of Qibla", in: *Proceedings of the Mosque Architecture Conference: Past, Present, Future* (Vol. 2), edited by Mohammad Gharehchamani, Tehran: University of Art Publications, 97-108. [In Persian]
- Raeisi, Mohammad Manan & Mohammadi Nejad, Fatemeh (2021). "The Scale and Overall Model of Neighborhood Composed of Neighboring Units from an Islamic Perspective", *Researches in Islamic Architecture*, 33, 109-122. [In Persian]
- Rahnama, Mohammad Rahim (1997). "Hosseiniyachs in the Historical Texture of Mashhad", *Meshkat*, 56, 146-164. [In Persian]
- Rezvani, Alireza (2005) *In Search of Urban Identity in Mashhad*, Tehran: Ministry of Housing and Urban Development Publications. [In Persian]
- Sadri Kia, Somayeh (2015). "The Principles of Spatial Development of the Holy Shrine of Razavi with Emphasis on Historical Changes in the 9th Century AH", *Great Khorasan*, 18, 47-60. [In Persian]
- Sarkheili, Elnaz; Pourjafar, Mohammad Reza; & Rafeian, Mojtaba (2014). "Assessing the Effects of the Convergence of Religious and Economic Forces on the Shape and Form of the Samen (eight) Region of Mashhad in Contemporary Times," *Urban Studies Quarterly*, 12, 87-101. [In Persian]
- Seidman, Steven (2017). *The Clash of Opinions in Sociology*, translated by Hadi Jalili, Tehran: Nashr-e Ney. [In Persian]


- Seyedi, Mehdi (1999) *History of Mashhad City (From the Beginning to the Constitutional Revolution)*, Tehran: Jami Publications. **[In Persian]**
- Seyedi, Mehdi (2013) *A Look at the Historical Geography of Mashhad City*, Mashhad: Research Center of the Islamic Council of the City of Mashhad Publications. **[In Persian]**
- Shia, Ismail; Ghahramani, Hooman; & Golami, Golasa (2013). "Examining the Interaction between Ritual Ceremonies and the Construction of Mashhad City in Urban Development Plans," *Researches in Islamic Architecture*, 1, 103-120 **[In Persian]**
- Talaei, Aminollah; Dowlatabadi, Fariborz; & Badrafkan, Kaveh (2022). "The Role and Mission of Restoring the Historical Texture of the Holy Shrine of Imam Reza (AS)," *Razavi Culture*, 10 (3), 147-178. **[In Persian]**
- Tavassoli, Mahmoud (2002). "The Principle of Communication in Urban Design", *Fine Arts*, 14, 32-38. **[In Persian]**
- Tavassoli, Vahid (2017). "The Historical Values of the Holy Shrine of Razavi in the Formation and Development of the Sacred City of Mashhad," *International Conference on Reinterpreting Islamic Civilization and the Spiritual World City*, Mashhad: Jam'e Al-Mustafa Al-Alamiyah. **[In Persian]**
- Voegelin, Eric (1999). *History of political ideas, vol 8, crisis and apocalypse of man*, Ed, David Walsh, London, University of missouri press.
- Weber, Max (2005). *The Protestant Ethic and the Spirit of Capitalism*, translated by Abdolkarim Rashidian, Tehran: Scientific and Cultural Publications. **[In Persian]**



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## Standardization for motion picture judging using the tacit knowledge of judges and experts

**Hassan Khojasteh** , Professor of the Radio Department of the University of Broadcasting and Broadcasting. Email: [khojasteh@iribu.ac.ir](mailto:khojasteh@iribu.ac.ir).

**Alireza Dabbagh** , Lecturer at Islamic Azad University and Ahad International University of Kish and Tehran School of News. Email: [lrz.dabbagh@gmail.com](mailto:lrz.dabbagh@gmail.com).

### ABSTRACT

**Introduction:** Despite the importance of evaluating and judging cultural and artistic products, the lack of objective and clear criteria in film festivals, especially in Fajr Film Festival, has caused a lot of complaints and confusion among artists, and this important cultural, artistic and has faced many challenges.

**Objective:** The first question that must be answered to evaluate movies is, what are the criteria for evaluating or judging the film? Unfortunately, there is no clear answer in this regard, and judges always use their knowledge and lived experience in judging without a brief or extensive explanation of the reasons for choosing or not choosing a film. Even if the arbitrator or group of arbitrators change, the selections and results of the arbitrator may also change. The reason for this is the lack of clear criteria for judging. Therefore, each judge makes criteria for himself based on the findings and aesthetic criteria he has for an art product and judges based on that. For this reason, in this research, an effort has been made to achieve the goal of turning the tacit knowledge of film festival judges and cinema experts into objective and explicit knowledge and providing clear criteria for evaluating movies and their jobs.

**Method:** This research has a qualitative approach and has used “database theory” as a research method. For this purpose, by using interviews, which is the most common method of extracting tacit knowledge at the individual level, the opinions of a group of experts related to the field of filmmaking, who have the record of judging various festivals, were collected, categorized and analyzed.

**Results:** Based on the collected data, criteria and indicators have been determined for each of the awards for the main filmmaking jobs. These criteria, which can be used in film festivals, are as follows in each section:

**Production:** attention to the cultural needs of the society, creativity, importance of the subject, issues affecting the society, audience friendliness

**Cinematography:** framing, image aesthetics, paying attention to the world of the text, helping the director to create the desired atmosphere, mastering the tools and technology, light and technique

**Screenwriting:** importance of idea and subject, characterization, power of dialogue, plot, structure

Direction: creativity, decoupage, mise-en-scène, story processing, paying attention to the cultural priorities of society

Acting: mastery of the body and physical capacities in playing a role, awareness of one's individual capacity, mastery of speech in expressing dialogues,

Attention to the world of the script, attention to the hidden details of the role

**Suggestions:** Based on the obtained results, in addition to presenting a basic suggestion and two correction suggestions, the application of indicators for conducting the judging process in the Fajr Film Festival has been emphasized with two conditions in the structural reform of the selection of selected works: the first condition is that the indicators Creating should not cause a qualitative process to become quantitative, and another condition is that the creation of indexes should not be considered as a monitoring tool to apply the opinion of managers and influence the artistic view of judges. Considering the mentioned conditions, it is suggested that the evaluation criteria of the movies in the desired jobs should be specified and informed to the participants through discussion with the judges before the festival, and university professors or critics who, in addition to paying attention to The formalist approach, they also pay attention to theoretical minutes, should be used in the group of judges.

#### Key words

festival judging, indexing, cinematography, criterion, Fajr Film Festival

## معیارسازی برای داوری فیلم سینمایی با استفاده از دانش ضمنی داوران و کارشناسان

حسن خجسته<sup>۱</sup>، علیرضا دباغ<sup>۲</sup>

### چکیده

با وجود اهمیت ارزشیابی و داوری محصولات فرهنگی، هنری فقدان معیارهای عینی و روشن در جشنواره‌های سینمایی، به‌خصوص جشنواره فیلم فجر از جمله مسائل حاشیه‌ساز این رویداد مهم فرهنگی، هنری و مایه گلابیه و ابهام بخش زیادی از جامعه هنری است. در این پژوهش تلاش شده تا دانش ضمنی داوران جشنواره سینمایی و کارشناسان سینما را به دانشی عینی و صریح تبدیل نماید و معیارهای روشنی برای ارزیابی فیلم‌های سینمایی و مشاغل آن ارائه نماید. این پژوهش دارای رویکرد کیفی است و از «نظریه داده‌بنیاد» به‌عنوان روش پژوهش استفاده کرده است. برای این منظور با استفاده از مصاحبه که رایج‌ترین روش استخراج دانش ضمنی در سطح فردی است، نظرات جمعی از خبرگان مشاغل مرتبط با حوزه فیلم‌سازی که سوابق داوری جشنواره‌های مختلف را داشته‌اند گردآوری، دسته‌بندی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس داده‌های جمع‌آوری شده در مجموع به معیار و شاخص‌های ۵ جایزه اصلی جشنواره شامل تهیه‌کنندگی، فیلم‌برداری، فیلم‌نامه‌نویسی، کارگردانی و بازیگری دست یافته که می‌تواند مورد استفاده در جشنواره‌های فیلم قرار گیرد. بر پایه نتایج به دست آمده ضمن ارائه یک پیشنهاد بنیادین و دو پیشنهاد اصلاحی، اعمال شاخص برای انجام فرایند داوری در جشنواره فیلم فجر با شرایطی در اصلاح ساختاری انتخاب آثار برگزیده مورد تأکید قرار گرفته است. در همین رابطه پیشنهاد می‌شود معیارهای ارزیابی فیلم‌های سینمایی در مشاغل مورد نظر پیش از برگزاری جشنواره از طریق بحث و گفتگو با داوران، مشخص و به اطلاع شرکت‌کنندگان رسانده شود و از اساتید دانشگاه یا منتقدانی که علاوه بر توجه به رویکرد فرمالیستی، به دقایق نظری نیز توجه دارند، در گروه داوران استفاده شود.

### واژگان کلیدی

داوری جشنواره، شاخص‌سازی، فیلم سینمایی، معیار، جشنواره فیلم فجر.

## مقدمه

ارزشیابی و داوری محصولات فرهنگی، هنری از آن جهت مهم است که می‌تواند موجب رشد و بالندگی محصول، فرایند تولید و ارتقاء کارگزاران و پدیدآورندگان آن باشد. هرچه دقت و کیفیت ارزشیابی بیشتر باشد، از نتایج آن می‌توان رشد و شکوفایی را انتظار داشت. ارزشیابی و داوری در مراحل قبل از تولید محصول، در هنگام تولید و پس از تولید صورت می‌گیرد و هرکدام کارکرد و نقش خاصی دارند. در جشنواره‌های سینمایی غالباً ارزشیابی و داوری پس از تولید را در دستور کار قرار می‌دهند و براساس نتایج آن جوایز گوناگونی توزیع می‌شود. تمام جشنواره‌های سینمایی در ایران از جمله مهم‌ترین آن، جشنواره فجر از همین الگو استفاده می‌کنند ولی در داوری‌ها معیار عینی و روشنی وجود ندارد و غالباً متکی بر ادراک کارشناسان و داوران، یعنی دانش ضمنی است و معلوم نیست ارزش‌های هنری و زیبایی‌شناسی در هر گروه داوران چه گونه مورد توجه و ارزشیابی قرار می‌گیرد. این ابهام همواره نه تنها موجب بحث و جدل می‌شود بلکه گاهی نارضایتی‌های زیادی را نیز سبب می‌گردد. تعیین شاخص‌ها و معیارهای روشن می‌تواند مسیر داوری و ارزشیابی فیلم‌های سینمایی را هموار سازد و به داوری جشنواره‌های سینمایی اعتبار کافی ببخشد.

این پژوهش درصدد است با استفاده از مصاحبه دانش ضمنی داوران جشنواره سینمایی و کارشناسان سینما را به دانشی عینی و صریح تبدیل نماید و معیارهای روشنی برای ارزیابی فیلم‌های سینمایی و مشاغل آن ارائه نماید.

نخستین پرسشی که برای ارزشیابی فیلم‌های سینمایی باید به آن پاسخ داد، این است که معیارهای ارزشیابی یا داوری فیلم چیست؟ متأسفانه پاسخ روشنی وجود ندارد و همواره داوران از دانش و تجربه زیسته خود در داوری استفاده می‌کنند بدون این که توضیح مختصر یا مبسوطی درباره دلایل انتخاب یا عدم انتخاب یک فیلم وجود داشته باشد. حتی اگر داور یا گروه داوران تغییر کنند ممکن است انتخاب‌ها و نتایج داوری نیز تغییر کند. دلیل این امر، عدم وجود معیار روشن برای داوری است لذا هر داور بر اساس یافته‌ها و معیارهای زیبایی‌شناسی که نسبت به یک محصول هنری دارد برای خود معیارهایی می‌سازد و بر آن اساس، قضاوت می‌کند.

امتیازگذاری در حوزه فرهنگ و محصولات فرهنگی از امور سهل و ممتنع است. برای قضاوت و داوری معیارها و ارزش‌های هنری را می‌توان به سهولت مبنا قرار داد ولی نباید فراموش کرد که ادراک افراد از تطبیق یک معیار کیفی با محصولاتی که

ماهیت کیفی دارند چندان یکنواخت و ساده نیست؛ و ارزش‌های هنری و زیبایی‌شناسی هر فرد ممکن است در درجات متفاوتی قرار داشته باشد. از طرفی دیگر اگر معیارهای روشنی وجود نداشته باشد، قضاوت و داوری را تابع سلیقه و دریافت فرد می‌کند و فقط وجوهی موردتوجه قرار می‌گیرد که برای شخص مهم است، هرچند وجوه دیگر نیز دارای اهمیت باشند و یا ممکن است به همه وجوه توجه شود اما قدر و اندازه هریک به‌درستی موردنظر قرار نگیرد. لذا وجود معیارهای روشن برای داوری و ارزیابی منصفانه اولین و اصلی‌ترین قدم است که باید موردتوجه قرار گیرد.

باوجود سابقه طولانی برگزاری جشنواره‌های سینمایی ازجمله جشنواره فیلم فجر، به نظر می‌رسد هنوز ملاک‌های ارزشیابی فیلم‌های سینمایی در جشنواره‌های گذشته تاکنون به‌صورت مستدل، مکتوب و منسجم شناسایی و استخراج نشده است و این ملاک‌ها در سطحی ذهنی در سینه‌داورانی که در ادوار مختلف به ارزشیابی فیلم‌های سینمایی پرداخته‌اند، باقی مانده است. این موضوع سبب شده است که انباشتی از دانش داوران پیشین در زمینه ارزشیابی فیلم‌های سینمایی شکل نگیرد؛ به عبارت دیگر، داوران جدیدی که در سال‌های بعدی به عنوان هیئت داوران جشنواره انتخاب شده‌اند، از این امکان برخوردار نیستند که دریابند همکارانشان در ادوار گذشته به کدام‌یک از شاخص‌ها یا معیارهای مختلف ارزشیابی فیلم‌ها توجه کرده‌اند و چه مواردی را ملاک داوری خود درباره فیلم‌ها قرار داده‌اند. در این پژوهش تلاش می‌شود تا با استفاده از روش‌های مناسب، دانش ضمنی کارشناسان و داوران فیلم‌های سینمایی به محتوایی صریح تبدیل شود به‌صورتی که بتواند در دسترس همگان قرار گیرد. بدین ترتیب نقد و بررسی فیلم‌ها و محصولات سینمایی با دقت بیشتری صورت می‌گیرد و ادله روشنی برای رد یا تأیید نتایج داوری وجود خواهد داشت.

نظر به اهمیت موضوع و لزوم کاربردی بودن نتایج تحقیق، تبدیل دانش ضمنی کارشناسان و داوران جشنواره فیلم فجر درباره معیارهای کیفیت و زیبایی‌شناختی فیلم‌های سینمایی به دانشی عینی برای تدوین شاخصه‌های انتخاب آثار و برترین‌های فیلم‌ها به‌عنوان هدف کلی این تحقیق تعیین شده که در پاسخ به نیازی است که فقدان آن از سوی سیاست‌گذاران فرهنگی احساس می‌شود. در کنار آن اهداف فرعی نظیر شناخت شاخص‌هایی ارزیابی فیلم‌ها در بخش تهیه‌کنندگی، فیلم‌برداری، نویسندگی، کارگردانی و بازیگری هم در نظر گرفته شده است.

## پیشینه پژوهش

مرور اولیه ارزشیابی فیلم‌های سینمایی در ادوار گذشته جشنواره فیلم فجر، نشان می‌دهد که تقریباً مطالعاتی قابل‌اتکا درباره کلیت برگزاری جشنواره، روش‌های داوری فیلم‌های سینمایی، فرآیند و اصول انتخاب داوران، دستاوردهای حاصل از هر دوره برگزاری و مواردی از این قبیل وجود ندارد. با این حال پیشینه تحقیق از دو منظر داخلی و خارجی مورد توجه قرار گرفته است.

مهم‌ترین تحقیق داخلی که بیشترین نزدیکی را از لحاظ موضوع و روش‌شناسی به تحقیق حاضر دارد، پژوهشی است با عنوان: «تعیین شاخص و معیارهای کیفیت آثار سینمایی» که توسط محمود اربابی و احمد امین‌فرد صورت گرفته است. در این تحقیق ابتدا درباره شاخص تعاریفی ذکر و سپس برای شاخص‌ها سلسله‌مراتبی ارائه شده است که تابع سلسله‌مراتبی سه سطحی است:

«سطح اول شاخص‌های کلان؛ مانند شاخص‌های فرهنگی توسعه یا شاخص‌های قوانین فرهنگی.

سطح دوم: شاخص‌های میانی مثل شاخص‌هایی که برای اندازه‌گیری نتایج سیاست‌های سازمانی مثل بنیاد سینمایی فارابی به کار می‌رود.

سطح سوم: شاخص‌های خردمانند شاخص‌های تعریف‌شده برای اندازه‌گیری نتایج به‌دست‌آمده از یک فیلم سینمایی خاص.

این شاخص‌ها در سطوح مختلف با یکدیگر دارای تفاوت‌ها و شباهت‌هایی هستند. به‌عنوان مثال شاخص تعیین‌کننده میزان تأثیر اجتماعی یک فیلم سینمایی، می‌تواند هم در سطح خرد و هم در سطح کلان نشان داده شود ولی شاخص‌های تعریف‌شده برای هر سطح متفاوت با سطح دیگر است.»

در میان پژوهش‌های خارجی مقاله‌ای از «کریس ماتئو» و «مارتین بارتلسن»، با عنوان «خلاقیت در کار هیئت‌داوران جشنواره فیلم» از مدرسه تجاری کپنهاک مشابیهت‌هایی با موضوع این پژوهش دارد. این مقاله شامل تجربیات ۱۲ کارگردان دانمارکی است که در ۷۰ جشنواره فیلم از جشنواره‌های گروه الف تا جشنواره‌های جزئی، داستان، کوتاه و ژانر فیلم داوری کرده‌اند. بیشتر آن‌ها دست‌کم در داوری یک جشنواره فیلم چون کن، برلین، ونیز، تورنتو، ساندنس، بوسان، سن سباستین، کارلی وری، آمستردام یا کپنهاک (دو جشنواره آخر به جشنواره فیلم‌های مستند معروف هستند) شرکت داشته‌اند.

در داوری دو چیز اهمیت اساسی دارد. ترکیب داوران و فرایندی که در مورد آن

قضاوت می‌کنند. داوران به لحاظ ترکیب، دو نوع هستند: داوران متخصص یا هیئت‌علمی. داوران هیئت عملی در مورد هنجارهای گروه‌های اجتماعی که همالان از آن آمده‌اند را ارزیابی می‌کنند و داوران متخصص، فیلم‌هایی را ارزیابی می‌کنند که نیازمند دانش، بینش، یا تجربیاتی است که فراتر از توافقی‌های رایج یا غلط است، اما همچنین ارزیابی صرفاً فنی را انجام می‌دهد.

در سه مورد ذیل معیارها و فرایندهای ارزشیابی نشان داده شده است؛ که هر سه از رایج‌ترین معیارهای ارزیابی‌اند که توسط خبرنگاران موردبحث قرار گرفته‌اند: نوآوری و ظرافت؛ سلسله‌مراتب ژانر؛ و اجراهای فردی و جمعی (Mathieu, Barstelsen: 2011). همچنین بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد استخراج دانش ضمنی به شکل‌های مختلف قابل استخراج و ثبت است ولی کار راحت و ساده‌ای نیست زیرا افراد به راحتی نمی‌توانند دانش ضمنی خود را به دیگران منتقل کنند.

پژوهش‌های گوناگونی درباره تبدیل دانش ضمنی به دانش صریح و عینی وجود دارد که غالباً درباره سازمان‌ها و دانش سازمانی است و از توجه به حوزه‌های هنری مخصوصاً سینما غفلت شده است. با این حال روش‌های متعددی برای استخراج دانش ضمنی وجود دارد و در ایران تجربه شده است از جمله پژوهشی که دیدگاه‌های مدیران را برای طراحی ساختار نظام مستندسازی تجربیات سازمانی آن‌ها مورد مطالعه قرار داده است. با توجه به نتایج پژوهش نظام مستندسازی، دانش مدیران شامل شش مرحله است: ثبت تجربه، ارسال تجربه به مرکز مستندسازی، ارزیابی تجربه، مستندسازی و ذخیره تجربه، انتشار تجربه و حقوق و پاداش صاحب تجربه می‌باشد. (الهی، بهاریفر، صالحی، ۱۳۸۳).

در پژوهشی دیگر، فرایند استخراج دانش ضمنی مدیران صنعت پتروشیمی ایران را در قالب مطالعه موردی بررسی کردند. نتایج نشان داد شناخت و آماده‌سازی تیم، اولین مرحله در استخراج دانش بود که شامل: تجهیز و راه‌اندازی تیم، مطالعات تطبیقی و موضوع‌شناسی بود. در مرحله دوم، دانش کسب و مستندسازی شد. این مرحله شامل انجام مصاحبه با خبرگان و نگارش متن بود. در مرحله سوم، مصاحبه مجدد برگزار و متن نهایی تدوین و ارائه گردید (رضویان و متولیان، ۱۳۸۵).

در پیمایشی دیگر، «دیدگاه‌های خبرگان مدیریت دانش درباره معیارها و تکنیک‌های کسب دانش» بررسی شد. نتایج نشان داد دانش خبرگان در شش مرحله قابل کسب است: شناخت حوزه دانش خبره، تعامل و پیش‌مصاحبه، جلسات اکتساب دانش، پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تحلیل، دسته‌بندی و کدبندی دانش. این فرایند منتج از

روش ترکیبی ساخت‌یافته بود که متشکل از چهار روش مصاحبه، آموزش معکوس، پلکان‌سازی و شبکه مفاهیم است. (نظافتی، رشیدی، قیچی فرد، ۱۳۹۵).

## مبانی نظری پژوهش

در این بخش سه موضوع مورد بحث واقع می‌شود تا مسیر پژوهش را روشن کند: مباحث مربوط به دانش ضمنی و عینی و شیوه‌های تبدیل دانش ضمنی به عینی، موضوع دیگر وجوه ارزشیابی محصولات فرهنگی و سرانجام شاخص ارزشیابی و شیوه‌های تولید آن.

### دانش ضمنی و دانش عینی

دانش ضمنی<sup>۱</sup> در تقابل با دانش صریح<sup>۲</sup> استدلالی<sup>۳</sup> و گزاره<sup>۴</sup> قرار دارد. مسئله دانش ضمنی یکی از مهم‌ترین مباحث امروزی فلسفه است اما این بدان معنا نیست که اندیشمندان به تعریف مشخص و واحدی از آن رسیده‌اند. دانش ضمنی اشاره به سلسله مسائل نظری و روش‌شناختی در قلمروی وسیعی از رشته‌های دانشگاهی از جمله فلسفه، جامعه‌شناسی، تعلیم و تربیت، زبانی، روانشناسی و علوم مطالعات فرهنگی دارد. دانش ضمنی منجر به از میان رفتن مرزهای صریح میان رشته‌های مختلف دانش بشری و همچنین میان زندگی روزمره و دانش دانشگاهی خواهد شد. از دانش ضمنی می‌توان در مطالعات فرهنگی، ادبی و رسانه‌ای به‌منظور گشودن راهی جدید در آن‌ها استفاده کرد (بهلولی فسخودی، ۱۳۹۸).

نخستین بار، مایکل پولانی با تصریح به اینکه «ما بیش از آنچه می‌توانیم بگوییم می‌دانیم»، مفهوم دانش ضمنی را مطرح و دانش ضمنی را جزء لاینفک دانش و قدرت بنیادین ذهن معرفی کرد. ویژگی‌هایی که او برای دانش ضمنی برمی‌شمرد عبارت‌اند از عملی بودن، وابستگی به زمینه خاص خود، متمرکز بر چگونگی و دشواری کدگذاری، کمی شدن و انتقال به دیگران. به اعتقاد وی، دانش ضمنی در حوزه شخصی جادارد و متضمن تلاقی میان فرد و فرهنگی است که بدان تعلق دارد (McAdam, Mason & 2007). از دیدگاه پولانی، دانش ضمنی را فقط به‌صورت ضمنی می‌توان آموخت. این امر از تلقی پولانی از دانش ضمنی به‌مثابه نیروی ضمنی ذهن و قدرت تلفیق و درک آن سرچشمه گرفته است. (Polany, 1958)

1. Knowledge Tacit
2. Explicit Knowledge
3. Discursive
4. Propositional

دانش ضمنی، ماهیت پیچیده و نامشهودی دارد بنابراین انتقال آن به آسانی و یکباره انجام نمی‌شود. روابط نزدیک ترویج ارتباطات عمیق و تسهیل مبادله اطلاعات جزئی میان دو طرف را به همراه دارد. علاوه بر آن، به افراد فرصت بیشتری می‌دهد تا از طریق تماس‌های رودررو و فیزیکی در احساسات، انگیزه‌ها، تجارب جمعی و الگوهای ذهنی یکدیگر سهیم شوند. روابط نزدیک، به گیرنده فرصت دستیابی به عمق فرایند عملیات عرضه‌کننده را می‌دهد، بنابراین آن‌ها می‌توانند از برنامه‌ها، الگوها یا فرهنگ سازمانی عرضه‌کننده پیروی کنند (Cavusgil, Calantone and zhao, 2003).

### مکانیسم تبدیلی دانش ضمنی به دانش صریح یا عینی

از دیدگاه نوناکا و تاکوچی، برای انتقال دانش ضمنی و تسهیل بهره‌وری از آن، باید آن را به کلمات و اعداد تبدیل کرد تا همه افراد بتوانند به راحتی آن را درک کنند و به کارگیرند. از نظر آنان تا زمانی که دانش ضمنی به دانش آشکار تبدیل نشود، بهره‌گیری از اطلاعات و نگرش‌های صرفاً شخصی ارزش چندانی نخواهد داشت. آن‌ها سه ویژگی درباره نحوه تبدیل دانش ضمنی به دانش آشکار بر می‌شمرند: اول؛ بیان مطالب ضمنی از طریق زبان مجازی و علائم نمادین، دوم: ضرورت انتقال دانش شخصی فرد به افراد دیگر، سوم؛ تجلی دانش ضمنی در خلال ابهام‌زدایی و تکرار مکررات (نسخه‌برداری‌های مکرر).

«دانش شخصی فرد» از خلال گفت‌وگو، تعاملات رودررو، مناظره و مباحثه، تسهیم تجارب و مشاهده جریان می‌یابد و به دیگران منتقل می‌شود. «ابهام‌زدایی» از مضامین ضمنی، منبعی برای مفاهیم تازه به شمار می‌رود و روشی نوین در استدلال منطقی می‌گشاید. تکرار مکررات (نسخه‌برداری‌های مکرر)، زمینه مناسبی برای برخورد آراء و نظرات گوناگون و متعدد فراهم می‌کند. از آنجاکه تکرار موجب تقویت گفت‌وگوها و ارتباطات مکرر می‌شود، به خلق زمینه ذهنی مشترک میان افراد کمک می‌کند و با تبادل مداوم دیدگاه‌ها و نقطه نظرات به تسهیل انتقال دانش ضمنی می‌انجامد. به این ترتیب، تکرار به شفاف‌تر شدن دانش ضمنی کمک می‌کند و آن را به شکل بندی در قالب کلمات و کدها سوق می‌دهد (مکوندی، مهرعلیزاده، حسین‌پور، ۱۳۹۷).

### راهبردهای استخراج دانش ضمنی

۱. مصاحبه: مصاحبه رایج‌ترین روش استخراج دانش ضمنی در سطح فردی است. روش مصاحبه، پرسشگری از خبرگان است. این روش برای اکتساب دانش چپستی،

چگونگی، چرایی، رویه‌ای و مفهومی مفید است، اما چندان به صحت‌گذاری دانش نمی‌پردازد.

۲. داستان‌گویی سازمانی<sup>۱</sup>: داستان ابزار ارزشمندی برای استخراج دانش چiesti، چگونگی و چرایی در سطح فردی است.

۳. یادگیری از طریق شنیدن<sup>۲</sup>: در روش یادگیری از طریق شنیدن، مصاحبه‌شونده دانش خود را بیان و پالایش می‌کند و همزمان کارشناس دانش به شفاف‌سازی و اعتباربخشی این نوع دانش صریح می‌پردازد.

۴. یادگیری از طریق مشاهده: نگرش یادگیری از طریق مشاهده، شامل ارائه یک نمونه مشکل یا مورد مطالعاتی به یک خبره است که نسبت به حل آن اقدام می‌کند. اگرچه ما قادر به مشاهده دانش کسی نیستیم، اما می‌توانیم نسبت به مشاهده و شناسایی تخصصی اقدام کنیم.

۵. مطالعه موردی مستند<sup>۳</sup>: مطالعه موردی فنی است برای ثبت یک مسئله مدیریتی همراه با شرایط محیطی و روندهای مؤثر بر آن و نیز ایده‌ها، پیش‌فرض‌ها و قضاوت‌هایی که این افراد تصمیم‌های خود را بر اساس آن اتخاذ می‌کنند (جعفری‌مقدم، ۱۳۸۹: ۶۵-۶۷).

۶. تفسیر<sup>۴</sup>: در این روش، خبره نحوه انجام یک وظیفه را تشریح می‌کند. این شیوه نوعی گزارش توسط خبره است که در آن فرایند تفکر خود را در حل مسئله یا انجام یک وظیفه بیان می‌کند.

