

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

اعتبارنامه علمی - پژوهشی فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی

شورای اعطای مجوزها و امتیازهای علمی حوزه علمیه به استناد مصوبه شماره ۵۷۳ مورخ ۱۳۸۷/۰۴/۱۶ شورای عالی حوزه‌های علمیه و با توجه به ارزیابی کمیسیون نشریات علمی حوزه، شورای اعطای مجوزها و اعتبارهای علمی در جلسه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۲ خود رتبه‌ی علمی- پژوهشی (ب) نشریه مطالعات اخلاق کاربردی را تصویب و طی نامه شماره ۲۱۸۱۵ مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۳ ابلاغ نمود و از شماره ۴۳ به بعد مشمول رتبه علمی پژوهشی گردید.

مصوبه شماره ۶۲۵ (ماده واحد) جلسه مورخ ۱۳۸۷/۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی:

«مصوبات شورای عالی حوزه علمیه قم در خصوص اعطای امتیاز علمی به مجلات علمی، تأسیس انجمن‌های علمی و ... دارای اعتبار رسمی بوده و موجد امتیازات قانونی در دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه می‌باشد.»

تارنمای اینترنتی فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی

فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی به منظور تسهیل فرآیند دریافت، پذیرش، ارزیابی، نظارت و نشر مقالات، تمام مراحل را از طریق تارنمای اینترنتی اختصاصی فصلنامه انجام می‌دهد. بر این اساس، ارسال و دریافت مقالات و پیگیری نتیجه ارزیابی و پذیرش آن تنها از طریق این سامانه امکان پذیر است.

اطلاعات بیشتر را با مراجعه به تارنمای فصلنامه دریافت نمایید.

فصلنامه از پذیرش مقالات به صورت پستی یا حضوری معذور است.

فایل متنی فصلنامه از طریق سایت «Morsalat.ir»، پایگاه استنادی علوم جهان اسلام «ISC»، بانک اطلاعات نشریات کشور «Magiran»، مرجع دانش «Civilica»، مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی «SID»، پرتال جامع علوم انسانی «Ensani»، پایگاه مجلات تخصصی نور «Noormags» و کتابخوان همراه پژوهان «pajooaan»، نمایه و بارگذاری می‌شود.



پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
پژوهشکده الهیات و خانواده

فصلنامه علمی - پژوهشی مطالعات اخلاق کاربردی

*

(ویژه نامه رویکرد معنوی بر اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت
با همکاری میز اخلاق از قطب اخلاق، خانواده و سبک زندگی)

سال سیزدهم / شماره سوم، (پیاپی ۷۲) تابستان ۱۴۰۲

*

صاحب امتیاز: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

مدیر مسئول: عبدالرسول احمدیان

سر دبیر: اصغر هادی

دبیر تحریریه: سعید خانی

*

هیئت تحریریه (به ترتیب حروف الفبا):

مسعود آذربایجانی / دانشیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

مهدی حبیب الهی / استاد یار دانشگاه باقرالعلوم (ع)

حسین دیا / استاد یار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

محمد رضا سالاری فر / استاد یار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

محمد مهدی صفورایی پاریزی / دانشیار مجتمع آموزش عالی علوم انسانی اسلامیہ جامعه المصطفی العالمیه

مهدی علیزاده / استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

اصغر هادی / استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

*

داوران این شماره:

مجید جعفریان، حسن بوسلیکی، سید جواد میری، احمد شاکر نژاد، حسین دیا، اصغر هادی

*

نشر: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

نشانی: اصفهان، خیابان حافظ، دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی اخلاق کاربردی

تارنما: akhlagh.morsalat.ir پست الکترونیک: akhlagh@dte.ir

تلفن: (۰۳۱) ۳۲۲۰۸۰۰۱ - ۴ (داخلی) - صندوق پستی: ۶۹۷-۸۱۴۶۵

دورنگار: (۰۳۱) ۳۲۲۰۸۰۰۵ کد پستی: ۸۱۴۶۹۵۷۵۷۱

راهنمای تنظیم مقاله

ویژگی‌های شکلی مقاله

- حتماً با الگوی فصلنامه (مندرج در صفحه اول سامانه نشریه) تنظیم شده باشد؛
۱. حجم مقاله تایپ شده همراه با چکیده و کتابنامه (حداکثر ۷۵۰۰ کلمه) به آدرس سامانه نشریه ارسال شود.
 ۲. مقاله در محیط Word با پسوند DOCX (با قلم Noorzar نازک ۱۳ برای متن و Times New Roman نازک ۱۰ برای انگلیسی) حروف چینی گردد.
 ۳. شیوه‌های استناد بایستی به صورت درون‌متنی بین پرانتز به شرح ذیل باشد:
 - ❖ **قرآن:** آیات (همراه با ترجمه) داخل گیومه درج شده و سپس نام سوره و شماره آیه (داخل پرانتز) آورده شود. **نمونه:** «الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ؛ ستایش مخصوص خداوندی است که پروردگار جهانیان است» (حمد، ۱).
 - ❖ **کتاب:** (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار اثر، شماره جلد: شماره صفحه، مثال: منبع فارسی با صفحات متناوب (مطهری، ۱۳۶۰، ج: ۱: ص ۲۰۰-۲۲۰) و با صفحات متفاوت (امینی، ۱۳۸۷، ج: ۱: صص ۲۰۰ و ۲۰۷)؛ **نکته:** درج (حرف ق) برای تاریخ قمری لازم است. منبع انگلیسی با صفحات متناوب (Kant, 1788: p.224-288) و با صفحات متفاوت Kant, (1788: pp.44, 288).
 - ❖ **مقاله:** (نام خانوادگی، سال انتشار اثر: شماره صفحه. مثال: یاسری، ۱۳۸۵: ص ۷۵).

تذکر:

- ✓ اگر از یک نویسنده، بیش از یک اثر در مقاله استفاده شود، در صورت اشتراک زمان انتشار آنان، پس از سال انتشار، با ذکر حروف الفبا در گیومه از یکدیگر متمایز شوند. مانند: (مطهری، ۱۳۶۰ «الف»، ص ۲۰۰) یا (مطهری، ۱۳۶۰ «ب»، ص ۱۴۵).
- ✓ اگر مؤلفان یک اثر **بیش از سه نفر** باشند، تنها نام خانوادگی یک نفر می‌آید و با واژه «دیگران» به دیگر مؤلفان اشاره می‌شود.
- ✓ اگر به دو اثر از یک نویسنده، بدون فاصله ارجاع داده شود، به جای تکرار نام نویسنده، از واژه «همو» استفاده می‌شود و به جای تکرار منبع و سال «همان» درج شود. در ارجاع به **منابع لاتین** در

متن به جای واژه «همان» از «ibid»، «همو» از «Idem» و «پیشین» از «op.cit» استفاده شود.
۴. معادل لاتین کلمات غیرفارسی و تلفظ واژگان و اصطلاحات مهجور داخل متن و پراکنش بیاید.

۵. **عبارات تکریمی:** از کلیشه به جای عبارات تکریمی استفاده شود. مانند: صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ به جای (ص)؛ عَلَيْهِ السَّلَام به جای (ع)؛ بِسْمِ اللَّهِ به جای (ره) و: به جای (عليهم السلام) و ...

۶. فهرست منابع و مآخذ (کتاب نامه) در پایان مقاله به ترتیب حروف الفبا و به روش زیر تدوین و درج شود:

❖ **کتابها:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، *عنوان کتاب (ایرانیک)*، مترجم، جلد، نوبت چاپ، محل نشر: ناشر.

❖ **مقالات:** نام خانوادگی، نام (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، نام نشریه (*ایرانیک*)، دوره و شماره نشریه، شماره صفحات مقاله.

❖ **منابع الکترونیکی:** نام خانوادگی، نام (تاریخ مشاهده منبع در سایت یا وبلاگ)، «عنوان مقاله یا نوشته»، آدرس دقیق اینترنتی یا دسترسی (CD و ...).

❖ **پایان نامه ها:** نام خانوادگی، نام (سال دفاع از رساله)، *عنوان رساله*، مقطع تحصیلی، گروه، نام دانشکده، دانشگاه.

ویژگی های محتوایی مقاله

الف) صفحه اول شامل: ۱. عنوان کامل مقاله، نام و نام خانوادگی، مرتبه علمی دانشگاهی و پست الکترونیکی سازمانی نویسنده یا نویسندگان؛ ۲. چکیده فارسی (حداقل ۱۵۰ و حداکثر ۲۵۰ کلمه)؛ ۳. کلیدواژه ها (۳ تا ۷ کلمه) (**ترجمه و ارسال تمامی موارد به لاتین الزامی است**).

❖ در صورتی که مقاله برگرفته از پایان نامه باشد یا سازمان و نهادی هزینه مالی پروژه را پرداخت کرده باشد و یا تشکری لازم داشته باشد باید در پاورقی صفحه اول (چکیده) درج شود.

❖ مقاله پیش تر یا همزمان به مجله های دیگر ارایه نشده باشد و نویسنده به نشر آن در جای دیگر متعهد نباشد.

❖ اعضای هیأت علمی، اساتید و محققان مراکز آموزشی و پژوهشی موظف اند در مقاله خود پست الکترونیکی سازمانی خود را وارد کنند.

❖ در صورتی که مقاله مشترک است، عنوان (نویسنده مسئول) در پاورقی و در مقابل اسم

او درج شود.

(ب) صفحات دوم تا آخر شامل: ۱. مقدمه و طرح مسئله، پیشینه تحقیق، روش تحقیق و گردآوری اطلاعات؛ ۲. تبیین ابعاد مسئله به صورت منطقی شده با رعایت انسجام و هماهنگی مطالب در زیرمجموعه سازی استاندارد (پیگیری از الگوی عددی یا حرف و عدد)؛ ۳. نتیجه گیری؛ ۴. پی نوشت ها (در صورت لزوم)؛ ۵. کتاب نامه.

اهداف

تولید و توسعه دانش در حوزه مطالعات اخلاق کاربردی و حرفه ای، با اولویت اخلاق اسلامی؛

تبیین اخلاق کاربردی و حرفه ای همه رشته های تحصیلی و حرفه های شغلی، با اولویت اخلاق اسلامی؛

تبیین اخلاق کاربردی همه شاغلان در همه مشاغل معتبر موجود و کارهای حرفه ای؛ با اولویت اخلاق اسلامی؛

احیاء تراث در زمینه اخلاق کاربردی و حرفه ای؛

احیاء مروت نامه ها و اخلاق کاربردی در زمان های گذشته؛

مطالعات اخلاق کاربردی و حرفه ای بین رشته ای؛ با اولویت اخلاق اسلامی

توسعه اخلاق کاربردی و حرفه ای، متناسب با نیازهای پژوهشی جهان معاصر.

یادآوری

۱. با توجه به اینکه رویکرد فصلنامه، ناظر به مباحث اخلاق کاربردی است، مقالات پیمایشی در اولویت پذیرش نیستند.

۲. مقاله ارسالی باید گویای نوآوری در مسائل اخلاق و حوزه های مرتبط به ویژه اخلاق کاربردی باشد.

۳. هیئت تحریریه در رد یا قبول و نیز اصلاح مقالات آزاد است.

۴. دیدگاه های مطرح شده در مقالات صرفاً نشانگر نظر نویسندگان آنهاست.

فهرست مطالب

- سخن فصلنامه..... ۹
- اسوه‌ها و شخصیت‌های موفق روحانی در خدمت‌رسانی معنوی (ابعاد تربیتی استاد
علی صفایی)
حسین دیبا..... ۱۱
- مسئله‌شناسی اخلاقی و معنوی کنشگری و خودهای روحانیت در فضای مجازی
سیدمحمد کاظمی قهفرخی ۴۱
- روحانیت و معنویت؛ الزامات معرفتی در تبلیغ معنویت با تأکید بر نقد آرای جول اوستین
محمدحسین کیانی..... ۷۳
- رویکردی کیفی به معنویت و نقش آن در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت از نگاه
روحانیون
مجید جعفریان..... ۹۹
- ملاحظات اخلاقی در مواجهه روحانیت با معنویت‌های نوظهور (مطالعه موردی: جریان
پائولو کوئیلو)
حمید نگارش، علی کارشناس..... ۱۳۳
- رویکردی کیفی به خاستگاه آسیب‌های کنشگری بانوان مبلغ بر ایفای نقش‌های
خانوادگی آنان و ارائه راهکار
فاطمه‌مرضیه حسینی کاشانی..... ۱۵۵

سخن فصلنامه

هوالمحبوب

در شماره زمستان سال ۱۴۰۰ (پیاپی ۶۶) ویژه‌نامه‌ای با عنوان "اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت" در فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی منتشر شد. همچنین در تابستان سال ۱۴۰۱ (پیاپی ۶۸) شماره‌ای با "محوریت اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت (۲)" منتشر شد. در این شماره ویژه‌نامه دیگری با عنوان "رویکرد معنوی در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت" در اختیار مخاطبان فرهیخته فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی قرار می‌گیرد. تفاوت این شماره با دو شماره پیشین در رویکرد معنوی به اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت است.

روحانیت به عنوان نماینده‌های دینی در جامعه، نقش مهمی در کنشگری اجتماعی دارند. آن‌ها نه تنها مسئولیت‌های معنوی را بر عهده دارند، بلکه می‌توانند با تأثیرگذاری در ارزش‌ها، اخلاقیات، و رفتارهای اجتماعی، به تغییرات اجتماعی کمک کنند. روحانیت با تبلیغ ارزش‌های معنوی، ترویج اخلاقیات، و تشویق به انجام خدمات اجتماعی، می‌توانند به تحقق عدالت اجتماعی و رشد معنوی جامعه کمک کنند. به روز بودن روحانیت به معنای آشنا بودن با مسائل روز، تغییرات اجتماعی، و نیازهای مردم است. روحانیت باید با تکنولوژی‌های مدرن، رسانه‌های اجتماعی، و آشنا بودن با مسائل اجتماعی در کنار رویکرد معنوی در کنشگری اجتماعی خود، نقش سازنده در جامعه و جذب جوانان به آموزه‌های برگرفته از مکتب اهل بیت علیهم‌السلام داشته باشد.



- مقالاتی که در این شماره با رویکرد مذکور تقدیم خوانندگان فرهیخته این ویژه‌نامه می‌شود، تا گوشه‌ای از زوایای موضوع را تبیین کند، عبارت است از:
۱. اسوه‌ها و شخصیت‌های موفق روحانی در خدمت‌رسانی معنوی (ابعاد تأثیرگذاری معنوی استاد علی صفایی)؛
 ۲. مسئله‌شناسی اخلاقی و معنوی کنشگری و خودهای روحانیت در فضای مجازی؛
 ۳. کنشگری معنوی روحانیون در جذب جوانان متأثر از اندیشه‌های جوئل اوستین؛
 ۴. واکاوی فهم طلاب از نقش معنویت در کنشگری اجتماعی روحانیون در جامعه - یک رویکرد کیفی؛
 ۵. ملاحظات اخلاقی در مواجهه روحانیت با معنویت‌های نوظهور؛
 ۶. رویکردی کیفی به خاستگاه آسیب‌های کنشگری تبلیغی بانوان در عرصه خانواده.
- در پایان لازم است از میز اخلاق (قطب اخلاق، خانواده و سبک زندگی) دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم که همچون سال‌های گذشته یاریگر فصلنامه بودند و نیز از پژوهشکده اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی و دیگر همکاران پژوهشی این شماره، قدردانی نمایم.

مدیر مسئول
عبدالرسول احمدیان



اسوه‌ها و شخصیت‌های موفق روحانی در خدمت‌رسانی معنوی (ابعاد تربیتی استاد علی صفایی)

حسین دیبا*

چکیده

مطابق آموزه‌های دینی و یافته‌های تجربی، روش الگویی یکی از کارآمدترین روش‌های تربیتی است. عالمان دینی طی تاریخ تلاش کرده‌اند براساس توصیه‌های اسلامی، به‌عنوان الگوهای معنوی موفق برای انسان‌ها ظاهر شوند. یکی از موفق‌ترین این شخصیت‌ها استاد صفایی بوده است. در این مقاله تلاش شده است با روش کیفی و مراجعه به آثار مکتوب و سخنرانی‌های به‌جامانده از استاد و نیز با بهره‌گرفتن از خاطرات همراهان ایشان، زوایای مختلفی از مظاهر الگویی استاد صفایی در ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری تبیین گردد. استاد صفایی در زمینه الگوی شناختی، پس از مراجعه به دریافت‌های حضوری و کشف استعدادها و نیازهای آدمی، برای یافتن پاسخ پرسش‌ها به قرآن و روایات مراجعه می‌کرد و ضمن پذیرش افکار جدید، با بهره‌گرفتن از عبرت‌های زندگی، روش اندیشه‌ورزی را (به‌جای تحمیل فکر)، از طریق عملی و کارگاهی به مخاطبان خویش منتقل می‌کرد. همچنین استاد در ابعاد

* استادیار پژوهشکده اخلاق و معنویت، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.



عاطفی و رفتاری، به واسطه شخصیتی که به لحاظ نظری و عملی یکپارچه و به لحاظ همدلی از ظرفیتی بسیار برخوردار بود، توانست توفیقات فراوانی در تربیت انسان‌ها کسب کند. استاد با استقبال از ابتلائات فراوان در زندگی خود، بی آنکه از خویش بتی بسازد، در مدت حیات کوتاه خود به منزله الگوی معنوی موفق ظاهر شد.

کلید واژه‌ها

استاد علی صفایی، الگو، معنویت، الگوی معنوی، تربیت، تربیت دینی.

مقدمه

مفهوم معنویت ناظر به ابعاد متعالی در انسان است و تعبیر «کنشگری معنوی روحانیت» به دلیل متضمن بودن دو لفظ «معنوی» و «روحانی» در بردارنده نوعی تکرار به قصد تأکید بر رسالت روحانیت در زمینه ترویج معنویت است. در زبان انگلیسی از معنویت با واژه «spirituality» یاد می‌شود که با واژه روحانیت قرابت معنایی دارد. کنشگری روحانیت نیز چیزی نیست جز کنشگری در راستای معنویت. در تبیین چنین وظیفه‌ای برای روحانیت باید گفت در دوران بعثت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و در زمان حضور امامان، ترویج معنویت به عهده این بزرگان بود و از طریق ایشان الگوهای عینی معنویت در دسترس مسلمانان قرار داشت و مؤمنان با مشاهده مظاهر رفتاری این اولیای الهی، برای کسب فضایل معنوی، انگیزه‌مند می‌شدند. در دوران غیبت، رسالت تربیت معنوی انسان‌ها بر عهده عالمان دینی به عنوان وارثان پیامبر صلی الله علیه و آله و ائمه معصومین علیهم السلام قرار گرفت.

در حدیثی از پیامبر اسلام روایت شده که حضرت فرمود: «از عالمان دینی پیروی کنید که آنان هادی و راهنمای شما در دنیا و آخرت هستند» (المتقی الهندی، ۱۳۹۷ق، ج ۱۰: ص ۱۳۵).



در روایت دیگری از آن حضرت، اهل خیر و نیکوکاری به‌عنوان اسوه معرفی شده‌اند و گفته شده «آن‌ها کارگزاران خدا و رسانندگان امر او به مردم و چراغ زمین و خلق او هستند» (کراجکی، ۱۴۱۰ق، ج ۱: ص ۹۲). در گذشته معاشرت روحانیت، حتی در سطح عالمان دینی بزرگ، با بدنهٔ جامعه بیشتر بود و همین باعث تأثیرگذاری الگویی در زمینهٔ معنویت می‌شد؛ اما به تدریج به دلایل مختلف چنین حضوری کم‌رنگ شد. آنچه در این نوشتار بررسی خواهد شد ابعاد کنشگری معنوی استاد صفایی به‌عنوان الگوی موفق کنشگری معنوی در میان روحانیون است. اینکه استاد صفایی با اتخاذ چه راهبردهایی موفق شد به یک تحول اساسی در عرصهٔ کنشگری معنوی دست یابد؟

با جمع‌آوری دیدگاه‌های استاد از میان آثار و سخنرانی‌های ایشان و نیز رجوع به خاطرات نقل شده از همراهان ایشان، مهم‌ترین محورها و نوآوری‌های ایشان در زمینهٔ کنشگری معنوی استخراج گردید تا با صورت‌بندی این محورها بتوان به چارچوب ابعاد این کنشگری دست یافت. استاد صفایی متولد سال ۱۳۲۰ در قم و فرزند مرحوم آیت‌الله عباس صفایی حائری بود و پس از اتمام کلاس ششم نظام قدیم در سیزده‌سالگی، شروع به تحصیلات حوزوی کرد و تا سطح اجتهاد پیش رفت. استاد که در کنار فعالیت‌های علمی، عمری را به تربیت معنوی انسان‌ها گذرانده بود، با خدای خود عهد بسته بود که آغاز و پایان هر ماه قمری را در کنار مضجع شریف رضوی در مشهد باشد و نهایتاً در یکی از این سفرها در تیر ۱۳۷۸ در ۴۸سالگی به دیدار معبود شتافت.

نقش الگوها در فرایند تربیت اخلاقی

یکی از مهم‌ترین روش‌های تربیتی، بهره‌گرفتن از ظرفیت‌های الگوگیری در تربیتی است. انگیزهٔ ایجادشده برای التزام تربیتی به آنچه از طریق الگو منتقل می‌شود، با تربیت از طریق انتقال مفاهیم از معبر سخنرانی قابل مقایسه نیست. در فرایند





الگوگیری، شخص به شکل کاملاً جزئی و نه در قالبی کلی، در نزدیک شدن به الگوی اخلاقی هدایت می شود (فرانکنا، ۱۳۸۳، ص ۱۴۸). براساس تحقیقات دیرینه شناسانه، گونه انسان در خصلت الگوگیری و الگوپذیری در میان دیگر گونه ها منحصر به فرد است. بخش مهمی از این توانمندی ها مرهون ویژگی های فیزیولوژیکی و نحوه تکامل و رشد مغزی انسان است.

در فرهنگ دینی نیز بر انتقال ارزش ها از طریق الگو تأکید شده است. مصطلح دینی این فرایند، تأسی است. در آیات قرآن، پیامبر به عنوان اسوه معرفی شده است: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾ (احزاب، ۲۱). در روایات نیز توصیه شده است که «دعوت کننده مردم باشید به غیر زبانتان تا اینکه مردم پرهیزکاری و تلاش و نماز و خیر را از شما مشاهده کنند. به درستی که این بهترین دعوت به خوبی هاست» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲: ص ۷۸).

نخستین پژوهشگری که این پدیده را در زمینه رشد اخلاقی به صورت تجربی و گسترده بررسی کرد، آلبرت بندورا بود. او تحقیقات گسترده ای درباره یادگیری مشاهده ای و انتقال ارزش های اخلاقی از طریق الگوها انجام داد. بندورا بر این باور بود که غالب رفتارها در انسان با مشاهده و از طریق مدل سازی آموخته می شود (بندورا، ۱۳۷۲، ص ۳۵). در یادگیری مشاهده ای، رفتار شخص مشاهده گر ممکن است صرفاً به واسطه آنکه در معرض رفتار شخص دیگر قرار گرفته است، تغییر کند (لیبرت و اسپیگلر، ۱۳۷۵، ص ۹۶).

یادگیری مشاهده ای، محوری ترین شکل یادگیری است و نتیجه این شکل از یادگیری آن است که شخص با نیاز کمتری به انگیزه های دیگر، برای رفتار آماده می شود (کیلن و اسمتنا، ۱۳۸۹، ج ۲: ص ۳۷۹). یادگیری از طریق این فرایند به شکل بسیار مؤثرتری تحقق می یابد. شکل گیری مطلوب فرایند الگوگیری از عواملی متأثر است که برخی از آن ها به مشاهده گر و برخی به شخصی که به عنوان الگو مطرح شده است، مربوط می شود. در ناحیه مشاهده گر، میزان بهره مندی شخص از ظرفیت



ادراکی متناسب با سوژه الگوگیری و توانمندی لازم در پردازش اطلاعات از اهمیت برخوردار است (هرگنهان و اولسون، ۱۳۹۱، ص ۳۶۴). همچنین تجارب گذشته مشاهده‌گر در دریافت پاداش‌های درونی از خود و نیز برخورداری از تقویت‌های بیرونی، در میزان توجه مشاهده‌گر به الگوها مؤثر است. در کنار این‌ها، مشاهده‌گر در صورتی می‌تواند جنبه‌های آموخته‌شده از الگو را در زندگی خود عملی کند که بتواند آن‌ها را یادآوری کند (بندورا، ۱۳۷۲، ص ۳۸-۳۹). اما رکن دیگر فرایند بهینه‌الگوگیری، ویژگی‌های شخصی است که به‌عنوان الگو مطرح است؛ در این زمینه الگوهایی که به‌خاطر برجستگی از کیفیت مناسبی برخوردارند، توجه ما را به خود جلب می‌کنند (Bandura, 1971, p. 17).

افراد به الگوهایی توجه می‌کنند که به کارآمدی مشهورند. در صورت داشتن حق انتخاب، افراد الگوهایی را انتخاب می‌کنند که در کارهایشان موفق‌اند (هرگنهان و اولسون، ۱۳۹۱، ص ۳۶۴). رفتارهای پیچیده به‌سرعت و سهولت رفتارهای ساده و بسیط الگوبرداری نمی‌شود. همچنین شباهت‌های الگو با مشاهده‌گر در توجه به الگوها نقش اساسی دارد (بندورا، ۱۳۷۲، ص ۳۸).

استاد صفایی نیز بر این باور است که عمل تنها در صورتی به‌درستی به‌عنوان الگو برداشت می‌شود که اولاً عمل از سوی فردی صادر شده باشد که خود در معرض مقبولیت بوده و ثانیاً جهت عمل نیز مبهم نباشد؛ برای مثال، اگر شخص شناخته‌شده‌ای در مقابل امری نرمش کند و مشخص نباشد که از روی تواضع یا دوراندیشی است یا بی‌وجه، چنین رفتاری یا جنبه الگویی پیدا نمی‌کند و یا اینکه در قالبی معکوس، به‌جای تأثیر تربیتی مثبت، حمل بر امری نامناسب نظیر حماقت می‌شود (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۹۹).

براین اساس، مربی باید همواره افق فکری مربی را متوجه الگوهای عظیم‌تر کند تا او خودسرانه با اشتباه در انتخاب الگو و مربی به بیراهه نرود (صفایی، ۱۴۰۰، ص ۵۶).



جلوه‌های الگوی معنوی در شخصیت استاد علی صفایی

استاد علی صفایی، سری پرشور در انجام وظایف بندگی در عرصه تربیت داشت و در دوران محدود عمر خویش، علاوه بر آنکه آثار متعددی در حوزه‌های دانش دینی، به‌ویژه در زمینه تربیت، به جای گذاشت، خود نیز به‌عنوان الگویی موفق در زمینه سیر معنوی و در مقام تربیت دینی ظاهر شد. این هدف‌گذاری از دوران جوانی آغاز و تا آخرین لحظات عمر ایشان ادامه داشت. شاید اشاره به دوره سنی ایشان در زمان تدوین کتاب *مسئولیت و سازندگی*، در تبیین این مدعا روشن‌گر باشد؛ این کتاب که به‌مثابه نقشه راه زندگی مرحوم صفایی بود، از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین آثار ایشان است.

برای خواننده آشنا با سوابق پژوهشی در زمینه مسائل تربیتی، بسیار بهت‌آور است اگر بداند چنین اندیشه ابداعی، در برهه‌ای از عمر ایشان در قالب نثری زیبا جاری شد که تنها هجده بهار از زندگی خود را تجربه کرده بود. اگر عنصر محوری در معنویت را ره‌اشدن انسان از بند مادیات بدانیم، محتوای اصلی این کتاب، ره‌اندن انسان از این تعلقات است؛ استاد بارها به این پیام مسیح عَلَيْهِ السَّلَام اشاره و تأکید می‌کرد: «تو یک بار از مادر متولد شدی و این بار باید از خودت بیرون بیایی؛ از گزینه‌ها و عادت‌ها متولد شوی» (صفایی، ۱۳۸۹، ص ۱۷).