۷. آموزش معکوس<sup>۵</sup>: آموزش معکوس روشی است که در آن خبره چیزی را (مانند یک مفهوم) به کارشناس دانش توضیح می‌دهد و کارشناس دانش به‌منظور اعتبارسنجی آن، همان توضیحات را دوباره برای خبره بیان می‌کند. این فرایند تا زمانی که خبره نسبت به توضیحات تأیید دهد، تکرار می‌شود (نظافتی، رشیدی، قیچی‌فرد، ۱۳۹۵).

۸. شرح وقایع یادگیری: شرح وقایع یادگیری، روش مناسبی برای ضبط دانش ضمنی به‌ویژه در شکل گروهی آن است. این شرح‌ها نمایانگر تاریخچه‌ای کلی از رخداد‌های مهمی است که در گذشته نه‌چندان دور سازمان اتفاق افتاده و در

1. Storytelling
2. Learning From Listenning
3. Documented Case Study
4. Commentary
5. Teach Back

کلام افرادی که در آن شرکت داشته‌اند، بیان می‌شود.

۹. **یادگیری عملی:** در این شیوه می‌توان گروه‌های کوچکی را با مشارکت شرکت‌کنندگانی که هدف‌ها، نیازها یا یادگیری آن‌ها مشارکت است،

### ارزشیابی کیفیت محصولات فرهنگی

ارزشیابی کیفیت با ارزیابی کمیت تفاوت اساسی و بنیادی دارد. شاخص‌های ارزشیابی کمی، چون خود کمی هستند، پس نتیجه آن کاملاً مشخص است و پژوهشگر در ارائه پاسخ دلهره چندانی ندارد؛ اما آنچه ذهن را همیشه مشغول کرده است، چگونگی ارزشیابی کیفیت‌هاست؛ زیرا یافتن شاخص‌هایی که بتواند ضرورت‌های پژوهش و بررسی را به درستی بنمایاند، امر بسیار دشواری است. نه تنها تعیین شاخص‌های معتبر دشوار است، بلکه گاهی میان افراد و متخصصان درباره محدود کردن موضوع و عوامل مؤثر بر آن، توافق کاملی وجود ندارد. با این حال باید دانست که ارزشیابی کیفیت چهار وجه دارد و در حقیقت می‌توان آن را منشوری چهاروجهی دانست و زمانی نتیجه کامل است که هر چهار وجه به‌طور شایسته، عالمانه و پژوهشگرانه مورد توجه قرار گیرد. این چهار وجه عبارت‌اند از: نظر عامل و سازنده، تفسیر حرفه‌ای‌ها، نظر مخاطبان، و نظر سازمانی. در اکثریت قریب به اتفاق ارزشیابی‌های کیفیت که در حوزه‌های مختلف صورت می‌گیرد، اغلب از چهار وجه برشمرده، تنها به دو وجه توجه می‌شود که عبارت‌اند از: نظر سازمانی و تا حدی نظر حرفه‌ای‌ها. خوشبختانه در جشنواره سینمایی فجر، نظر حرفه‌ای‌ها در دو شکل هیئت انتخاب و هیئت‌داوران متجلی است و نظر تماشاگران سینما نیز در ایام برگزاری جشنواره با سازوکار خاصی دریافت و در شب اختتامیه برنده آراء مردمی به دریافت سیم‌رغ جشنواره نائل می‌شود (خجسته، ۱۳۹۳: ۶۰-۶۱).

### انواع شاخص

شاخص‌ها را از لحاظ «سطح» به شاخص‌های «کلان و خرد» و از لحاظ «ارتباط با موضوع» به شاخص‌های «مستقیم و غیرمستقیم» تقسیم می‌کنند. وسعت کاربرد و زمینه‌های متنوع موجب شده شاخص‌ها دارای انواع گوناگونی باشند که هر کدام کاربرد خاصی دارد و عبارتند از: شاخص‌های ویژه که در مقاطع خاصی دارای ارزش است مانند شاخص قیمت‌ها. نوع دیگر شاخص‌های ترکیبی است که دارای اشکال گوناگونی است: ترکیبی ساده، ترکیبی دوسطحی، ترکیبی وزنی، شاخص‌های یک یا چند درجه‌ای، شاخص - متن از گار فینگل است. منظور این است که شاخص جدا

از متن یا زمینه‌ای که برخاسته در نظر گرفته نشود، شاخص استنتاجی، شاخص عددی و شاخص‌های مرتبه‌ای (ساروخانی، ۱۳۹۳: ۱۰۳).

## روش پژوهش

این پژوهش دارای رویکرد کیفی است و از «نظریه داده‌بنیاد» به‌عنوان روش پژوهش استفاده کرده است. نظریه داده‌بنیاد یک شیوه پژوهش کیفی است که به‌وسیله آن، با استفاده از یک دسته داده، نظریه‌ای تکوین می‌یابد به‌طوری‌که این نظریه در یک سطح وسیع، یک فرایند، عمل یا تعامل را تبیین می‌کند. در این روش، پژوهش را هرگز از یک نظریه شروع نمی‌کنند و بعد آن را به اثبات برسانند، بلکه پژوهش از یک دوره مطالعاتی شروع و فرصت داده می‌شود تا آنچه متناسب و مربوط به آن است، خود را نشان دهد (مکوندی، مهرعلیزاده، حسین‌پور، ۱۳۹۷).

تحقیق مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، با استفاده از مجموعه‌ای منظم از روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، می‌تواند طراحی نظریه به روش استقرایی از داده‌ها را تسهیل کند. در طول تحقیق مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد، محقق داده‌ها را تفسیر می‌کند و با رویکردی پویا، به بازتعریف یا پردازش تحلیل‌های نظری در حال پیدایش می‌پردازد. در واقع، هدف اصلی تحقیق مبتنی بر نظریه داده‌بنیاد را می‌توان تبیین الگوهای عنوان کرد که فرایندهای اجتماعی نهفته در داده‌ها را تشکیل می‌دهند (انصاری و حق‌شناس گرگابی، ۱۳۹۵). چون در این پژوهش مقصود توسعه یک نظریه است (شناخت چگونگی استخراج و مستندسازی دانش ضمنی کارشناسان و داوران جشنواره فیلم فجر) تلاش می‌شود از پژوهش کیفی استفاده شود تا به سه مورد اصلی دست بیابیم:

۱. از مفهوم مورد نظر که پدیده‌ای کمتر شناخته شده است، پرده‌برداری شود تا

مشخص گردد در پشت آنچه چیزی نهفته است؛

۲. جزئیات ظریفی از این مفهوم به‌دست آید که ارائه آن با روش‌های کمی دشوار

است؛

۳. به‌جای تلاش برای توضیح صرف روابط علت و معلولی، به تفسیر موارد مرتبط

با موضوع مورد نظر پرداخته و ابعاد مختلف آن روشن شود.

به این منظور تلاش می‌شود با استفاده از شیوه مصاحبه عمیق با گروه منتخبی از هنرمندان شاخص سینما که اغلب آن‌ها سوابقی در هیئت‌داوران جشنواره‌ها داشته‌اند، درمورد شاخص سازی برای داوری جشنواره فیلم فجر گفتگو شود. مصاحبه عمیق

یا ژرفانگر یکی از روش‌های تحقیق کیفی است که می‌توان آن را گونه‌ای از مصاحبه تک‌به‌تک نیز در نظر گرفت. موفقیت مصاحبه‌های عمیق، بیش از مصاحبه‌های شخصی، بستگی به گفت‌وگوی صمیمانه‌ای دارد که بین مصاحبه‌گر و پاسخگو برقرار می‌شود. (ویمر، دومینیک، ۱۳۸۴: ۱۹۵).

جامعه آماری شامل هنرمندان و سینماگران فعالی بود که در جشنواره فیلم فجر در قالب هیئت‌داوران شرکت داشته‌اند از این میان برای به دست آوردن حجم نمونه لازم بود افرادی انتخاب و مورد مصاحبه قرار گیرند. لکن مخالفت بخش زیادی از این جامعه آماری برای شرکت در مصاحبه‌های این پژوهش و انتخاب حجم نمونه در عمل با چالش‌هایی مواجه شد. این عدم رضایت به سه دلیل عمده بود: نارضایتی کلی از سیستم سینمایی کشور، نارضایتی از ادوار گذشته جشنواره و سوم حضور هنرمندان واجد شرایط در سر صحنه آثار جدید و مشغله‌های دیگر ایشان. از این رو محققان برای انجام این پروژه تصمیم گرفتند از روش نمونه‌گیری آسان<sup>۱</sup> برای تعیین حجم نمونه استفاده کرده و علاوه بر داوران جشنواره‌های فجر با هنرمندان برجسته‌ای که داوری سایر جشنواره‌های مشابه را نیز در کارنامه خود داشته‌اند مصاحبه نمایند.

نمونه‌گیری آسان از جمله روش‌های نمونه‌گیری است که استفاده از جامعه آماری غیرممکن شود از این رو از افراد به دلیل دسترسی راحت و نزدیکی به محقق انتخاب می‌شوند (convenience-sampling, 2009).

در این پژوهش، برای معیار مقبولیت جهت ارتقای دقت علمی و روایی و پایایی، از موارد زیر استفاده شده است: حساسیت پژوهشگر در انسجام روش‌شناسی، متناسب نمودن نمونه، تکرار شدن یک یافته و استفاده از بازخورد مطلعان.

## یافته‌های پژوهش

در این بخش در خصوص شکل کلی داوری در جشنواره اعم از موافقت یا مخالفت با روند جاری در ادوار گذشته جشنواره تا شیوه رأی‌گیری و ارائه شاخص‌های مدون برای این امر، بحث و گفتگو انجام گرفت. سپس با توجه به روش‌شناسی تحقیق نتایج این پژوهش داده‌بنیاد، موارد مهمی را به دست داده‌است که با استفاده از ساعت‌ها گفتگو و مباحثه به‌عنوان شاخص‌ها و ملاک‌های ارزیابی فیلم‌ها و آثار تولیدی می‌تواند در داوری جشنواره در ۵ رشته مختلف؛ تهیه‌کنندگی، فیلم‌برداری، فیلم‌نامه‌نویسی،

کارگردانی و بازیگری مورد استفاده واقع شود، اهم یافته‌ها در سه بخش زیر به تفکیک معرفی می‌شود.

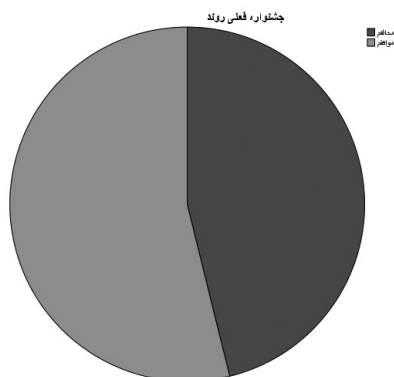
### الف) روند فعلی داوری جشنواره بر اساس نظرات کارشناسی

روند جشنواره فیلم فجر در داوری آثار در حال حاضر، بر مبنای انتخاب هیئت‌داورانی است که پس از انتصاب دبیر جشنواره از سوی بالاترین مقام رسمی متولی امور سینمایی در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، عمدتاً از بین متصدیان سینمای ایران انتخاب می‌شوند. اخیراً در برخی از دوره‌ها حضور یکی دو نفر از اساتید دانشگاه در رشته‌های مرتبط با رسانه نیز در میان هنرمندان عضو هیئت داوری دیده شده است.

جدول ۱. نظرات هنرمندان درباره روند فعلی داوری جشنواره فیلم فجر

درصد	نظرات هنرمندان شرکت‌کننده درباره روند فعلی جشنواره
۴۶/۲	مخالفم
۵۳/۸	موافقم
۱۰۰	جمع

همان‌گونه که در جدول شماره (۱) نشان داده شده است موافقت با روند فعلی داوری جشنواره اکثریت شکننده‌ای (۵۳/۸ درصد) را در بین هنرمندان خیره شرکت‌کننده در این پژوهش، به خود اختصاص داده است. از این رو نظر به مخالفت ۴۶/۲ درصدی شرکت‌کنندگان در این پژوهش با شیوه جاری داوری جشنواره فیلم فجر، می‌توان گفت روند فعلی داوری جشنواره دچار اشکالاتی است که مانع از پذیرش مقبولیت قاطع از سوی جامعه هنری شده و باید برای بهبود آن اقدام لازم صورت پذیرد.



شکل ۱. نمودار نظرات هنرمندان درباره روند فعلی داوری جشنواره فیلم فجر

این نتیجه در نمودار شماره (۱) به خوبی شکندگی وضعیت فعلی روند داوری جشنواره فیلم فجر را از دیدگاه هنرمندان خبره به نمایش گذاشته است. برای اطلاع از دلایل عدم موافقت نزدیک به نیمی از هنرمندان شرکت کننده در این تحقیق، با روند فعلی داوری جشنواره، مصاحبه کنندگان پرسش های مختلفی را با هنرمندان مصاحبه شونده در میان گذاشتند؛ که نتایج زیر حاصل این گفتگوهاست:

- عدم تعیین خط مشی صحیح، شفاف و هدفمند برای انتخاب آثار متقاضی شرکت در جشنواره
- عدم تطبیق داوری جشنواره با مدل های رایج بین المللی (اجماع نظر کارشناسان یا سیاست اعلامی هیئت داوران)
- اعمال نفوذ افراد یا گروه های خارج از جشنواره بر تصمیم نهایی داوران
- اعمال نظر داوران خارج از تخصص اصلی خویش به تمام بخش ها

#### ب) شاخص سازی برای داوری بخش های مختلف جشنواره

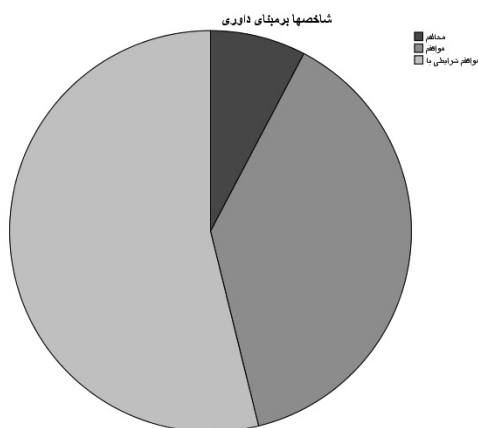
در جلسات کارشناسی پیش از انجام مصاحبه های این پژوهش، یکی از مهم ترین راه ها برای جلوگیری از اظهار نظرهای شخصی در امر داوری و نزدیک شدن به نظرات تخصصی دقیق تر در هر کدام از رشته های مورد بررسی برای اهدای جوایز بخش های مختلف جشنواره فیلم فجر تعیین شاخص های مختلف در این زمینه بوده است. این موضوع با تک تک هنرمندان شرکت کننده در بخش مصاحبه ها در میان گذاشته شد که نتایج آن در جدول شماره (۲) به شرح زیر است:

جدول ۲. نظرات هنرمندان شرکت کننده در پژوهش در خصوص شاخص سازی برای داوری آثار جشنواره فیلم فجر

درصد	نظرات هنرمندان شرکت کننده درباره شاخص
۷/۷	مخالفم
۳۸/۵	موافقم
۵۳/۸	با شرایطی موافقم
۱۰۰	جمع

همان گونه که در جدول شماره (۲) مشاهده می شود ۳۸/۵ درصد از هنرمندان حاضر در این تحقیق به طور کامل با شاخص سازی برای داوری جشنواره موافق اند؛ که با احتساب نظرات ۵۳/۸ درصد شرکت کنندگان در پژوهش که تحت شرایطی با موضوع شاخص سازی موافقت داشته اند می توان گفت اکثریت غالب هنرمندان مورد مصاحبه (۹۲/۳ درصد) با

ساختن شاخص‌هایی برای داوری مخالفتی نداشته‌اند. مهم‌ترین شرطی که هنرمندان برای موافقت با این مورد اعلام کرده‌اند آن است که شاخص سازی نباید مانع اجتهاد هنری هنرمندان در هنگام ارائه آرای داوران باشد. همچنین تمامی هنرمندان بر این نکته تأکید داشته‌اند همچنین تمامی هنرمندان بر این نکته تأکید داشته‌اند که چنانچه ارائه شاخص برای داوری جشنواره، به نظام دیوانسالارانه دولت در تصمیم‌سازی برای انتخاب آثار برتر بیانجامد، به هیچ عنوان قابل پذیرش نیست.



شکل ۲. نمودار نظرات هنرمندان این پژوهش درخصوص شاخص سازی برای داوری جشنواره فیلم فجر  
موضوع شاخص سازی برای داوری بخش‌های مختلف جشنواره فیلم فجر از نظر هنرمندان شرکت کننده در این پژوهش در نمودار شماره (۲) به صورت تفکیک درصدها قابل مشاهده و تشخیص است.

### ج) نظرات تخصصی درباره ۵ حرفه اصلی مورد نظر تحقیق

تعیین شاخص‌های اصلی برای داوری آثار جشنواره به‌عنوان هدف اصلی این پژوهش بوده است. لذا همان‌گونه که گفته شد پس از مطالعات نظری و برگزاری جلسات مختلف کارشناسی، شاخص‌های اولیه‌ای برای داوری ۵ جایزه اصلی جشنواره فیلم فجر؛ تهیه‌کنندگی، فیلم‌برداری، فیلم‌نامه‌نویسی، کارگردانی و بازیگری تهیه و به‌عنوان پایلوت برای شکل‌گیری هسته اولیه گفتگو با هنرمندان منتخب جامعه آماری مورد استفاده قرارگرفت. آنچه در پی خواهد آمد نتایج حاصل از مصاحبه‌های عمیق و تخصصی برای تعیین نهایی شاخص‌های مذکور است.

### ج-۱) شاخص‌های داوری بخش تهیه‌کنندگی

در جشنواره فیلم فجر، رسم بر این است که جایزه سیمرغ بلورین بهترین فیلم جشنواره به تهیه‌کننده اثر، اهدا می‌شود. از این رو در خصوص شاخص‌های لازم برای تعیین بهترین تهیه‌کنندگی در فیلم‌های جشنواره پس از مطالعات نظری و انجام جلسات کارشناسی پیش از انجام مصاحبه‌ها شاخص‌های این رشته شناسایی و نظر هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه درباره این شاخص‌ها مورد پرسش قرار گرفت که به ترتیب اولویت عبارت‌اند از:

جدول ۳. شاخص‌های ارزیابی فیلم‌های سینمایی جشنواره فجر بر اساس نظر داوران این جشنواره

ردیف	شاخص ارزیابی	وزن اهمیت	درصد
۱	توجه به نیازهای فرهنگی جامعه	۱۰۰	۲۵
۲	خلاقیت	۱۰۰	۲۵
۳	اهمیت سوژه	۷۶	۲۰
۴	مسائل مبتلابه جامعه	۷۶	۲۰
۵	مخاطب‌پسند	۶۲	۱۵

در همین زمینه هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه‌های این پژوهش به شاخص‌های دیگری اشاره کرده‌اند که می‌تواند در روند فعالیت هیئت داوران مورد توجه و استفاده قرار گیرد. این شاخص‌ها عبارت‌اند از:

ارتقاء سطح نگاه مخاطب به سینمای ایران، ارتقاء فنی و تکنیکال و هنری، توجه به اخلاقیات، توجه به شخصیت و سواد تهیه‌کننده که می‌تواند در جهت بهتر شدن فیلم‌نامه و کل فیلم مؤثر باشد، انتخاب عوامل مناسب، توجه به فرهنگ بومی و الگوهای فرهنگی نظیر اسطوره‌ها و نامداران تاریخ کهن و معاصر ایران، توجه به مسائل مغفول مانده در نگاه رسمی

### ج-۲) شاخص‌های داوری بخش فیلم‌برداری

فیلم‌برداری یکی از ارکان پدیدآمدن یک اثر سینمایی است و جایزه سیمرغ بلورین بهترین فیلم‌برداری جشنواره فیلم فجر همواره مورد توجه دست‌اندرکاران تهیه و تولید سینمای ایران بوده است. از این رو شاخص‌های لازم برای تعیین بهترین فیلم‌بردار در داوری فیلم‌های جشنواره از نظر هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه، مورد پرسش قرار گرفت که نتایج زیر حاصل نظرات مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌باشد.

جدول ۴. شاخص‌های داوری فیلم‌برداری فیلم‌های سینمایی جشنواره فجر براساس نظر داوران جشنواره

ردیف	شاخص	اهمیت	درصد
۱	کادربندی	۱۰۰	۲۰
۲	زیبایی‌شناسی تصویر	۱۰۰	۲۰
۳	توجه به جهان متن	۸۰	۱۵
۴	کمک به کارگردان برای خلق فضای موردنظر	۷۵	۱۶
۵	تسلط بر ابزار و فناوری	۷۰	۱۴
۶	نور و تکنیک	۸۰	۱۵

همچنین برخی از هنرمندان شرکت‌کننده در این پژوهش با تأکید بر نقش مؤثر فیلم‌بردار در کمک و مشاوره با کارگردان، نقش رنگ و شناخت آثار رنگ‌ها در داوری فیلم‌برداری را نیز مورد اشاره قرار داده‌اند.

### ج-۳) شاخص‌های داوری بخش فیلم‌نامه‌نویسی

«فیلم‌نامه» اولین رکن شکل‌گیری یک اثر سینمایی است و سیمرخ بلورین فیلم‌نامه‌نویسی یکی از جوایز اصلی هر دوره از جشنواره فیلم فجر به شمار می‌رود. به همین دلیل شاخص‌های داوری در بخش «فیلم‌نامه‌نویسی» از نظر هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه، مورد پرسش قرار گرفت که نتایج زیر حاصل نظرات مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌باشد:

جدول ۵. شاخص‌های داوری فیلم‌نامه جشنواره فیلم فجر

ردیف	شاخص داوری	وزن	درصد
۱	اهمیت ایده و سوژه	۱۰۰	۲۲
۲	شخصیت‌پردازی	۱۰۰	۲۲
۳	قدرت دیالوگ	۱۰۰	۲۲
۴	پیرنگ	۸۵	۱۷/۵
۵	ساختار	۷۵	۱۶/۵

در کنار شاخص‌های گفته شده به سایر موارد نیز اشاره کرده‌اند که به این شرح است: داستان‌گویی درست، تازه بودن و نبودن بدون ادا درآوردن، توجه به روان‌شناسی شخصیت، مسائل مبتلابه جامعه، فضاسازی، مضمون، بان کاراکتر، توجه به فرهنگ بومی و نیاز اجتماعی

#### ج-۴) شاخص‌های داوری بخش کارگردانی

«کارگردان» به‌عنوان صاحب اثر شناخته می‌شود و شاید بتوان سیمیرغ بلورین بهترین کارگردانی را مهم‌ترین جایزه جشنواره فیلم فجر تلقی کرد. از همین رو شاخص‌های داوری در بخش «کارگردانی» از نظر هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه، مورد پرسش قرار گرفت که نتایج زیر حاصل نظرات مصاحبه‌شوندگان در این زمینه است:

جدول ۶. شاخص‌های داوری کارگرانی فیلم‌های جشنواره فجر بر اساس نظر داوران جشنواره

ردیف	شاخص داوری	وزن	درصد
۱	خلاقیت	۱۰۰	۲۵
۲	دکوپاژ	۱۰۰	۲۵
۳	میزانسن	۹۰	۲۰
۴	پردازش داستان	۶۰	۱۵
۵	توجه به اولویت‌های فرهنگی جامعه	۶۰	۱۵

سایر موارد نیز عبارت‌اند از: انتخاب ایده و سوژه، توجه به تکنیک‌های جدید با الهام از هنر، احاطه به تمام امور اعم از محتوا تا انتخاب صحیح عوامل، انتخاب فیلم‌نامه و کشف لایه‌های درونی فیلم‌نامه، قصه‌گویی و روایت‌گری، زیبایی‌شناسی و نشانه‌شناسی بصری و تکنیک‌های مدرن کارگردانی

#### ب-۵) شاخص‌های داوری بخش بازیگری

«بازیگری» از جمله رشته‌هایی است که بیش از سایر فعالیت‌ها مورد توجه تماشاگران به‌عنوان مخاطبان رسانه سینما قرار می‌گیرد و سیمیرغ بلورین بازیگری در هر دو بخش زن و مرد یکی از پرچالش‌ترین انتخاب‌ها در داوری ادوار مختلف جشنواره فیلم فجر بوده‌است. به همین دلیل شاخص‌های داوری در بخش «بازیگری» فارغ از جنسیت بازیگر، از نظر هنرمندان شرکت‌کننده در مصاحبه، مورد پرسش قرار گرفت که نتایج زیر حاصل نظرات مصاحبه‌شوندگان در این پژوهش است:

جدول ۷. شاخص‌های داوری بازیگری فیلم‌های جشنواره فجر بر اساس نظرات داوران جشنواره

ردیف	وزن	درصد
۱	۱۰۰	۲۰
۲	۱۰۰	۲۰
۳	۷۵	۱۵
۴	۷۵	۱۵
۵	۷۵	۱۵
۶	۷۵	۱۵

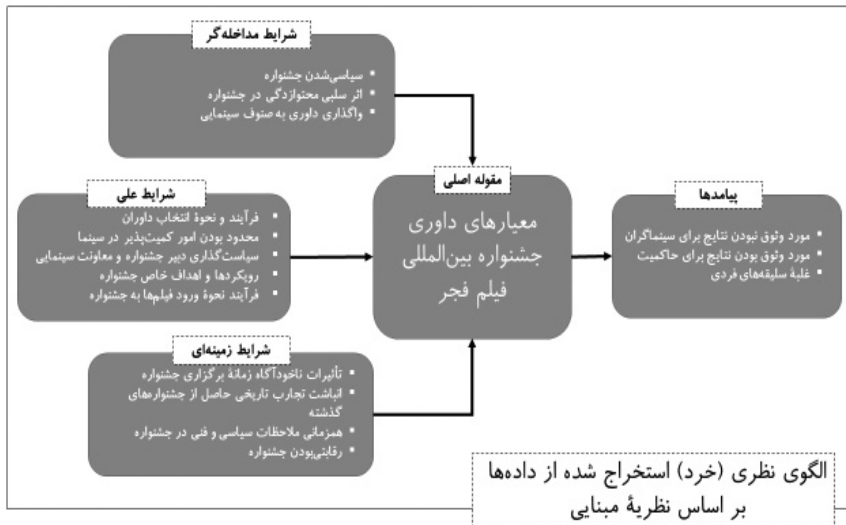
همچنین موارد دیگری را نیز به عنوان شاخص‌های داوری بخش بازیگری معرفی کرده‌اند؛ که عبارت‌اند از: توجه به لازمه نقش، گذاشتن زمان کافی برای توجه به نقش، عدم تکرار نقش‌های قبلی و گذشته بازیگر، تکنیک، شناخت از خود شامل: تداوم حس، تداوم حافظه، صدای بازیگر، رابطه با بازیگران مقابل، صمیمیت در ایفای نقش.

### نتیجه‌گیری و پیشنهادها

با توجه به نتایج حاصله، اعم از تحقیقات پیشین، مطالعات نظری، جلسات کارشناسی و نتایج مصاحبه‌های عمیق با هنرمندان سرشناس و داوران دوره‌های گذشته جشنواره فیلم فجر، می‌توان موارد ذیل را به عنوان نتایج نهایی این پژوهش اعلام کرد:

#### الف) الگوی نظری (خرد) استخراج شده از داده‌ها بر اساس نظریه‌مبنایی

این الگو ضرورت ایجاد معیارها و شاخص‌هایی را بیان می‌کند که بتواند پیامدهای منفی حاصل از داوری فیلم‌های جشنواره را در ادوار مختلف برطرف نماید. بر اساس نظر کارشناسان شرکت‌کننده در این تحقیق که اکثراً از سینماگران و داوران جشنواره فیلم فجر هستند عواملی که باعث غلبه نظرات فردی در تصمیم‌گیری‌های نهایی هیئت داوران می‌شود و به مورد وثوق نبودن نتایج داوری برای اهالی سینما و حاکمیت به عنوان سیاست‌گذار فرهنگی کشور می‌انجامد عوامل متعددی را در برمی‌گیرد که دایره‌گفتمانی آن از سیاسی شدن جشنواره تا تأثیرات ناخودآگاه زمانه برگزاری جشنواره را در برمی‌گیرد.



شکل ۳. الگوی نظری خرد استخراج شده از داده‌ها بر اساس نظریه مبنایی

بر اساس الگوی نظری اگر مقوله اصلی این تحقیق را انتخاب معیارهای داوری جشنواره بین‌المللی فجر بدانیم که می‌تواند مانع از پیامدهایی شود که به عدم وثوق نتایج نهایی داوری برای اهدای سیم‌رغ بلورین به برندگان می‌شود شرایط سه‌گانه‌ای بر این مقوله مترتب است که عبارت‌اند از:

- **شرایط مداخله‌گر:** سیاسی شدن جشنواره، اثر سلبی محتوایزدگی در جشنواره و واگذاری داوری به صنوف
  - **شرایط علی:** فرآیند و نحوه انتخاب داوران، محدود بودن امور کمیته‌پذیر در سینما، سیاست‌گذاری دبیر جشنواره و معاونت سینمایی، رویکردها و اهداف خاص جشنواره، فرآیند نحوه ورود فیلم‌ها به جشنواره
  - **شرایط زمینه‌ای:** تأثیرات ناخودآگاه زمان برگزاری جشنواره، انباشت تجارب تاریخی حاصل از جشنواره‌های گذشته، هم‌زمانی ملاحظات سیاسی و فنی در جشنواره، رقابتی بودن جشنواره
- برای اشراف بیشتر بر این الگو، هریک از بخش‌های مختلف آن به تفکیک مورد

تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

**الف-۱) مقوله اصلی:** معیارهای داوری جشنواره بین‌المللی فجر به‌عنوان مقوله اصلی تحقیق بر موارد مهم زیر اشراف دارد:

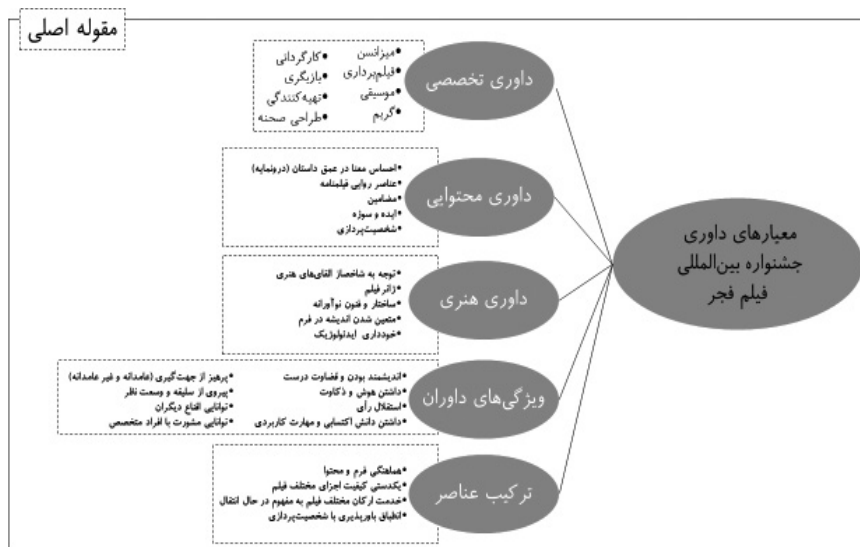
**- داوری تخصصی:** میزاسن، فیلم‌برداری، موسیقی، گریم، کارگردانی، بازیگری، تهیه‌کنندگی، طراحی صحنه

**- داوری محتوایی:** احساس معنا در عمق داستان (درونمایه)، عناصر روایی فیلم‌نامه، مضامین، ایده و سوژه، شخصیت‌پردازی

**- داوری هنری:** توجه به شاخص القای‌های هنری، ژانر فیلم، ساختار و فنون نوآورانه، متعین شدن اندیشه در فرم، خودداری ایدئولوژیک

**ویژگی‌های داوران:** اندیشمند بودن و قضاوت درست، داشتن هوش و ذکاوت، استقلال رأی، داشتن دانش اکتسابی و مهارت کاربردی، پرهیز از جهت‌گیری (عامدانه و غیر عامدانه)، پیروی از سلیقه و وسعت نظر، توانایی اقتناع دیگران، توانایی مشورت با افراد متخصص

**ترکیب عناصر:** هماهنگی فرم و محتوا، یکدستی کیفیت اجزای مختلف فیلم، خدمت ارکان مختلف فیلم به مفهوم در حال انتقال، انطباق باورپذیری با شخصیت‌پردازی



شکل ۴. برش مقطعی از الگوی نظری - مقاله اصلی

## الف) ۲ شرایط علی

شرایطی که می‌تواند در علل مقبولیت یا عدم مقبولیت آراء هیئت داوران مؤثر باشد عبارت‌اند از: فرایند و نحوه انتخاب داوران، محدود بودن<sup>۶</sup> امور کمیته‌پذیر در سینما،

معیارسازی برای داوری فیلم سینمایی با استفاده از دانش [...]...

سیاست‌گذاری دبیر جشنواره و معاونت سینمایی، رویکردها و اهداف خاص جشنواره، فرایند نحوه ورود فیلم‌ها به جشنواره

شرایط علی	
<ul style="list-style-type: none"><li>• پیروی از نظر نهایی کارشناسی کارگردانان عضو در هیئت داوران</li><li>• تفاوت در شیوه داوری (جمعی) خانه سینما با شیوه (اهنتی) جشنواره فجر</li><li>• محدودیت زمان داوری هنگام ارزیابی</li><li>• عدم توازن در ترکیب هیئت داوران</li><li>• ضعف در فرآیندهای داوری تخصصی</li><li>• توجه به شأن حرفه‌ای و وجود معیارهای تخصصی در ضمن داوران</li><li>• انتخاب داوران نهایی از فهرست اعلام شده توسط صنوف</li></ul>	فرآیند و نحوه انتخاب داوران
<ul style="list-style-type: none"><li>• کمیته‌ناپذیر بودن چارچوب‌های هنری</li><li>• تفاوت هنر و مهندسی</li><li>• تعارض ذات فرهنگ و هنر با امور کمیته‌پذیر</li></ul>	محدود بودن امور کمیته‌پذیر در سینما
<ul style="list-style-type: none"><li>• حضور کم‌رنگ یا پررنگ افراد هنری در ترکیب هیئت داوران</li><li>• همزمانی ملاحظات سیاسی و فنی در جشنواره فجر</li><li>• جلب مشارکت بخش‌های تخصصی سینما</li><li>• مخالفت با ستارچهروری</li></ul>	سیاست‌گذاری دبیر جشنواره و معاونت سینمایی
<ul style="list-style-type: none"><li>• تخصصی بودن جشنواره</li><li>• تفاوت رویکرد ایدئولوژیک با رویکرد مبتنی بر سعادت و مصلحت</li><li>• تفاوت میان نهاد سیاست‌گذار تولید و محتوا و نهاد برگزارکننده جشنواره</li><li>• ویرین نظام بودن جشنواره</li><li>• مطرح کردن حرفه‌ای‌های سینما از طریق برگزاری جشنواره</li></ul>	روکردها و اهداف خاص جشنواره
<ul style="list-style-type: none"><li>• تأثیر هیئت انتخاب در ورود فیلم‌ها به مسابقه</li><li>• امکان تولید فیلم بر اساس سیاست‌های تولیدی قبلی</li></ul>	فرآیند نحوه ورود فیلم‌ها به جشنواره

شکل ۵. برش مقطعی از الگوی نظری - شرایط علی

الف-۳) شرایط مداخله‌گر: علاوه بر شرایط علی که بر شمرده شد، شرایط دیگری نیز بر مقوله اصلی تحقیق مؤثر هستند که دامنه آن از سیاسی شدن جشنواره تا اثر سلبی محتوای گسترده است و به واگذاری داوری به صنوف سینمایی نیز مرتبط است. این شرایط مداخله‌گر به‌طور جزئی‌تر در شکل زیر نمایش داده شده است.



شکل ۶. برش مقطعی از الگوی نظری - شرایط مداخله‌گر

الف-۴) شرایط زمینه‌ای

شرایط فرهنگی، اجتماعی زمان برگزاری جشنواره در هر دوره می‌تواند یکی دیگر از دسته عواملی باشد که بر جریان داوری فیلم‌های جشنواره مؤثر باشد. بر اساس نتایج این تحقیق این شرایط را می‌توان در موارد ذیل جستجو کرد.



شکل ۷. برش مقطعی از الگوی نظری - شرایط زمینه‌ای

## الف-۵) پیامدها

پیامدهایی که اعلام نتایج داوری بدون داشتن معیارهای مدون جهت انتخاب آثار برتر در ادوار مختلف جشنواره دیده شده است در عواملی دسته‌بندی می‌شود که در شکل زیر بیان شده است.



شکل ۸. برش مقطعی از الگوی نظری - پیامدها

## ب) الگوی داستانی نظریه خرد

با وجود آنکه تقریباً همهٔ کارشناسان و سینماگران مشارکت‌کننده در این پژوهش با نگارش دستورالعمل‌ها و آئین‌نامه‌های کمی (همچون آئین‌نامه‌های ارتقای اعضای هیئت علمی) برای داوران جشنوارهٔ فیلم فجر مخالف‌اند، اما همچنین معتقدند که داوری این جشنواره باید از معیارهایی مورد توافق (به‌ویژه در بخش تخصصی برخوردار باشد. دلیل این اعتقاد آن است که امور محدود و اندکی در سینما وجود دارد که از قابلیت کمیت‌پذیری برخوردار باشد و اساساً ذات هنر و فرهنگ به دلیل خلاقه بودن و نوآورانه بودن همچون مهندسی قابلیت کمی‌سازی ندارد. علاوه بر این، معیارهای داوری از مسیر عواملی چون رویکردها و اهداف جشنواره، سیاست‌گذاری‌های دبیر و معاونت سینمایی، نحوهٔ ورود فیلم‌ها به جشنواره و مهم‌تر از همه از مسیر فرآیند انتخاب داوران طی می‌کند، به منصهٔ ظهور می‌رسد.

همچنین معیارهای داوری از شرایطی زمینه‌ای همچون ماهیت رقابتی جشنواره،

تأثیرات حال و هوای زمانه برگزاری، انباشت تجارب تاریخی ناشی از برگزاری جشنواره در دوره‌های قبل و پیگیری هم‌زمان ملاحظات سیاسی و هنری تأثیر می‌پذیرد اما عواملی چون سیاست‌زدگی، واگذاری کلیه مراحل داوری به صنوف سینمایی، توجه صرف به محتوا و موضوع آثار به جای رویکرد جامع‌تر مبتنی بر ویژگی‌های هنری، تخصصی و محتوایی و ترکیب آن‌ها، با داوری ظابطه‌مند جشنواره سازگار نیست و با آن تداخل پیدا خواهد کرد.

در نهایت، داوری معیارمند یا بدون معیار جشنواره به پیامدهایی چون مورد وثوق نبودن نتایج جشنواره برای سینماگران در مقابل پذیرش و مطلوبیت آن برای حاکمیت و یا غلبه اراده‌های فردی بر استراتژی‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای منجر خواهد شد.

### پیشنهادها

بر اساس الگوهای نظری و داستانی برآمده از داده‌ها و نتایج تحقیق می‌توان پیشنهادهای زیر را ارائه کرد:

۱. روند فعلی جشنواره در مرحله انتخاب آثار و بخش داوری نیاز به بازنگری و اصلاح دارد. در این زمینه یک پیشنهاد بنیادین و دو پیشنهاد اصلاحی از سوی کارشناسانی که مورد مصاحبه واقع شده‌اند، مطرح گردیده است. پیشنهاد بنیادین که باعث تغییر کلی روند جشنواره بوده و از سوی اقلیتی از کارشناسان مطرح شده، آن است که جشنواره به‌عنوان جشن رسمی سینمای ایران در دهه فجر، صرفاً به عنوان زمانی برای نمایش جدیدترین تولیدات سالانه سینمای ایران برگزار شود و در این بخش به جای استفاده از هیئت‌داوران، نظرات عموم تماشاگران تعیین‌کننده بهترین فیلم جشنواره باشد. در این صورت جشن خانه سینما برای تعیین برترین‌های هر بخش به نظر اجماعی متخصصان هر رشته سپرده شود. همان‌گونه که عنوان شد این نظر به‌عنوان یک نظر جانبی برای تغییرات بنیادین در جشنواره از اقلیت نسبی برخوردار بوده است؛ در عوض نظر اصلاحی اغلب مصاحبه‌شوندگان برپایه دو پیشنهاد مشخص است:

پیشنهاد اول: سپردن انتخاب فیلم‌ها برای بخش مسابقه به کانون‌های صنفی هرکدام از صنوف سینمایی؛

پیشنهاد دوم: انتخاب یکی از دو مدل رایج جشنواره‌ای در جهان (استفاده از آرای آکادمی یا تعیین سیاست‌های کلی هر دوره تحت هدایت رئیس هیئت‌داوران)؛


معیارسازی برای داوری فیلم سینمایی با استفاده از دانش [...] ۱

- با توجه به مطالب گفته شده، پیشنهادهایی که از شماره ۲ تا شماره ۷ مطرح گردیده، مبتنی بر بخش دوم از پیشنهاد دوم است که ناظر بر تعیین سیاست‌های کلی هر دوره تحت هدایت رئیس هیئت داوران است.
۲. شرکت هرکدام از اعضای هیئت داوران فارغ از تخصص اصلی شان در فرایند داوری جشنواره با توجه به صبغه هنری شان و فعالیت حرفه‌ای شان در حوزه فیلم‌سازی، ایراد بنیادین محسوب نمی‌شود.
۳. اعمال شاخص برای انجام فرایند داوری در جشنواره فیلم فجر مشروط به دو شرط زیر می‌تواند در اصلاح ساختاری انتخاب نهایی آثار برگزیده مورد استفاده قرار گیرد. این دو شرط عبارت‌اند از:
- ۳-۱. شاخص سازی نباید سبب تبدیل یک فرایند کیفی به کمی در تشخیص هنری و اظهار نظر تخصصی و اجتهادی نخبگان فرهنگی و هنری در تعیین بهترین‌های سینمای ایران شود.
- ۳-۲. ایجاد شاخص‌ها برای هیئت داوران نباید به عنوان یک ابزار نظارتی برای اعمال نظر مدیران و تأثیر بر دیدگاه هنری داوران محسوب شود.
۴. معیارهای ارزیابی فیلم‌های سینمایی در مشاغل مورد نظر پیش از برگزاری جشنواره از طریق بحث و گفتگو با داوران، مشخص و به اطلاع شرکت کنندگان رسانده شود.
۵. به منظور ارتقاء داوری و ارزیابی فیلم‌های سینمایی و تلویزیونی، مخصوصاً جشنواره‌های سینمایی، پیشنهاد می‌شود از اساتید دانشگاه یا منتقدانی که علاوه بر توجه به رویکرد فرمالیستی، به دقایق نظری نیز توجه دارند، در گروه داوران استفاده شود.
۶. نتایج داوری‌های هر جشنواره، بعداً در گروه‌های کارشناسی مورد نقد و بررسی قرار گیرد تا نقاط قوت و ضعف معیارهای داوری معلوم و تکمیل شود.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### ORCID

Hassan Khojasteh  <https://orcid.org/0000-0001-5854-7533>

Alireza Dabbagh  <https://orcid.org/0000-0003-3370-1738>

## منابع و مأخذ

- اربابی، محمود. امین فرد، احمد. کمالی، سیدمجید، بیرامی، مریم (۱۳۹۴). شاخص پژوهی سینما از منظر ذی نفعان و مخاطبین. سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران. مؤسسه نشر شهر.
- الهی، شعبان؛ بهاریفر، علی (۱۳۸۳). «طراحی ساختار نظام مستندسازی تجربیات سازمانی مدیران». *پژوهش‌های مدیریت در ایران*. ۲۳-۲۰، ۵۲-۵۱.
- انصاری و حق شناس گرگابی (۱۳۹۵). شناسایی و تبیین عوامل کلیدی موفقیت دانش‌محور شدن شرکت‌های تولیدی ایران بر اساس روش نظریه زمینه‌ای. *فصلنامه مدیریت توسعه فناوری*، ۴(۲)، ۴۱-۷۴.
- doi:10.22104/jtdm.2017.1974.1686
- بهلولی فسخودی، محسن (۱۳۹۸). تحلیل نسبت دانش ضمنی با دانش صریح. *فصلنامه ذهن*. ۲۰(۸۰) ۱۵۱-۱۷۶.
- جعفری مقدم، سعید (۱۳۸۶). مستندسازی تجربیات مدیران از دیدگاه مدیریت دانش، چاپ دوم، تهران: موسسه تحقیقات و آموزش مدیریت.
- خجسته، حسن (۱۳۹۳). مدیریت رسانه. نشر تپسا.
- رضویان، علی و متولیان، علی (۱۳۸۵). «دانش مدیریت کسب و کار، دستاوردها و چالش‌های صنعت پتروشیمی ایران»، *ویژه‌نامه دومین کنفرانس بین‌المللی فناوری اطلاعات و توسعه*، تهران، ۱-۱۱.
- مکوندی، محمد، مهرعلی زاده، یدالله و حسین پور، محمد (۱۳۹۷). شناسایی و تبیین چگونگی استخراج و مستندسازی دانش ضمنی کارکنان و مدیران شرکت‌های تولیدی منطقه آزاد اروند با استفاده از نظریه داده‌بنیاد. *فصلنامه کتابداری و اطلاع‌رسانی*، ۲۱(۴)، ۱۶۲-۲۰۰.
- doi:10.30481/lis.2019.76999
- نظافتی، نادر؛ رشیدی، محمد و فیچپی فرد، مراد (۱۳۹۵). «تکنیک‌های کامپارس و استخراج دانش یک روش ساختاری»، *دانش چشم‌انداز مدیریت عمومی*، شماره ۱۴، ۶۳-۸۶.
- ویمر، راجر، دی. دومینیک، جوزف، آر (۱۳۸۴). تحقیق در رسانه‌های جمعی، کاووس سیدامامی، تهران: انتشارات سروش و مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای.
- Cavusgil, Calantone and zhao, 2003, Tacit Knowledge Transfer and Firm Innovation Capability, *Journal of Business & Industrial Marketing* 18(1):6-21 February 2003. doi.org/10.1108/08858620310458615.
- convenience-sampling (2009). Retrieved October 19, 2019. <https://explorable.com/convenience-sampling>
- Mathieu Chris, Barstels Marianne (2011). Creativity at work: Film festival prize juries, *Copenhagen Business school*. December 2011.24-69.
- McAdam, Mason & McCrory (2007), Exploring the dichotomies within the tacit knowledge literature: towards a process of tacit knowing in organizations. *Journal of Knowledge*. 10 April 2007. 47-51.
- Polanyi, M, (1958). *Personal Knowledge*, Routledge and Kegan Paul, London.

Arbabi, Mahmoud. Amin Fard, Ahmed. Kamali, Sidmjid, Bayrami, Maryam. (2014). Cinema research index from the point of view of stakeholders and audiences. Tehran Municipal Art Cultural Organization. Shahr Publication Institute. **[in Persian]**

Elahi, Sha'ban; Baharif, Ali (2004). "Designing the structure of the system for documenting managers' organizational experiences". *Management studies in Iran*, volume 9, number 20, October 2014, 52-23. **[in Persian]**

Ansari and Haqkhonas Gregabi. (2015). Identifying and explaining the key success factors of knowledge-oriented manufacturing companies in Iran based on grounded theory method. *Technology Development Management Quarterly*, Volume 4. Number 2, 41-74. doi:10.22104/jtdm.2017.1974.1686. **[in Persian]**

Bohlooli Faskhudi, Mohsen. (2018). Analyzing the ratio of tacit knowledge to explicit knowledge. *Mind Quarterly*. Winter 2018 No. 80, 176-151. **[in Persian]**

Jafari Moghadam, Saeed, 2016, Documenting the experiences of managers from the perspective of knowledge management, Tehran: Management Research and Training Institute, second edition.. **[in Persian]**

Khojaste, Hassan. (2013). Media management. Tisa publication. **[in Persian]**

Razavian, Ali and Mutolian, Ali. (2015). "Business management knowledge, achievements and challenges of Iran's petrochemical industry", the second international conference on information technology and development, Tehran, 1-11. **[in Persian]**

Makvandi, Mohammad, Mehralizadeh, Yadullah and Hosseinpour, Mohammad. (2017). Identifying and explaining how to extract and document the tacit knowledge of employees and managers of manufacturing companies in Azad Arvand region using data base theory. *Library and Information Quarterly*. Volume 21, Number 4 - Serial Number 84 Winter 2017. 162-200. doi:10.30481/lis.2019.76999. **[in Persian]**

Rashidi, Mohammad and Ghaichifard, Murad. (2015). "Compares techniques and knowledge extraction of a structural method", *Public Management Perspective Knowledge*, No. 14, 63-86. **[in Persian]**


Wimmer, Roger, D. Dominic, Joseph, R. (2004). Research in Mass Media, Kavos Seyyed Emami, Tehran: Soroush Publications and Programmatic Research, Studies and Evaluation Center. **[in Persian]**




This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



## Investigating the relationship between support, religiosity and family control with family harms of cyberspace (in female students of Arak city)

**Seyed Ahmad Mir Mohamad Tabar** , Assistant Professor, Department of Sociology, Arak University, Iran. Email: [a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir](mailto:a-mirmohamadtabar@araku.ac.ir) (Corresponding Author)

**Mojtaba Mohammadi Jalali Farahani** , Assistant professor counseling department, Farhangian university, Tehran, Iran. Email: [m.mohamadjalali@cfu.ac.ir](mailto:m.mohamadjalali@cfu.ac.ir)

### ABSTRACT

**Introduction:** Today, modern information and communication technologies occupy most of students' time, and due to its wide spread and unknown nature, it has caused many social damages to students' behavior. Students are one of the groups that are affected by the harms of cyber space, and the intensity of this influence is probably more than other people. Most parents are unaware of this issue and think that their children go to the Internet to find out about the latest games and books. In addition to cyberspace addiction, academic failure, fatigue and depression, feelings of loneliness, lack of security, identity crises, sexual deviations, reduction of social interactions, tendency to roam the internet and as a result the appearance of cyber violations are among the most important risks that students face. The purpose of the present research was to examine the family harms of cyberspace in female students of the first secondary school in Arak city.

**Methodology:** The study was conducted as a survey and a researcher-made questionnaire was used to collect data. The statistical population of this research was 11,602 female students of the first secondary school in Arak city. Using Cochran's formula, the sample size was calculated equal to 371 people, after discarding incomplete questionnaires, 365 questionnaires were analyzed. The sampling method is cluster and stratified random. In this way, first the statistical population of first secondary students was divided into three categories of seventh, eighth and ninth grade students. To randomly access the students, first the districts and then the four first secondary girls' schools of Arak city were selected by cluster sampling, and then from within these schools, students of the seventh, eighth and ninth grades were selected using cluster sampling. Information was collected.

**Research findings:** The results show that the most family harms of cyberspace are at a low level with 52.3%. After that, the average amount of this damage is 29.3%. The average of the dimension of family damage is 2.25 out of 5, which indicates that the amount of family damage is low. The average variables of social support, religiosity and family control are 3.44, 3.66 and 3.08 respectively and are in the average range. The variable of family harms of cyberspace has an inverse and significant relationship with the variables of social support, religiosity, and family control and super-

vision. This means that with the increase of variables of social support, control and supervision of family and religiosity, the variable of family harms of cyberspace decreases. The results of the multivariable regression model of family harms of cyberspace show that the multiple correlation (R) is equal to 42%, which indicates that the variables of social support, religiosity and family control and supervision are simultaneously 42% have a relationship with family harms of cyberspace. The coefficient of determination (R<sup>2</sup>) is calculated as 18%. This means that about 18% of the changes in family harms of cyberspace are explained by independent variables. The standard effect coefficients in this study show that the strongest predictors of family harms of cyberspace variables are religiosity (beta=-0.21), social support (beta=-0.20) and family control and supervision (beta= are -0.19).

**Conclusion:** One of the hypotheses of the research indicates that there is a relationship between social support and family harms of cyberspace in female first secondary school students, which was confirmed by the findings of the research. The theoretical approach of social support in connection with social solidarity has a history as old as classical sociology. By proposing the concept of social solidarity, Durkheim indirectly pays attention to social support as a product of social relations. Although, for the first time, he discussed the influence of the network of social relations and the support resulting from this network in pathology. But social support has received less attention in social pathology analysis. Social support is defined as the amount of love, companionship and attention of family members, friends and other people. Some consider social support to be a social reality and some consider it to be a result of individual perception.

Another hypothesis of the research shows that there is a relationship between parental control and family harms of cyberspace in first secondary school girls, and the results of this research confirm the mentioned hypotheses. Hirschi believes that the four main elements that connect the individual and society include: dependence on society, commitment, engagement (participation in social activities), belief and believing in social rules. Therefore, if moral standards are internalized in the individual and people have close ties with society, they intentionally limit their tendency to commit delinquent behaviors. Attachment is the first element of Hirschi's social bond and is defined as the emotional bond of people with important others such as family, friends, religion and close relatives. So, the higher the person's connection with the family, the less deviant behaviors such as injuries related to cyber space.

One of the hypotheses of the research indicates that there is a relationship between religiosity and family harms of cyberspace in first secondary female students, and the results of this research confirm the mentioned hypotheses. Hirschi claims that the existence of connection with religion and... has a significant relationship with life satisfaction, acquiring knowledge and academic success, self-esteem and peace of mind. Also, the lack of connection with religion, etc., has a significant relationship with people's deviance and the risk of mental illnesses in the long term. Hirschi states that people who have strong links with society are less inclined to deviate from society's norms; Because they have internalized and accepted the norms of the society.

### Keywords

family harms of cyberspace, female students, family control, social support, religiosity.

## بررسی رابطه حمایت، دینداری و کنترل خانواده با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر شهر اراک)

سیداحمد میرمحمدتبار<sup>۱</sup>، مجتبی محمدی جلالی فراهانی<sup>۲</sup>

### چکیده

خانواده یکی از نهادهای اصلی و مهم در جامعه است که با گسترش فضای مجازی درگیر تغییرات و آسیب‌های جدی شده است. هدف از تحقیق حاضر بررسی آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر اراک بوده است. برای بررسی موضوع از روش پیمایش استفاده شد. جامعه آماری تحقیق، دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر اراک بودند که ۳۶۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری به‌صورت تصادفی طبقه‌ای و خوشه‌ای چند مرحله‌ای بود. ابزار جمع‌آوری اطلاعات در این بخش پرسشنامه بود. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که میانگین متغیر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در حد ۲/۲۹ از ۵ می‌باشد که در حد متوسط قرار دارد. متغیر آسیب‌های فضای مجازی با متغیرهای دینداری، حمایت اجتماعی و کنترل خانواده رابطه منفی و معنادار دارد. قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی به ترتیب متغیرهای، دینداری (بتا=۰/۲۱-)، حمایت اجتماعی (بتا=۰/۲۰-) و کنترل خانواده (بتا=۰/۱۹-) می‌باشند.

### واژگان کلیدی

آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی، دانش‌آموزان دختر، نظارت خانواده، حمایت اجتماعی، دینداری.

## مقدمه

فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با آن، پایگاه‌ها یا مجموعه‌ای از پایگاه‌هایی هستند که امکاناتی را فراهم می‌کنند تا کاربران بتوانند علایق، افکار و فعالیت‌های خود را با دیگران به اشتراک بگذارند و دیگران نیز بتوانند این افکار و فعالیت‌ها را با آن‌ها به اشتراک بگذارند (Arnicka, 2017). پیدایش و توسعه فضای مجازی که عموماً در دهه اخیر اتفاق افتاده است، تحولات عظیمی در جوامع بشری ایجاد کرده و بسیاری از ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی را تغییر داده است. طبیعتاً چنین دگرگونی‌ها و تغییراتی مسائل اجتماعی، فردی، اخلاقی و فرهنگی جدیدی را ایجاد کرده است که در دوران قبل از ظهور و توسعه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مرتبط با آن وجود نداشت (محمودی، مزیدی و اسلام‌آبادی، ۲۰۲۳).

استفاده از فضای مجازی به‌ویژه در مورد نوجوانانی که عموماً سواد رسانه‌ای زیادی ندارند، می‌تواند عواقب ناگواری داشته باشد. نوجوانان عموماً وارد فضای مجازی شده و به‌صورت احساسی و بدون در نظر گرفتن مفاهیم منطقی مصرف رسانه‌ای از آن استفاده می‌کنند. مسلم است که نوجوانان هنوز به درک و تجربه روشنی از نوع روابط و ارتباطات موجود در این فضا دست نیافته‌اند و تضادها را به‌صورت واقعی احساس نمی‌کنند (Lai & Kwan, 2017). مشکل زمانی برجسته‌تر می‌شود که جامعه هدف نوجوانانی باشند که اساساً اطلاعات زیادی در مورد فضای مجازی و اینترنت ندارند و سواد رسانه‌ای آن‌ها خیلی ضعیف است (Akram & Kumar, 2017). به همین دلیل، نوجوانان ظرفیت بالایی برای آسیب‌پذیری اجتماعی دارند و ممکن است هر لحظه آسیب‌های مختلفی را تجربه کنند (Kelleci & Inal, 2010). آن‌ها تجربه زیادی در این زمینه ندارند و به همین دلیل ممکن است آسیب‌های اجتماعی تجربه‌شده توسط آن‌ها انباشته شود و در نهایت به دلیل استفاده از اینترنت با مجموعه مفصلی از آسیب‌های اجتماعی در نوجوانان مواجه خواهیم شد (شهابی عنبران، جعفری، هاشمی و سلطانی فر، ۱۴۰۲).

از سوی دیگر، به‌روز بودن و مهارت بیشتر نوجوانان، آن‌ها را در استفاده از قابلیت‌های جدید رسانه‌ای پیشگام ساخته است (Cobley & Schulz, 2013). در میان نوجوانان، شبکه‌های اجتماعی مجازی روش اصلی ارتباط آن‌ها برای حفظ روابط و شراکت دوستانه، خانوادگی و تحصیلی است (Heiberger & Harper, 2008). بر این اساس قطعاً آسیب‌های بیشتری به این دسته از افراد جامعه وارد خواهد شد.

به طوری که استفاده بیش از حد از اینترنت و ماندن در این شبکه‌های مجازی اعتیاد تلقی می‌شود که می‌تواند منجر به آسیب‌های شدید روانی و اجتماعی شود (Smahel, Brown & Blinka, 2012). مواجهه با نوجوانان با بلوغ اخلاقی-اجتماعی، آن‌ها را بیشتر در معرض بلوغ زودرس (به دلیل تماشای محتوای نامناسب برای محدوده سنی) و بحران هویت (به دلیل نآشنایی با مهارت‌های ارتباطی و اخلاقی) قرار می‌دهد. این مشکل به حدی است که برخی از نظریه‌پردازان اجتماعی از آن به عنوان اعتیاد به فضای مجازی یاد می‌کنند (Bryant & Oliver, 2009).