تأکید ایشان بر شیوه الگویی در نهادینه‌سازی معنویت از آن روست که در مبنای دیدگاه تربیتی استاد، فرایند تربیت دینی، انتقال مفاهیم نیست، بلکه درونی‌شدن باورها در عمق جان انسان‌هاست و لذا در فرایند تربیت به آموزش مطالب اکتفا نمی‌کرد. در اندیشه ایشان، در جریان تربیت، مهم‌تر از همه چیز این است که انسان تحول شخصیتی پیدا نکند، نه فقط معلوماتش زیاد شود. آنچه برای ایشان اهمیت داشت ارتباط عملی با شاگردانش بود؛ با آن‌ها زندگی می‌کرد و تربیت همه‌جانبه‌ای را پی می‌گرفت و در سفر و حضر ارتباط گسترده‌ای با افراد داشت (باقری، ۱۳۸۵).



ایشان حتی زندگی خصوصی خود را هم تحت‌الشعاع رسالت تربیتی خود قرار داده و فضایی را در خانه خویش به‌صورت شبانه‌روزی برای پذیرایی از دوستان اختصاص داده بود تا زمینه برای تعاملات تربیتی از طریق مباشرت در معاشرت فراهم آید. تنوع‌گرایی در معاشران استاد بود؛ از کاسب تا فیلم‌ساز، از نویسنده و شاعر تا قصاب و پسر فراری همسایه، هر یک به تناسب نیازهایشان بر سر سفره اخلاق او می‌نشستند (غنوی، ۱۳۹۱). استاد درباره این تنوع در معاشران که گاه سنخیت با علقه‌های دینی او نداشتند، در متنی چنین می‌نگارد: «راستی سخت است که از انس حق دل بکنی و روی به کسانی بیاوری که پشت به محبوب دارند و رو به آتش نشسته‌اند، ولی رسول هم این چنین بود» (صفایی، ۱۳۸۹، ص ۶۸).

اعتقادش این بود که روحانی تنها مدرس نیست، مربی هم هست و ما هم براساس چنین ضرورتی طلبه شده‌ایم. در حشرونشر و درس‌وبحث و رفت‌وآمد و مسافرت و حتی فوتبال بازی کردن و سر سفره، این بُعد تربیتی را برای روحانی قائل بود (لاجوردی، ۱۳۹۴).

در این باره برخی از همراهان ایشان می‌گویند: «برای معاشرین او خانه شیخ، خانه خودشان بود و زندگی صفایی یک زندگانی کارگاهی بود. شیخ اهل موعظه مستقیم نبود به‌جای اینکه بگوید، عمل می‌کرد. آدم پیش شیخ، عیب‌های خود را می‌دید. بدون آنکه تحقیر شود و چون کار، کارگاهی می‌کرد، از خاطر نمی‌رود و تأثیراتش باقی خواهد ماند (احمدی، ۱۴۰۰).

با توجه به اینکه معاشران ایشان شامل اقشار فرهنگی و تأثیرگذار و مراجعان عمومی بود، جنبه‌های تربیتی تعاملات استاد در قالب الگوی معنوی، قابل‌سطح‌بندی بود و طبیعتاً رهاوردهایی برای هر دو گروه داشت و براین اساس، برخی از جلوه‌های الگویی ایشان برای مربیان در مقام کار تخصصی و تربیت روشنگر بود و بعضی از مظاهر رفتاری ایشان جنبه الگویی و قابلیت تأسی برای عموم مخاطبان در مواجهه با مسائل روزمره داشت.

برای ارائه تقسیم‌بندی کلی از جنبه‌های الگویی استاد صفایی می‌توان به تقسیم‌بندی سه‌گانه در زمینه ابعاد وجودی انسان، یعنی جنبه‌های شناختی، عاطفی و حوزه‌های رفتاری اشاره کرد. ایشان خود نیز در تبیین مواجهه انسان با درگیری‌های زندگی به نوعی به این سه عرصه اشاره دارد: با شروع حرکت، درگیری شروع می‌شود. این مبارزه در سه جبهه ذهن، قلب و عشق، و رفتار شکل می‌گیرد (صفایی، ۱۳۷۵). براین اساس، مباحث آینده درباره جلوه‌های الگوی معنوی استاد حول این سه محور طرح خواهد شد.

الف) جلوه‌های الگویی در حوزه معرفت معنوی

اگرچه اصل شناخت، امری قائم به شخص است و فرد باید خود برای دریافت‌های صحیح ادراکی تلاش کند، اما توانمندی در یافتن چگونگی و روش‌های به‌انجام‌رساندن این مهم از بهترین راه‌های نیازمند تجربه و یادگیری است و این عرصه همواره وجهه همت مربیان بزرگ در تربیت انسان‌ها بوده است. استاد صفایی به لحاظ نحوه مواجهه معرفتی انسان با مسائل زندگی و دین‌داری در محورهای زیر برای معاشران و مخاطبان خود به بهترین شکل نقش الگویی داشت.

۱. رجوع به حالت‌ها و نیازهای درونی، امور حضوری بنیان معارف

استاد صفایی در سیره خود بارها به تجربه‌های زیسته در دریافت‌های درونی و ثمرات گران‌بهای آن‌ها اشاره کرده است. مبنای معرفتی استاد صفایی آن بود که مسیر قابل قبول در پیوستن به دین و خداباوری، با مراجعه به درون و شکل‌گیری پرسش‌هایی معطوف به یافته‌های حضوری آغاز می‌گردد.

ایشان در این زمینه می‌گوید: «تربیت انسان از ادراکات حضوری و بلاواسطه آغاز می‌شود. تفکر در این ادراکات حضوری به‌دور از شک و شبهه با سؤال آغاز می‌شود و نه با شک که شک خود محتاج دلیل است، ولی سؤال براساس کنجکاوی





است. انبیا با ذکر و یادآوری از این معلومات حضوری کار را آغاز می‌کنند» (صفایی، ۱۳۸۵ الف، ص ۵۳).

به باور استاد، درک انسان از خود و محدودیت‌های امکاناتش و مقصد بی‌نهایت و ارتباطات پیچیده‌اش و استمرار وجودی او از یک طرف و توجه به عدم کفایت ظرفیت ادراکات غریزی، تجربی، عقلی و شهودی برای پاسخ به این پرسش‌ها از طرف دیگر، باعث می‌شود که آدمی به وحی روی آورد (صفایی، ۱۳۸۶ ب، ص ۵۸). استاد می‌گوید: «انسان در این دید سرمایه‌هایش را می‌شناسد که چقدر عظیم است و نیازهایش را می‌شناسد که چقدر گسترده است و ناچار احساس تجارت در دل او می‌نشیند که کم‌ها را زیاد کند و اگر تجارت او با ضرر باشد، در درون، احساس غبن می‌کند» (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۱۷۵).

ایشان سازکار مراجعه به درون و چگونگی تأمل در آن را با ارائه نمونه‌هایی از ادراکات و تجربیات حضوری خود در معرض دریافت دیگران می‌گذاشت. مخاطبان می‌دیدند که او با چه ظرافت و دقتی با تأمل در حالت‌های درونی، نیازها و غرایزش، واقعیت‌هایی را در عرصه انسان‌شناسی شهودی کاویده و با بهره‌گرفتن از آموزه‌های دینی، راه برون‌رفت از مشکلات زندگی انسان معاصر و پاسخ پرسش‌ها را استخراج می‌کند.

تجربه مخاطبان استاد در این آموزش کارگاهی بسیار فرح‌بخش و آموزنده بود. ایشان بر این باور بود که بسیاری از این احساسات و حضوریات بین همه انسان‌ها و به تعبیر قرآنی، حتی «أمیین» هم مشترک است و همین ویژگی است که راه را برای انتقال، انتقاد و ارزیابی هموار می‌سازد (صفایی، ۱۳۸۷، ص ۸۸). استاد یک معضل اساسی در فرایند تربیت در دوران معاصر را مسئله «گسست نسلی» می‌دانست و بر این باور بود که اگر بخواهیم نوجوان و جوان حرف ما را بفهمد باید از راه دریافت‌های حضوری و تجربیات وارد شویم و در مفاهمه با ایشان بر این ادراکات مشترک تأکید کنیم.



کسانی که با سخنرانی‌های استاد انس دارند، این جمله و شبیه آن را مکرر از ایشان شنیده‌اند که: «من وقتی به این حالت درونم توجه می‌کنم که... و درمی‌یابم که...». ایشان گاهی صراحتاً در ضمن برخی از سخنرانی‌های خود به مخاطبان می‌گوید: «امروز مطلبی آماده نکرده‌ام و می‌خواهم شما را در حالت‌های خودم شریک کنم» (صفایی، ۱۳۷۰، ص ۳۴).

۲. رجوع به قرآن و سنت به عنوان مهم‌ترین منبع بیرونی معرفت

یکی از نتایج مبنای پیش گفته در مراجعه به دریافت‌های حضوری آن است که آدمی درمی‌یابد عقلش برای یافتن پاسخ پرسش‌های اساسی زندگی کفایت نمی‌کند و پاسخ آن‌ها را باید از منبع وحیانی بجوید. به باور استاد، این تأملات، انسان را به اضطرار در رجوع به خدا و حجج او می‌رساند (صفایی، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۱۸).

استاد هر سخنش را با آیات قرآن و روایات پیوند می‌زند و این استاد اگرچه در فرایند گفتاری، به لحاظ ترتب، پسینی بود، اما در فرایند ذهنی، متون دینی به صورت پیشینی شالوده مطالب و نکات او را سامان می‌دادند. عده‌ای این ویژگی الگویی استاد را چنین توضیح می‌دهند: برخورد شیرین و عمیق و خاضعانه او با قرآن و سنت و برداشت‌های بسیار لطیف بود.

او در این برخورد، به تعبیر خود، به کودکی می‌ماند که گوهری را در میان خاک گم کرده است. چنان با دقت در کلمه کلمه آیه و روایت و حتی حالات و شرایط نقل شده، تأمل می‌کرد و از هر زاویه گوهری بیرون می‌کشید که حیرت‌آور بود» (غنوی، ۱۳۹۱).

مراحل عملی این استفاده و روش چنین بود که ابتدا سؤالی که مربوط به مسائل اساسی حیات انسانی بود، در پیشگاه قرآن مطرح می‌شد و مسیر یافتن پاسخ با حلم و به دور از شتاب‌زدگی و سطحی‌نگری با تفکر در قرآن ادامه می‌یافت. این تأمل با تفکر درباره ساختار کلی سوره آغاز و به رابطه هر آیه با اجزای خود ختم می‌شد.

مرحله اول، قرائت دقیق سوره است تا از این طریق زمینه طرح سؤال و جواب‌گویی فراهم شود.

سپس برای اینکه سوره را در سیاق خودش بفهمیم، این پرسش مطرح می‌شود که در این سوره با چه انسانی و با چه خصوصیات و روحیاتی روبه‌رو هستیم. بعد، پاسخ خود را مطرح و این برداشت‌ها را با سیاق آیات مقایسه کرده و از این طریق، آن‌ها را اصلاح می‌کنیم. نهایتاً به این پرسش می‌رسیم که با انسانی با این روحیات، چگونه باید سخن گفت و مجدداً برداشت‌های خود را با قرآن مقایسه می‌کنیم تا در مقایسه با پاسخ‌های قرآن، اعجاز آن روشن شود. بعد از تفکر در سوره، باید به تفکر در سیاق آیه‌ها پرداخت (اکبری، ۱۳۸۶). استاد با اعتقاد به اینکه ترتیب سوره‌ها و آیه‌های قرآن به امر رسول خدا بوده است، با دقت فراوان در این تنظیم حکیمانه می‌اندیشید. در تفسیر و برداشتن پرده از چهره زیبای وحی، به ترتیب کلمه‌ها و ترکیب‌ها و به شروع و ختم آیه، به ترتیب و نظم آیه‌ها و روال آغاز و پایان سوره و پیام کلی سوره می‌پرداخت (غنوی، ۱۳۹۱).

ایشان بر سر سفره قرآن می‌نشست و تنها از بزم آن بهره می‌برد، نه آنکه مآدبه خویش را که از منبعی دیگر تهیه شده، بر سر سفره قرآن بیاورد و تناول نماید. او ضمن استفاده از دانش و محتوای مکاتب فلسفی، کلامی و عرفانی، بدون پیش‌فرض‌های دانشی به حضور قرآن می‌آمد و تعلق و وابستگی به آن‌ها نداشت (میرباقری، ۱۳۹۲). بر این اساس، در تبیین آیات با بسنده کردن بر ظاهر، در عمل به شاگردان می‌آموخت که چگونه با اتکا به یافته‌ها و نیازهای حضوری (نه طبق ساختارهای از پیش مشخص‌شده دانشی) از قرآن بهره ببرند.

جلوه الگویی دیگر استاد در رجوع به قرآن، رویکرد درمان‌جویانه است. آیه‌ها و سوره‌ها وقتی معنا می‌یابند و در جای خود می‌نشینند که انسان در موقعیت‌های واقعی زندگی و اضطرار قرار گیرد و با همه محدودیت‌هایش با آن‌ها ارتباط برقرار کند. چنین رجوعی، مستلزم داشتن نیاز یا درد در مرحله نخست و شناخت این





نیازها و جراحات‌ها و سپس، آگاهی از دارو یا دسترسی به فردی آگاه از کاربرد داروهاست. مکرر می‌فرمود گاهی تلاوت یک آیه برای بیمار کافی است و نه بیشتر؛ زیرا اگر تمام قرآن را بررسی کند، درمان نخواهد شد (اکبری، ۱۳۸۶).

استاد با تأسی از سنت رسول اکرم، آیات را در جایگاه خود و ناظر به نیاز تلاوت می‌کرد. نگارنده خود شاهد بود که وقتی شخصی با حالتی ایستا خود را هادی گروهی گمراه معرفی می‌کرد و بیم آن بود که در مقام مقایسه رشد خود با ایشان به عجب برسد و درجا بزند، استاد صفایی آیه ۷۴ سوره فرقان ﴿وَاجْعَلْنَا لِلْمُتَّقِينَ إِمَامًا﴾ را تلاوت کرد و برای او توضیح داد که انسان مطلوب قرآن، انسانی است که در مستوایی حتی فراتر از متقین قرار گیرد.

در خاطره‌ای از ملاقات ایشان با پدر دکتر شریعتی چنین نقل شده که پس از خبر درگذشت دکتر برای عرض تسلیت، به منزل پدر دکتر (استاد محمدتقی شریعتی) رفت و برای پدر دکتر شریعتی که بسیار شکسته و غمگین شده بود، مضمون سوره انشراح را یادآوری کرد که چگونه ذکر رفیع می‌تواند زمینه انشراح صدر باشد.