نوجوانان دانش‌آموز و کاربران فضای مجازی در شهر اراک نیز از این امر مستثنا نیستند و هم‌سو با سایر جوانان ایرانی تحت تأثیر فضای مجازی قرار دارند. طی چند سال گذشته درباره فضای مجازی تحقیقات متعددی در کشور انجام شده است. یافته‌های برخی از پژوهش‌های صورت گرفته بیانگر آن است که یکی از عوامل مؤثر بر تخطی افراد از هنجارها و ارزش‌های سنتی و گرایش به انحرافات و جرائم اجتماعی در جامعه ایران، افزایش استفاده از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی است (دعاگویان و حبیب‌زاده ملکی، ۱۳۹۲؛ سپهری، ۱۳۹۳؛ رسول‌زاده اقدم، میرمحمدتبار، افشار و عدلی‌پور، ۱۳۹۴). از قرائن و شواهد چنین برمی‌آید که بر اثر نفوذ و گسترش شبکه‌های اجتماعی مجازی و همچنین افزایش ضریب نفوذ اینترنت در جامعه، بخش قابل توجهی از قشر نوجوان و جوان جامعه تحت تأثیر حجم‌های تبلیغاتی و برنامه‌های این رسانه‌ها قرار می‌گیرند. این حجم‌ها بر انسجام و نظم اجتماعی و همچنین حاکمیت فرهنگ دینی و مذهبی در میان خانواده‌ها و جامعه تأثیر می‌گذارد و تعلق خاطر نسل‌های جدید به ارزش‌ها، هنجارها، باورها و سنت‌های جامعه کاهش می‌یابد (قاسمی، میرمحمدتبار و عدلی‌پور، ۱۳۹۲: ۵۴). یافته‌های پژوهش‌های انجام‌شده نگرانی‌ها و مسائلی را در زمینه تضعیف ارزش‌ها و تعاملات خانوادگی، تضعیف احساس امنیت، تضعیف سبک زندگی دینی، تضعیف هویت اجتماعی و فرهنگی، افزایش جرائم سایبری، افزایش اعتیاد مجازی و ... در بین مسئولین و خانواده‌ها به وجود آورده است. در جامعه امروز، گرایش به دنیای مجازی و استفاده از آن چنان رایج شده است که بیشتر خانواده‌ها و اعضای آن، رایانه شخصی، تلفن‌های همراه هوشمند و تبلت دارند و اعضای خانواده بخش زیادی از وقت خود را در استفاده از دنیای مجازی سپری می‌کنند، چه‌بسا ساعت‌ها والدین و یا فرزند در منزل حضور فیزیکی دارند، ولی حضور وجودی ندارند، فرد رو به نمایشگر کامپیوتر و تلفن همراه و پشت به اعضای خانواده مشغول کار با آن است. این موضوع باعث

کاهش تعاملات افراد با یکدیگر شده و احساس مسئولیت و دل‌بستگی بین اعضای یک خانواده را کم‌رنگ می‌کند. درحالی‌که باهم بودن و حضور افراد در کنار یکدیگر موجب همبستگی و پیوستگی یک خانواده می‌شود. از این رو وقتی فردی وارد فضای مجازی شد، فرصت تعامل با دیگران به‌ویژه خانواده را از دست می‌دهد. در واقع، استفاده از فضای مجازی فعالیتی زمان‌بر است که مدت تعامل افراد خانواده با یکدیگر را کاهش می‌دهد (احمدی، عدلی‌پور، میرمحمد تبار و ابوترابی، ۱۳۹۴: ۱۰۸). شهر اراک نیز مانند سایر کلان‌شهرهای ایران شاهد گسترش تغییرات متعددی در حوزه‌های گوناگون زندگی روزمره است که بخش زیادی از آن تحت تأثیر جریان توسعه و نوسازی شکل گرفته است. در شهر اراک، عواملی همچون صنعتی شدن، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات و فرآورده‌های فرهنگی و استفاده روزافزون از وسایل ارتباطی جدید، زندگی مادی و فرهنگی افراد را دگرگون ساخته است. نتایج برخی تحقیقات هم‌نشان می‌دهد که برخی عوامل فوق‌الذکر منجر به کاهش کنترل‌های رسمی و غیررسمی و افزایش آسیب‌های اجتماعی در شهر اراک شده است. مطابق گزارش مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۳۹۵) در شهر اراک حاشیه‌نشینی، کمبود امکانات فراغتی و گذران اوقات فراغت برای جوانان و نوجوانان، سرمایه اجتماعی و هویت اجتماعی کمتر از متوسط کشوری وجود دارد که این مشکلات، مدیریت آسیب‌های اجتماعی را با مشکل مواجه کرده است.

میرمحمدتبار (۱۴۰۲) در بررسی آسیب‌های اجتماعی اقشار مختلف در شهر اراک به این نتیجه رسید که قشر دانش‌آموز، درگیری بیشتری با برخی آسیب‌های اجتماعی مرتبط با خانواده (خشونت خانگی و روابط خارج از ازدواج با جنس مخالف) نسبت به اقشار دیگر دارند.

نتایج مطالعه کیفی محمدی جلالی، میرمحمدتبار و عدلی‌پور (۱۴۰۳) بر روی دانش‌آموزان شهر اراک نشان می‌دهد که استفاده از فضای مجازی باعث بروز مشکلاتی مثل فاصله و شکاف نسلی بین والدین و فرزندان، کاهش تعاملات و بالا رفتن تنش بین آنها می‌شود. البته یافته‌های برخی تحقیقات دیگر (یعقوبی، یوسفی و امین‌زاده، ۱۳۹۸؛ امیری و موسوی، ۱۳۹۶؛ رهبر، نیک قدم حجتی و سلیمانی روزبهانی، ۱۳۹۴) نشان می‌دهند متغیرهایی مثل حمایت اجتماعی، کنترل خانواده می‌تواند بر آسیب‌های فضای مجازی تأثیر منفی داشته باشد.

دانش‌آموزان نیز از جمله گروه‌هایی هستند که تحت تأثیر آسیب‌های فضای

مجازی قرار دارند و احتمالاً شدت این تأثیرپذیری بیشتر از سایر افراد نیز باشد؛ اما اغلب والدین از این موضوع بی‌اطلاع بوده و گمان می‌کنند فرزندانشان برای اطلاع از جدیدترین بازی‌ها و کتاب‌ها به اینترنت مراجعه می‌کنند. علاوه بر اعتیاد به فضای مجازی، افت تحصیلی، خستگی و افسردگی، احساس تنهایی، عدم امنیت، بحران‌های هویتی، انحرافات جنسی، کاهش تعاملات اجتماعی، تمایل به پرسه زنی‌های اینترنتی و در نتیجه ظهور تخلفات سایبری از مهم‌ترین مخاطراتی است که دانش‌آموزان عصر حاضر را تهدید می‌نماید (بهداروند و مرداسی، ۱۳۹۱). این در حالی است که دانش‌آموزان هر جامعه‌ای به‌عنوان سرمایه انسانی و یکی از ارکان توسعه‌یافتگی جوامع محسوب می‌شوند که اگر به‌درستی تربیت و جامعه‌پذیر نشوند، سلامت اجتماعی جامعه در معرض تهدید قرار خواهد گرفت. رفتارهای نابهنجار سبب می‌شود سرمایه اجتماعی (انسجام اجتماعی، اعتماد اجتماعی و مشارکت اجتماعی) با چالش روبه‌رو شود و موجب هدر رفت سرمایه انسانی گردد. هر جامعه‌ای متناسب با شرایط خود، با انواعی از انحرافات و مشکلات (همچون افزایش جرائم سایبری) روبه‌روست که تأثیرات مخربی روی فرآیند رشد و توسعه آن جامعه دارد. شناخت چنین عواملی می‌تواند مسیر حرکت جامعه را به‌سوی رشد و توسعه هموار سازد. با توجه به اهمیت موضوع این تحقیق در صدد بررسی تأثیر حمایت اجتماعی و پیوند با مذهب و خانواده بر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر اراک است. دلیل انتخاب دختران استفاده بیشتر آن‌ها، نسبت به پسران، از فضای مجازی بوده است. شبکه فناوری اطلاعات ایران براساس آمار منتشر شده از سوی کارشناسان، بیشترین استفاده زنان و دختران از اینترنت، حضور آنان در چت‌روم‌ها و چت‌کردن می‌باشد. همچنین گفته می‌شود ۶۲ درصد دختران ایرانی به‌طور متوسط ۱۱ ساعت در هفته چت کرده و حداقل ۳۰ درصد از آن‌ها بیش از ۲۰ ساعت در هفته مشغول چت کردن و دوست‌یابی هستند (افشار، میرمحمدتبار، پیرحیاتی و اقبالی، ۱۳۹۵: ۱۳۸)؛ اما واقعیت این است که حضور زنان و دختران ایرانی در دنیای مجازی تنها به چت کردن محدود نمی‌شود. در واقع، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث به وجود آمدن فضای عمومی جدیدی شده‌اند که زنان مانند اقشار دیگر جامعه امکان بحث در مورد مسائل مختلف را با افراد گوناگون می‌یابند و این امر نیز به‌نوبه خود باعث به وجود آمدن تغییراتی در سبک زندگی و هویت آن‌ها می‌شود. دلیل انتخاب دانش‌آموزان متوسطه اول شهر اراک این است که بعد از مشخص شدن مهم‌ترین آسیب‌های فضای

مجازی و دلایل مؤثر بر آن، حداقل سه و حداکثر پنج سال دیگر دانش‌آموز در اختیار دستگاه تعلیم و تربیت می‌باشند و می‌توان راهکارهایی را برای بهبود وضعیت را بر روی آن‌ها اجرا کرد.

### پیشینه پژوهش

در این قسمت به بررسی آسیب‌های فضای مجازی در دانش‌آموزان و نوجوانان پرداخته می‌شود و تأثیر برخی متغیرها مؤثر بر آن مثل دینداری و کنترل خانواده مرور شده است. در یک دسته‌بندی کلی می‌توان پیامدها و تأثیرات فضای مجازی در سه بخش پیامدهای صرفاً منفی، صرفاً مثبت و مثبت و منفی هم‌زمان قرار دارد که در ادامه بدان پرداخته خواهد شد.

در دسته اول فضای مجازی بیشتر دارای پیامدهای منفی است و تأثیر منفی بر متغیرهای اجتماعی و فرهنگی دارد. برای مثال، یافته‌های سیف درخشنده، عطادخت، حاجلو و میکاییلی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «مدل‌یابی گرایش دانش‌آموزان به فضای مجازی بر مبنای عوامل فردی، زمینه‌ای و محیطی: ارزیابی پیامدهای روان‌شناختی آن»، بیانگر آن است که گستردگی اینترنت، دسترسی راحت، ارزان و کم‌هزینه بودن و همچنین محتوای سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی، احساس تنهایی و تعامل با دیگران از جمله عوامل گرایش به فضای مجازی هستند و تأثیر زیاد آن بر اعتیاد به اینترنت، خشونت، انزوای اجتماع، اضطراب و افسردگی بیانگر آن است که گرایش به فضای مجازی بیشتر از چه منابعی سرچشمه گرفته و چقدر در بروز و یا تشدید اختلال‌های روانی افراد می‌توانند مؤثر باشند. یافته‌های پژوهش مسعودنیا (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر وابستگی به فضای سایبر بر انزوای اجتماعی دانش‌آموزان دبیرستانی»، بیانگر آن است که وابستگی به فضای سایبراز عوامل خطر عمده برای انزوای اجتماعی در میان دانش‌آموزان دبیرستانی است و خطر انزوای اجتماعی در نوجوانان را افزایش می‌دهد.

نتایج گنجی، نیازی و ملک‌پور شهرکی (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر اعتیاد به فناوری‌های نوین ارتباطی بر ازهم‌گسیختگی خانوادگی در شهرکرد»، حاکی از آن است که بین اعتیاد به فناوری‌های نوین ارتباطی و تمایل به ارتباط دوستی و جنسی خارج از چارچوب خانواده، گرایش به غرب، تضعیف ارزش‌ها و کاهش دینداری، افزایش احساس بیگانگی اجتماعی و بی‌هویتی در جامعه، رابطه مستقیم وجود دارد. یافته‌های قاسمی و همکارانش (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای تحت عنوان «تبیین جامعه‌شناختی تأثیر

رسانه‌های خارجی بر کجروی فرهنگی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر فریدونکنار»، بیانگر آن است که بین پیوند با مذهب و خانواده و استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت با کجروی فرهنگی رابطه معنادار مثبتی وجود دارد. به‌طوری که با افزایش استفاده از شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنت میزان کجروی فرهنگی دانش‌آموزان افزایش و با افزایش پیوند با مذهب و خانواده این کجروی کاهش می‌یابد. یافته‌های پژوهش تادپاتریکار<sup>۱</sup> و همکارانش (۲۰۲۱) در مطالعه‌ای با عنوان «تأثیر استفاده از فناوری بر الگوهای ارتباطی و کارکردی خانواده»، بیانگر آن است که قرار گرفتن در معرض فناوری تأثیر قابل توجهی بر قطع ارتباط با اعضای خانواده دارد. استفاده از فناوری بر اوقات فراغت خانواده، پیوندهای خانواده و ارتباطات خانوادگی تأثیر می‌گذارد. یافته‌های رحمان و آدین<sup>۲</sup> (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر جهانی‌شدن بر ارزش‌های خانواده»، بیانگر آن است که جهانی‌شدن از طریق رسانه‌های نوین، اندیشه‌های نولیبرالیستی و توسعه اقتصادی در حال نابودی ارزش‌های خانوادگی سنتی کشورهای مسلمان از طریق تغییر نگرش افراد به طلاق، روابط خویشاوندی، روابط فرازناشویی و غیره است.

در دسته دوم، فضای مجازی فقط پیامد مثبت دارد و باعث افزایش و بهبود شاخص‌های اجتماعی و فرهنگی در جامعه می‌شود. عبداللهیان و شیخ‌انصاری (۱۳۹۲) به تبیین همبستگی مثبت بین افزایش شدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و افزایش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی پرداخته‌اند. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که بین افزایش شدت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و سرمایه اجتماعی پیوندبخش و سرمایه اجتماعی نگهدارنده کاربران همبستگی مثبت وجود دارد. دستاورد پژوهش آن‌ها این است که شبکه اجتماعی فیس‌بوک پیوندهای ضعیف را تقویت می‌کند.

ذکایی (۱۳۹۱) در پژوهشی به دنبال پاسخگویی به این پرسش است که اهمیت و نقش استفاده و تعامل جوانان با شبکه‌های اجتماعی مجازی در فراغت و هویت‌های فراغتی آن‌ها چگونه است؟ وی با تحلیل مصاحبه‌های کیفی با کاربران فعال این شبکه‌ها نتیجه می‌گیرد که شبکه‌های مجازی، با کاستن نسبی اهمیت بخشی از مؤلفه ساختاری هویت و در تعلیق یا در حاشیه قرار دادن شرایط زمینه‌ای آن‌ها، فرصت‌هایی را برای بیان متفاوت سلیقه‌های و روبه‌رویی فراغتی خود در شبکه مجازی فراهم کرده و به همان‌سان، برخی از تجارب جدید را برای آن‌ها گشوده‌اند. کاربران این شبکه‌ها، تقویت مهارت‌های فردی و اجتماعی (ارتباطی)، لذت‌های برآمده از تمرکز و ارتباط

هم‌زمان با افرادی با زمینه‌های مشابه و متفاوت در فضایی چندرسانه‌ای، حذف سلسله‌مراتب و روابط قدرت، جدا شدن از برخی محدودیت‌های بدنی (پوشش، سن)، عدم ضرورت ایفای برخی نقش‌های متعارف در زندگی واقعی، گریز به دنیای پیچیده فانتزی و زیبایی‌سازی شده، جولان دادن تخیل، لذت داشتن هویت‌های چندگانه را از جمله آثار و شرایط مرتبط با تجارب فعالیت‌های شبکه‌ای خود بیان کرده‌اند.

در دسته سوم، فضای مجازی به طور هم‌زمان دارای پیامدها و اثرات مثبت و منفی است. یافته‌های بافقی‌نگار و منادی (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «دنیای دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان یزد در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک پژوهش کیفی»، بیانگر آن است که اندیشه، گفتمان و دنیای نوجوانان را می‌توان از طریق ده مقوله که شامل گفتگو، سپری کردن اوقات فراغت، آگاهی از هنجارهای به روز دنیا، تأثیر همسالان، افزایش ناهنجاری‌های فردی، کاربرد شبکه اجتماعی مجازی در زندگی روزمره، افزایش ناهنجاری‌های اجتماعی، رشد شخصی و چگونگی ادبیات دانش‌آموزان در این شبکه‌ها مورد بررسی قرار داد. در مجموع می‌توان گفت دانش‌آموزان بنا به دلایل متفاوتی جذب این شبکه‌های اجتماعی مجازی شده‌اند و این شبکه‌ها علاوه بر تسهیل برقراری ارتباط و دسترسی به اطلاعات، جامعه امروزی را دستخوش چالش‌ها و نگرانی‌هایی از جمله چگونگی شکل‌گیری هویت نوجوانان، اندیشه‌ها و موضوع‌های گفتگوی آنان و نوآوری‌های زبانی در بین نوجوانان که موجب دوری از ملی‌گرایی آنان شده است، نموده است.

همچنین یافته‌های عباس‌زاده و عدلی‌پور (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان «بازسازی معنایی شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی روزمره جوانان ایرانی»، بیانگر آن است که استفاده از شبکه‌های اجتماعی موبایلی پیامدهای اجتماعی و فرهنگی گسترده و بعضاً متناقضی برای جوانان همچون استحاله حجاب و پوشش، فرسایش اعتقادات دینی، تشدید مصرف‌گرایی، فرسایش سرمایه اجتماعی درون‌گروهی (کاهش تعاملات خانوادگی و صلح‌رحم، شکاف نسلی، شکل‌گیری اختلافات جدید بین زن و شوهر)، تسهیل، حفظ و گسترش روابط اجتماعی (افزایش سرمایه اجتماعی) در پی داشته است. صدیق جلال و فتحی (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی مجازی و تعهد زوجین»، نشان دادند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی با اعتماد و تعهد زوجین به یکدیگر، رابطه معنادار معکوسی وجود دارد؛ اما بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و وابستگی زوجین، رابطه معنادار مستقیمی وجود دارد.

در یک جمع‌بندی از تحقیقات پیشین می‌توان بیان کرد که تعداد مطالعات در دسته

اول بیشتر از دو دسته دیگر بود و بعد از آن تعداد مطالعات در دسته سوم بیشتر بود. این نشان می‌دهد که فضای مجازی بیشتر دارای پیامدهای و اثرات منفی یا بینابین (مثبت و منفی)، به‌خصوص در جامعه ایرانی، است. هرچند روش برخی از مطالعات به روش کیفی بود ولی بیشتر مطالعات مرور شده به روش کمی و پیمایشی انجام شدند. به‌طور کلی می‌توان بیان کرد که فضای مجازی در سه حوزه هویت، سبک زندگی و سرمایه اجتماعی تأثیرات قابل توجهی دارد. نتایج پژوهش‌های بالا حاکی از آن است که استفاده از فضای مجازی، هویت شخصی و اجتماعی افراد را متأثر می‌گرداند و در دگرگونی هویت سنتی و پیشین و پذیرش هویت مدرن (همچنین هویت بازاندیشانه و جهانی) نقش ایفا می‌کند. در واقع، استفاده از شبکه اجتماعی عاملی مهم در کاهش تعلق به هویت‌های جمعی مانند هویت خانوادگی و هویت ملی است. همچنین نتایج بیانگر این است که شبکه اجتماعی عاملی تأثیرگذار بر سبک زندگی جوانان ایرانی و باعث تغییرات و تحولات گسترده‌ای در سبک زندگی در زمینه‌هایی چون گذران اوقات فراغت، توجه و گرایش به بدن، نحوه پوشش، شیوه محاوره و سبک بیان، ایجاد شرایط برای برقراری ارتباط با جنس مخالف و کسب توانمندی‌های روز در نگرش به فضای جهانی شده است. اگرچه یافته‌های پژوهش‌های پیشین بیانگر این هستند که شبکه اجتماعی افزایش‌دهنده سرمایه اجتماعی کاربران خود هستند، اما این فضا بیش از آن که در افزایش یا کاهش روابط اجتماعی تأثیر داشته باشد، با ایجاد تغییراتی در اشکال سنتی‌تر رابطه اجتماعی، صورت‌های تعامل اجتماعی را تنوع بخشیده است.

## چارچوب نظری

در این پژوهش از نظریات پیوند اجتماعی تراویس هیرشی<sup>۱</sup> (۱۹۶۹)، جرم‌شناس آمریکایی و حمایت اجتماعی به‌عنوان چهارچوب نظری استفاده شده است.

**پیوند اجتماعی هیرشی:** هم‌نوايي از نظر هیرشی نتیجه درونی کردن هنجارها و ارزش‌های جامعه و انسجام با گروه‌های اجتماعی است. یک پیوند بین فرد و جامعه ایجاد می‌شود و او را از تخطی از قانون منع می‌کند. نظریه کنترل مدعی است که پیوند قوی یک شخص بیشتر برای هم‌نوايي او می‌باشد؛ بنابراین ضعف یا جدایی یک عنصر از دیگر عناصر پیوند اجتماعی احتمال ارتکاب رفتارهای کجروانه را افزایش می‌دهد. تحقیقات فراوانی نشان می‌دهد که پیوند اجتماعی با رفتارهای کجروانه و مصرف مواد رابطه منفی دارد (Ford, 2008).

کنترل اجتماعی و پیوندهای اجتماعی، عناصر ضروری تئوری پیوند اجتماعی هیرشی می‌باشند. پاره‌ای محققان جنبه ساختارگرایانه آن را مورد ملاحظه قرار داده‌اند. آن‌ها می‌گویند هیرشی در پاسخ به این سؤال که چرا مردم از قوانین پیروی می‌کنند و مرتکب انحراف نمی‌شوند، به سراغ عوامل اجتماعی مانند ساختارهای خانواده، آموزش و گروه‌های همسالان<sup>۱</sup> می‌رود (ویلیامز و مک شین، ۱۳۸۳: ۱۹۹). هیرشی معتقد است چهار عنصر اصلی که باعث پیوند فرد و جامعه می‌شود شامل: وابستگی به اجتماع، تعهد، مشغولیت (مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی)، اعتقاد و باور داشتن به قواعد اجتماعی می‌باشد. بنابراین، اگر ضوابط اخلاقی در فرد درونی شده باشند و افراد با جامعه پیوندهای تنگاتنگی داشته باشند، آن‌ها عمده‌گرایش خودشان را به ارتکاب به رفتارهای بزهکارانه محدود می‌کنند. در واقع، این نظریه در پی راه‌هایی است که از طریق آن‌ها با توسعه افراد احتمال بزهکاری را کاهش دهد (Huebner & Betts, 2002: 126). یکی از عناصر چهارگانه نظریه پیوند اجتماعی هیرشی، پیوستگی است. پیوستگی اولین عنصر از عناصر پیوند اجتماعی هیرشی می‌باشد و به‌صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان و بستگان نزدیک تعریف می‌شود. وجود پیوستگی با خانواده و همسالان و ... با رضایت از زندگی، کسب علم و موفقیت تحصیلی، عزت نفس و آرامش روحی ارتباط معنی‌دار دارد. همچنین نبود پیوستگی با خانواده و همسالان و ... با کجروی افراد و خطر ابتلا به بیماری‌های روانی در درازمدت رابطه معنی‌دار دارد (Ridenour, et al, 2006: 1037).

پیوستگی قوت ارتباط افراد را با نظام اجتماعی مورد قبول جامعه نشان می‌دهد. بیشتر محققان خانواده را مهم‌ترین عامل اجتماعی کردن و کنترل اجتماعی می‌دانند. آن‌ها همچنین پیوند اجتماعی مثبت را یک کارکرد تجربه‌های قبلی، در انواع نظام‌های اجتماعی کردن مثل همسالان، مدرسه و اجتماع در نظر می‌گیرند (Shechory & Laufer, 2008, 456).

**نظریه حمایت اجتماعی:** در مباحث علمی جامعه‌شناختی، حمایت اجتماعی به دو صورت به کار رفته است. حمایت اجتماعی<sup>۲</sup> در برخی متون به معنای رهیافتی منطقی برای متنبه ساختن افراد مجرم و به‌منظور کاهش وقوع جرم و ممانعت از تکرار آن در جامعه است (عضدانلو، ۱۳۸۸). مفهوم عام‌تر حمایت اجتماعی که در پژوهش حاضر مطرح نظر است، به معنای شکل‌گیری حمایت در شبکه‌های اجتماعی است که فرد را برای

1. Peers

2. Social protection

مواجهه با عوامل استرس‌زا مجهز می‌نماید. شاید بتوان کسل<sup>۱</sup> (۱۹۷۶) و بارنز<sup>۲</sup> (۱۹۵۴) از پیشگامان طرح نقش کارکردی شبکه‌های اجتماعی دانست. دو ستون اصلی این نظریه، حس تعلق و وجود ارتباطات بین فردی در افراد است. نظریات جامعه‌شناسی انحرافات، حمایت اجتماعی، به‌عنوان ضربه‌گیر یا حایل در برابر فشارهای وارد آمده بر فرد عمل می‌کند. «حمایت اجتماعی عبارت از کسب اطلاعات، کمک‌های معمولی، طرح یا توصیه سلامتی، حمایت عاطفی از سوی دیگران مهم<sup>۳</sup>، مانند همسر، بستگان، دوستان و نیز تماس‌های اجتماعی با نهادهای مذهبی» (مسعودنیا، ۱۳۸۹: ۹۸، به نقل از تیلور، ۱۹۹۹). حمایت اجتماعی، صورت عملکردی شبکه اجتماعی است اما تمامی روابط اجتماعی، منتج به حمایت اجتماعی نخواهند شد. سه ساخت حمایت اجتماعی عبارت‌اند از: اندازه شبکه اجتماعی، کفایت شبکه اجتماعی و حمایت اجتماعی دریافت شده ادراک شده یا وضع شده (علی‌وردی نیا، ۱۳۸۹: ۲۴). حمایت اجتماعی دریافت شده به ابعاد حمایت هیجانی یا عاطفی<sup>۴</sup>، حمایت ابزاری<sup>۵</sup> و حمایت اطلاعاتی<sup>۶</sup> - ارزیابی<sup>۶</sup> تقسیم می‌شود. حمایت عاطفی، در پالایش احساسات و هیجانات منفی فرد نقش دارد. حال آنکه حمایت ابزاری در کمک‌های مالی و مراقبت‌های جسمانی منعکس شده و حمایت ارزیابی پذیر اطلاعاتی، شامل دو زیرمجموعه اطلاعاتی است که در زمینه تنش‌زا به فرد داده می‌شود و حمایت ارزیابی پذیر، این سطح از حمایت شامل کمک به فرد جهت بهتر فهمیدن شرایط استرس‌زاست. باوجود این نوع حمایت، شخص قادر به بسیج توانایی‌ها و راهبردهای مقابله با این شرایط است (مسعودنیا، ۱۳۸۹).

ویلیامز و مک شین (۱۳۹۱) مدعی است که نظریات کنترل اجتماعی بهترین نظریه در تبیین آسیب‌های افراد کم سن و سال است. در نظریه هیرشی ارتکاب جرم وابسته به کیفیت پیوندهای اجتماعی فرد با افراد و نهادی اجتماعی است. هرچه فرد پیوندهای قوی‌تری با دیگران و نهادهای اجتماعی مثل مذهب داشته باشد، احتمال کمتری دارد که درگیر آسیب‌های اجتماعی شود. نظریه حمایت اجتماعی هم مدعی است که هرچه حمایت اجتماعی در افراد بالا باشد و افراد حامیان بیشتری داشته باشند، آسیب‌های اجتماعی کمتری هم خواهند داشت. به تعبیری می‌توان حمایت اجتماعی را یکی از

1. Cassel
2. Barnes
3. Significant others
4. Emotional support
5. Instrumental support
6. Informational & Appraisal

مؤلفه‌های کنترل اجتماعی در نظر گرفت که اگر فرد این مؤلفه را دارا باشد، احتمالاً پیوندهای بیشتری با افراد و جامعه دارد و کمتر درگیر آسیب‌های اجتماعی می‌شود. با توجه به این نظریات می‌توان فرضیات زیر مطرح کرد:

- بین حمایت اجتماعی و آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش آموزان دختر رابطه وجود دارد.
- بین دینداری و آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش آموزان دختر رابطه وجود دارد.
- بین کنترل خانواده و آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش آموزان دختر رابطه وجود دارد.

### روش پژوهش

پژوهش حاضر به صورت پیمایشی انجام گرفته و برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده شده است. جامعه آماری این پژوهش، دانش آموزان دختر متوسطه اول شهر اراک (۲۶ و ۱۶ مدرسه در نواحی اول و دوم) به تعداد ۱۱۶۰۲ بودند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برابر با ۳۷۱ نفر محاسبه شد که بعد از کنار گذاشتن پرسشنامه‌های ناقص، ۳۶۵ پرسشنامه تحلیل شدند. روش نمونه‌گیری، تصادفی خوشه‌ای است. به این صورت که ابتدا جامعه آماری دانش آموزان دختر متوسطه اول به دو دسته (نواحی یک و دو آموزش و پرورش اراک) تقسیم شدند. برای دسترسی تصادفی به دانش آموزان، ابتدا از هر ناحیه مدرسی را به‌عنوان خوشه (سه مدرسه از ناحیه اول و دو مدرسه از ناحیه دوم) به صورت تصادفی انتخاب و سپس از داخل این مدارس سه کلاس به صورت تصادفی انتخاب شدند.

متغیر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی: به‌طور کلی آسیب‌ها به هر نوع عمل فردی یا جمعی گفته می‌شود که در راستای اصول اخلاقی و قواعد عام عمل جمعی یا غیررسمی جامعه محل فعالیت کنشگران قرار نمی‌گیرد و در نتیجه با منع قانونی و یا قبح اخلاقی و اجتماعی روبه‌رو می‌گردد (ستوده، ۱۴۰۰). یکی از آسیب‌هایی که با رشد فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی رشد پیدا کرده، آسیب‌های خانوادگی مرتبط با فضای مجازی است. برای سنجش این متغیر از پنج گویه مثل «مدت زمان استفاده از فضای مجازی را از خانواده‌ام پنهان می‌کنم»، «دوست ندارم والدینم بدانند از چه برنامه‌هایی استفاده می‌کنم»، «هنگام استفاده از این وسایل اگر اعضای خانواده با

من حرف بزنند، زود از کوره درمی‌روم»، استفاده شد. احصای گویه‌ها ابتدا بدین صورت بود که محقق با توجه به فضای مفهومی آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی و مرور پیشینه مطالعات مرتبط، گویه‌هایی طراحی و تدوین کرد و سپس توسط دو متخصص حوزه علوم اجتماعی مورد تأیید قرار گرفت. گویه‌های این متغیر بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از هرگز=۱ تا همیشه=۵) طراحی شده است. میزان آلفای کرونباخ این متغیر ۰/۷۶ و در حد مناسب قرار دارد.

حمایت اجتماعی: کوب (۱۹۷۶) حمایت اجتماعی را مجموعه اطلاعاتی تعریف می‌کند که شخص را به این اعتقاد می‌رساند که به یک شبکه‌ی اجتماعی و ارتباطی متعلق است و در آن، مورد توجه و علاقه‌ی دیگران است و از سوی آن‌ها مهم و باارزش تلقی می‌شود (رستگار خالد، ۱۳۸۴). برای سنجش و اندازه‌گیری مفهوم حمایت اجتماعی با توجه به پیشینه تحقیق، از دو بعد حمایت اطلاعاتی و عاطفی و ۸ گویه مثل «من کسی را دارم که به فکر من است»، «کسی هست که رازدار من است»، «من کسی را دارم که مرا درک کند» استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ این متغیر ۰/۸۹ و در حد مناسب قرار دارد.

دینداری: اطلاق لفظ دینداری هنگامی صورت می‌گیرد که مردم یا گروهی از افراد، تمامی یا بخشی از تعالیم و دستورات دینی را پذیرفته باشند. بنابراین می‌توان گفت که دینداری یا تدین عبارت است از التزام فرد به دین مورد قبول خویش. این التزام در مجموعه‌ای از اعتقادات، احساسات و اعمال فردی و جمعی که حول خداوند (امر قدسی) و رابطه ایمانی با او دور می‌زند، سامان می‌پذیرد (طالبان، ۱۳۸۰: ۹). این متغیر با توجه به پیشینه تحقیق، با ۸ گویه درباره اعتقاد به خدا و بهشت و جهنم و انجام برخی اعمال دینی مثل نماز و روزه مورد سنجش قرار گرفته است. گویه‌های این متغیر بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (از خیلی کم=۱ تا خیلی زیاد=۵) طراحی شده است. میزان آلفای کرونباخ این متغیر ۰/۸۵ و در حد مناسب قرار دارد.

کنترل خانواده: یکی از مسئولیت‌های مهم والدین آن است که برای فرزندان خود وظایف، مسئولیت‌ها و محدودیت‌های منطقی را تعیین کند و به آن‌ها تفهیم کند. نظارت بر رفتار فرزندان، مهارت‌های ارتباطی است که والدین متناسب با رشد فرزندان خود به کار می‌برند تا با آنان در مورد نگرانی‌های خود از برخی از رفتارهای آنان صحبت کنند و همچنین از نوع فعالیت‌های آنان آگاه شوند. (معیدفر، حبیب پور کتابی و گنجی، ۱۳۸۶: ۵۵). این متغیر با توجه به پیشینه تحقیق، با سؤالاتی مثل

۱- زمان بندی استفاده از فضای مجازی، ۲- تذکر و تنبیه در هنگام استفاده از فضای مجازی، ۳- موافقت والدین با استفاده از فضای مجازی در بیرون از خانه، ۴- جلوگیری در استفاده از سایت های غیرمجاز عملیاتی شد. پاسخ به این سؤالات در طیف لیکرت از خیلی زیاد=۵ تا خیلی کم = ۱ می باشد. میزان آلفای کرونباخ این متغیر ۰/۵۲ و در حد قابل قبول قرار دارد.

### یافته های پژوهش

نتایج نشان می دهد که ۲۹/۸ درصد از افراد پایه هفتم، ۳۱/۸ درصد پایه هشتم و ۳۸/۴ درصد پایه نهم هستند. میانگین سنی افراد ۱۳/۸ سال است. همچنین میانگین درآمد والدین دانش آموزان حدود ۲۴/۴ میلیون تومان است.

جدول ۱ توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب سؤالات متغیر آسیب های خانوادگی فضای مجازی را نشان می دهد. مطابق نتایج این جدول، سؤالات «هنگام استفاده از این وسایل اگر اعضای خانواده با من حرف بزنند، زود از کوره درمی روم» و «از وقتی از این وسایل استفاده می کنم، کمتر با خانواده ام ارتباط کلامی دارم» بیشترین میانگین را به خود اختصاص داده است. همچنین سؤالات «مدت زمان استفاده از فضای مجازی را از خانواده ام پنهان می کنم» و «استفاده از این وسایل را به روابط خانوادگی ترجیح می دهم» دارای کمترین میانگین است.

جدول ۱. توزیع درصدی پاسخگویان بر حسب سؤالات متغیر آسیب های خانوادگی فضای مجازی

سؤالات	همیشه	بیشتر اوقات	گاهی اوقات	به ندرت	هرگز	جمع	میانگین	انحراف معیار
هنگام استفاده از وسایل فضای مجازی اگر اعضای خانواده با من حرف بزنند، زود از کوره درمی روم.	۱۳/۲	۱۰/۸	۲۱/۱	۲۱/۳	۳۶/۶	۱۰۰	۲/۴۹	۱/۳۹
از وقتی از این وسایل استفاده می کنم، کمتر با خانواده ام ارتباط کلامی دارم.	۱۱/۵	۱۴/۵	۱۹/۲	۱۷/۶	۳۷/۱	۱۰۰	۲/۴۶	۱/۴
دوست ندارم والدینم بدانند از چه برنامه هایی استفاده می کنم.	۱۸/۸	۹/۵	۱۳/۱	۱۵/۴	۴۶/۲	۱۰۰	۲/۳۳	۱/۵۱

بررسی رابطه حمایت، دینداری و کنترل خانواده با [...]

انحراف معیار	میانگین	جمع	هرگز	به ندرت	گاهی اوقات	بیشتر اوقات	همیشه	سؤالات
۱/۳۸	۲/۰۸	۱۰۰	۵۳/۵	۱۳/۶	۱۴/۴	۸	۱۰/۵	استفاده از این فضا را به روابط خانوادگی ترجیح می‌دهم.
۱/۳۲	۲/۰۶	۱۰۰	۵۲/۵	۱۴/۱	۱۶/۲	۹/۳	۷/۹	مدت استفاده از فضای مجازی را از خانواده‌ام پنهان می‌کنم.

جدول ۲ نشان می‌دهد که بیشترین آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در افراد در حد کم با ۵۲/۳ درصد می‌باشد. بعدازآن میزان این آسیب در حد متوسط با ۲۹/۳ درصد بیشترین میزان را به خود اختصاص داده است. میانگین بعد آسیب‌های خانوادگی در حد ۲/۲۵ از ۵ است که این حکایت از این دارد که میزان آسیب‌های خانوادگی در حد کم قرار دارد. میانگین متغیرهای حمایت اجتماعی، دینداری و کنترل خانواده به ترتیب در حد ۳/۴۴، ۳/۶۶ و ۳/۰۸ و در حد متوسط قرار دارد.

جدول ۲. توصیف متغیرهای تحقیق

کنترل خانواده	دینداری		حمایت اجتماعی		آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی		میانگین
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	
کم	۶۶	۱۰/۲	۳۷	۲۱/۱	۷۷	۵۲/۳	۱۹۱
متوسط	۲۱۸	۳۸/۳	۱۳۹	۳۲/۶	۱۱۹	۲۹/۳	۱۰۷
زیاد	۸۰	۵۱/۵	۱۸۷	۴۶/۳	۱۶۹	۱۸/۴	۶۷
جمع	۳۶۴	۱۰۰	۳۶۵	۱۰۰	۳۶۵	۱۰۰	۳۶۵
میانگین	۳/۰۸	۳/۶۶	۳/۴۴	۲/۲۵			
انحراف استاندارد	۰/۷۵	۰/۹۵	۱/۱۳	۱/۰۵			

جدول ۳ ضریب همبستگی بین متغیرهای تحقیق را نشان می‌دهد. مطابق این نتایج، متغیر آسیب خانوادگی فضای مجازی با متغیرهای حمایت اجتماعی، دینداری و کنترل خانواده رابطه معکوس و معنادار دارد. بدین معنا که با افزایش متغیرهای حمایت اجتماعی، کنترل خانواده و دینداری، متغیر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی کاهش می‌یابد.

جدول ۳. ضریب همبستگی پیرسون بین متغیرهای تحقیق

کنترل خانواده	دینداری	حمایت اجتماعی	آسیب خانوادگی	
			۱	آسیب خانوادگی فضای مجازی
		۱	۰/۲۷ **	حمایت اجتماعی
	۱	۰/۲۱ **	۰/۳۲ **	دینداری
۱	۰/۳۴ **	۰/۱۵ **	۰/۳۰ **	کنترل خانواده

\* معناداری کمتر از ۰/۰۵ و \*\* معناداری کمتر از ۰/۰۱.

جدول ۴ مدل رگرسیونی چند متغیره آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی را نشان می‌دهد. اطلاعات این جدول نشان می‌دهد که همبستگی چندگانه (R) معادل ۴۲ درصد است که گویای این مطلب است که متغیرهای حمایت اجتماعی، دینداری و کنترل خانواده به‌طور هم‌زمان ۴۲ درصد با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی ارتباط دارند. ضریب تعیین ( $R^2$ ) نیز ۱۸ درصد محاسبه شده است. به این معنی که حدود ۱۸ درصد از تغییرات آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی توسط متغیرهای مستقل توضیح داده می‌شود. ضرایب تأثیر استاندارد موجود در این جدول نشان می‌دهد که قوی‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های متغیر آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی به ترتیب متغیرهای، دینداری (بتا=۰/۲۱-)، حمایت اجتماعی (بتا=۰/۲۰-) و کنترل خانواده (بتا=۰/۱۹-) می‌باشند. البته با توجه به کم بودن مقدار ضریب تعیین، نرمال بودن نمرات باقیمانده ضرایب رگرسیون با آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بررسی شد و نشان داد که باقی‌مانده‌ها در سطح معناداری ۰/۱۱۲ دارای توزیع نرمال هستند.

جدول ۴. آماره‌های تحلیل رگرسیون چندگانه برای تبیین آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی

متغیرهای مستقل	ضرایب غیراستاندارد	ضرایب استاندارد	مقدار t	سطح معناداری
حمایت اجتماعی	۰/۱۸-	۰/۲۰-	۴/۱۲-	۰/۰۰۰
دینداری	۰/۲۲-	۰/۲۱-	۳/۹۸-	۰/۰۰۰
کنترل خانواده	۰/۲۷-	۰/۱۹-	۳/۸۷-	۰/۰۰۰
خلاصه مدل	Sig=000/0	F=44/26	R2=18/0	R= 42/0

## نتیجه‌گیری

هدف از این تحقیق بررسی آسیب‌های فضای مجازی در دانش‌آموزان دختر متوسطه اول شهر اراک بوده است. به‌منظور روشن شدن هر چه بیشتر مفاهیم این پژوهش، به بررسی و مطالعه تعداد زیادی از پژوهش‌های انجام شده در داخل و خارج از کشور مبادرت ورزیدیم. از این حیث در این پژوهش به دنبال شناخت علت تفاوت احتمالی این پژوهش‌ها، با تکیه بر مباحث نظری مطرح شده و مطالعه تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع، زوایای نظری کار مورد بررسی قرار گرفت و بر همین اساس فرضیاتی مطرح گردید که در ادامه هر کدام از آن‌ها تحلیل خواهند شد.

یکی از فرضیات تحقیق حکایت از این دارد که بین حمایت اجتماعی با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش‌آموزان دختر متوسطه اول رابطه وجود دارد که توسط یافته‌های تحقیق مورد تأیید قرار گرفت. رویکرد نظری حمایت اجتماعی در پیوند با همبستگی اجتماعی، سابقه‌ای به قدمت جامعه‌شناسی کلاسیک دارد. دورکیم با طرح مفهوم همبستگی اجتماعی (دورکیم، ۱۳۸۷) به گونه‌ای غیرمستقیم به حمایت اجتماعی به‌عنوان محصولی برآمده از روابط اجتماعی توجه دارد. اگرچه او برای اولین بار بحث تأثیر شبکه روابط اجتماعی و حمایت‌های منتج از این شبکه را در آسیب‌شناسی باب نمود؛ اما حمایت اجتماعی در تحلیل‌های آسیب‌شناختی اجتماعی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از نظر ساراسون و دیگران حمایت اجتماعی به‌عنوان میزان برخورداری از محبت، همراهی و توجه اعضای خانواده، دوستان و سایر افراد تعریف شده است. برخی، حمایت‌های اجتماعی را واقعیت اجتماعی و برخی آن را ناشی از ادارک فرد می‌دانند (علی‌پور، ۱۳۸۳). حمایت واقعی عبارت است از نوع و فراوانی تعاملات حمایتی خاص است که فرد در روابط اجتماعی در قالب آن‌ها کمک‌های ابزاری، عاطفی و اطلاعاتی را از دیگران دریافت می‌کند. افراد براساس روابط اجتماعی و نوع پیوندهایی که دارند از منابع حمایتی برای برطرف کردن نیازهایشان استفاده می‌کنند، به طوری که هر اندازه روابط اجتماعی گسترده‌تر باشد میزان دسترسی به منابع حمایتی را بیشتر می‌کند و احتمالاً این منابع حمایت اجتماعی می‌تواند حوادث منفی زندگی را کاهش داده و به‌مثابه چتر دفاعی در مقابل عوامل استرس‌زای زندگی اجتماعی عمل می‌کند؛ و درنهایت در ارتباط با جرم از نظریه ساراسون می‌توان چنین استنباط نمود که حمایت اجتماعی با کاهش ناکامی‌ها و تقویت خودپنداره مثبت احتمال درگیری افراد را در آسیب‌های اجتماعی را کاهش می‌دهد. نتایج این تحقیق در راستای نتایج تحقیقات

قبلی مثل بهروزی و همکاران (۱۳۹۱)، تمنائی فرو و همکاران (۱۳۹۲) قرار دارد. با توجه به تأثیرگذاری منفی حمایت بر آسیب‌های فضای مجازی در دانش آموزان شهر اراک، می‌توان بیان کرد که این متغیر دارای اهمیت برای مدیریت این آسیب‌ها است ولی مشاهدات میدانی محقق حکایت از این دارد که یک درصد قابل توجهی از دانش آموزان متوسط اول شهر اراک این حمایت‌ها را اصلاً ندارند و یا احساس می‌کنند که ندارند. خانواده و همسالان مهم‌ترین منابع حمایتی از نوجوانان هستند ولی اگر به هر دلیلی این منابع اگر برای دانش آموزان شهر اراک در دسترس نبود، منابع دیگر مثل اولیای مدارس باید نقش جایگزین را بازی کنند که تأثیرگذاری حمایت اجتماعی برای مدیریت آسیب‌های فضای مجازی بیشتر از قبل شود.

یکی دیگر از فرضیات تحقیق نشان می‌دهد که بین کنترل والدین با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش آموزان دختر متوسطه اول رابطه وجود دارد که نتایج این تحقیق فرضیات مذکور را تأیید می‌کنند. هیرشی معتقد است چهار عنصر اصلی که باعث پیوند فرد و جامعه می‌شود شامل: وابستگی به اجتماع، تعهد، مشغولیت (مشارکت در فعالیت‌های اجتماعی)، اعتقاد و باور داشتن به قواعد اجتماعی است. بنابراین، اگر ضوابط اخلاقی در فرد درونی شده باشند و افراد با جامعه پیوندهای تنگاتنگی داشته باشند، آن‌ها عمداً گرایش خودشان را به ارتکاب به رفتارهای بزهکارانه محدود می‌کنند. پیوستگی اولین عنصر از عناصر پیوند اجتماعی هیرشی است و به صورت پیوند احساسی افراد با دیگران مهم مثل خانواده، دوستان، مذهب و بستگان نزدیک تعریف می‌شود. پس هرچه پیوستگی فرد با خانواده بالا باشد رفتارهای کجروانه مثل آسیب‌های مرتبط با فضای مجازی آن کمتر است. قابل ذکر است که تحقیقات بسیاری قبل از این رابطه مذکور صدیق جلال و فتحی (۲۰۱۵)، تادپاتریکار و همکارانش (۲۰۲۱) را تأیید کردند. در این باره می‌توان بیان کرد که خانواده در بیشتر جوامع، به خصوص جامعه ایران، مهم‌ترین نهاد اجتماعی کردن فرزندان است و می‌تواند مانع درگیری اعضای خود در آسیب‌های اجتماعی شود ولی نتایج تحقیق و مشاهدات محقق نشان می‌دهد خانواده دانش آموزان در شهر اراک، به خصوص در مناطق کم برخوردار، انسجام لازم را برای تأثیرگذاری و مدیریت رفتارهای دانش آموزان را ندارد. برخی خانواده‌ها به دلایلی مثل طلاق و تک سرپرست بودن و برخی دیگر به دلایلی مثل مشغله زیاد والدین و نیازهای مبرم مالی، توانایی لازم را برای حفظ و حراست از فرزندان برای درگیر نشدن در آسیب‌های اجتماعی مختلف، به خصوص آسیب‌های فضای مجازی، ندارند.

یکی از فرضیات تحقیق حکایت از این دارد که بین دینداری با آسیب‌های خانوادگی فضای مجازی در دانش آموزان دختر متوسطه اول رابطه وجود دارد که نتایج این تحقیق فرضیات مذکور را تأیید می‌کنند. هیرشی مدعی است که وجود پیوستگی با مذهب و ... با رضایت از زندگی، کسب علم و موفقیت تحصیلی، عزت نفس و آرامش روحی ارتباط معنی‌دار دارد. همچنین نبود پیوستگی با مذهب و ... با کجروی افراد و خطر ابتلا به بیماری‌های روانی در درازمدت رابطه معنی‌دار دارد. هیرشی بیان می‌دارد افرادی که پیوندهای قوی‌ای با جامعه دارند کم‌تر متمایل به انحراف از هنجارهای جامعه هستند؛ زیرا آن‌ها هنجارهای جامعه را درونی کرده و مورد قبول قرار داده‌اند. سایرینی که دارای پیوندهای ضعیف با جامعه هستند بیش‌تر متمایل به انحراف از هنجارهای جامعه هستند؛ زیرا آن‌ها هنجارهای فرهنگی و اجتماعی جامعه را درونی نکرده‌اند. پس هرچه پیوستگی فرد بالا باشد رفتارهای کجروانه آن‌ها کمتر است. قابل ذکر است که تحقیقات بسیاری قبل از این رابطه مذکور مثل قاسمی و همکارانش (۱۳۹۲) و گنجی و همکارانش (۱۳۹۴) را تأیید کردند. در این باره می‌توان بیان کرد که مشاهدات میدانی در برخی مدارس و مناطقی که افراد آن دارای پیوندهای بیشتر با مذهب بودند و به اصطلاح دیندارتر بودند، آسیب‌های فضای مجازی کمتر مشاهده می‌شد و این می‌تواند یک مدعا برای تأیید تأثیر منفی دینداری بر آسیب‌های اجتماعی به‌طور کلی و آسیب‌های فضای مجازی به‌طور خاص باشد.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### ORCID

Seyed Ahmad Mir Mohamad Tabar  <https://orcid.org/0000-0003-0440-7011>

Mojtaba Mohammadi Jalali Farahani  <https://orcid.org/0000-0003-4395-0172>

## منابع و مأخذ

- احمدی، عزت‌اله، عدلی‌پور، صمد و میرمحمد تبار، سید احمد، ابوترابی، فاطمه (۱۳۹۴). تأثیر شبکه اجتماعی فیس بوک بر ارزش‌های خانوادگی دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهر تبریز، توسعه اجتماعی، ۹ (۴)، ۱۰۷-۱۳۴. doi:10.22055/qjsd.2015.11932
- افشار، سیمین، میرمحمد تبار، سیداحمد، پیرحیاتی، نرگس و اقبالی، سمیه (۱۳۹۵). شبکه اجتماعی فیس‌بوک و هویت شخصی مدرن دختران و زنان شهر تهران. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۳ (۸۷)، ۱۳۷-۱۵۷. doi:10.22082/cr.2016.23514
- امیری، مجید و موسوی، ستاره (۱۳۹۶). بررسی نقش عوامل خانوادگی در تشدید آسیب‌های فضای مجازی در جامعه اسلامی. مطالعات اخلاقی کاربردی، ۱۳ (۵۰)، ۱۸۵-۲۰۷. doi:10.22081/jare.2018.48938.1116
- بافقی، نگار و منادی، مرتضی (۱۴۰۰). دنیای دانش‌آموزان دبیرستانی شهرستان یزد در شبکه‌های اجتماعی مجازی: یک پژوهش کیفی. جامعه، فرهنگ، رسانه، ۱۰ (۳۸)، ۳۱-۵۱. doi:20.1001.1.38552322.1400.10.38.2.1
- به‌داروند، نرگس (۱۳۹۱). بررسی آسیب‌های نوپدید در نوجوانان استان خوزستان، نخستین کنگره ملی آسیب‌های اجتماعی نوپدید و فضای مجازی، تهران: وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
- دعاگویان، داود و حبیب‌زاده ملکی، اصحاب (۱۳۹۲). بررسی تطبیقی عوامل مؤثر بر ارتکاب اعمال منافی عفت جوانان (مطالعه دو گروه جوانان و مجرمین شهرستان تبریز ۱۳۹۱)، دانش انتظامی آذربایجان شرقی، ۳ (۴)، ۲۷-۵۲.
- ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۱). فراغت، مصرف و جامعه، تهران: تیسرا.
- ریبعی، علی و محمدزاده یزد، فرشته (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی فضای مجازی، بررسی تأثیر استفاده از اینترنت بر انزوای اجتماعی دانشجویان. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۲ (۶)، ۴۳-۶۰. doi:20.1001.1.22517081.1392.2.1.3.7
- رستگارخالد، امیر (۱۳۸۴). گسترش نقش زنان در جهت حمایت‌های شغلی - خانوادگی. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۶ (۴)، ۱۲۶-۱۶۵.
- رسول‌زاده اقدم، صمد؛ میرمحمد تبار، سیداحمد؛ افشار، سیمین و عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۴). تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای رسانه‌های اجتماعی بر ارزش‌های جوانان ایرانی. راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۵ (۱۷)، ۶۵-۹۴. doi:20.1001.1.22517081.1395.5.3.5.4
- رهبر، نسیمه، نیک قدم حجتی، ساناز و سلیمانی روزبهانی، فاطمه (۱۳۹۴). تعیین عوامل مؤثر بر آسیب‌های فضای مجازی و راهکارهای مقابله با آن، در دانش‌آموزان ایرانی (مطالعه موردی: دانش‌آموزان مقطع متوسطه و پیش‌دانشگاهی مدارس ناحیه ۱ کرج). دومین همایش بین‌المللی مدیریت و فرهنگ توسعه، تهران.
- سپهری، آسیه (۱۳۹۳). تحلیل سبک زندگی جوانان کاربر شبکه اجتماعی فیس‌بوک، مطالعات جوان و رسانه، ۱۳ (۱)، ۴۰-۱۳.

## بررسی رابطه حمایت، دینداری و کنترل خانواده با [...] ]

ستوده، هدایت‌الله (۱۴۰۰). آسیب‌شناسی اجتماعی. تهران. آوای نور.

سیف درخشنده، سعید، عطادخت، اکبر، حاجلو، نادر، میکاییلی، نیلوفر. (۱۴۰۰). مدل‌یابی گرایش دانش‌آموزان به فضای مجازی بر مبنای عوامل فردی، زمینه‌ای و محیطی: ارزیابی پیامدهای روان‌شناختی آن. *مطالعات روانشناسی تربیتی*، ۱۸ (۴۴)، ۱۳۵-۱۵۳. doi:10.22111/jeps.2021.6635

شهابی عنبران، بهجت، جعفری، علی، هاشمی، شهناز و سلطانی‌فر، محمد (۱۴۰۲). هویت‌های دوگانه در فضای مجازی- واقعی نوجوانان (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دوره دوم متوسطه استان اردبیل). *فصلنامه مطالعات فرهنگ- ارتباطات*، ۲۴ (۶۱)، ۳۳-۶۴. doi:10.22083/jccs.2023.331813.3560

طالبان، محمدرضا (۱۳۸۰)، *دینداری و بزهکاری در بین نوجوانان دانش‌آموز*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

عباس‌زاده، محمد و عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۷). بازسازی معنایی شبکه‌های اجتماعی موبایلی در زندگی روزمره جوانان ایرانی، *فرهنگ در دانشگاه اسلامی*، ۸ (۲۸)، ۴۲۷-۴۵۲.

عبداللهیان، حمید و کرمانی، حسین (۱۳۹۲)، *سنجش سرمایه اجتماعی کاربران ایرانی شبکه اجتماعی فیس‌بوک، تحقیقات فرهنگی ایران*، ۶ (۳)، ۲۶-۱. doi:10.7508/ijcr.2013.23.001

عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۱). تحلیل جامعه‌شناختی پیامدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی بر هویت اجتماعی کاربران جوان شهر اصفهان، *دانشگاه اصفهان، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، گروه علوم اجتماعی*.

علی‌وردی‌نیا، اکبر، ریاحی، محمداسماعیل و پورحسین، سیده‌زینب (۱۳۸۹). *بررسی رابطه بین حمایت اجتماعی و سلامت روان*. *رفاه اجتماعی*، ۱۰ (۳۹)، ۸۵-۱۲۱.

قاسمی، وحید، میرمحمدتبار، سیداحمد و عدلی‌پور، صمد (۱۳۹۲). تبیین جامعه‌شناختی تأثیر رسانه‌های خارجی بر کجروی فرهنگی دانش‌آموزان دبیرستانی شهر فریدونکنار. *مطالعات توسعه اجتماعی- فرهنگی*، ۲ (۳)، ۵۳-۷۸.

گنجی، محمد؛ نیازی، محسن و ملک‌پور شهرکی، علیرضا (۱۳۹۴). *بررسی تأثیر اعتیاد به فناوری‌های نوین ارتباطی بر آزار هم‌گسیختگی خانوادگی در شهر کرد*. *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، ۴ (۱)، ۱۶۷-۱۹۴. doi:10.22059/jisr.2015.55081

محمدی جلالی، مجتبی، میر محمد تبار، سیداحمد، عدلی‌پور، صمد (۱۴۰۲)، *مطالعه کیفی آسیب‌های فضای مجازی در دانش‌آموزان شهر اراک، علوم اجتماعی دانشگاه فردوسی مشهد*. پذیرفته شده. doi:10.22067/social.2024.86823.1480

مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۳۹۵). *نظام مسائل استان مرکزی*. گزارش استانی. تهران.

مسعودنیا، ابراهیم (۱۳۹۸). تأثیر وابستگی به فضای سایبر بر انزوای اجتماعی دانش‌آموزان دبیرستانی. *مسائل اجتماعی ایران*، ۱۰ (۲)، ۲۹۹-۳۲۲. doi:20.1001.1.24766933.1398.10.2.14.8

معیدفر، سعید، حبیب پورگتابی، کرم و گنجی، احمد (۱۳۸۶). *مطالعه پدیده استفاده اعتیادی از اینترنت در بین نوجوانان و جوانان (۲۵-۱۵ سال) شهر تهران*. *مجله جهانی رسانه*، ۱ (۴)، ۱-۲۴.

میرمحمدتبار، سیداحمد (۱۴۰۲). بررسی و تبیین آسیب‌های اجتماعی شهر اراک، طرح پژوهشی، اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان مرکزی، اراک.

ویلیامز، فرانک؛ و مک شین، ماریلین (۱۳۹۱). نظریه‌های جرم‌شناسی ترجمه حمیدرضا ملک محمدی، تهران: میزان.