سپس به این نکته اشاره کرد که آیه می‌فرماید: ﴿إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا﴾، نه انّ بعد العسر يسرا؛ یعنی همراه سختی آسانی است، نه بعد از سختی (معمولاً آیه را این‌طور معنی می‌کنند که بعد از هر سختی آسانی است و حال آن که قرآن می‌فرماید: همراه سختی و در دامن بلا آسانی هست، نه بعد از آن) و مثالی زدند: هنگامی که کارگری بار را برمی‌دارد هم خودش و عضلاتش قوی شده، هم مزدی می‌گیرد و آبگوشت ظهرش را به پا می‌کند. می‌گویند هنگامی که استاد محمدتقی شریعتی، استاد صفایی را تا در منزل مشایعت می‌کرد، به ایشان گفت: «یک هفته زمین گیر شده بودم. این تفسیر مرا سر پا کرد» (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۴۷).

۳. بازبودن ذهن برای دریافت افکار و ایده‌های جدید

یکی دیگر از جنبه‌های الگویی استاد در حوزه شناخت، بهره‌گرفتن از اندیشه‌ها و زمینه‌های هنری مناسب با قطع نظر از ملیت و ایدئولوژی‌ها بود. این باعث شده بود که استاد در حوزه انسان‌شناسی و جایگاه دین در جهان معاصر به انظار بدیعی دست یابد و در ترسیم معنوی سزاوار انسان، کامیاب باشد.

چنین ظرفیتی که به درک زبان مفاهیم با نسل امروزی و شناخت نیازهای او منجر می‌شد، می‌توانست در گشوده‌شدن دریچه‌های نوینی از معنویت به روی انسان مؤثر باشد. استاد صفایی در کتاب *نامه‌های بلوغ* از تجربه‌های خود می‌گوید: «در چهارده سالگی بود که به تاریخ ادبیات ایران و عرب، ژاپن، چین، یونان، اسپانیا، آفریقا، آمریکای لاتین روی آوردم و با نمونه‌هایی از شاهکارهای ادبی هر دوره آشنا شدم. مطالعه بیش از دویست هزار صفحه از ادبیات در مدت زمان کوتاهی، بیشتر از آن جهت برایم ضروری بود که احساس می‌کردم دانشمندان و ادیبان شرق و غرب، ذهن انسان گرفتار جنگ و سرگشته ماشین و سرعت را با ادبیات تغذیه می‌کنند و اساس نفی خدا و نفی مذهب در میان طنزها و تمسخرها و یا تجزیه و تحلیل‌هایی از درد و رنج در انسان و ظلم در جامعه و تبعیض در آفرینش ریخته می‌شود» (صفایی، ۱۳۸۹، ص ۵۲).

مطالعه وسیع درباره آن فرهنگ‌ها از ویژگی‌های تفکر ایشان بود و طبیعتاً همین نگاه به فرهنگ‌های رقیب و دامنه وسیع آن‌ها، بر نوع نگاه ایشان به مسائلی که باید در حوزه تفکر دینی مطرح شود، اثر گذاشته بود و این همه وسعت و دامنه این تفکر را به جاهایی می‌کشاند که هم‌اوردی با همه آن جبهه‌های فرهنگی را که در مقابل ما گشوده شده بود، داشته باشند (میرباقری، ۱۳۹۲).

این شیوه بازبودن ذهن در مواجهه با افکار و ایده‌های نوپدید و احیاناً ناهمسو، در ذهن مخاطبان و همراهان استاد، به لحاظ معرفتی، الگویی از استاد صفایی ترسیم می‌کرد که موجب می‌شد شخص در مقام رشد فردی یا تربیت دیگران، با روحیه



توکل و زمینه‌های مناسب شناختی، این افکار را نه مانع راه که ابزاری برای رشد قرار دهد. ایشان این فرایند را چنین شرح می‌دهد: «امروز برای خود من هم تعجب‌آور است که چگونه با هدایت و فضل خداوند، باتلاق‌هایی که یک عمر را می‌بلعند و برای انسان حاصلی نمی‌دهند، در مدت کمی پیموده شدند و با حاصل‌های بسیار، میان‌برهای مفیدی را فراهم آوردند تا آنجا که برای دوره‌های فعلی، من را آماده ساخت» (صفایی، ۱۳۸۹، ص ۵۲).

۴. تقویت اندیشه‌ورزی افراد، نه فکر کردن به جای آن‌ها

در مباحث رشد شناختی بر این نکته تأکید شده که یکی از نشانه‌های رشدنایافتگی شناختی آن است که شخص بدون استقلال در تفکر، همواره از افکار دیگران پیروی کند. این خصلت در میان کودکان بیشتر دیده می‌شود، اما به آن‌ها اختصاص ندارد و گاه دامن‌گیر بزرگسالان نیز می‌شود. تفصیل این مسئله در آرای پیاژه که عمری را در تحقیق درباره رشد شناختی سپری کرد، قابل ملاحظه است. از دیدگاه او، نخستین گام در رشد شناختی آن است که مریبان بتوانند انفعال‌متری را در مقابل اقتدار فکری دیگران کاهش داده، آن‌ها را به استقلال در اندیشه‌ورزی برسانند (پیاژه، ۱۳۷۹، ص ۴۴-۶۲).

استاد صفایی، نه خود بدون استدلال منقاد اندیشه و مکتبی بود و نه به دیگران مجال می‌داد بدون تأمل و چون‌وچرا تابع نظر او باشند. یکی از مهم‌ترین نکات تربیتی ایشان همین بود که برای فرد بصیرت ایجاد می‌کرد و به جای او تصمیم نمی‌گرفت. زمینه‌ها را ایجاد می‌کرد و اگر موانعی بر سر راه بود با رفتار صحیح سعی می‌کرد آن‌ها را برطرف کند (میرباقری، ۱۳۹۲).

یکی از این زمینه‌ها در روش تربیتی استاد آن بود که به افراد برای جسارت پیدا کردن در نقد و استقلال فکری، شخصیت می‌داد (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۵۵). چنین شیوه‌ای در مواجهه با مخاطبان، هم الگویی قوی برای شیوه تفکر خودشان بود و هم



برای کسانی که به رشد فکری خویش یا تربیت دیگران همت می‌گمارند، پیامی روشن داشت.

یکی از همراهان ایشان می‌گوید در مجلسی با ایشان بحثی علمی در گرفت و من در حضور دیگران نقدهای تندی را درباره‌ی آرای استاد با لحنی نه چندان آرام و با بیانی که اگر هر استاد دیگری بود رنجیده‌خاطر می‌شد، مطرح کردم. هنگام خروج از محل بحث، ایشان در خلوت به من گفت: «همیشه دیدگاه‌های مرا همین گونه که امروز نقد کردی، نقد کن».

۵. توجه به عبرت‌ها در زندگی روزمره و حوادث

یکی از جنبه‌های الگویی استاد در حوزه‌ی شناخت‌ها، بهره‌گرفتن از مشاهدات حسی و ظرفیت‌های حوادث در زندگی روزمره به‌عنوان نشانه‌ها و هدایت‌هایی از سوی خداوند برای عبرت‌آموزی و ارائه‌ی آن‌ها به دیگران بود. این برداشت‌ها، الگویی روشن به همراهان ایشان می‌داد تا دریابند نباید با غفلت از کنار نشانه‌ها و عبرت‌هایی که خداوند برای رشد آدمی می‌فرستد، عبور کرد. این سیره‌ی ایشان در آموزه‌های دینی ریشه داشت. استاد به‌طور مکرر به این روایت اشاره می‌کرد که «ما من شی تراه عینک الا و فیه موعظة» (هاشمی ارسنجانی، ۱۳۹۴، ص ۹۴).

به عقیده‌ی استاد، مربی برای درس‌دادن از ساده‌ترین چیزها استفاده می‌کند و درس‌های بزرگ می‌دهد؛ زلالی رودخانه، شکوفه‌ی درختان در بهار، آفت‌زدن درختان (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۸۷). استاد این تیزبینی و بهره‌گرفتن از مشاهدات را مرهون الگوگیری از پدرش می‌دانست و می‌گفت: «برخی شب‌ها که دیروقت بود و با پدر از جایی بازمی‌گشتیم، مغازه‌هایی نزدیک حرم یا در جاده باز بودند. پدر می‌گفت: بین این‌ها برای مقداری پول ناچیز تا نیمه‌های شب بیدارند؛ درحالی که خداوند با نماز شب چه غنایی را به ما می‌بخشد و ما تنبلی می‌کنیم» (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۷۳).



استاد برای تبیین اینکه بلاها گاه چگونه باعث رشد آدمی می‌شوند، چنین مثال می‌زند: «نگاه به پرندۀ مادر که برای غذا دهان به دهان کودک می‌گذارد، اما در مرحله‌ای او را از لانه پرت می‌کند تا پرواز یاد بگیرد» (صفایی، ۱۳۸۰، ج ۲: ص ۲۲۹).

ارجاعات استاد به عبرت‌ها در زندگی روزمره صرفاً به تجربیات خودش منحصر نمی‌شد و از تصورات نیز در این زمینه بهره می‌گرفت و جنبه‌های معنوی را به بهترین شکل با بیان این مثال‌ها تبیین می‌کرد؛ برای مثال، در تبیین اینکه معیار ارزشمندی رفتار و فعالیت انسان آن است که در جایگاه مناسب خود انجام شود و قرار گیرد، در کتاب *صراط* از مثالی ملموس بهره می‌گیرد: «چند قطره بنزین در جایگاه خودش که بسوزد حرکت ایجاد می‌کند، ولی دریایی بنزین اگر بر روی زمین ریخته و بسوزد فقط حرارت می‌آورد» (صفایی، ۱۳۸۵، ب، ص ۱۶۰).

ب) جلوه‌های الگویی در ابعاد عاطفی و رفتاری

اگرچه برای استاد می‌توان در هریک از ابعاد عاطفی و رفتاری، جنبه‌های الگویی خاصی به‌طور مستقل ذکر کرد، اما شخصیت تربیتی مرحوم صفایی به گونه‌ای از انسجام و وحدت برخوردار بود که ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری او به شکل اعجاب‌آوری در هم آمیخته بود. این آمیختگی در جنبه‌های رفتاری و عاطفی بیشتر ملموس بود و این خود الگویی برای شاگردان و همراهان بود که دریابند چگونه امتزاج رفتارهای تربیتی با نمودهای عاطفی می‌تواند بر میزان تأثیرگذاری رفتارها بر مخاطبان بیفزاید. کسانی که تجربه حضور در جلسات ایشان را داشتند، به خاطر دارند که استاد چگونه هنگام مواجهه رفتاری با افراد به لحاظ احساسی بر آنها تأثیرگذار بود یا چگونه در اوج بیان معارف، ناگاه منقلب می‌شد و چون باران بهاری به پهنای چهره اشک می‌ریخت و سوزمندانه می‌گریست. جلوه‌های الگویی استاد به لحاظ معنوی در ابعاد رفتاری و عاطفی در محورهای زیر قابل طرح است.



۱. الگوی همدلی

همدلی در معنای اصطلاحی خود بر توانایی درک احساس و فکر دیگران دلالت دارد؛ به این معنا که فرد بتواند خود را در جای دیگری بگذارد و دنیا را از چشم او ببیند (Hoffman, 2000, p. 4). مفهوم «همدلی» در دهه‌های اخیر، به‌عنوان یک مفهوم کلیدی و مبنایی بسیار مهم در مباحث روان‌شناسی اخلاق مطرح و تحقیقات گسترده‌ای درباره آن انجام شده است.

تصویرسازی شخص همدل در قبال کسی که با او همدلی می‌شود، در پدیده همدلی اهمیتی جدی دارد و موفقیت در این امر از توانایی شخص همدل در دو امر حکایت دارد؛ نخست آنکه مشاهده‌گر، شخص مورد همدلی را به‌گونه‌ای تصور می‌کند که اگر خودش در چنان موقعیتی می‌بود، چه احساسی می‌داشت (متمرکز بر خود) و دیگر آنکه براساس شناختی که از شخص یا اشخاص شبیه او در خصوصیات مانده سن، جنسیت و فرهنگ دارد، تصور می‌کند او در چنان موقعیتی احتمالاً چه احساسی دارد (متمرکز بر دیگری). بر این اساس، شخص همدل، زندگی اشخاص دیگر را در قابی بزرگ‌تر به‌لحاظ زمان و مکان و شرایط تصور می‌کند. این بازنمایی ذهنی، از گرفتاری قابل مشاهده دیگران که شامل سطح پریشانی یا محرومیت بالفعل آنهاست، کلان‌تر می‌باشد و با التفات به فرصت‌های در دسترس یا فوت‌شده شخص، دورنمایی از آینده ترسیم می‌کند. در نتیجه، در کنار واکنش‌های عاطفی، در قبال درد و ناراحتی «حاضر» برای دیگران، شخص در قبال تصویری بزرگ‌تر از ناراحتی مزمن و شرایط زندگی نامطلوب دیگران، واکنش همدلانه پیدا می‌کند و روشن است که این واکنش دوم برای دیگری راهگشا تر خواهد بود.

استاد صفایی با عنایت به اهمیت همدلی در مواجهه اخلاقی و تربیتی از یک سو و هوش فوق‌العاده هیجانی در قبال شرایط و احساسات دیگران از سوی دیگر، نمونه‌ای کامل از یک شخص همدل بود. ملازمان او به‌روشنی از روش مواجهه





گفتاری و رفتاری او با مراجعان درمی یافتند که او چگونه با فهم دقیق شرایط افراد، به طور مستقل، قضاوت و نسخه‌ای خاص درباره هر کس دارد.

او با این روش در دو سطح، الگویی الهام بخش در زیست تربیتی و اخلاقی بود؛ در سطح زندگی اجتماعی به افراد نشان می داد چگونه باید در معاشرت همه شرایط طرف مقابل را درک کرد و خود را جای دیگری گذاشت و در سطح مریان با نمونه‌های عینی به آنان می فهماند که برای همه متربیان نمی توان نسخه‌ای واحد پیچید و باید به اقتضائات روحی، شرایط محیطی و امکانات اشخاص در تربیت آنها توجه کرد.

حکایت‌های نقل شده از ایشان در مواجهه متناسب با حال و نیازها، با افراد مختلف از دارا و ندار، مقامات، رؤسا و افراد بینوا بیانگر توانمندی بی نظیر ایشان در این مهارت اخلاقی است.