یعقوبی، حسن؛ یوسفی، رحیم و امین‌زاده، محمد (۱۳۹۸). ارتباط فعالیت‌های اجتماعی و ورزش‌های گروهی با میزان اعتیاد به فضای مجازی. مطالعات روان‌شناسی ورزشی، ۸(۲۹)، ۲۰۳-۲۱۸.  
doi:10.22089/spsyj.2019.7227.1771

Abbaszadeh, M. and Adlipour, S. (2017). Semantic Restructuring of Mobile Social Networks in Everyday Life of the Iranian Youth. *Culture in Islamic University*, 8(28), 427-452. **[In Persian]**

Abdollahian, H., & Kermani, H. (2013). Measuring Social Capital in Virtual Social Networks; Introducing Workable Indices. *Journal of Iranian Cultural Research*, 6(3), 1-26. doi:10.7508/ijcr.2013.23.001. **[In Persian]**

Adlipour, S. (2012). Sociological analysis of the consequences of virtual social networks on the social identity of young users of Isfahan city, Isfahan University, Faculty of Literature and Humanities, Department of Social Sciences. **[In Persian]**

Afshar, S., Mir-Mohammad-Tabar, S. A., Pirhayati, N., & Iqbali, S. (2016). Facebook and the Modern Personal Identity of Girls and Women in Tehran. *Communication Research*, 23(87), 137-157. doi:10.22082/cr.2016.23514. **[In Persian]**

Ahmadi, E., adlipour, S., mir mohammad tabar, S. A., & aboutorabi, F. (2015). Effect of Facebook Social Network on Family Values of High School Students in the City of Tabriz. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 9(4), 107-134. doi:10.22055/qjds.2015.11932. **[In Persian]**

Akram, W., & Kumar, R. (2017). A study on positive and negative effects of social media on society. *International Journal of Computer Sciences and Engineering*, 5 (10), 351-354.

Amiri, M, & Mousavi, S. (2016). Investigating the role of family factors in aggravating cyberspace harm in Islamic society. *Quarterly Scientific Journal of Applied Ethics Studies*, 13(50), 185-209. doi:10.22081/jare.2018.48938.1116. **[In Persian]**

Behdarvand, N. (2011). Investigation of emerging harms in teenagers of Khuzestan province, the first national congress of emerging social injuries and virtual space, Tehran: Ministry of Cooperation, Labor and Social Welfare. **[In Persian]**

Bryant, J., & Oliver, M. B. (2009). *Media effects: Advances in theory and research*. Routledge.

Cobley, P., & Schulz, P. J. (2013). *Theories and models of communication*. Walter de Gruyter.

Doagoyan, D., & Habibzadehmaleki, A. (2014). A comparative study of factors affecting youth committing licentious exertions (Study of two youth groups and offenders in Tabriz city, 1391). *East police Azarbaijan science*, 3(11), 27-47. **[In Persian]**

Farnicka, M. (2017). Impact of cyberspace on individual safety and group security—a human develop-

mental psychology approach. *Cyberspace: Risks and Benefits for Society, Security and Development*, 21(2). 95-117.

Ford, J. A(2008), Nonmedical Prescription Drug Use Among Adolescents The Influence of Bonds to Family and School, *Youth & Society*,40(3): 336-352.

Ganji, M., Niazi, M., & Malekpoor shahraki, A. (2015). The Role of New Communication Technologies (Internet and Satellite) in the Province of CHahar Mahal and Bakhtiari Family Torn a Part. *Quarterly of Social Studies and Research in Iran*, 4(1), 167-194. doi:10.22059/jisr.2015.55081. **[In Persian]**

Ghasemi, V, Mir Mohammad Tabar, Ahmad, Adlipour, S(2014). Sociological Explanation of the Effect of Foreign Media on High School Students' Cultural Deviance in Fereydunkenar City. *Social-cultural development studies*, 2 (3) :53-78. **[In Persian]**

Heiberger, G., & Harper, R. (2008). Have you Facebooked Astin lately? Using technology to increase student involvement. *New directions for student services*, 124, 19-35.

Hosseini bafghi, N., & monadi, M. (2021). Yazd high school Students 'world in Virtual Social Networks: Qualitative research. *Society Culture Media*, 10(38), 31-51. doi:20.1001.1.38552322.1400.10.38.2.1 . **[In Persian]**

Huebner, Angela J. and Betts, Sherry C. (2002), Exploring the Utility of Social Control Theory for Youth Development: Issues of Attachment, Involvement, and Gender, *Youth & Society*, 34(2): 123- 145.

Kelleci, M., & Inal, S. (2010). Psychiatric symptoms in adolescents with Internet use: comparison without Internet use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13(2), 191 - 194.

Lai, F. T., & Kwan, J. L. (2017). Socioeconomic influence on adolescent problematic Internet use through school -related psychosocial factors and pattern of Internet use. *Computers in Human Behavior*, 68, 121 -136.

Mahmoudi S, Mazidi Sharafabadi A M, Islami H. (2023). Modeling Social Harms of Adolescents in Virtual Social Networks. *Iranian Evolutionary Educational Psychology*. 5(1), 182-191.

Masoudniae E. (2020). Impact of Cyberspace Dependency on Social Isolation among High School Students. *Social Problems of Iran*. 10(2), 299-322. doi:20.1001.1.24766933.1398.10.2.14.8. **[In Persian]**

Mir Mohammad Tabar, A. (2023), investigation and explanation of social harms in the city of Arak, research project, General Department of Culture and Islamic Guidance of Markazi Province, Arak. **[In Persian]**

Moedfar, S. Habibpour Getabi, K. & Ganji, A. (2007). Study of the Phenomenon of Addictive Use of the Internet among Adolescents and Young People (15-25 Years) in Tehran. *World Journal of Media*, 1(4), 1-24. **[In Persian]**

Mohammadi jalali farahani, M., Mir Mohamad Tabar, S. A., & Adlipour, S. (2024). Qualitative study of cyberspace harms in students of Arak city. *Ferdowsi University of Mashhad Journal of Social Sciences*, Accepted. doi:10.22067/social.2024.86823.1480. **[In Persian]**

Presidential Strategic Research Center (2015). Markazi province problem system. Provincial report. Tehran. **[In Persian]**

- Rabiei, A. Mohammadzadeh Yazd, F. (2012). Pathology of cyberspace, investigating the effect of internet use on students' social isolation. *Socio-cultural strategy*, 2(6), 43-60. doi:20.1001.1.22517081.1392.2.1.3.7. **[In Persian]**
- Rahbar, N, Nik Kadam Hojjati, S, Soleimani Rozbahani, F. (2014). Determining the factors affecting cyberspace harms and strategies to deal with them in Iranian students (case study: secondary and pre-university students of Karaj district 1 schools). The second international conference on management and development culture, Tehran. **[In Persian]**
- Rahman, K. A., & Zhang, D. (2017). Globalization and family values: Eroding trends. *International Journal of Social and Administrative Sciences, Asian Economic and Social Society*, 2(2), 63-74.
- Rastegar Khaled, A. (2005). Expanding the Role of Women in Career-Family Support. *Iranian Journal of Sociology*, 6(4), 126-165. **[In Persian]**
- Rasulzade Aghdam, S., Afshar, S., Adlipour, S., & Mirmohamdtabar, S. A. (2016). Analyzing the Relationship of Social Capital and Lifestyle with the Tendency to Childbearing (Case Study: Students of Azarbaijan Shahid Madani University). *Socio-Cultural Strategy*, 5(3), 107-135. doi:20.1001.1.22517081.1395.5.3.5.4. **[In Persian]**
- Riahi M E, Aliverdina A, Pourhossein Z. (2011). Relationship between Social Support and Mental Health. *Refah journal*. 10(39), 85-121. **[In Persian]**
- Ridenour, T, Greenberg, M, Cook, E. (2006), Structure and validity of people in my life: A self-report measure of attachment in late childhood, *Journal Youth Adolescence*, 35(6):1037-1053.
- Sedghijalal, A., Fathi, S. (2015). The virtual social networks and couples' commitment, *International Journal of Social Sciences*, 5 (3), 51-60.
- Seif Derakhshandeh, S., Atadokht, A., Hajloo, N., & Mikaeili, N. (2021). Modeling students' tendency to cyberspace based on individual, contextual and environmental factors: Assessing its psychological consequences. *Journal of Educational Psychology Studies*, 18(44), 153-135. doi:10.22111/jeps.2021.6635. **[In Persian]**
- Sepehri, A. (2014). An analysis of the lifestyle of young Facebook users, *Youth and Media Studies*, 13(1), 13-40. **[In Persian]**
- Shahabi anbaran, B., jafari, A., Hashemi, S., & Soltanifar, M. (2023). Adolescents' Dual Identities in Cyber-Real space (Case Study: Secondary School Students in Ardabil Province). *Journal of Culture-Communication Studies*, 24(61), 33-64. doi:10.22083/jccs.2023.331813.3560. **[In Persian]**
- Shechory, M. & Laufer, A. (2008), Social Control Theory and the Connection With Ideological Offenders Among Israeli Youth During the Gaza Disengagement Period, *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 52(4): 454-473.
- Smahel, D., Brown, B. B., & Blinka, L. (2012). Associations between online friendship and Internet addiction among adolescents and emerging adults. *Developmental psychology*, 48(2), 381.
- Sotoudeh, H. (2001). *Social Pathology*. Tehran. Avayenor. **[In Persian]**
- Tadpatrikar, A., Sharma, M. K., & Viswanath, S. S. (2021). Influence of technology usage on family com-

بررسی رابطه حمایت، دینداری و کنترل خانواده با [...] ]

munication patterns and functioning: A systematic review. *Asian Journal of Psychiatry*, 58, 102595.

Taliban, M. (2001), *Religiosity and Delinquency among Adolescent Students*, Tehran: Culture, Art and Communication Research Institute of the Ministry of Culture and Islamic Guidance. **[In Persian]**

Williams, F. & McShane, M. (2011). *Criminological theories*, translated by Hamid Reza Malek Mohammadi, Tehran: Mizan. **[In Persian]**

Yaghoubi, H., yousefi, R., & Aminzadeh, M. (2019). The Relationship between Social Activities and Group Sports with the Rate of Addiction to Cyberspace. *Sport Psychology Studies*, 8(29), 203-218. doi:10.22089/spsyj.2019.7227.1771. **[In Persian]**


Zokai, Mohammad Saeed (2012), *Leisure, Consumption and Society*, Tehran: Tisa. **[In Persian]**




This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.



## Reasons for the use of religious mobile applications by young Tehrani girls

**Meysam Farokhi** , Associate Professor, Department of Communication and Cultural Studies, Refah Faculty, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: Farokhi@refah.ac.ir

**Safaneh Khanzaeh** , Master's in social communication sciences, Department of Communication and Cultural Studies, Refah Faculty, Tehran, Iran. Email: safaneh.khanzadeh@refah.ac.ir

### ABSTRACT

**Introduction:** Applications are one of the most popular media that have many audiences, especially young girls. Boyd (2019) states that gender affects users' participation in virtual social networks. Mc Quail (2008) states that the high use of media is related to having a lot of time at home and people with more free time use communication technologies more. Girls are more inclined towards religious applications to meet their religious needs. According to the stated content, finding the reasons for using religious mobile applications among people in society is important and worthy of attention. Therefore, the main concern of the author of this study is the reasons for the use of religious mobile applications by young Tehrani girls, and in other words, the researcher's answer to the question is what are the reasons for the use of religious mobile applications among young Tehrani girls?

**Methods:** In this research, a survey method and a questionnaire were used. The questionnaire included 6 dimensions and 28 items. The statistical population is all young girls aged 18 to 25 in Tehran, who are 888,528 people according to the official statistics of the general population census, and 384 people were selected using the cluster sampling method. In this regard, the 22 regions of Tehran municipality were classified into three clusters, including regions 1 to 5 in the first cluster, regions 6 to 14 in the second cluster, and regions 15 to 22 in the third cluster, according to their geographical location and economic and social base. Then one area was randomly selected from each cluster. So that point 2 from the first cluster, point 12 from the second cluster and region 17 from the third cluster were selected. After determining the sample size from each region, a number of blocks under each sample were randomly selected and finally the questionnaire was completed. In this research, the Kolmogorov-Smirnov test was used to check the assumption of normality of the research data, which according to the results of the research variables were normal. Also, regarding the reliability of the research, Cronbach's alpha was used in the pre-test sample of 50 people, which is confirmed by the alpha coefficient of each variable (more than 0.92).

**Results:** The studies obtained in the field of education level of young Tehrani girls show that the highest percentage of respondents is bachelor's education level with 47.9%, diploma level with 33.1% and postgraduate level with 19%, in the following ranks. It was them. Looking at the age variable, the age group of 22-25 years with

58.9% has the highest percentage of respondents, and the age group of 18-21 years with 41.1% is the next rank of respondents. According to the findings, the average reasons for the use of religious mobile applications by young Tehrani girls in the studied society is 2.73. Since the calculated  $t$  was smaller than the table  $t$  at the  $P < 0.001$  level. Therefore, the reasons for using religious mobile applications among young Tehrani girls in the studied society are at an average level. The examination of the following categories also indicates that young Tehrani girls believe that the two components of loyalty and privacy are the main reasons for their use of religious mobile applications with an average of 3.45 and 3.42, respectively. It should also be noted that the two components of functionality and practical content are the least reasons for use by Tehrani girls in the field of religious mobile applications with an average of 1.59 and 2.14, respectively. In other words, from their point of view, the effectiveness of the mentioned applications in terms of designing religious and religious issues, providing information and news in the field of religious topics, being equipped with modern technology knowledge and providing desirable educational programs is at a weak level. Also, religious applications in terms of practical content, including the presentation of attractive programs, variety of programs, desirable qualities, and easy updating, were evaluated in a low position by young girls of Tehran.

**Conclusions:** The results showed that the reasons for using religious mobile applications among young Tehrani girls are at an average level. In this regard, it can be said that the weakness or strength of the performance of religious programs in the real space is effective in the causes of the tendency of young people to use the virtual space. It should also be mentioned about the variables of the research regarding the reasons for the use of religious mobile applications by young Tehrani girls that, respectively, functional content is 0.84, efficiency is 0.80, satisfaction is 0.78, privacy is 0.74, and loyalty is 0.73 in the error level. 0.05 have the most effect in this regard. The results of this research with the researches of Hojjatnejad (2017) (loyalty), Haba and Daştan (2022) (efficiency), Gutner et al. (2019) (applicable content), Blanco et al. (2020) (usefulness, ease of use and security) Ching Laing et al. (2019) (satisfaction and pleasure) are aligned. Also, according to the results of the research, it should be mentioned that the usefulness of mobile applications will create value and increase the effectiveness of the advertisements of the desired application. has a positive effect on the mobile phone and its applications. The high willingness of people who accept these applications and the reasons for using them increases the tendency towards these applications. In general, it is suggested that the relevant mobile phone companies and organizations design their mobile applications in such a way that it motivates the users to use religious mobile applications. It is also suggested that the aforementioned institutions, using mobile phone-based services, adjust their product information in the application program in such a way as to help customers find the closest and most practical religious mobile applications. Also, designers of religious mobile applications can design product information according to many programs with the aim of responding to diverse cultural and religious needs.

### Keywords

Application, mobile, religious mobile application, reasons for use

## علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

میثم فرخی<sup>۱</sup> ID، سفانه خانزاده<sup>۲</sup> ID

### چکیده

پژوهش حاضر باهدف علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی انجام گرفته است. روش پژوهش از نوع پیمایشی و ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه دختران جوان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر تهران است که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای، تعداد ۳۸۴ نمونه انتخاب و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. برای سنجش متغیرهای این تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته ۲۸ سؤالی ناظر به اپلیکیشن‌های موبایلی دینی استفاده شده است. جهت محاسبه روایی از برخی اساتید و خبرگان و ناظر به پایایی پرسشنامه آلفای کرونباخ به کار گرفته شده که در مجموع (۰/۹۲ = آلفا) گویه‌ها تأیید شدند. در این پژوهش از آمار توصیفی و استنباطی (آزمون‌های تی استیودنت و رگرسیون خطی) استفاده شده است. یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان داد که علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی در جامعه مورد مطالعه نسبتاً مطلوب (در حد متوسط) می‌باشد. دو مؤلفه وفاداری و حریم خصوصی به ترتیب با میانگین ۳/۴۵ و ۳/۴۲ بیشترین علل استفاده دختران تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی و دو مؤلفه کارایی و محتوای کاربردی به ترتیب با میانگین ۱/۵۹ و ۲/۱۴ کمترین علل استفاده آنان از اپلیکیشن‌های مذکور است. با توجه به نتایج ضریب رگرسیون خطی نیز می‌توان اشاره نمود که از دیدگاه دختران جوانی تهرانی متغیرهای مورد بررسی به ترتیب شامل محتوای کاربردی (۰/۸۴)، کارایی (۰/۸۰)، رضایت‌مندی (۰/۷۸)، حریم خصوصی (۰/۷۴) و وفاداری (۰/۷۳) بیشترین تأثیر مثبت و معناداری را در این راستا داشتند؛ بنابراین، طراحان اپلیکیشن‌های موبایلی دینی می‌توانند اطلاعات محصول خود را با توجه به برنامه‌های فراوانی باهدف پاسخگویی به نیازهای متنوع فرهنگی و دینی مدنظر مخاطبان خود پیش‌بینی و برنامه‌ریزی کنند.

### واژگان کلیدی

اپلیکیشن، موبایل، اپلیکیشن موبایلی دینی، علل استفاده.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۳۰

۱. دانشیار گروه ارتباطات و مطالعات فرهنگی دانشکده رفاه تهران (نویسنده مسئول).

۲. کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی دانشکده رفاه تهران.

Farokhi@refah.ac.ir

safaneh.khanzadeh@yahoo.com

## مقدمه

با گسترش روزافزون فناوری، دنیای امروز سرعت، تنوع و ابزارهای مختلفی را در اختیار انسان‌ها گذاشته است تا به یاری آن‌ها بتواند علاوه بر برقراری ارتباط آسان، بسیاری از کارهای زمان‌بر و دشوار خویش را آسان نماید. مصداق بارز این ادعا تلفن همراه است که اکنون جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌ها به شمار می‌رود. این ابزار، روز به روز قابلیت‌ها و گستردگی بیشتری می‌یابد و به منزله رسانه‌ای کاربردی و پیشبردی، توجه شرکت‌ها و نهادهای مختلف را به خود جلب کرده است (ماه‌آورپور و کاظمی، ۱۳۹۶: ۵). طراحی برنامه‌های (اپلیکیشن) سیار نشانگر این توجه است. برنامه‌های کاربردی، نرم‌افزاری است که روی گوشی هوشمند نصب و اجرا می‌شود (Jaeki et al, 2021:40). این برنامه‌ها و کاربردهای متنوعی از جمله، تقویم، بازی و سرگرمی، اطلاعات آب‌وهوا، مدیریت عملیات بانکی و ... دارند و باید توجه داشت که به‌طور متوسط ۸۲ درصد از کاربران گوشی‌های هوشمند از برنامه‌های کاربردی تلفن همراه استفاده می‌کنند (Gracia et al, 2019:5). بعضی از این برنامه‌ها خیلی زود در جامعه رایج شده و توجه مخاطبان بسیاری را به خود جلب می‌کنند و در مقابل، بسیاری دیگر توفیق چندانی در این زمینه کسب نمی‌کنند.

تلفن‌های هوشمند، به دلیل ویژگی‌ها و قابلیت‌های منحصر به فردی که نسبت به سایر ابزارهای فناوری دارند و همچنین با توجه به امکانات جذاب و متنوعی که در اختیار کاربران قرار می‌دهند، توانسته‌اند به یک دستیار و همدم مجازی برای انجام تمامی فعالیت‌های روزمره افراد جامعه تبدیل شده و انقلابی عظیم در عرصه فناوری اطلاعات و ارتباطات به وجود آورند. ظرفیت‌های عظیم و رو به توسعه تلفن‌های هوشمند، سبب شده است که این وسیله کوچک و قابل حمل، با حفظ کارکرد ارتباطی خود، به یک ظرفیت عظیم کامپیوتری تبدیل شده و با استفاده از اپلیکیشن‌ها و با به چالش کشاندن تولیدکنندگان محصولات نرم‌افزاری، ضرورت بازنگری در شیوه‌های تولید و عرضه اطلاعات، متناسب با خواست و ذائقه مخاطبان را فراهم بیاورند (دهقان حسام پور، ۱۴۰۰: ۱۱).

بر اساس آمار جهانی ارائه شده توسط پایگاه statista، تعداد برنامه‌های عرضه شده در گوگل پلی از ۱۶۰۰۰ اپلیکیشن در دسامبر سال ۲۰۰۹ میلادی، به حدود سه میلیون اپلیکیشن در پایان سال ۲۰۲۰ رسیده است (پایگاه استاتیس‌تا) همان‌گونه که پیش‌تر گفته شد، گسترش نفوذ تلفن‌های هوشمند در تمامی شئون زندگی اجتماعی و سهولت

استفاده از آن‌ها در مقایسه با سایر محصولات فناوری، باعث محبوبیت روزافزون اپلیکیشن‌های مبتنی بر تلفن‌های همراه بخصوص در بخش دینی و مذهبی و استفاده گسترده از آنها در مقایسه با سایر محصولات نرم‌افزاری شده است. امروزه کمتر کسی از نسل نوجوان و جوان (پسر و دختر) و حتی میانسال را می‌توان پیدا کرد که از اپلیکیشن‌های ارائه شده در گوشی‌های هوشمند استفاده نکند و به آن وابستگی پیدا نکرده باشد، تأمین نیازهای دینی و فرهنگی جامعه نیز از این تغییرات مستثنا نبوده و با فراگیر شدن استفاده از گوشی‌های هوشمند در میان طیف وسیعی از افراد جامعه، برنامه‌های فراوانی باهدف پاسخگویی به نیازهای متنوع فرهنگی و دینی مخاطبان تولید و عرضه شده است. گسترش استفاده از اینترنت، فضای مجازی و امکانات حاصل از این فناوری‌ها، می‌تواند چالشی فراروی انتقال ارزش‌ها، باورها و هنجارهای ملی و مذهبی فراهم آورد (بشیر و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۴).

در ایران نیز مراکز علمی معتبر دینی و همچنین تولید محصولات نوین کامپیوتری در زمینه علوم اسلامی و انسانی در سال‌های اخیر، باهدف پاسخگویی به نیازهای مخاطبان خود ایجاد شده است. در این مراکز می‌توان به اقداماتی به‌صورت ارائه آثار و متون اسلامی در قالب نسخه اندروید و تولید محصولات متنوعی از قبیل نرم‌افزار: کتاب‌خوان همراه نور، جامع الأحادیث همراه، نهج البلاغه همراه، برگزیده تفسیر نمونه و مناسک همراه در کنار سایر محصولات برخط و برون‌خط خود اشاره نمود؛ اما نظر به افزایش گسترده استفاده کاربران از تلفن‌های هوشمند، ضروری است این مرکز در راستای دسترسی مخاطبان به منابع غنی علوم اسلامی و همچنین تأمین نیازهای گسترده و متنوع آن‌ها، تولید اپلیکیشن‌های مبتنی بر تلفن‌های همراه در حوزه علوم اسلامی و انسانی را به‌صورت ویژه در دستور کار قرار دهند (دهقان حسام‌پور، ۱۴۰۰: ۱۳). اپلیکیشن‌ها یکی از پرطرفدارترین رسانه‌ها هستند که مخاطبان بسیاری به‌ویژه از قشر دختران جوان دارند. بوید (۲۰۱۹) بیان می‌کند که جنسیت، بر مشارکت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد. مک کوایل (۱۳۸۰) بیان می‌کند که استفاده زیاد از رسانه‌ها به داشتن وقت فراوان در خانه مربوط است و افراد با وقت فراغت بیشتر، از فن‌آوری‌های ارتباطی زیادتر استفاده می‌کنند، بیان این مطالب نشان می‌دهد دختران بیشتر برای تأمین نیازهای دینی و مذهبی به سمت اپلیکیشن‌های دینی گرایش پیدا می‌کنند. تمایل به خرید اپلیکیشن‌ها به میزان گرایش و تمایل مشتری برای خرید موردنیاز خود از شرکت یا سازمان خاص بستگی دارد (Ha & Stoel, 2020: 569). همین مسئله باعث شده است که بسیاری از مراکز و فعالان

فرهنگی، با تمرکز و سرمایه‌گذاری روی پُرکاربردترین وسیله‌ای که در تمام لحظات در دسترس افراد می‌باشد، در راستای استفاده از ظرفیت‌های تلفن‌های هوشمند و پاسخگویی به نیاز مخاطبان خود، اقدام به تولید و عرضه اپلیکیشن‌های تلفن همراه نمایند، اما همواره باید به این نکته توجه داشت که اگرچه اپلیکیشن‌های تلفن همراه همراه با صورت بالقوه و به‌عنوان یک راهکار نوین و در حال گسترش، می‌توانند نقش بسزایی در اطلاع‌رسانی و افزایش سطح فرهنگ افراد جامعه داشته باشند و دسترسی راحت‌تر و سریع‌تری را برای مخاطبان فراهم نمایند، ولی عوامل گوناگونی در راستای موفقیت آن‌ها نقش دارند که در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود. شناسایی عوامل مؤثر بر تمایل کاربران بر خرید اپلیکیشن‌های کاربردی می‌تواند بازار تولید و فروش این برنامه‌ها را رونق بخشیده و تصویر روشن‌تری از فرایندهای بازاریابی این برنامه‌ها ارائه دهد و پرداختن به متغیرهای مؤثر بر تمایل کاربران (دختران) به خرید اپلیکیشن‌های کاربردی از اهمیت حیاتی برخوردار است. با توجه به مطالب بیان‌شده، یافتن علل استفاده از اپلیکیشن موبایلی دینی در میان افراد جامعه امری حائز اهمیت و درخور توجه است؛ بنابراین دغدغه اصلی نگارنده این بررسی علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی است و به‌بیان‌دیگر محقق درصد پاسخ به این سؤال است که علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی در بین دختران جوان تهرانی چگونه می‌باشد؟

### پیشینه پژوهش

هابا و داستان (۲۰۲۲) در پژوهشی به «بررسی تجربی بر پذیرش اپلیکیشن موبایل پرداختند. این تحقیق دارای چهار متغیر مستقل شامل عملکرد مورد انتظار، تلاش مورد انتظار، نفوذ اجتماعی و شرایط تسهیل‌کننده و دو متغیر وابسته شامل تمایل رفتاری و رفتار کاربری» می‌باشد. این تحقیق از نوع اکتشافی و روش تحقیق نیز کمی و داده‌های اولیه با استفاده از پرسشنامه نظرسنجی آنلاین گوگل جمع‌آوری شده و نمونه این تحقیق بروی ۲۰۲ پاسخ‌دهندگان مالزی که با استفاده از روش نمونه‌گیری ساده جمع‌آوری شده است. یافته‌های تحقیق معنی پنج اصطلاح (بهره‌وری، عملکرد، سودآوری، کارایی، اثربخشی) و نحوه ارتباط آن‌ها با یکدیگر را تصریح می‌کند.

نتاراجان و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی درک نیت برای استفاده از اپلیکیشن‌های خرید از موبایل با استفاده از مدل پذیرش فناوری و تئوری انتشار نوآوری» پرداختند و متغیرهای لذت درک شده، ریسک درک شده و نوآوری فردی را به

مدل اصلی اضافه کرده‌اند؛ سپس با استفاده از نظرسنجی آنلاین داده‌های لازم را از ۶۷۵ کاربر تجارت الکترونیکی جمع‌آوری کرده‌اند. نتایج پژوهش نشان داد که نوآوری فردی و ریسک درک شده نقش اصلی در استفاده از اپلیکیشن‌های خرید ایفا می‌کند و کاربران دارای نیت زیاد برای استفاده از اپلیکیشن‌های خرید حساسیت کمتری به قیمت دارند.

چینگ لاینگ و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان «چه عواملی بر نیت خرید برای برنامه‌های کاربردی (اپلیکیشن) تلفن همراه تأثیر می‌گذارد؟» مدل تأیید شده موردنظر با استفاده از پرسشنامه، نظرات ۵۰۷ نفر از کاربران تلفن همراه را موردسنجش قرار داده است. نتایج نشان داد که به‌طور مثبت ارزش ادراک‌شده با رضایت رابطه دارد. ارزش پولی، رتبه برنامه کاربردی و جایگزین‌های رایگان دارای تأثیر مثبت بر نیت برای خرید برنامه‌های کاربردی تلفن همراه دارد، همچنین بین استفاده‌کنندگان بالقوه و استفاده‌کنندگان واقعی به‌طور مشخص تفاوت وجود دارد.

دهقان حسام پور (۱۴۰۰) در پژوهشی به «بایسته‌های تولید اپلیکیشن‌های همراه در حوزه فرهنگ دینی» پرداخته است. در این پژوهش، به بیان اهمیت جایگاه تلفن‌های هوشمند و نقش فعال و بسزای آن‌ها در فضای زندگی امروزی، به‌ضرورت بهره‌گیری از ظرفیت‌های این وسیله مهم و فراگیر، در خصوص آگاهی بخشی و افزایش سطح فرهنگ و معلومات افراد جامعه و همچنین بیان راهکارها و عوامل تأثیرگذار برای موفقیت اپلیکیشن در این عرصه پرداخته شد. صالحی‌ساعی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله‌ای به «بررسی تأثیر عوامل مؤثر بر تمایل کاربران به خرید اپلیکیشن‌های کاربردی» پرداخته و ۳۷۳ نفر از کاربران را که حداقل دو برنامه خریداری کرده‌اند را به‌عنوان جامعه آماری موردبررسی و ارزیابی قرار داده‌اند. نتایج پژوهش آنان حاکی از این است که تأثیر درگیری کاربران در اپلیکیشن‌های کاربردی، سهولت استفاده ادراک‌شده و سودمندی ادراک‌شده کاربران بر نگرش به استفاده از برنامه‌ها مثبت و معنادار است. در مقابل اثربخشی تبلیغ دهان‌به‌دهان در این زمینه معنادار نیست... جنبه نوآوری مقاله مذکور از دو حیث است از یک‌جهت تأکید این پژوهش بر موضوع اپلیکیشن‌های موبایلی دینی است که کمتر پژوهش‌ها بدین مسئله پرداختند و ساحت دیگر بحث، علل استفاده از اپلیکیشن‌های موردنظر است که ازجمله خلأهای پژوهش‌های مذکور به شمار می‌رود.

## ادبیات نظری پژوهش

## موبایل

موبایل وسیله‌ای برای ارسال و دریافت صدا و تصویر از طریق ارتباطات رادیویی در پهنای گسترده جغرافیایی است. صنعت تلفن همراه، تلفن‌های هوشمند محبوبیت بیشتری پیدا کردند و به همراه همیشگی انسان مدرن تبدیل شدند و با اضافه شدن قابلیت‌هایی از قبیل تشخیص گفتار، دوربین‌های خطی، تشخیص چهره، اسکن اثرانگشت، سنسور تشخیص ضربان قلب، نمایشگرهای تاشو، واقعیت افزوده (AR)، بهره‌گیری از فناوری‌های جدید ذخیره‌سازی انرژی و استفاده از نسل پنجم شبکه تلفن همراه (5G) که سرعت انتقال اطلاعات در آن ده برابر سریع‌تر از نسل چهارم است، نقش محوری‌تری را در زندگی بشر ایفا کردند (دهقان حسام پور، ۱۴۰۰: ۱۵).

تلفن همراه، شیوه‌های برقراری ارتباط، شیوه زندگی و یادگیری را به گونه‌ای جدی تغییر داده است که از جمله شیوه‌های برقراری ارتباط می‌توان به خدمات پیام کوتاه، پیام‌های چندرسانه‌ای، بلوتوث... اشاره کرد (Mcfarlan, 2020: 32). گوشی‌های هوشمند تلفن همراه به کاربران اجازه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توییتر و... را می‌دهد (Persaud & Azhar, 2021: 422). بر اساس اطلاعات منتشر شده در پایگاه مؤسسه تبادل گوشی، تعداد کل افرادی که در سال ۲۰۲۱ از تلفن همراه استفاده می‌کنند، برابر با ۵/۲۸ میلیارد نفر می‌باشد که معادل ۶۷/۰۳ درصد از کل جمعیت جهان است و پیش‌بینی می‌شود که این عدد در سال ۲۰۲۳ به ۷/۳۳ میلیارد نفر برسد. با توجه به آمار ارائه شده توسط این مؤسسه، تعداد کل کاربران استفاده‌کننده از تلفن‌های همراه هوشمند و نیمه‌هوشمند در سال ۲۰۲۱، برابر با ۴/۸۸ میلیارد نفر است که سهم استفاده از گوشی‌های هوشمند، برابر با ۳/۸ میلیارد نفر است که این عدد، از نفوذ ۴۸/۳۳ درصدی استفاده از گوشی‌های هوشمند در بین کاربران خبر می‌دهد.

## عوامل مؤثر بر انتخاب برنامه‌های تلفن همراه

برای موفقیت بازاریابی در برنامه‌های موبایلی مانند هر نوآوری جدید دیگر، اول باید مصرف‌کننده آن را بپذیرد (Bauer et al, 2019: 188). بدین منظور باید عوامل تأثیرگذار بر نگرش درباره تبلیغات برنامه‌های موبایلی شناسایی و بررسی شوند؛ زیرا ایجاد نگرش مثبت و تبدیل نگرش به پذیرش، یکی از مهم‌ترین قدم‌های لازم در بازاریابی تبلیغات موبایلی است که باعث شکل‌دهی رفتار مناسب مخاطبان می‌شود.

## ۱. نوآور بودن

نوآور بودن اغلب یک ساختار شخصیتی شناخته‌شده تعریف می‌شود که در پیش‌بینی تمایلات مصرف‌کننده برای پذیرش طیف گسترده‌ای از نوآوری‌های فناورانه استفاده می‌شود (Amen, 2020: 75). تفسیر آزاد در زمینه پذیرش فناوری، نوآور بودن به درجه‌ای از علاقه و تمایل فرد برای آزمایش یک فناوری یا مفهوم جدید یا محصول نوآورانه یا خدمات اشاره دارد؛ بنابراین نوآوری یک صفت شخصیتی معرفی شده که با پذیرش فناوری در ارتباط است. افراد نوآور برای دانش دست اول خود در جایگاه یک نوآوری از نگاه همسالان خود ارزشمند و محترم هستند و از لحاظ فنی شایسته تلقی می‌شوند، درباره پیچیدگی فناوری کمتر سردرگم می‌شوند و کمتر به‌زحمت می‌افتند که این خود نشان‌دهنده تأثیر مستقیم و مثبت بر سهولت استفاده از فناوری است. محققان مؤلفه‌های کلیدی مشتریان نوآور را شناسایی کرده‌اند که عبارت‌اند از به دنبال تازگی بودن، سطح تحریک بهینه، تنوع در جستجو و گرایش‌های اکتشافی (Yang, 2020: 260). با توجه به سرمایه‌گذاری‌های تبلیغاتی فراوان صنعت ارتباطات و حضور قوی رسانه ارتباطات با تلفن همراه، افراد با سطح بسیاری از نوآر بودن معمولاً به دریافت مقدار زیادی از اطلاعات درباره ارتباطات با تلفن همراه علاقه‌مند هستند. این به نوبه خود موجب تلاش برای به دست آوردن دانش فراوان درباره تمام مسائل مربوط به ارتباطات با تلفن همراه توسط این افراد می‌شود.

## ۲. سطح دانش فرد

یکی از جنبه‌های اصلی مؤثر بر رفتار مصرف‌کننده سطح دانش فرد درباره یک کالا یا خدمات است (امن، ۲۰۲۰: ۹۰). در واقع مرکز روانی تعیین رفتار مصرف‌کننده، دانش فرد است. دانش موجود بر فرآیندهای شناختی مربوط به تصمیم‌گیری مصرف‌کننده تأثیر می‌گذارد؛ زیرا دانش موجود مصرف‌کننده تعیین‌کننده توانایی او در درک ویژگی‌ها و استفاده از نوآوری از جمله تبلیغات برنامه‌های موبایلی است. اگر مصرف‌کننده دارای مقداری دانش معین و قطعی درباره نوآوری‌های مورد نظر یا درباره محصولات مشابه آن باشد، نوآوری دارای پیچیدگی کمتری تصور می‌شود در این زمینه دانش مربوط به کاهش پیچیدگی ادراک - شده بازاریابی موبایلی، دانش مربوط به ارتباطات با تلفن همراه است. آشنایی بیشتر یک مصرف‌کننده با ارتباطات موبایلی به‌طور کلی باعث کاهش مشارکت و دشواری در استفاده از خدمات بازاریابی موبایلی خواهد شد (Beneke et al, 2019: 76). دانش خوب درباره صنعت مخابرات، مصرف‌کنندگانی با

درک بیشتر از تبلیغات موبایلی فراهم می‌کند؛ زیرا ارتباطات، مبنایی را برای تبلیغات موبایلی فراهم می‌کند. بنابراین مصرف‌کنندگان با دانش بیشتر دربارهٔ صنعت مخابرات معمولاً به دانستن بیشتر در زمینهٔ تبلیغات موبایلی مایل هستند و این خود نشانه نده نگرش مثبت‌تر مصرف‌کنندگان دربارهٔ تبلیغات موبایلی است

### ۳. نفوذپذیری اجتماعی

نفوذپذیری اجتماعی به نفوذی اشاره می‌کند که محیط اجتماعی شاخص بار نگرش او به یک شی دارد. مطالعات نشان داده که نگرش مصرف‌کننده به تبلیغات برنامه‌های موبایلی از روابط اجتماعی مصرف‌کنندگان با دوستان، خانواده و کارکنان تأثیرپذیر است. همچنین تجارب مثبت و منفی تبلیغات موبایلی احساس شده از یک مصرف‌کننده به دیگری، در روابط اجتماعی منتقل می‌شود؛ بنابراین، محیط اجتماعی کاربر می‌تواند بر نگرش مصرف‌کنندگان به تبلیغات برنامه‌های موبایلی تأثیر بگذارد. در واقع نفوذپذیری اجتماعی درجه‌ای است که یک کاربر درک می‌کند و متوجه می‌شود که دیگران معتقدند که او باید از نوآوری استفاده کند (Chong et al, 2020: 139).

### ۴. نگرش کلی به تبلیغات

شواهد روشنی وجود دارد که احساسات و هیجاناتی که با تبلیغات تحریک می‌شود، به محصولات و برندها انتقال می‌یابد و اغلب مطالعات نشان داده که نگرش به تبلیغات یک میانجی و پیش‌بینی‌کننده قوی از اثربخشی تبلیغات است (Bruner & Kumar, 2018: 39). نگرش مصرف‌کنندگان به بازاریابی، موبایلی، کمتر پایدار است و به‌آسانی تغییر می‌کند؛ بنابراین نگارش دربارهٔ بازاریابی موبایلی و تبلیغات موبایلی به‌شدت به نگرش کلی فرد به تبلیغات وابسته است (Beneke et al, 2019: 70).

### ۵. قابلیت دسترسی

در دسترس بودن سیستم عبارت از عملکرد فنی و صحیح سایت است بدین معنی که کاربران حین نیاز به یک خدمت و یا محصول بدون کدام مانع به آن دسترسی یابند و از نگاه مکانی و زمانی جهت دستیابی به آن دچار مشکل نگردند. به‌طور مثال هنگامی که یک کاربر بتواند بدون مانع در زودترین فرصت ممکن به یک اپلیکیشن آنلاین دسترسی پیدا کند. ویژگی‌های دیگر اپلیکیشن شامل قابلیت نصب آسان بر روی گوشی‌های هوشمند و آگاهی و دسترسی به خدمات اپلیکیشن توسط کاربر می‌باشد. (Gracia et al, 2019: 87).

## ۶. کارایی

کارایی به معنای انجام درست کارها است. اکثر محققان با این مطلب موافق می‌باشند که کارایی به شدت به کارگیری منابع مرتبط است و اساساً روی ورودی‌ها در نسبت بهره‌وری تأثیر می‌گذارد. کارایی به‌طور معمول به‌عنوان استفاده از حداقل منابع که به‌صورت تئوریک برای راه‌اندازی عملیات مطلوب در یک سیستم معین در مقایسه با مقدار منابع واقعی مورد استفاده در آن سیستم بکار می‌رود، تعریف می‌شود. نسبت کارایی، برای اندازه‌گیری تا یک اندازه ساده است، خواه بر اساس زمان، پول یا واحدهای دیگر باشد. علاوه بر این، کارایی بسیار شبیه به مفهومی است که از آن به‌عنوان میزان بهره‌برداری یاد می‌شود و این بدان معنی است که چه مقدار از تجهیزات و فرآیند در عمل و در مقایسه با حداکثر آن استفاده می‌شود (Tangen, 2015: 19).

## اپلیکیشن

تلفن‌های هوشمند برای پاسخگویی به نیازها و درخواست‌های کاربران، مانند هر ابزار دیجیتال دیگری، نیازمند نرم‌افزارها و برنامه‌های کاربردی متنوع و مختلفی هستند که در بازار نرم‌افزارهای تلفن همراه، از آن‌ها با واژه «اپلیکیشن» یا به‌طور مختصر، APP یاد می‌شود. در واقع، منظور از اپلیکیشن تلفن همراه، برنامه‌ای است که ارتباط مستقیم با پردازنده‌های سیستم عامل تلفن همراه برقرار کرده، مستقیماً درخواست‌های کاربران را انجام می‌دهد (دهقان حسام پور، ۱۴۰۰: ۱۴). هوشمند شدن تلفن‌های همراه در سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۰ میلادی و با ارائه خدمات نسل چهارم شبکه تلفن همراه (4G) که سرعت انتقال اطلاعات در آن پنج برابر بیشتر از نسل سوم بود، سرعت بیشتری گرفت و با عرضه گسترده گوشی‌هایی که دارای صفحه‌نمایش لمسی خازنی بودند و همچنین قابلیت استفاده گسترده از اپلیکیشن‌های موبایلی را داشتند، تلفن‌های همراه به رایانه‌ای کوچک در جیب افراد جامعه تبدیل گردیدند.

## اپلیکیشن موبایلی دینی

تلفن‌های همراه امروزه به ابزاری تبدیل شده‌اند که همه مردم از آن استفاده می‌کنند و قابلیت استفاده‌های بی‌شماری را دارند (Jaeki et al, 2021:42). استفاده گسترده از اپلیکیشن‌های تلفن‌های همراه برای برنامه‌ها و زیرساخت‌های دینی، برای انتقال ارزش‌ها، باورها و هنجارهای ملی و مذهبی را اپلیکیشن موبایلی دینی می‌گویند (بشیر و همکاران، ۱۳۹۱: ۴۰). در این پژوهش منظور از اپلیکیشن موبایلی دینی، نمره‌ای است که پاسخگویان در پرسشنامه محقق ساخته ۲۸ سؤالی مقیاس اپلیکیشن موبایلی دینی ارائه کردند.

## چهارچوب نظری پژوهش

### نظریه کارکردگرایی

نظریه کارکردگرایی از اوایل دهه ۶۰ در تحقیقات ارتباطات جمعی یک موقعیت برجسته یافت. دورکهم بر اهمیت ارتباطات در روند حفظ و تبدیل جامعه و نقشی که این ارتباط در تولید و بازتولید اجماع و توافق در مورد مسائل و حفظ تعادل در جامعه ایفا می کند، اشاره دارد. تحلیل کارکردی ارتباطات جمعی بر نقش رسانه در حفظ نظم اجتماعی و ساختار جامعه تأکید دارد و بررسی می کند که چگونه آن‌ها وظایف خاصی را برای حفظ تعادل جامعه ایفا می کنند و یا از انجام آن سرباز می زنند (Williams, 2017:104).

هارلد لاسول (۱۹۴۸) اشاره می کند که رسانه سه کارکرد اساسی نظارت، همبستگی، انتقال را از طریق کارکرد نظارت، برای افراد و جامعه فراهم می کنند، که باعث می شود تغییراتی را که در اطرافشان رخ می دهد رصد کرده و تهدیدات و فرصت‌ها را شناسایی کنند. همچنین کارکرد همبستگی افراد و گروه‌های مختلف جامعه را برای پاسخ به فرصت‌ها و تهدیدات از طریق فرآیند توضیح و تفسیر رویدادها فراهم می آورد. کارکرد انتقال اجازه می دهد تا میراث فرهنگی و اجتماعی از یک نسل به نسل دیگر منتقل شود؛ بنابراین رسانه می تواند به عنوان یک عامل اجتماعی کردن شناخته شود. در حوزه کارکردها، رایت (۱۹۶۰) کارکرد سرگرمی را که برای افراد آرامش، لذت و رهایی به همراه می آورد و انطباق آنان با زندگی را ساده تر می سازد، مطرح کرد (Williams, 2017:110).

### نظریه رضایتمندی و خرسندی

رویکرد «کاربردها و خشنودسازی» یا «رضایتمندی و خرسندی»، یکی از مشهورترین نظریات ارتباط جمعی است. دلایل و انگیزه‌های استفاده جوانان از رسانه‌ها زمینه‌های اصلی هستند که در رویکرد استفاده و خشنودی به آن‌ها توجه می شود. این رویکرد برای اولین بار توسط الیهو کاتز در دهه ۱۹۷۰ مطرح شده و بیان می دارد که مخاطب از رسانه‌ها برای ارضای نیازها و خواسته‌هایشان استفاده می کند. هدف اصلی این رویکرد تحقیق در چگونگی انتخاب، دریافت و شیوه‌های عکس‌العمل مخاطبان رسانه‌ها است.

در این رویکرد، که به مخاطبان رسانه‌ها توجه دارد، تأکید می شود که انگیزه مخاطبان در مصرف محصولات رسانه‌ای، رضایتمندی و ارضای برخی از نیازهای تجربه شده آنان است؛ مصرف نیز به سمت و سوی این رضایتمندی جهت گیری شده

است. کاتز، بلامر و گورویچ برداشتی کارکردگرایانه از نظریه استفاده و خوشنودی ارائه می‌دهند که این رویکرد مربوط می‌شود به ریشه‌های اجتماعی و روانشناسی اجتماعی نیازهایی که انتظارات از رسانه‌های جمعی ایجاد می‌کند منجر می‌شود به الگوهای متفاوت مواجهه با رسانه که نتیجه آن خوشنودی‌های مرتبط با نیاز و پیامدهای دیگری است که اغلب ناخواسته است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۲۰۹). کاتز، گورویچ و هاس (۱۹۷۳) رسانه‌ها را ابزاری می‌دانند که افراد برای ارتباط یا عدم ارتباط خود با دیگران مورد استفاده قرار می‌دهند. آن‌ها ۳۵ نیاز را از نوشته‌های عمدتاً نظری درباره کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی رسانه‌های جمعی گرفته و آن‌ها را در چهار دسته قرار دادند. این چهار دسته عبارت‌اند از:

- نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی و شناخت)؛
- نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت‌بخش یا زیبایی‌شناسانه)؛
- نیازهای انسجام بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه)؛
- نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش) (گنجی، ۱۳۸۵: ۸۹).

مطالعات نشان داده که جستجوی اطلاعات، سرگرمی، نظارت، ارتباطات فردی، هویت‌یابی، ایجاد منزلت اجتماعی و یادگیری، فاکتورهای مکرر رضایتمندی‌های متداول هستند. اندیشمندان و صاحب‌نظران معتقدند که نیازهای فرد، بازتاب محیط اجتماعی و اقتصادی وی است، شخص بیشترین ارزش‌ها را برای آن چیزهایی قائل می‌شود که عرضه آن‌ها نسبتاً کمتر است؛ بنابراین استفاده افراد از موبایل برحسب دو عامل است:

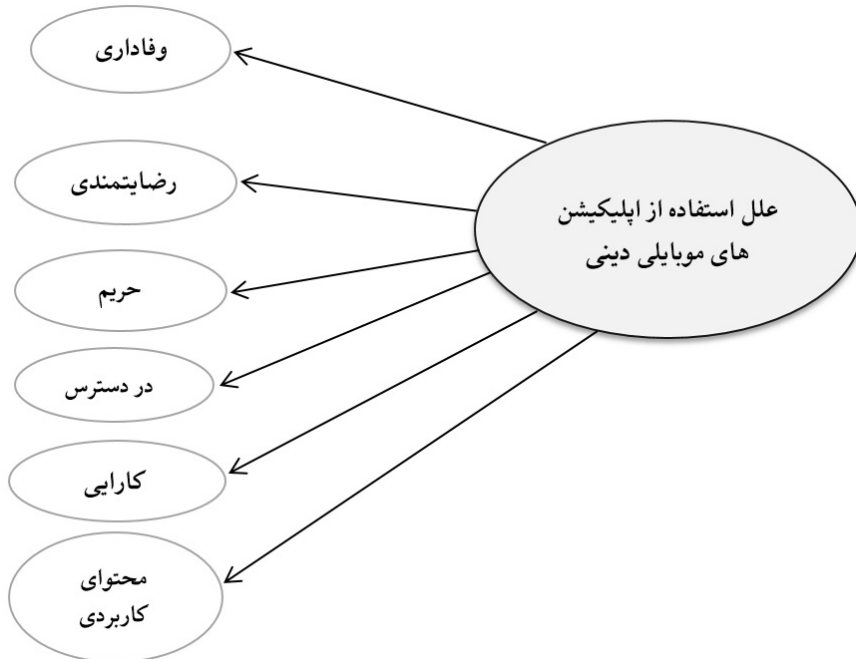
۱. شرایط اجتماعی و اقتصادی که افراد در آن زندگی می‌کنند؛

۲. مهم‌ترین نیاز اساسی و اولیه افراد.

کاربران بیشتر به دنبال آن نوع استفاده‌ای از موبایل هستند که بر اساس الگوی استفاده و خوشنودی بلامر و کاتز بیشترین خوشنودی را برای آن‌ها داشته باشد. همچنین هر چه یک نوع کاربرد از اینترنت رضایت بیشتری را برای افراد داشته باشد افراد به مراتب بیشتر از آن استفاده می‌کنند رویکرد این نظریه در زیربنای اصلی خود، مخاطب را موجودی می‌داند که بیشتر از آنکه مصرف‌کننده صرف خدمات ارتباطی باشد، فعالیت‌هایش را خود انتخاب می‌کند. این انتخاب ممکن است مطابق با خدمات ارتباطی باشد یا نباشد، اما این انتخاب بر پاداش‌هایی که رسانه‌ها می‌توانند برای مخاطب فراهم کنند، بنا شده است (مهدی زاده، ۱۳۹۱: ۷۷)

## مدل نظری پژوهش

پس از بررسی مبانی نظری و پیشینه‌های مختلف داخلی و خارجی مرتبط با موضوع این تحقیق، مدل نظری تحقیق حاضر در قالب شکل (۱) و جدول (۱) ارائه شده است؛ همچنین رابطه متغیرها در مدل و پیشینه مرتبط با آن رابطه به شرح ذیل می‌باشد:



شکل ۱. مدل نظری تحقیق برگرفته شده از نظریات (کارکردهای اجتماعی و روان‌شناختی رسانه‌های جمعی) کاتز، گورویچ و هاس (۱۹۷۳)، هارلد لاسول (۱۹۴۸) (کارکرد اساسی نظارت، همبستگی، انتقال)، گراسیا و همکاران (۲۰۱۹)، اندرسون و سرینی واسان (۲۰۲۰)

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...]

جدول ۱. استخراج علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

علل استفاده	ابعاد و مؤلفه‌های موردسنجش	برگرفته شده از نظریات
وفاداری	داشتن جاذبه استفاده از خدمات، پرداخت هزینه، ایجادآرامش، پاسخگویی مناسب.	اندرسون و سرینی واسان (۲۰۲۰) (وفاداری الکترونیک، به تکرار رفتار خرید و یا استفاده از خدمات) - (کیلر، ۱۹۹۳) (سه جزء اطلاعاتی مانند رفتار خرید برند، ک شش و جاذبه برند برای خریدار و میزان تأمل راجع به برند).
رضایتمندی	کیفیت ارائه خدمات، نحوه عضویت در شبکه‌ها، آگاهی بخشی، نگاه مثبت، استفاده صحیح تبادل دینی- فرهنگی.	اندرسون و سرینی واسان (۲۰۲۰) - کاتز، گوروپچ و هاس (۱۹۷۳) نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت بخش یا زیبایی شناسانه).
حریم خصوصی	اعتماد به اپلیکیشن‌های دارای عضویت بالا، عدم ورود غیرمجاز به حریم خصوصی، عدم سوءاستفاده از اطلاعات، رعایت حقوق شهروند مجازی.	گراسیا و همکاران (۲۰۱۹) (حریم خصوصی) - کاتز، گوروپچ و هاس (۱۹۷۳) نیازهای انسجام بخش شخصی (تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه).
در دسترس بودن	نصب آسان بر روی گوشی‌های هوشمند، آگاهی و دسترسی به خدمات مکانی و زمانی جهت دستیابی به آن، سهولت مبادله اطلاعات، عضویت آسان.	گراسیا و همکاران (۲۰۱۹).
کارایی	کارکرد دینی و مذهبی مورد نظر، کارکرد اطلاع‌رسانی، کاربرد تبلیغاتی استفاده آموزشی و پژوهشی، داشتن دانش فناورانه، پیامدهای روانی مثبت، اوقات فراغت.	کوبین ویلیامز (۲۰۱۷) - تانگن (۲۰۱۵) - اورت ام راجرز (۱۹۳۱) - کاتز، گوروپچ و هاس (۱۹۷۳) نیازهای گریز از تنش (فراغت و آسایش).
محتوای کاربردی	کوتاه و کم‌حجم بودن، جذاب بودن، به‌روز بودن، گرافیک و ساختار، نوآوری، تنوع در گسترش و جستجو.	هارلد لاسول (۱۹۴۸) (کارکرد اساسی نظارت، همبستگی، انتقال)

## روش پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه شامل ۶ بعد و ۲۸ گویه بوده است. جامعه آماری کلیه دختران جوان ۱۸ تا ۲۵ ساله شهر تهران می‌باشند که مطابق آمار رسمی سرشماری عمومی نفوس ۸۸۸۵۲۸ نفر هستند که با استفاده از روش نمونه‌گیری خوشه‌ای ۳۸۴ نفر انتخاب شدند. در این راستا ابتدا مناطق ۲۲ گانه شهرداری تهران با توجه به موقعیت جغرافیایی و پایگاه اقتصادی و

اجتماعی به سه خوشه شامل مناطق ۱ تا ۵ در خوشه اول، مناطق ۶ تا ۱۴ در خوشه دوم و مناطق ۱۵ تا ۲۲ در خوشه سوم طبقه‌بندی شدند. سپس از هر خوشه یک منطقه به صورت تصادفی انتخاب شد. به طوری که منطقه ۲ از خوشه اول، منطقه ۱۲ از خوشه دوم و منطقه ۱۷ از خوشه سوم انتخاب شدند. پس از تعیین حجم نمونه از هر منطقه، تعدادی از بلوک‌های ذیل هر نمونه به روش تصادفی انتخاب و در نهایت کار تکمیل پرسشنامه صورت گرفت. در این پژوهش جهت بررسی فرض نرمال بودن داده‌های تحقیق از آزمون کلموگرف - اسمیرنوف استفاده شده است که با توجه به نتایج آزمون متغیرهای پژوهش نرمال بودند. همچنین برای بررسی و اطمینان از پایایی پرسشنامه به اجرای آزمایشی پرسشنامه در نمونه‌ای با حجم ۵۰ نفر پرداخته شد و پایایی آن‌ها از طریق آلفای کرونباخ با استفاده از نرم‌افزار Spss موردسنجش واقع شد که شرح آن به تفکیک مؤلفه‌ها در جدول ذیل آمده است

جدول ۲. تعیین پایایی پژوهش

شماره	ابعاد پرسشنامه	تعداد گویه‌ها	ضریب پایایی
۱	وفاداری	۴	۰/۸۴
۲	رضایتمندی	۴	۰/۸۲
۳	حریم خصوصی	۴	۰/۸۹
۴	در دسترس بودن	۴	۰/۹۵
۵	کارایی	۶	۰/۹۳
۶	محتوای کاربردی	۶	۰/۸۰

## یافته‌های پژوهش

### یافته‌های توصیفی

بررسی‌های به دست آمده در حوزه سطح تحصیلات دختران جوان تهرانی نشان می‌دهد که به ترتیب سطح تحصیلات لیسانس با ۴۷/۹٪، بیشترین درصد پاسخ‌دهندگان، سطح دیپلم با ۳۳/۱٪ و سطح فوق لیسانس با ۱۹٪، در رتبه‌های بعدی آنان بوده است. ناظر به متغیر سن هم به ترتیب گروه سنی ۲۲-۲۵ سال با ۵۸/۹٪ بیشترین درصد پاسخ‌دهندگان، گروه سنی ۱۸-۲۱ سال با ۴۱/۱٪ در رتبه بعدی پاسخ‌دهندگان بوده است. نتایج تحلیل شاخص‌های توصیفی در جدول ۳ ذکر شده است. چون

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...]

برای پاسخگویی به سؤالات تحقیق از طیف ۵ سطحی لیکرت استفاده شده است. انحراف معیار نشان‌دهنده نحوه پراکندگی مقادیر یک متغیر حول میانگین آن متغیر است و همچنین چولگی معیاری برای آگاهی از میزان انحراف از قرینگی در توزیع مقادیر یک متغیر است. در یک توزیع کاملاً نرمال، مقدار چولگی صفر است از این رو می‌توان گفت در مقادیر چولگی جدول زیر، هر چه مقدار این شاخص به عدد صفر نزدیک‌تر باشد، نشان از توزیع متقارن‌تر آن متغیر دارد. همچنین از شاخص کشیدگی برای توصیف قلگی یا بلندی یک توزیع استفاده می‌شود. مقدار این شاخص در یک توزیع کاملاً نرمال صفر است لذا تفسیر این شاخص نیز همانند چولگی است. در حالت کلی گفته می‌شود چنانچه مقادیر چولگی و کشیدگی یک توزیع در بازه ۲- تا ۲+ قرار گیرد، می‌توان ادعا کرد که این توزیع، نرمال است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود، مقادیر جدول زیر شامل قاعده مذکور است لذا می‌توان گفت داده‌های تحقیق دارای توزیع نرمال هستند.