۲. طیب دوار بطبه

استاد صفایی در رفتار تربیتی خود در عمل به مریان یادآوری می کرد که برای انجام رسالت تربیتی خود نباید منتظر باشند تا دیگران به آنان مراجعه کنند. استاد در امر تربیت و رفع نیاز انسان‌ها داوطلبانه خود به سوی افراد می رفت. ایشان مخاطبان گوناگونی داشت و از این تنوع مخاطبان نمی هراسید.

اعتقاد داشت طیب کارش مداواست و نباید کرکره را پایین بکشد و روابطش را محدود به افراد خاص بکند. ایشان طیبی دوار با طب خود بود. دوار بود و منتظر آمدن کسی نمی شد، بلکه افراد مرتبط با خود را دنبال و برای تربیتشان سرمایه گذاری می کرد. در تربیت فقط از راه گفت و گو بهره نمی گرفت، بلکه با اقدام و با برداشتن بار از دوش انسانی که به او مراجعه کرده بود، تلاش می کرد. معتقد بود انبیا نیز این گونه عمل می کردند؛ بنابراین رفتار ایشان رفتاری چندضلعی و چندبُعدی بود (میرباقری، ۱۳۹۲).



در مقابل اعتراض کسانی که می‌گفتند چرا تا این حد آدم‌ها را دور خودت جمع می‌کنی، می‌گفت: «اگر پزشک بر سر در مطب خود تابلویی بزند که ورود بیماران ممنوع است، آیا خود مریض نیست؟» (هاشمی ارسنجانی، ۱۳۹۴، ص ۳۸).

معمولاً روحانی‌ها به خاطر شخصیتی که پیدا می‌کنند از عموم مردم فاصله می‌گیرند، اما ایشان به راحتی می‌توانست لباسش را نادیده بگیرد و ارتباط برقرار کند و حجاب‌های مصنوعی، مانع رسالت تربیت او نبود. افراد برای دیدار با او به عبور از موانع و گذر از مراحل نیاز نداشتند. ایشان حتی در نیمه‌شب هم قابل دسترس بود. او معتقد بود انسان‌ها موجودات بسیار شریف و ارزشمندی هستند و دنبال هر فرصتی می‌گشت برای متحول کردن آدم‌ها (باقری، ۱۳۸۵).

استاد به لوازم خصلت «دَوّار بطبه» آگاه بود و از آنجا که گاهی یکی از لوازم این خصلت همراه‌شدن با معاشران در صحنه‌های مختلف زندگی آن‌ها بود، در مسافرت‌ها و ورزش و مسابقه سعی می‌کرد نکات تربیتی را در زندگی عادی به صورت کارگاهی در جان افراد بنشانند.

ایشان خود در کتاب/استاد و درس چنین نگاه‌شده است: «حتی در درس صرف و نحو هم استاد با رفتارش درس تکافل و تعاون و سعی در گرفتاری دیگران می‌دهد.

مهمانی رفتن و مهمان آوردنش هم درس سازندگی دارد و فقط هوس نیست (صفایی، ۱۳۸۸ الف، ص ۶۸).

این منش استاد از آنجا که به دور از هرگونه تکلف و کمترین احساس خودبرتربینی بود، به بهترین شکل در معاشران ایشان تأثیرگذار بود. این سیره استاد که هیچ‌گاه در صدر مجلس نمی‌نشست و دیگران هنگام ورود، او را از مهمانان تشخیص نمی‌دادند، سبب شده که خاطرات شنیدنی فراوانی از اولین ملاقات‌های افراد با ایشان شکل گیرد (هاشمی ارسنجانی، ۱۳۹۴).

۳. احتراز از بت‌شدن

مری چنانچه شخصیتی کارزماتیک داشته باشد و به‌خصوص اگر مانند استاد صفایی با دلسوزی و شفقت با مراجعان و دوستانش معاشرت کند، در معرض آن خواهد بود که بیش از حد ستایش شود و این آفت تربیتی برای آن دسته از مریبان که وجهه همتشان به‌جای دعوت به خود، حرکت به‌سوی خداوند است، امری مشکل‌زاست. مرحوم صفایی برای شکستن چنین فضایی بسیار اهتمام داشت و زمینه‌های متنوعی را تدارک می‌دید.

برخی از منتقدان ایشان که به لزوم رعایت شئوناتی خاص ازسوی روحانیون معتقد بودند (فارغ از وجاهت دینی این شئونات خودساخته و میزان تطابق آن‌ها با سیره پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و ائمه معصومین علیهم السلام)، به برخی از رفتارهای ایشان خرده می‌گرفتند و در عین حال توجه نداشتند که بسیاری از این رفتارها با این غرض بوده است که فرایند تربیت دینی به بیراهه نرود و معاشران از شخصیت ایشان بتی برای خود نسازند. چنین خصلتی برای بسیاری از مخاطبان قابل درک بود. همه در همان مواجهه اول، شیفته سوزوگداز و معنویتی می‌شدند که در لحن و سلوکش موج می‌زد؛ می‌فهمیدی که نمی‌خواهد خودش را در نگاه تو بزرگ کند یا بزرگی‌اش را به رخ تو بکشد.

می‌خواست بزرگی خدا را دریابی. گاهی خودش را می‌شکست تا رابطه مریدی و مرادی را از بین برده باشد (احمدی، ۱۴۰۰). یکی از راهبردهای استاد در این مسیر، ایجاد فضایی بود که افکار و سخنانش به‌عنوان اموری قطعی تلقی نگردد. ایشان خود معتقد بود بت‌بودن مری را باید با فراهم آوردن فضای نقد آزاد از او، شکست (صفایی، ۱۳۸۷، ص ۱۱۹).

این ویژگی استاد صرفاً به مسئله مرید و مرادی یا بت‌سازی ختم نمی‌شد؛ ایشان از اشتها و اموری که برایش جایگاهی اجتماعی درست کند، احتراز می‌کرد. همراهانش می‌گویند روزی که در حرم مطهر حضرت معصومه علیها السلام پیکر فرزند



شهیدش را تشییع می کردند، در گوشه‌ای به صورت گمنام حرکت می کرد. یکی از همراهان نزدیک ایشان وقتی دید استاد برای نماز بر پیکر فرزند حاضر نشده، به دنبال ایشان گشت و در آن حال، او را در مسیر مراجعت به خانه یافت و هنگامی که از علت سؤال کرد، استاد پاسخ داد نخواستم از آن نمد، کلاهی به من برسد.

۴. استقبال از بلا

مرحوم صفایی بر این باور بود که ابتلائات در زندگی انسان، هدیه‌ای از سوی خداوند است که اسباب رشد آدمی را پدید می آورد؛ از جمله اینکه ضعف‌های انسان را برای جبران و اصلاح به وی نشان می دهد و از وابستگی او به دنیا می کاهد؛ در نتیجه، آدمی را متوجه خداوند و استمداد از او و اخلاص در راه حق می کند. استاد در این باره می گوید: «در لحظه‌های ترس و فشار که تمام آگاهی و عادت‌های انسان در هم می ریزد و آدمی خود را هم فراموش می کند، حضور نزدیک قاهر و پناه مهربانی احساس می شود» (صفایی، ۱۳۹۳، ص ۳۵).

براین اساس بود که او خود به پیشواز بلاها می رفت. مرحوم صفایی در دوره‌ای قرار گرفته بود که با هجوم توفان‌های سنگین تهمت و افترا در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی مواجه بود. وقتی به او می گفتند: «چرا چیزی نمی گویی تا رهایی یابی و مثلاً چرا در سخنرانی از رهبر تمجید نمی کنی؟»، می گفت: «چون این کارها برای تثبیت من خواهد بود، من نمی توانم حتی با "حقیقتی" خودم را تثبیت کنم. این شرک و کفر من خواهد بود که با دست‌های ضعیف خودم بخواهم بلای خدا را کنار بزنم.

من در سختی نبودم و مجبور نبودم از حدود فراتر بروم و حجت نداشتم که آن‌چنان کنم؛ ولی حجت بر آن‌ها تمام بود». او بلا را از عوامل سازنده آدمی می دانست و اگر فشاری بر او بود، می گفت: «من نمی توانم بی دلیل این بلا را کنار بزنم. او حتی این بلا و فشار را مخصوص خودش می دید که بر او مقدر شده بود و



حاضر نبود با کس دیگری تقسیم کند؛ می گفت سهم خودش است (شیرعلی نیا، ۱۳۸۹، ص ۶۸).

حلم و صبوری استاد در مسائل مختلف از حد توانایی غالب انسان‌ها خارج است؛ برای مثال، ایشان در جریان شهادت پسرشان درس را تعطیل نکرد (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۸۵).

چنین رفتارها و واکنش‌هایی از سوی استاد هنگام سختی‌ها برای همراهان او بسیار درس آموز بود تا ایشان نیز در بلاها دست خدا را همراه خود بینند. علاوه بر این، استاد این ابتلاها را وسیله‌ای می‌دید که موجب می‌شد انسان از مراحل تکامل که شامل اسلام، ایمان و احسان است، عبور کرده و به مرحله‌ی اخبات برسد. در این مرحله همه چیز غیر از خدا در چشم انسان کوچک است و دوستی‌ها و ملایمات یا دشمنی‌ها و نامرادی‌ها او را از مسیر حق و انصاف خارج نمی‌کند. وقتی روزی به او گفتند که فلانی که شما را بسیار متهم کرد و آزار داد، به خاطر موضوعی رسوا شده است، عمیقاً غصه‌دار شد و اشکش جاری گشت و گفت: «من خوشحال نشدم که اگر می‌شدم نشانه‌ی نفسانیت و شرک من بود» و در ادامه اشاره کرد که در تمام سال‌ها در جوار حرم رضوی دعاگوی او بوده تا راه خویش را بیابد (شیرعلی نیا، ۱۳۸۹، ص ۶۸). چنین رفتاری نتیجه‌ی روح «اخبات» است که به تفسیر استاد، شخص، خود و حتی خوبی‌هایش را در کنار بزرگی خدا هیچ بینند. این وسعت روح، نمونه‌ای زیبا برای مخاطبان ایشان بود تا ببینند انسان چگونه می‌تواند بر عواطف و احساسات خود در مسیر حق چیره شود.

۵. همت بلند در انجام وظیفه

استاد صفایی سرشار از انگیزه و انرژی برای انجام وظیفه بود. چنین خصلت الگویی در استاد ناشی از این باور بود که انسان براساس سرمایه‌های وجودی خود و کارهایی که امکان انجام آن را دارد، در معرض مسئولیت و رشد است و شخص هنگامی که



این همه را ببیند و با راه‌های نرفته و کارهای مانده مقایسه کند، نمی‌تواند آرام بنشیند (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۱۷۴).

استاد برای انجام رسالت و مسئولیت تربیتی خود در قبال سازندگی انسان‌ها، شب یا روز و راه دور یا نزدیک نمی‌شناخت و همین خصلت بارز، از او الگویی روشن برای همراهان می‌ساخت تا بدون هیچ‌انتظاری، حداکثر تلاش خود را برای انجام وظیفه به کار بگیرند. چنین دغدغه‌مندی، علاوه بر تلاش‌های طاقت‌فرسا در مسیر تربیت دینی، درباره‌ی نیازهای مادی مراجعان نیز قابل ملاحظه بود.

باور استاد صفایی آن بود که انسان تنها به میزان سرمایه‌های بالفعل و مادی موجود نزد خویش مسئول نیست، بلکه اگر برای انجام وظیفه یا گشایشی از مشکلات انسان‌ها اعتباری دارد، باید از اعتبار خویش هزینه کند. ایشان در کتاب فقر و انفاق می‌گوید: «ما خیال می‌کنیم همین که چیزی نداریم، تکلیفی هم نداریم، درحالی که انفاق نه با ثروت که با توانایی ما بستگی دارد.

جایی که می‌توانم باید با اعتبارم کمک کنم» (صفایی، ۱۳۸۸ ب، ص ۸۴) و ایشان در این زمینه نیز الگویی تمام‌عیار بود و برای رفع مشکلات دیگران از اعتبار و آبروی خود بی‌هیچ ملاحظه‌ای هزینه می‌کرد؛ به گونه‌ای که برای ادای دیون گرفتاران به واسطه‌ی کسانی که خود مکنت داشتند تا آخر عمر بدهکار بود» (هاشمی ارسنجانی، ۱۳۹۴، ص ۲۸۹-۲۹۸).

۶. برخورداری از شخصیت یکپارچه و هدفمندبودن ابراز احساسات و انجام فعالیت‌ها
 کسانی که بدون ملاقات حضوری با مرحوم صفایی، تنها از طریق کتاب‌هایشان با ایشان آشنا شده بودند، هنگامی که مدتی از نزدیک با ایشان معاشرت داشتند، اذعان می‌کردند که هیچ فاصله‌ای بین شخصیت ایشان با کلماتش احساس نکرده‌اند. ایشان از این نظر، مصداق کامل حدیث «کونوا دعاة الناس بغير السننکم» بود. این خصوصیت سبب می‌شد عواطفش را براساس هدف‌های تربیتی‌اش جهت‌دهی کند.



او بر این باور بود که مثلاً تندخویی اگر عادت و غضب نباشد و با دل آرام و مسبوق به محبت باشد، یک ارزش است، و گرنه جهنم می‌سازد و رنج می‌افزاید (صفایی، ۱۳۸۶ ج، ص ۱۶۹).

مبنای روان‌شناختی این دیدگاه آن بود که می‌گفت آموزه‌ها و توصیه‌های اخلاقی اسلام به گونه‌ای نیست که حالات منفی انسانی، نظیر خشم و بخل را سرکوب و نابود کند، بلکه آن‌ها را با عواطف و احساساتی بزرگ‌تر و عشق‌هایی عظیم‌تر مهار می‌کند. بر این اساس، اگر محبتی دریغ می‌کرد یا چهره در هم می‌کشید، یقین داشت که چنین دارویی اگرچه به ذائقه‌ها خوش نیاید، تنها چاره است و اگر محبت می‌کرد، می‌دانست مهرورزی او در این جایگاه، سازنده و برای مخاطب خاص بهترین گزینه خواهد بود.

ایشان خود در این زمینه می‌گوید: «حتی رسول که مظهر رأفت و رحمت و خلق عظیم است، گاه جواب سلام نمی‌دهد که یک مرحله از امر به معروف همین است و امام صادق علیه السلام در جریانی خاص، درب را به روی عنوان بصری باز نمی‌کند» (صفایی، ۱۳۸۰، ج ۲: ص ۲۹۳). ایشان بر این باور بود که حالت‌های مریبی باید با اهدافش همسو باشد؛ مثلاً قهر باید رشد و تفکر را به دنبال بیاورد (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۶۶). قهر، منع مهر است و محبت زیاد ممکن است سبب لوس شدن گردد؛ ولی اگر هم نباشد گیاه خشک می‌شود (صفایی، ۱۳۸۶ الف، ص ۶۹).

با تسلط بر همین حالت‌ها و عادت‌ها می‌توانست حتی دشمنان و اهانت‌کنندگان را در مواجهه‌ای کوتاه، جذب خود کند؛ چنان‌که نقل شده دو جوان موتورسوار را که هنگام عبور به لباسش اهانت کرده بودند، صدا کرد و با صحبت‌ها و رفتار محبت‌آمیز خود آن‌ها را جذب و سال‌ها همراه خود کرده بود (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۵۷).

غیر از جنبه‌های عاطفی، مظاهر کلامی ایشان نظیر هم‌صحبتی با افراد نیز بنا بر هدفی از پیش تعیین شده بود. آنچه استاد از خاطره‌ها نقل می‌کرد، تمامی



عبرت و درس‌هایی سازنده بود و حتی اگر شوخی و مزاحی می‌کرد، هدفمند بود. استاد حتی صحبت‌ها و تعارفات عادی را هم به سمت و سویی سوق می‌داد که تذکری برای سازندگی باشد؛ مثلاً اگر کسی ایشان را با وسیله نقلیه خود به مقصدی می‌رساند، به جای استفاده از عبارات معمولی در بیان تشکر و سپاسگزاری، با حالتی توأم با محبت و قدردانی می‌گفت: «خدا راهت را نزدیک کند» (حیدری، ۱۳۹۸، ص ۳۲).

چنین شخصیت یکپارچه‌ای در عین حال که یکپارچه شور زندگی بود، شوری بی‌پایان نیز به لقای حق داشت و خود در وصف این حال می‌گفت: «من سال‌هاست که منتظرم!» و تشبیه زیبایی به کار می‌برد: «در جاده کمربندی دیده‌ای که بعضی با ساک به دنبال اتوبوس می‌دوند و می‌گویند: "روی بوفه هم سوار می‌شوم!"، من این طور با ساک دنبال مرگم!».

رضوان خداوند متعال بر او باد که از خود الگویی معنوی در قالبی مطلوب برای حیات دنیوی و مرگ ساخته بود.





نتیجه گیری

استاد صفایی، روشی نوین در تربیت دینی ارائه کرد که با وجود ابداعی بودن، در سیره انبیا ریشه داشت. این روش، با نیازهای انسان معاصر که در جست و جوی نمودی عینی و دست یافتنی از معنویت و درمانی فراگیر برای رهایی از رنج‌های رنگارنگ خود است، تناسب بیشتری دارد. ویژگی‌های روش او عبارت‌اند از:

۱. استاد در قالبی الگویی به بهترین شکل، انسان را به یافته‌های درونی ارجاع می‌دهد و از دل این یافته‌های حضوری، نیازمندی انسان را به منبع معرفتی و حیانی بیرون می‌کشد تا هم حس خودبسندگی عقلانی انسان را ارضا کند و هم محدودیت‌های او را به رخس بکشانند؛ زیرا انسان معاصر بیش از آنکه دلبسته آتوریت‌ه معرفتی باشد، تعلق خاطرش به یافته‌های خود است؛

۲. انسان معاصر در طلب رشد معنوی از برخی مرییان دلزده است؛ مرییانی که دغدغه آن‌ها بیش از آنکه معطوف به رشد متری باشد، ناظر به بزرگ کردن خود در چشم آنان است. استاد صفایی ضمن آنکه خود را چنین مطرح نمی‌کرد، در مواجهه تربیتی با کسانی که می‌خواستند از او برای خود بتی بسازند، آنان را با روش‌های تربیتی متنبه می‌ساخت که باید به دنبال معبود واقعی باشند؛

۳. انسان معاصر در جست و جوی معنایی است که او را از رنج‌های مادی و معنوی برهاند و در این مسیر، بیش از آنکه بر آموزش اعتماد داشته باشد، طالب نمونه عینی است که چراغ راه باشد. زندگی پرابتلای استاد صفایی نمونه‌ای عینی بود از اینکه اگر عشقی بزرگ‌تر در دل جان بگیرد، چگونه بزرگ‌ترین محنت‌ها در چشم حقیر خواهد شد. او نه در قالب‌های دور از دست نظیر مرتاض یا فیلسوف، بلکه در پیکر یک الگوی قابل دسترس برای انسان‌های کوچه و بازار، به آن‌ها یاد می‌داد که چگونه می‌توانند به گونه‌ای باشند که رنج‌های زندگی را به هیچ بگیرند؛

۴. انسان معاصر که به زندگی مدرن خو گرفته و مشغله‌های او فرصت‌ها را برای رشد معنوی سخت تنگ و محدود کرده است، در طلب معنویت به دنبال راهبردهایی است که با محدودیت‌های او سازگار باشد تا بی‌آنکه نظم زندگی را بر هم بزنند، از نزدیک‌ترین مسیر به معنویت برسد. استاد صفایی در زندگی عملی خود به انسان‌ها یاد داد چگونه در کنار اعضای خانواده، در راه بین خانه و محل کار و در کنار دوستان می‌توان با دوری از غفلت از فرصت‌ها و عبرت‌ها بهره گرفت و بی‌آنکه به عزلت‌گزینی و چله‌نشینی نیاز باشد، می‌توان در کنار خلق با حق بود و ره صدساله را در یک شب رفت.



کتاب نامه

۱. قرآن کریم.
۲. احمدی، صادق (۱۴۰۰)، «استاد صفائی حائری از دیدگاه هنرمندان مشهور کشور».

<https://www.ziaossalehin.ir/fa/content/42682>

۳. اکبری، محسن (۱۳۸۶)، «آزادی و اطاعت: گزارش کتاب روش برداشت از قرآن»، خردنامه همشهری، س ۳ (ش ۲۱)، ص ۷۲-۷۳.
۴. باقری، خسرو (۱۳۸۵)، «نخستین همایش بررسی شخصیت و اندیشه‌های نویسنده توانا مرحوم استاد علی صفایی حائری رحمه الله».

<https://www.isna.ir/news/07254-8509>

۵. بندورا، آلبرت (۱۳۷۲)، نظریه یادگیری اجتماعی، ترجمه فرهاد ماهر، تهران: راهگشا.
۶. پیازه، ژان (۱۳۷۹)، قضاوت‌های اخلاقی کودکان، ترجمه محمدعلی امیری، تهران: نشر نی.
۷. حیدری، عزیزالله (۱۳۹۸)، مشهور آسمان، قم: لیلۃ القدر.
۸. شیرعلی‌نیا، جعفر (۱۳۸۹)، «وظیفه‌ای دور از توجیه و تضعیف»، هفته‌نامه پنجره، س ۱ (ش ۵۰)، ص ۶۴-۶۹.
۹. صفایی حائری، علی (۱۳۷۰)، انبیا، قم: لیلۃ القدر.
۱۰. صفایی حائری، علی (۱۳۷۵)، «پاسخ به نامه یک جوان گرفتار مشکلات جنسی».

<http://arefbashiri.blogfa.com/post/24>

۱۱. صفایی حائری، علی (۱۳۸۰)، تطهیر با جاری قرآن (ج ۲)، قم: لیلۃ القدر.
۱۲. صفایی حائری، علی (۱۳۸۵ الف)، انسان در دو فصل، قم: لیلۃ القدر.
۱۳. صفایی حائری، علی (۱۳۸۵ ب)، صراط، قم: لیلۃ القدر.





۱۴. صفایی حائری، علی (۱۳۸۶الف)، مسئولیت و سازندگی، قم: لילה القدر.
۱۵. صفایی حائری، علی (۱۳۸۶ب)، تومی آیی: تبیینی کاربرد از حقیقت انتظار، قم: لילה القدر.
۱۶. صفایی حائری، علی (۱۳۸۶ج)، وارثان عاشورا، قم: لילה القدر.
۱۷. صفایی حائری، علی (۱۳۸۷)، خط انتقال معارف، قم: لילה القدر.
۱۸. صفایی حائری، علی (۱۳۸۸الف)، استاد و درس، قم: لילה القدر.
۱۹. صفایی حائری، علی (۱۳۸۸ب)، قفر، قم: لילה القدر.
۲۰. صفایی حائری، علی (۱۳۸۹)، نامه‌های بلوغ، قم: لילה القدر.
۲۱. صفایی حائری، علی (۱۳۹۳)، تقدی بر فلسفه دین، ج ۳، قم: لילה القدر.
۲۲. صفایی حائری، علی (۱۴۰۰)، تربیت کودک؛ نظام تربیتی و معرفتی، قم: لילה القدر.
۲۳. غنوی، امیر (۱۳۹۱)، «بهشتی بر فراز کوهسار».
- <http://amirghanavi.blogfa.com/category/8>
۲۴. فرانکنا، ویلیام کی. (۱۳۸۳)، فلسفه اخلاق، ترجمه هادی صادقی، قم: طه.
۲۵. کراجکی، محمد بن علی (۱۴۱۰ق)، کنز الفوائد، قم: دار الذخائر.
۲۶. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق)، الکافی، ج ۴، تهران: انتشارات الإسلامية.
۲۷. کیلن، ملانی و جودیت اسمتانا (۱۳۸۹)، رشد اخلاقی (کتاب راهنما)، قم: انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۲۸. لاجوردی، عباس (۱۳۹۴)، «چراغ راه».
- <https://rasekhoon.net/article/show/1139540>
۲۹. لیبرت، رابرت و میشل اسپیگلر (۱۳۷۵)، شخصیت از دیدگاه رفتاری، ترجمه حسن صبوری مقدم، مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۳۰. المتقی الهندی، علی بن حسام‌الدین (۱۳۹۷ق)، کنز العمال، تصحیح صفوة السقا، بیروت: مكتبة التراث الاسلامی.

۳۱. میرباقری، سیدمحمد مهدی (۱۳۹۲)، «چرا شیخ علی صفایی به ذائقه برخی‌ها تلخ می‌آمد؟»

<https://www.qomnews.ir/fa/interview/14883>

۳۲. هاشمی ارسنجان، سید عبدالرضا (۱۳۹۴)، *رد پای نور*، قم: نشر شهید کاظمی.

۳۳. هرگنهان، بی. آر. و متیو اولسون (۱۳۸۹)، *مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری*، چ ۱۵، ترجمه علی اکبر سیف، تهران: دوران.

34. Bandura, A. (1971). "Analysis of modeling processes". In A. Bandura (Ed.), *Psychological modeling: Conflicting theories*. Chicago: Aldine-Atherton.

35. Hoffman, M. L. (2000). *Empathy and Moral Development: Implications for Caring and Justice*. Cambridge: Cambridge University Press.



مسئله‌شناسی اخلاقی و معنوی کنشگری و خودهای روحانیت در فضای مجازی سیدمحمد کاظمی قهفرخی*

چکیده

«خود»^۱ به عنوان مفهوم بحث برانگیز قرن بیستم تاکنون در دو طیف ذات‌گرا و تجربه‌گرا بررسی شده است. گروه اول آن را منحصر به فرد می‌دانند و دسته دوم آن را محصول کنش اجتماعی صورت‌بندی می‌کنند. با توجه به رویکرد نوع دوم، با ایجاد دیگری‌ها و صحنه‌های متفاوت از فضای واقعی، خودها در حال تغییر در فضای مجازی هستند؛ به طوری که یک خود می‌تواند با ماسک‌های متفاوتی در موقعیت‌ها و پلتفرم‌های متنوع حضور پیدا کند و در برابر دیگری‌های متنوع، بازنمایی متفاوتی داشته باشد. در این مقاله با ابره کردن روحانیت به عنوان بخشی از فعالان حاضر در فضای مجازی تلاش گردید با روش مصاحبه نیمه‌ساخت یافته از کنشگران شاخص در این فضا، مسائل اخلاقی و معنوی منتج از تحولات خود بررسی شوند. برای پاسخ‌دهی به سؤالات پژوهش از روش تحلیل محتوای کیفی بهره گرفته و آن‌ها را دسته‌بندی کردیم. مسائل به دست آمده عبارت‌اند از: این جهانی

* استادیار پژوهشکده مطالعات تمدنی و اجتماعی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

m.kazemi@isca.ac.ir

مستخرج از طرح «گونه‌شناسی کنشگری طلاب در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر فرصت‌های تبلیغی و آسیب‌های اخلاقی»، سیدمحمد کاظمی قهفرخی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۷

تاریخ تأیید: ۱۴۰۲/۱۱/۲۴

1.Self



و آن جهانی بودن روحانیت، تعامل با گروه‌های ناهنجار تهدید و فرصت تبلیغی، شکوفایی خودممنوعه، خودافشایی اندرونی و بیرونی، خودشیفتگی و مواردی از این قبیل که در این مقاله بدان‌ها اشاره شده است.

کلیدواژه‌ها

خود، روحانیت، مسائل اخلاقی، مسائل معنوی، فضای مجازی.

مقدمه

با وقوع انقلاب اسلامی و تقویت نقش سیاسی و جایگاه اجتماعی طلاب، انتظارات و اختیارات آن‌ها گسترش یافته و با به‌وجود آمدن لزوم پیگیری دیگر عرصه‌ها از سوی حوزه‌های علمیه، طلاب مجبور به کنشگری در صحنه‌های متنوعی شدند.

در کنار تأثیر انقلاب ایران، تحولات فناورانه در سطح اجتماعی باعث شد طلاب مخصوصاً پس از گسترش رسانه‌ها با پلتفرم برودکست و در حال حاضر برودبند، به‌شکل ویژه‌ای درگیر فضای عمومی شوند و در کنار نقش نخبگانی که پیش از انقلاب، اساس عالم‌پروری در سطح حوزه‌های علمیه بود، نقش اجتماعی و تبلیغی خود را پررنگ‌تر از پیش، پیگیری کنند. با برجسته‌شدن نقش تبلیغی و ایجاد بسترهای جدید، طلابی پا به عرصه گذاشتند که تلاش می‌کنند به‌جای آنکه در سطح نخبگانی و علمی شناخته شوند، به‌عنوان کنشگران اجتماعی با ویژگی‌های متمایزی ایفای نقش کنند.