جدول ۳. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

وفاداری	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
وفاداری	۱/۸۵	-۰/۱۱۷	-۰/۶۵۵
رضایتمندی	۱/۹۹	-۰/۰۴۹	-۰/۴۹۴
حریم خصوصی	۱/۹۳	۰/۲۱۹	-۰/۵۵۵
در دسترس بودن	۲/۱۰۵	-۰/۱۷۵	۰/۱۵۳
کارایی	۳/۴۵	-۰/۱۶۶	۰/۰۱۹
محتوای کاربردی	۳/۲۲	-۰/۰۴۷	۰/۱۱۷
مجموع	۱۱/۵۲	۰/۱۹۴	-۰/۲۶۱

### یافته‌های استنباطی

جدول ۴. مقایسه میانگین علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

متغیر	میانگین	انحراف از معیار	نمره معیار	t	سطح معناداری
وفاداری	۳/۴۵	۱/۸۵	۳	۱/۲۱	۰/۰۰۰
رضایتمندی	۲/۹۹	۱/۹۹	۳	۰/۸۷۱	۰/۵۸۶
حریم خصوصی	۳/۴۲	۱/۹۳	۳	۲/۵۴	۰/۴۲۱
در دسترس بودن	۳/۰۶	۲/۱۰۵	۳	۵/۷۳	۰/۰۰۰

متغیر	میانگین	انحراف از معیار	نمره معیار	t	سطح معناداری
کارایی	۱/۵۹	۳/۴۵	۳	۶/۴۲	۰/۳۸۴
محتوای کاربردی	۲/۱۴	۳/۲۲	۳	۲/۳۳	۰/۰۰۰
مجموع	۲/۷۳	۱۱/۵۲	۳	۱/۹۱	۰/۰۰۰

بر اساس یافته‌های جدول (۴) میانگین علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی در جامعه مورد مطالعه ۲/۷۳ است. از آنجایی که t محاسبه شده از t جدول در سطح  $P < ۰/۰۰۱$  کوچک‌تر بوده است؛ بنابراین علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی در بین دختران جوان تهرانی در جامعه مورد مطالعه، در سطح متوسط است. بررسی زیر مقولات نیز حاکی از آن است دختران جوان تهرانی بر این باورند که دو مؤلفه وفاداری و حریم خصوصی به ترتیب با میانگین ۳/۴۵ و ۳/۴۲ بیشترین علل استفاده آنان از اپلیکیشن‌های دینی موبایلی است. همچنین باید اشاره نمود که دو مؤلفه کارایی و محتوای کاربردی به ترتیب با میانگین ۱/۵۹ و ۲/۱۴ کمترین علل استفاده دختران تهرانی در حوزه اپلیکیشن‌های دینی موبایلی است. به بیان دیگر از دیدگاه آنان کارایی اپلیکیشن‌های مذکور از لحاظ طراحی مسائل دینی و مذهبی، ارائه اطلاعات و اخبار مطلوب در حوزه مباحث دینی، مجهز بودن به دانش فناوری نوین و ارائه برنامه‌های آموزشی مطلوب در سطح ضعیف است. همچنین اپلیکیشن‌های دینی از لحاظ محتوای کاربردی شامل ارائه برنامه‌های جذاب، تنوع برنامه‌ها، کیفیت‌های مطلوب، به روزرسانی آسان در جایگاه پایینی توسط دختران جوان شهر تهران ارزیابی شدند.

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر وفاداری

جدول ۵. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (وفاداری)

ضریب رگرسیون (R)	ضریب تعیین (2R)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین - واتسن
۰/۷۳۷	۰/۵۴۲۰	۰/۵۴۱	۴۵۲/۸۹۷	۰/۰۰۰	۱/۹۱۸

در جدول (۵) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر وفاداری، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به دست آمده (۰/۷۳۷) می‌باشد. مقدار F (۴۵۲/۸۹۷) در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان دهنده معناداری میزان R به دست آمده می‌باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۵۴۲ می‌باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۵۴ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می‌کند. همچنین آماره دوربین - واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می‌شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۱/۹۱۸ به دست آمده که قابل قبول می‌باشد.

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...]

جدول ۶. نتایج تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (وفاداری)

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۳/۳۶۳		۳/۶۹۲	۳۴/۵۶۴	علل استفاده از
۰/۰۰۰	۲۱/۲۸۱	۰/۷۳۷	۰/۲۱۲	۱/۸۷۰	اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از جدول (۶)، آماره  $t$  این فرضیه برابر با ۲۱/۲۸۱ است که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با ۰/۷۳۷ است؛ بنابراین می‌توان گفت وفاداری تأثیر مثبت و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی دارد.

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر رضایتمندی

جدول ۷. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (رضایتمندی)

ضریب رگرسیون (R)	ضریب تعیین (YR)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی‌داری	دوربین - واتسن
۰/۷۸۰	۰/۶۰۹	۰/۶۰۸	۵۹۳/۸۱۹	۰/۰۰۰	۲/۱۱۸

در جدول (۷) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به‌دست‌آمده (۰/۷۸۰) می‌باشد. مقدار  $F$  (۵۹۳/۸۱۹) در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان‌دهنده معناداری میزان  $R$  به‌دست‌آمده می‌باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۶۰۹ می‌باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۶۰ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می‌کند. همچنین آماره دوربین - واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می‌شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۲/۱۱۸ به‌دست‌آمده که قابل قبول است.

جدول ۸. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (رضایتمندی)

سطح معناداری	T	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	B	
۰/۰۰۰	۱۱/۶۳۷		۳/۱۴۴	۳۶/۵۸۵	علل استفاده از
۰/۰۰۰	۲۴/۳۶۸	۰/۷۸۰	۰/۱۸۵	۴/۴۹۸	اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۸)، آماره  $t$  این فرضیه برابر با  $24/368$  است که بزرگتر از مقدار بحرانی  $1/96$  بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با  $0/780$  می باشد؛ بنابراین می توان گفت رضایتمندی تأثیر مطلوب و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن های موبایلی دینی دارد.

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر حریم خصوصی

جدول ۹. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن های موبایلی دینی (حریم خصوصی)

ضریب رگرسیون (R)	ضریب تعیین (2R)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین- واتسن
0/745	0/554	0/554	476/430	0/000	2/031

در جدول (۹) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر استفاده از اپلیکیشن های موبایلی دینی، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به دست آمده ( $0/745$ ) می باشد. مقدار  $F$  ( $476/430$ ) در سطح  $0/000$  معنادار است که این نشان دهنده معناداری میزان  $R$  به دست آمده می باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با  $0/554$  می باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۵۵ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می کند. همچنین آماره دوربین- واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می شود که این آماره هم باید بین  $1/5$  و  $2/5$  باشد که در اینجا  $2/031$  به دست آمده که قابل قبول می باشد.

جدول ۱۰. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن های موبایلی دینی (حریم خصوصی)

متغیرهای مستقل	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	T	سطح معناداری
	B	خطای استاندارد			
علل استفاده از	39/590	3/371		11/745	0/000
اپلیکیشن های موبایلی دینی	4/432	0/203	0/745	21/827	0/000

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۱۰)، آماره  $t$  این فرضیه برابر با  $21/827$  می باشد که بزرگتر از مقدار بحرانی  $1/96$  بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با  $0/745$  می باشد؛ بنابراین می توان گفت حریم خصوصی تأثیر متوسط و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن های موبایلی دینی دارد.

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...]

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر در دسترس بودن

جدول ۱۱. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (در دسترس بودن)

ضریب رگرسیون خطی (R)	ضریب تعیین (2R)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین - واتسن
۰/۷۰۸	۰/۶۰۰	۰/۶۰۰	۵۹۳/۸۱۹	۰/۰۰۰	۲/۰۲۲

در جدول (۱۱) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به دست آمده (۰/۷۰۸) می‌باشد. مقدار F (۵۹۳/۸۱۹) در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان دهنده معناداری میزان R به دست آمده می‌باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۶۰۰ می‌باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۶۰ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می‌کند. همچنین آماره دوربین - واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می‌شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۲/۰۲۲ به دست آمده که قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱۲. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (در دسترس بودن)

سطح معناداری	T	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۱/۶۳۷		۳/۱۴۴	علل استفاده از
۰/۰۰۰	۲۴/۳۶۸	۰/۷۰۸	۰/۱۸۵	اپلیکیشن‌های موبایلی دینی

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۱۲)، آماره t این فرضیه برابر با ۲۴/۳۶۸ می‌باشد که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با ۰/۷۰۸ می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت در دسترس بودن تأثیر مطلوب و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی متغیر دارد.

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر کارایی

جدول ۱۳. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (کارایی)

ضریب رگرسیون خطی (R)	ضریب تعیین (2R)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین - واتسن
۰/۸۰۵	۰/۶۴۷	۰/۶۴۶	۷۰۱/۱۱۷	۰/۰۰۰	۲/۲۷۸

در جدول (۱۳) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به دست آمده (۰/۸۰۵) می‌باشد. مقدار  $F(701/117)$  در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان‌دهنده معناداری میزان  $R$  به دست آمده می‌باشد. همچنین ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۶۴۷ می‌باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۶۴ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می‌کند. همچنین آماره دوربین- واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می‌شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۲/۲۷۸ به دست آمده که قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱۴. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (کارایی)

سطح معناداری	T	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۲۳/۶۸۷		۳/۳۷۱	علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی
۰/۰۰۰	۲۶/۴۷۹	۰/۸۰۵	۰/۲۰۳	

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۱۴)، آماره  $t$  این فرضیه برابر با ۲۶/۴۷۹ می‌باشد که بزرگ‌تر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با ۰/۸۰۵ می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت کارایی تأثیر متوسط و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی دارد.

### دیدگاه دختران جوان تهرانی ناظر به متغیر محتوای کاربردی

جدول ۱۵. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (محتوای کاربردی)

ضریب رگرسیون خطی (R)	ضریب تعیین (2R)	ضریب تعیین تعدیل شده	F	سطح معنی داری	دوربین- واتسن
۰/۸۴۰	۰/۷۰۶	۰/۷۰۵	۹۱۸/۱۸۵	۰/۰۰۰	۱/۹۷۹

در جدول (۱۵) نتایج آزمون تحلیل رگرسیون خطی برای متغیر استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی، آورده شده است. بر اساس نتایج مندرج در جدول، مقدار رگرسیون خطی به دست آمده (۰/۸۴۰) می‌باشد. مقدار  $F(918/185)$  در سطح ۰/۰۰۰ معنادار است که این نشان‌دهنده معناداری میزان  $R$  به دست آمده می‌باشد. همچنین

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...] ۱

ضریب تعیین مدل برابر با ۰/۶۴۷ می‌باشد. این به این معنا است که متغیر مستقل ۶۴ درصد تغییرات متغیرهای وابسته رو تبیین می‌کند. همچنین آماره دوربین- واتسن برای بررسی استقلال خطاها استفاده می‌شود که این آماره هم باید بین ۱/۵ و ۲/۵ باشد که در اینجا ۱/۹۷۹ به دست آمده که قابل قبول می‌باشد.

جدول ۱۶. ضرایب آزمون تحلیل رگرسیون خطی علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی (محتوای کاربردی)

سطح معناداری	T	ضرایب غیراستاندارد		متغیرهای مستقل
		Beta	خطای استاندارد	
۰/۰۰۰	۱۸/۰۲۵		۲/۳۴۵	علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی
۰/۰۰۰	۳۰/۳۰۲	۰/۸۴۰	۰/۰۹۹	

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول (۱۶)، آماره t این فرضیه برابر با ۳۰/۳۰۲ می‌باشد که بزرگتر از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بوده و بتای استاندارد یا همان ضریب مسیر این فرضیه برابر با ۰/۸۴۰ می‌باشد؛ بنابراین می‌توان گفت محتوای کاربردی تأثیر متوسط و معناداری ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی دارد.

## نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر باهدف بررسی علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی صورت پذیرفت. نتایج نشان داد علل استفاده از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی در بین دختران جوان تهرانی در سطح متوسط می‌باشد. در این راستا می‌توان بیان کرد ضعف یا قوت عملکرد برنامه‌های دینی در فضای واقعی در علل گرایش جوانان به استفاده از فضای مجازی اثرگذار است. از آنجا که در فضای مجازی، ساخت ارتباطات دینی بیشتر اقماعی و الگوی ارتباطی گزینشی است، حذف حضور فیزیکی سبب می‌شود ارتباط دینی از یک ارتباط عمودی به یک ارتباط افقی تبدیل شود که به این ترتیب ساخت ارتباطات سنتی ما تحت تأثیر قرار می‌گیرد و متناسب با ارزش‌های دینی، فهم ما از دین را هم تغییر می‌دهد در واقع می‌توان بیان کرد، علت عمده عدم گرایش جوانان به اپلیکیشن‌های موبایلی دینی عدم توانایی گروه‌ها یا نهادهای دینی واقعی به پاسخگویی مناسب به نیازهای مذهبی آنان می‌باشد. از سوی دیگر استقبال افراد مهم و تبلیغات از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی می‌تواند باعث ایجاد استقبال گسترده جوانان به سمت این اپلیکیشن‌ها شود. همان‌طور که ها استول

(۲۰۲۰) بیان می‌کند تمایل به خرید اپلیکیشن‌ها به علل گرایش و تمایل مشتری برای خرید موردنیاز خود از شرکت یا سازمان خاص بستگی دارد.

همچنین پیرامون متغیرهای پژوهش ناظر به علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی نیز باید اشاره نمود که به ترتیب محتوای کاربردی ۸۴٪، کارایی ۸۰٪، رضایمندی ۷۸٪، حریم خصوصی ۷۴٪ و وفاداری ۷۳٪ در سطح خطای ۰/۰۵ بیشتر تأثیر را در این راستا دارند. نتایج این تحقیق با پژوهش‌های حجتی‌نژاد (۱۳۹۷) (وفاداری)، هابا و داستان (۲۰۲۲) (کارایی)، گاتر و همکاران (۲۰۱۹) (محتوای کاربردی)، بلانکو و دیگران (۲۰۲۰) (سودمندی، سهولت استفاده و امنیت) چینگ لاینگ و همکاران (۲۰۱۹) (رضایت و خوشنودی) همسو می‌باشد. همچنین با توجه به نتایج پژوهش باید اشاره کرد که مفید بودن برنامه‌های کاربردی موبایل موجب ایجاد ارزش و افزایش اثربخشی تبلیغات اپلیکیشن موردنظر خواهد شد که در این راستا، گسترش فناوری می‌تواند شرایطی را به وجود می‌آورد که بر علل به‌کارگیری و استفاده از اپلیکیشن‌ها در تلفن همراه و برنامه‌های کاربردی آن اثر مثبت می‌گذارد. تمایل زیاد افراد پذیرنده این برنامه‌های کاربردی و علل استفاده کاربران، گرایش به این برنامه‌ها را افزایش می‌دهد. صالحی ساعی و همکاران (۱۳۹۸) به تأثیر مثبت و معنی‌دار کاربران در استفاده از اپلیکیشن‌های کاربردی تأکید دارند. همچنین (آتکار و کیساری، ۲۰۱۹) بدین نکته اشاره می‌کنند که برنامه‌های کاربردی موبایل به دلیل فعالیت بیشتر و کسب مزیت‌های اقتصادی به رضایت و وفاداری و کارایی کاربران نیازمند هستند. وفاداری نگرش مثبت است که به احساسات نسبت به تجارت الکترونیکی که منجر به تکرار رفتار خرید و یا استفاده از خدمات می‌شود (Anderson, & Sirinivasan, 2020). همچنین کاربران بیشتر به دنبال آن نوع استفاده‌ای از برنامه‌های موبایلی (اپلیکیشن‌ها) هستند که بیشترین خوشنودی را برای آن‌ها داشته باشد. در نتیجه هر چه یک نوع کاربرد از اینترنت رضایت بیشتری را برای افراد داشته باشد افراد به مراتب بیشتر از آن استفاده می‌کنند (گنجی، ۱۳۸۵). نیز می‌توان بیان کرد سهولت در دسترسی دختران جوان به بخش‌های مختلف یک اپلیکیشن موبایلی، بهره‌گیری از گرافیک زیبا، جذاب، ساده و متناسب با سلیقه کاربران و استفاده از رابط کاربری کارآمد و هماهنگ با سیستم عامل هدف، اهمیت بسیار بالایی دارد (عقدا و عزیزی، ۱۳۹۷). امنیت و حریم خصوصی نیز از جمله عوامل مهم در استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی است که این امر باعث ایجاد و جذب آنان بدین

علل استفاده دختران جوان تهرانی از اپلیکیشن‌های موبایلی دینی [...] |

اپلیکیشن‌ها می‌شود. همچنین اگر کاربران (دختران جوان) در انتخاب اپلیکیشن‌های موبایلی دینی بدون مانع به آن دسترسی یابند و از نگاه مکانی و زمانی برای دستیابی به آن دچار مشکل نگردند می‌تواند باعث افزایش گرایش به استفاده از این اپلیکیشن‌ها شود. در محتوای مورد استفاده در اپلیکیشن‌های دینی، اگر استانداردهایی جذاب بودن و به‌روز بودن رعایت گردد محصول نهایی، مورد اقبال مخاطب واقع می‌شود. با توجه به اینکه انگیزه و محرک اصلی تولید هر برنامه‌ای، از خواسته‌ها و نیاز مخاطبان نشئت گرفته، شناسایی و تحلیل دقیق این مسئله و تلاش در جهت برآورده کردن آن، از اهمیت بالایی در موفقیت و استقبال از محصول نهایی برخوردار است.

در مجموع نیز پیشنهاد می‌شود که شرکت‌ها و سازمان‌های مربوط تلفن همراه، با در نظر گرفتن عوامل مختلف برنامه‌های کاربردی موبایل خود را چنان طراحی کنند که برای کاربران و استفاده از برنامه کاربردی اپلیکیشن‌های موبایلی دینی، انگیزه آفرینی کند. همچنین پیشنهاد می‌شود مؤسسه‌های مذکور با استفاده از خدمات مبتنی بر تلفن همراه، اطلاعات محصول خود را در برنامه کاربردی طوری تنظیم کنند که به مشتریان در یافتن نزدیک‌ترین و کاربردی‌ترین اپلیکیشن‌های موبایلی دینی کمک کند. همچنین طراحان اپلیکیشن‌های موبایلی دینی می‌توانند اطلاعات محصول را با توجه برنامه‌های فراوانی باهدف پاسخگویی به نیازهای متنوع فرهنگی و دینی مد نظر خود طراحی کنند.

## تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

### ORCID

Meysam Farokhi  <https://orcid.org/0000-0003-0430-7192>

Safane Khanzaeh 

## منابع و مآخذ

- بشیر، حسن و افراسیابی، محمداصادق (۱۳۹۱). شبکه‌های اجتماعی و سبک زندگی جوانان، مطالعه موردی بزرگ‌ترین جامعه مجازی ایرانیان، تحقیقات فرهنگی ایران، ۵ (۱)، ۷۳-۸۰.  
<https://doi.org/10.7508/ijcr.2012.17.002>
- حجتی نژاد، احسان (۱۳۹۷). ارزش درک شده از اپلیکیشن‌های موبایل بر وفاداری الکترونیکی با نقش میانجی اعتماد و رضایت الکترونیکی (بانک کوثر در شهر تهران)، پایان نامه‌ی کارشناسی ارشد، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی تاکستان.
- دهقان حسام‌پور، هادی (۱۴۰۰). بایسته‌های تولید اپلیکیشن‌های همراه در حوزه فرهنگ دینی، ره‌آورد نور، ۷۴ (۱)، ۱۰۰-۲۴.  
<https://rahavardnoor.ir/index.php/component/k2/item/999-bayestehaye-taulide-app>
- سورین، ورنر و تانکار، جیمز (۱۳۸۶). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه‌ی علیرضا دهقان، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- صالحی ساعی، فرهنگ، قاضی‌نژاد، سعید و یوسفی‌آورو، فریبا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر عوامل موثر بر تمایل کاربران به خرید اپلیکیشن‌های کاربردی، چشم انداز حسابداری و مدیریت، ۲ (۶)، ۹۲-۱۰۴.  
[https://www.jamv.ir/article\\_88080.html](https://www.jamv.ir/article_88080.html)
- عقدا، علی عباس و عزیز، علیرضا (۱۳۹۷). مدیریت کیفیت خدمات. تهران: انتشارات شریف‌زاده.
- فرزانه، سیف‌الله و فلاحتی شهاب‌الدینی، راضیه (۱۳۹۴). بررسی عوامل اجتماعی موثر بر گرایش به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مورد مطالعه: دانش‌آموزان دختر متوسطه دوره دوم شهر بابل)، مشارکت و توسعه اجتماعی، ۱ (۱)، ۱-۲۲.  
<http://jpsd.hormozgan.ac.ir/article-1-31-fa.html>
- ماه‌پور، نسرين و کاظمی، علی (۱۳۹۶). ارزیابی تأثیر عوامل فردی بر نگرش مصرف‌کننده درباره برنامه‌های کاربردی تلفن همراه: مطالعه کاربران گوشی هوشمند در بین دانشجویان کارشناسی دانشگاه اصفهان، تحقیقات بازاریابی نوین ۷ (۳)، ۲۰-۱.  
 Doi:10.22108/NMRJ.2017.89135.0
- معیدفر، سعید، گنجی، احمد و ثابتی، مریم (۱۳۸۵). بررسی الگوی کاربران اینترنت و عوامل اجتماعی مؤثر بر الگوی کاربری ارتباطی اینترنت در بین نوجوانان و جوانان شهر تهران، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۳ (۱)، ۷-۲۶.  
<https://sanad.iau.ir/Journal/jisds/Article/821494>
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۰). مخاطب شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۱). نظریه‌های رسانه اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- Amen, U. (2020) Consumer Attitude towards Mobile Advertising *Contemporary Research in Business*, 2 (3), 75-104.
- Anderson, R. & Sirinivasan, S. (2020) E-Satisfaction and E-Loyalty: A Contingency Framework. *Psychology & Marketing*. 20 (2): 123-138.
- Atulkar, S. & Bikrant, k. (2019). Satisfaction, loyalty and repatronage intentions: Role of hedonic shopping values. *retailing and consumer services* 39 (1): 23-34.

- Bashir, H. & Afrasiabi, MS. (2011). Social networks and youth lifestyle, a case study of the largest Iranian virtual community, *Iran Cultural Research*, 5 (1), 73-80. <https://doi.org/10.7508/ijcr.2012.17.002>  
**[In Persian]**
- Bauer, H. Reichardt, T. Barnes, S.J. & Neumann, M. (2019). Driving Consumer Acceptance of Mobile Marketing: a Theoretical Framework and Empirical Study. *Electronic Commerce Research*, 6(3), 181-192.
- Beneke, J. Cumming, G. Stevens, A, &Versfeld, M. (2019). Influences on Attitude toward Mobile Text Message Advertisements: an Investigation of South African Youth. *International Journal of Mobile Marketing*, 5 (1), 77-89.
- Blanco, C.F. Blasco, M.G. & Azorin, I.I. (2020). Entertainment and Informativeness as Precursory Factors of Successful Mobile Advertising Messages. *Communication of the IBIMA*, Article ID 130147, 11 pages.
- Boyd, d. (2019) Why youth heart social network sites: The Role of networked publics in Teenage social life. The Beckman Center for internet & society at Harvard University. Research Publication No 2019 Available at [www.danah.org/papers/Why\\_youthHeart.pdf](http://www.danah.org/papers/Why_youthHeart.pdf).
- Bruner, G. Kumar, A. (2018). Web Commercials and Advertising Hierarchy of Effects. *Advertising Research*, 40(1): 35-44.
- Chin-Lung, H. & Chuan-Chuan, L. (2019). What Drives Purchase Intention for Paid Mobile Apps? – An Expectation Confirmation Model with Perceived Value. *Electronic Commerce Research and Applications*, 14(1), 46-57.
- Chong, A. Darmawan, N. Ooi, K. & Lin, B. (2020). Adoption of 3G services among malaysian consumers: an empirical analysis. *International Journal of Mobile Communications*, 8(2), 129–149.
- DehghanHosampour, H. (1400) The requirements of producing mobile applications in the field of religious culture, *Rahavardnoor*, 74 (1), 10-24. <https://rahavardnoor.ir/index.php/component/k2/item/999-bayestehaye-taulide-app> **[In Persian]**
- Eghda, A. & Azizi, A. (2017) Service quality management. Tehran: Sharifzadeh Publishing House.
- Farzaneh, S. & Falahati, R. (2014) Investigating social factors affecting the trend towards virtual social networks (case study: female secondary school students of the second year of Babol city), *Participation and Social Development*, 1 (1), 22- 1 <http://jpsd.hormozgan.ac.ir/article-1-31-fa.html> **[In Persian]**
- Gracia, D. B. L. V. Casalo Arino & M. G. Blasco. (2019) the effect of culture in forming e-loyalty intentions: A cross-cultural analysis between Argentina and Spain. *business research quarterly*, 35(1), 1-18.
- Gurtner, S. Reinhardt, R. & Soyec, k. (2018) Designing Mobile Business Applications for Different Age Groups. *Technological Forecasting & Social Change*, 88 (1), 177– 188.
- Ha, S. & Stoel, L. (2020). Consumer e-shopping acceptance: antecedents in a technology acceptance model. *Business Research*, 62(5), 565-571.
- Haba, H. F. & O, Dastane. (2022). An Empirical investigation on taxi Hailing Mobile APP Adoption: A structural Equation Modelling, *Business Management and strategy* 9 (1): 48-72

- Hojtinejad, E. (2017) Perceived value of mobile applications on electronic loyalty with the mediating role of electronic trust and satisfaction (Kowsar Bank in Tehran), Master's Thesis, Takestan Non-Profit Higher Education Institute.
- Jaeki, S. Junghwan, K. Donald, R.J. Jeff, B. & Wynne, W. Ch. (2021). Application Discoverability and User Satisfaction in Mobile Application Stores: An Environmental Psychology Perspective, *Decision Support System*, 59 (1), 37-51.
- Mahdizadeh, SM. (2012) Media theories, popular ideas and critical views, Tehran: Hamshahri.
- Mahpour, N. & Kazemi, A. (2016) Evaluating the influence of individual factors on consumer attitudes about mobile phone applications: A study of smartphone users among undergraduate students of Isfahan University, *Modern Marketing Research* 7 (3), 1-20. DOI:10.22108/NMRJ.2017.89135.0 [In Persian]
- Mansour, I. & Fathelrahman, H. (2017). Factors affecting consumers' intention To accept mobile advertising in Sudan, *Management Studies*, 5(1), 16. 35.
- McFarlane, A. Roche, N. & Triggs, P. (2020). Mobile learning: Research findings. Report for Bect. Retrieved from.
- McQuail, D. (2010) Audience Studies, translated by Mehdi Montazer Ghaem, Tehran: Center for Media Studies and Research.
- Moaidfar, S, Ganji, A & Thabiti, M. (2016) Examining the pattern of internet users and social factors affecting the pattern of internet communication usage among teenagers and young people in Tehran, *Iran Social Development Studies*, 3(1), 26-7 <https://sanad.iau.ir/Journal/jisds/Article/821494> [In Persian]
- Natarajan, Th. Balasubramanian, Sa. & Kasilingam, DI. (2021). Understanding the intention to use mobile shopping applications and its influence on price sensitivity. *Retailing and Consumer Services*, 37(1), 8 – 22.
- Persaud, A; Azhar, I. (2022). Innovative mobile marketing via smartphones, are consumers ready? *Marketing Intelligence & Planning*, 30(4), 418 – 443.
- Salehi, F. Ghazinejad, S. & Yousefi Avro, F. (2018) Investigating the effect of factors affecting users' willingness to purchase functional applications, *Perspective Accounting and Management*, 2 (6), 92-104. [https://www.jamv.ir/article\\_88080.html](https://www.jamv.ir/article_88080.html) [In Persian]
- Sorin, W. & Tankard, J. (2007) Communication Theories, translated by Alireza Dehghan, Tehran, Tehran University Press.
- Williams, Kevin (2017) Understanding Media Theory. London: Arnold.
- Yang, K. (2022) Exploring Factors Affecting the Adoption of Mobile Commerce in Singapore. *Telematics and Informatics*. 22 (3), 257-277.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

## Contents

<b>The mosque and human communication; Studying the communication capacities of the mosque in the social thought of contemporary Muslim thinkers</b>	
Hossein Mehrabanifar .....	9
<b>Strategies for optimal use of virtual social networks in the propaganda-media system of Iranian mosques in 1403</b>	
Yousef khojir .....	37
<b>The theoretical model of people's participation to deal with social harms based on mosques and neighborhood imams</b>	
Karim mehri .....	71
<b>The potential of the mosque in the public diplomacy of the Islamic Republic of Iran; Emphasizing the experiences of Muslim countries</b>	
Mohammad Hosein Shoae .....	107
<b>The secularization of the place of the mosque in the contemporary urban life; A Case Study of the Area Surrounding the Holy Shrine of Imam Reza</b>	
Mohammad Reza Ghaemi Nik, Mohammad Soltanieh .....	141
<b>Standardization for motion picture judging using the tacit knowledge of judges and experts</b>	
Hassan Khojasteh, Alireza Dabbagh .....	177
<b>Investigating the relationship between support, religiosity and family control with family harms of cyberspace (in female students of Arak city</b>	
Seyed Ahmad Mir Mohamad Tabar, Mojtaba Mohammadi Jalali Farahani .....	207
<b>Reasons for the use of religious mobile applications by young Tehrani girls</b>	
Meysam Farokhi, Safane Khanzaeh .....	235





# of Culture Studies - Communication

Vol .25, Series.100, No.68, Winter 2025

Research Institute of Culture, Art and  
Communication Ministry of  
Culture and Islamic Guidance

**Managing Director:**

Javadi, Mohsen (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

Fayyaz, Ebrahim (Ph.D)

Karami Ghahi, Mohammadtaghi (Ph.D)

Nourbakhsh, Younes (Ph.D)

Yasini, seyedeh Raziye (Ph.D)

**International Editorial Board**

Semati Mehdi (Ph.D)

kamalipour Yahya (Ph.D)

Mohsen Mohammad (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>

 This journal is indexed in  
the Islamic World Science  
Citation Database (ISC).



IRANIAN ASSOCIATION  
OF CULTURAL STUDIES &  
COMMUNICATIONS



Research Center for Culture,  
Art and Communication  
Ministry of Culture and Guidance

Cultur-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.