افزایش نقش‌های طلاب و پیوستگی آن‌ها با فرهنگ عامه که در شرایط کنونی با تحولات بسیار گسترده و سریع همراه است، کنش طلاب را در هر زمان با گونه‌های متعددی مواجه می‌کند. خرده‌روایت‌های متعدد در تمام عرصه‌ها و شکستن فراروایت‌ها و تابوهای اخلاقی و اندیشه‌ای، رفتارهای متکثری را در عرصه اجتماعی ایجاد و هنجارها را دستخوش تغییر کرده است؛ از این رو، احتمال آسیب‌پذیری





اخلاقی و اجتماعی و حتی ایجاد رویه‌های غیرایده‌آل، برای طلاب نسل جدید افزایش یافته است. مقاله پیش رو، با بررسی خود و هویت از طریق کاوش صفحات و پست‌های طلاب و رفتارشناسی آن‌ها، آسیب‌های اخلاقی موجود را صورت‌بندی می‌کند. سؤالی که در اینجا می‌توان مطرح کرد چنین است: مسائل معنوی و اخلاقی خودهای روحانیت در فضای مجازی کدام‌اند؟

۱. چارچوب نظری

۱.۱. تحول فناوری و بازنمایی خود

فلدمن^۱ در کارش با عنوان «درآمدی بر رسانه‌های دیجیتال» مشخصاتی همچون قابلیت دست‌کاری^۲، شبکه‌ای شدن^۳، تراکم^۴، فشرده^۵ و خنثی بودن^۶ برای رسانه‌های جدید برمی‌شمارد (Gane & Beer, 2008).

مؤلفه‌های بیان‌شده فناوری‌های اطلاعاتی، امکانات خاصی را ایجاد می‌کند که به هم‌گرایی کنش متقابل فضاها، اجتماعی، ترکیب دوباره منابع و نظم‌دهی مجدد زمان و جامعه‌پذیری تمایل دارد. این ویژگی‌ها به‌عنوان عامل و حاصل هم‌گرایی معماری فناورانه، ظرفیت لازم را برای اهدافی که در قبال «دیگری» وجود دارد، آسان‌تر می‌کنند. امکان تملک مجدد به‌وسیله اشخاص، قابلیت مذاکره کردن و دوباره مستقر شدن، مشخصه فناوری است که هم به‌طور اجتماعی شکل می‌گیرد و هم به اجتماع شکل می‌دهد.

همه این موضوعات باعث می‌شود افراد به‌شکل مؤثری با رسانه‌های جدید ترکیب شوند و فضای اجتماعی را برای سیالیت و خودمختاری که در آن جامعه‌پذیری مدیریت می‌شود، بسازند (Papacharissi, 2010, p. 305-306). به

1. Feldman
2. Manipulable
3. Networkable
4. Dense
5. Compressible
6. Impartial



بیان دیگر، فناوری ارتباطی این امکان را فراهم می‌آورد که مدل‌های جدیدی از ذهن و رسانه بسازیم و به وسیله آن‌ها ایده‌ها و تخیلاتمان را ترسیم کنیم؛ از این رو، رایانه بیش از یک ابزار توانمندکننده، آینه‌ای است که ما را قادر می‌سازد در جهت «خود آینه بودن» (قضاوت کردن خویشتن از خلال فرایند درونی ساختن ادراکات خود) گام برداریم و به ما آموزش می‌دهد در دنیای مجازی زندگی کنیم (ترتبی، ۱۳۸۴).

شری تارکل^۱ بیان می‌کند: «اینترنت ما را تشویق می‌کند به خودمان چونان موجوداتی تغییرپذیر، در حال تکوین، غیرمتمرکز، متکثر، انعطاف‌پذیر و همیشه در حال پیشرفت نگاه کنیم» (دریغوس، ۱۳۸۳).

۱. ۲. آواتار؛ خودی دیگر

نگاه رئال‌شدن تصورات را که مقدمه شکل‌گیری جایگزینی آواتار با شناخت در دنیای واقعی است، می‌توان در دیدگاه دکارتی و کانتی مشاهده کرد. دکارت در حوزه تعقل با طرح «من می‌اندیشم پس هستم»، من انسان را در مرکز نظام فلسفی خود قرارداد و شکاف بین فاعل شناسا و متعلق شناسایی را بنا نهاد. او معتقد است من متفکر^۲، به عنوان فاعل و منشأ اثر در عالم متشکل از شعور و آگاهی، به این نتیجه ختم می‌شود که همه چیز از دیدگاه انسان معنا پیدا می‌کند؛ به عبارت دیگر، همه چیز مورد توجه و متعلق به شناخت انسان (قلمرو ذهنی تصورات و تمثیلات اشیا) می‌شود. کانت در فلسفه خود به تحکیم سوپژکتیویته می‌پردازد و همه چیز را بر محور ذهن انسان می‌داند؛ بدین معنا که به جای تطابق شناخت و دانش انسان با اشیا، معتقد است اشیا باید خود را با شناخت انسان وفق دهند.

در زندگی دوم، جسم و بدن افراد، بدون هیچ هزینه‌ای و برای هر تعداد که فرد بخواهد می‌تواند تغییر کند. منوی ظاهر و پلتفرم، شامل اسلاید و طیفی آنی است که

1. Sherry Turkle

2. Cogito



به ساکنان امکان می‌دهد تقریباً تمامی جوانب و صفات ظاهری آواتار خود را تعریف کنند. همچنین اجازه شکل دادن به تمام جسم مجازی را می‌دهند؛ بنابراین، آواتارها، دنیای مجازی را واقعی و رئال (نه ملموس) می‌کنند. مشاهده‌کنندگان دنیاهای مجازی بر پیوستگی بین اجتماع سایبرکتیویتی و تجسم یافته تأکید دارند و بر این باورند که مردم حس مالکیت زیادی به تصویرشان (مانند آواتارشان) دارند. گویا آنچه برای آن اتفاق می‌افتد، برای خودشان اتفاق افتاده است، هرچه آن را لمس کند آن‌ها احساس می‌کنند و نوع جدیدی از وضعیت اجتماعی شکل گرفته است. این کار موجب می‌شود محیط مجازی و تنوع پدیده‌هایی که از آن پرورش می‌یابد، رئال و واقعی به نظر رسند (قاسمی، ۱۳۹۲، ص ۴۵-۶۱).

۱.۳. تعریف خود بر مبنای دیگر

میچل دو شیوه تفکر در باب خود را صورت‌بندی کرد: (۱) خود چندلایه با هسته درونی واحد که افشا یا اختفای آن در اختیار فرد است؛ (۲) خود چندگانه که در تعاملات متقابل میان شخص و دیگران درگیر است و در بافتی ارتباطی ریشه دارد. خود چندلایه واحد و پیوسته بر پایه استعاره فضایی مطرح شده است؛ مثلاً هنگامی که گفته می‌شود «من اینجا هستم»، به هسته یا عمیق‌ترین جزء خویش اشاره دارد - مفهوم ساختارهای روانی نزد نظریه پردازان نه به چیزی جوهری، بلکه به الگوهای تکرار شونده تجربه و رفتار طی زمان توجه می‌کند. دومین مدل گسترده برای خود بر پایه استعاره زمانی شکل گرفته است. بر پایه این استعاره، خود، چندگانه و ناپیوسته است.

موقعیتی که در آن شخص می‌گوید «من امروز خودم نیستم»، مصداقی از این مدل است. خود، آن چیزی است که فرد طی زمان انجام می‌دهد و تجربه می‌کند، نه آنچه در مکانی وجود دارد. خود به این معنا بر سازمان‌دهی ذهنی معانی‌ای ناظر است که فرد در گذر زمان و با پرورش ایده‌ها و احساسات می‌آفریند؛ ایده‌ها و احساساتی



که اندیشه و احساسی را که فرد درباره خود دارد نیز شامل می‌شوند. در نظریه روابط موضوعی، تأکید مدل «خود» بر چندگانگی و ناپیوستگی است و خود ضرورتاً در متن تعاملات ارتباطی معین تصویر می‌شود و از چگونگی رابطه شخص با دیگری در زمینه‌ای خاص نشئت می‌گیرد؛ در نتیجه، همه ما آمیزه‌هایی از سازمان‌یابی‌ها و دیدگاه‌های چندگانه و متداخل هستیم و به واسطه احساسی ذهنی و وهم‌آلود از پیوستگی و وحدت تجربه خود را همگن و یکدست می‌کنیم (سنت کلر، ۱۳۹).

گافمن در گامی جلوتر، خود را به وسیله شبیه‌سازی با فن نمایش^۱ توسعه داد. در مطالعات نمایشی گافمنی، خود از طریق اجرا کوشش می‌کند هویتی استوار، مطابق انتظارات شکل گرفته توسط مخاطب و با در نظر گرفتن موقعیت و صحنه کنش متقابل، ارائه کند (Robinson, 2007).

تعریض عمومی از نگاه گافمنی، فرض ذات بشری کاملاً ماکیاولی^۲ است که مردم را موجوداتی خودپرست، حيله‌گر و هدفمند می‌بیند.

اگرچه نگاه بیان‌شده بی‌مبنا نیست، اما تنها بر یک جنبه درباره کنش متقابل (یعنی بعد اطلاعاتی) تمرکز کرده است و تفسیری استثمارگرانه از دیگران ارائه می‌کند. جنبه دیگری توجه به مفهوم آیین دینی دورکیمی^۳ است که به فضای کنش متقابل تسری پیدا کرده است؛ فضایی که از طریق انبوه کنش‌های کوچک انجام می‌گیرد.

ما احترام و اعتنا به احساسات خودمان را بر اساس نگاه دیگران نمایش می‌دهیم و علاوه بر آن، انتظار رفتار مناسب از دیگران را محفوظ نگه می‌داریم. به عبارت دیگر، التزامات اخلاقی از لحاظ آیینی درون جزئیات کنش متقابل ساخته می‌شود؛ بنابراین، اخلاقیات چیزی نیست که به‌طور تفصیلی در جامعه وجود

1. Dramaturgic
2. Machiavelli
3. Durkheim

داشته باشد، بلکه در مواجهات اجتماعی روزانه، میانجی گر و تجدیدپذیرند
(Smith, 2000, p. 98-100).

۲. روش تحقیق

موضع معرفت‌شناسانه کیفی بر توصیف زمینه‌ای که مردم در آن زندگی می‌کنند، تشکیل عقیده می‌دهند و عمل می‌کنند، تأکید دارند و به این مسئله می‌پردازند که مردم چگونه جهان را می‌بینند و از آن آگاهی پیدا می‌کنند. به جای آنکه مردم در یک موقعیت تجربی کنترل‌شده مشاهده شوند، در محیط طبیعی خودشان نظاره می‌گردند؛ زیرا معانی ذهنی براساس زمینه‌ای که در آن یافت می‌شوند، متفاوت‌اند؛ در نتیجه، تبیین شامل درک و تفسیر کنش‌هاست، نه ایجاد قوانین عمومی درباره رفتار (مارش و استوکر، ۱۳۸۸).

مصاحبه از جمله روش‌های کیفی گردآوری اطلاعات در علوم اجتماعی است. درباره مصاحبه و اهداف آن، طیفی از رویکردها را می‌توان مشاهده کرد. برینکمن^۱ مصاحبه را این‌گونه تعریف می‌کند: «در این روش، مصاحبه‌کننده می‌کوشد از شخص یا اشخاص دیگر اطلاعات یا بیانی از باورها و نظرشان را به دست آورد» (سیدامامی، ۱۳۹۴، ص ۱۰-۱۱).

تمرکز تحلیل محتوای کیفی بر توسعه شناخت و فهمیدن پدیده مورد مطالعه است. روش مذکور، کاربرد زبان و کلیدهای زمینه‌ای برای ساخت معناها در فرایند ارتباطات است و به بازبینی دقیق محتوای خوشه‌چینی شده مصاحبه‌ها و مشاهدات نیاز دارد (Assarroudi et al., 2018, p. 43).

بر مبنای دسته‌بندی‌های سه‌گانه متعارف، جهت‌دار و تلخیصی، با توجه به ضعیف بودن مطالعات و ابعاد نظری تحقیق در پژوهش‌های پیشین و رویکرد استقرایی در توسعه مفاهیم و ابعاد موضوع تحقیق (Doherty, 2017)، رویکرد مقاله پیش‌رو از نوع متعارف است.



نمونه‌برداری هدفمند یک راهبرد نمونه‌برداری است که اغلب در مطالعات کیفی اتخاذ می‌شود؛ یک راهبرد نمونه‌برداری غیراحتمالی که برای به‌دست آوردن مشارکت‌کنندگان دارای صفت‌های خاص به کار می‌رود (Doherty, 2017).

نمونه‌گیری کنشگران روحانی براساس سؤال تحقیق به شکل هدفمند انجام شد و برای دسترسی به موارد از روش گلوله‌برفی استفاده شد. برای این منظور، با بررسی حدود سیصد صفحه روحانیون در اینستاگرام و دسته‌بندی آن‌ها براساس تمایز و نوع کنشگری و تکراری شدن مصادیق موجود، به ده گونه رسیدیم و پس از بررسی مضامین صفحات آن‌ها، با طراحی سؤالات یکسان برای همه و نیز پرسش‌های اختصاصی با توجه به نوع کنشگری آن‌ها، از مصاحبه نیمه‌ساخت یافته برای رسیدن به پاسخ سؤالات استفاده شد.

۳. یافته‌های تحقیق

۳.۱. اخلاق مجازی؛ امتناع یا الحاق

اینترنتی شدن، کنش‌ها را خلاف امر اخلاقی که براساس معنادادن به امور و نیز پذیرفتن مسئولیت است، تلقی می‌کند. در ساحت اخلاق عمل‌گرا، عملی که در نگاه کانتی، عاقلانه و آزادانه انجام شود، کمال اخلاقی است. فضای مجازی به دلیل ایجاد تفسیرها و تفکرهای ممتد، راه را برای عمل، محدود می‌کند.

اینترنت تا جایی که تعهد و الزام را برای عمل تقویت و پشتیبانی کند، به کار زندگی در ساحت اخلاقی می‌آید؛ اما احتمالاً به دلیل تعداد زیاد گروه‌های هم‌علاقه در اینترنت و سهولت پیوستن به آن‌ها، ساحت اخلاقی در نهایت به نابودی خواهد رسید؛ چراکه خلاف رویکرد عمل‌گرایی در اخلاق، به آسانی می‌توان در این گروه‌ها به چیزی متعهد شد؛ تعهدی که عملی در پی ندارد (دریفوس، ۱۳۸۳).





ملزم نبودن به تعهد عملی ارزش، گاهی عامل ورود فرد به کنش‌های غیرارزشی در فضای مجازی خلاف منش شخص در دنیای واقعی می‌شود. (م.۷):^۱ «فضای مجازی، من را [به این سمت] کشانده، همین [اصطلاح] "زر نزن" را که در فضای مجازی می‌گویم، اصلاً در محاورات عادی [عادت] ندارم به کسی بگویم».

ملزم نبودن به تعهد عملی ارزش، در جایی دیگر می‌تواند با ایجاد تعارض ظاهری بین قیافه و منش فرد، عامل تشکیک و ناپیوستگی در شخصیت واقعی و مصور فرد کنشگر گردد.

بدین شرح که با مبنا قرار گرفتن تصورات در دنیای مجازی، انتظارات در واقع نیز بر این اساس شکل می‌گیرد. این در حالی است که رفتار فضای واقعی و مجازی در شخصیت واحد به دلیل زمینه‌های اجتماعی، قابل جمع، الحاق‌شدنی و نامتناقض هستند (م.۲): «خیلی‌ها تعجب می‌کنند و می‌گویند فلانی اینجا [این‌طور]، در فضای مجازی آن‌طور».

در فضای حقیقی: آه این حاج آقا چرا اصلاً خانم‌ها را نگاه نمی‌کند؛ من گمان می‌کردم چون آخوند روشنفکری است به خانم‌ها نگاه می‌کند. می‌بیند از آن پیرمرد سنتی بیشتر در این چیزها حساس هستم، روبه‌رو را نگاه نمی‌کنم؛ چرا چون الان از در واقع آمده‌ام، اینجا نباید اصلاً نگاه کنم. همان فرد هستم؛ ولی اینجا می‌طلبد که سرم پایین باشد، فضای مجازی طوری دیگر می‌طلبد. این بازی نیست».

سؤالی که در اینجا مورد توجه قرار می‌گیرد آن است که چرا روحانیت در روی مرز تمایز قیافه ظاهری در فضای مجازی و منش در فضای واقعی حرکت می‌کند؟ جواب را می‌توان در فانتزی شدن جویا شد. فانتزی از طریق تجسم بخشی فضای مجازی در ایدئال‌های ذهنی و هم‌ذات‌پنداری با کاراکتر مذکور ایجاد می‌شود؛ اما

۱. اختصارنویسی‌های داخل پرانتز به‌عنوان مؤیدهای میدانی یا همان فکت‌هایی است که در مصاحبه‌ها احصا شده‌اند و نوع و گونه سوژه و شماره مرتبط با آن برای رعایت اخلاق تحقیق بدین صورت آورده شده است.



به گونه دیگر نیز قابلیت بررسی و مذاقه دارد. براساس نگاه ژیزکی، فانتزی جایی اتفاق می افتد که کاراکتر تاریخی روحانیت که دارای خصلت های سنتی گرای، بومی گرای و ضد مدرنیته به معنای غرب گرایانه آن است و تمام تلاش خود را انجام داده تا با آن تقابل کند.

در واقعیت میدانی، در مواجهه با مظاهر فرهنگ یادشده چنان عمل می کند که انگار بدان ایمان دارد و بر این ترس غلبه کرده است؛ یعنی به جای آنکه بر مظاهر ستیزه جویانه غرب تأکید کند، با حرکت به سمت مفاهیم به روز بودن، سنتی نبودن و تعریف انسان متجددانه از خود، چنان با فرهنگ غربی عجین شود که هیچ گاه تمایز و تفاوت های مورد انتظار در کاراکتر تاریخی، متبادر نشود. در اینجا به نوعی معنزدایی از سوژه اتفاق می افتد و افراد با روحانیت با مضموم سوم یعنی همان نگاه متجددانه همراهی می کنند.

اگرچه روحانیت فعل یا تشابه را در واقع انجام نمی دهد، ولی به گونه ای وانمود می کند که برای مخاطب باورپذیر شود (م. ۷): «من طوری رفتار کردم که هیچ کس نمی تواند قسم بخورد من موسیقی زن گوش می دهم». این موضع ابهام آلود بین شخصیت های متفاوت و گاهی به ظاهر متعارض، به مشاهده گر یعنی مخاطب این امکان را می دهد که با ساختن بی شمار از مواضع سوژه مشاهده شونده، در بین آنها در تردد باشد و با آنها هم ذات پنداری کند.

سوژه تلاش می کند، خلاف نگاه هنجاری، با جمع پذیری قانون و قواعد دو هویت متقدم (سنت گرایی) و متأخر (مدرن گرایی) روحانیت، آنها را به رسمیت بشناسد تا در آن چارچوب مشروعیت پیدا کند. روحانیت در این دیدگاه، به طور خاص، در مقابل جهان خیال پردازانه که می خواهد او را مخالف مدرنیته جلوه دهد، مقاومت می کند تا در هسته و مرکز واکنش مخاطب قرار نگیرد (نک: صادقی پور، ۱۳۹۱، ص ۱۰۵-۱۲۰).

۲.۳. گمنام‌بودن؛ خود دیگر و ممنوعه

هاردی^۱ استدلال و احساسات را بر انگیزش اخلاقی مؤثر می‌داند؛ از این رو، می‌گوید افراد در فضای مجازی نسبت به دنیای واقعی در موقعیت مشابه، هم‌راستا با استدلال اخلاقی سهل‌گیرانه‌تر، احساسات اخلاقی یا تنش کمتری را تجربه می‌کنند؛ در نتیجه، طبیعتاً انگیزش بیشتری برای ارتکاب اعمال متفاوت و رویکردهای غیر اخلاقی دارند. ساختار فضای مجازی به کنشگر امکان بیان شده را با قابلیت ساختن هویت جعلی (نظارت تام افراد بر هویت قابل ارائه در جامعه)، فاصله‌گیری زمانی و مکانی (ویژگی بی‌مرزی)، گمنامی (امکان حداکثری شدن تنوع شخصیت و سلب مسئولیت رفتار فردی) و عدم امکان کنترل بیرونی (نسبت به فضای واقعی) به شکل مضاعفی به کاربر می‌دهد (ذبیح‌زاده و دیگران، ۱۳۹۶).

«خود» با ارائه نقش‌های گوناگون که محدود به نقش‌های اجتماعی نیست، «خود دیگری» را آشکار می‌سازد که می‌توان به‌نوعی آن را برون‌ریزی روان‌کاوانه فرویدی همان سرکوب‌هایی دانست که آن‌ها را انکار کرده و در فاصله‌ای از هشیاری خود قرار داده‌ایم (تربتی، ۱۳۸۴). عبداللہیان و دیگران در تحقیقات خود بر این باورند که افراد می‌توانند از خصلت‌های مذکور استفاده کنند و به تمایلات ممنوع در فضای واقعی و به عبارتی خود ممنوعه پی ببرند (عبداللہیان، زاهدی و شیخ‌انصاری، ۱۳۹۲).

سرمایه اجتماعی روحانیت به دلیل جایگاه دینی از سطح مبلغ تا مرجعیت، این قشر را از سوی مخاطبان مورد توجه قرار داده است. خصلت مذکور می‌تواند آغازگر ارتباطات خارج از اصول و هنجارهای اخلاق، در تعاملات خصوصی و مکالمات، مخصوصاً برای طلاب مجرد، با جنس مخالف شود. (م. ۱): «خانم‌ها به روحانیت خیلی اعتماد دارند. بعد محبت نشان می‌دهند. اگر مجرد باشید، محبت نشان دادن به‌جای خوبی ختم نمی‌شود». فضای صمیمی در عین گمنامی و با توجه به ویژگی





رابطه مستقیم و شخصی تا جایی پیش می‌رود که ممکن است باعث بی‌اعتمادی در خانواده گردد.

(م.۷): «[خانمی] آمدند شروع کردند به درددل کردن، صحبت‌هایمان خیلی طولانی شد؛ یک سال و خرده‌ای. یک شوخی هم کرده بود. خانمم گفت: این کیه که این طوری شوخی می‌کند. شاید یک‌جایی خوب و یک‌جایی بد باشد. باید خیلی باتقوا باشم تا زندگی خودم را از بین نبرم. مسائل شخصی‌شان را خیلی می‌آیند می‌گویند». گاهی تعاملات منفی، برنامه‌ریزی شده و برای گمراه کردن روحانی کنشگر است. (م.۶): «[طلبه‌ای] در دایرکت با [خانمی] تماس تصویری برقرار کرده بود و با ایشان صحبت می‌کرد؛ می‌گفت: بیا زخم شو. آن خانم هم ضدانقلاب و خارج از کشور بود، سریع پخشش کرد. بعدها فهمیدم هدفمند دام‌هایی برای طلبه‌ها پهن کرده بودند». از سوی دیگر، شهرت در فضای مجازی این معضل اخلاقی را به دلیل مورد توجه قرار گرفتن از سوی مخاطب تشدید و مضاعف می‌کند.

(م.۱۰): «شما وقتی مشهور می‌شوید، خواه‌ناخواه رذایلی به سمتتان می‌آید. به شدت مشتری پیدا می‌کنید. حالا یا می‌خواهند از شما سوءاستفاده کنند یا ضربه بزنند و یا نه واقعاً دوستتون دارند. بعد چون طرف را دوست دارد، می‌خواهد با او ارتباط برقرار کند. حتی حاضر [است] مسائل ریز را هم با او شریک شود».

براین اساس، روحانیت برای ایجاد حساسیت ذهنی و دوری مخاطب از ارتباطات ناهنجار در فضای خصوصی، تلاش می‌کند با نشان دادن ارتباط عاطفی خانوادگی خود، هم حریم شخصی را پررنگ کند و هم دیگران را از پیگیری پیشنهادهای ناموجه دور نگه دارد.

(م.۱۰): «من برای اینکه جلوی این رفتار [تعاملات غیراخلاقی خصوصی] گرفته شود، به مخاطبانم القا کنم که من زندگی‌ام را دوست دارم تا طرف به خودش اجازه ندهد به حریم شخصی من وارد شود. گاهی مثلاً تولدهایمان را به او [همسر] تبریک می‌گویم تا سالگرد ازدواجمان را تبریک می‌گویم تا بدانند من زندگی‌ام را



دوست دارم». اما برخی از روحانیون تعامل ناهنجار را نه تنها تهدید، بلکه فرصتی برای تبلیغ دین می‌نامند. آن‌ها با ارجاع به کاراکتر «سیدمهدی قوام» در ارتباط با نامحرمان، برای هدایت یا دورنگه‌داشتن آن‌ها از فعل گناه، با فرد شروع‌کننده رابطه همدلانه برقرار می‌کنند تا بتوانند به‌طور تدریجی تأثیرگذار باشند و به وظیفه خود عمل کنند. (م.۱): «به فرض، خانمی به پیچ شما آمده و از صورت و هیکل شما خوشش آمده است. حرف [محبت آمیزی] به شما گفته و آمده از شما دلبری کند. حیطة تبلیغی ما باید چنین آدمی را طرد کند؟ من این را به کسی توصیه نمی‌کنم، ایراد ندارد، چهارتا حرف هم تو به او بزنی. چرا؟ اعتمادسازی. با خودش بگه حاجی هم پایه‌ست. هنر این است که در قالب همین حرف‌ها، دردش را تشخیص بدهی. این خیلی سخت است؛ انسان باید تقوای خیلی زیادی داشته باشد تا نلرزد. شما ببینید شیخ حسین انصاریان [قبل از انقلاب] خیلی از لات‌ولوت‌ها را یا سیدمهدی قوام خیلی از فاحشه‌ها را در راه آوردند».

۳.۳. خودافشایی؛ اندرونی، بیرونی

ازلحاظ روان‌شناختی، به دلیل خصوصیت بازتاب‌دهندگی، خودافشایی در شبکه‌های اجتماعی بیشتر از دنیای واقعی است و کاربران، عقاید و احساسات خود را به راحتی بیان می‌کنند (عبداللهیان، زاهدی و شیخ‌انصاری، ۱۳۹۲). خودافشایی در بین روحانیون به چند منظور در پیش گرفته می‌شود؛ اول، خودافشایی در مواقعی می‌تواند در راستای زندگی همدلانه با مخاطب باشد تا احساس تافته جدابافته بودن روحانیت کاهش یابد. (م.۱۰): «بعضی مسائل، مثل اینکه ده سال اولاد نداشتم، [برای این است] که مخاطبان، من را تافته‌ای جدابافته از خودشان نبینند، [پی ببرند] شکافی بین من و مردم نیست. حفظ حریم سر جای خودش، ولی اگر مخاطب من را بشناسد، راحت‌تر ارتباط برقرار می‌کند». دوم، در مواقعی نیز خودافشایی ممکن است به خاطر ترویج کار خیر و حمایت از هویت صنفی روحانیت و وظایف مرتبط



با آن باشد. (م. ۱۰): «کسی از موضوع اهدای کلیه من خبر نداشت تا حوزه علمیه به عالمی خبر داد. [فرمودند:] آبروی روحانیت و آبروی شیعه است؛ باید رسانه‌ای شود». سوم، به دلیل خودافشایی و بازنمایی مسائل حساسیت‌برانگیز در رسانه‌های جمهوری اسلامی، این استدلال در کنشگر ایجاد می‌شود که دیگر لزومی به پوشاندن موارد بیان شده نیست.

(م. ۲): «اصل حضور همسر [من در کنارم در پست‌ها] این است که صداوسیما نشان می‌داد. مگر همسران روحانی را نشان نمی‌داد در راه‌پیمایی‌ها؟ تازه فیلمشان را هم نشان می‌دهد، [آیا این] بدعت نیست؟». چهارم، خودافشایی گاهی به دلیل تعریف «هماندی» روحانیت با دیگر افراد جامعه به کشف مسائل شخصی منتج می‌گردد و امکان دارد فرد به سمت عبور از خطوط قرمز حرکت کند. طلبه‌ای در پستی این گونه می‌نویسد: «طلبه‌ها هم مانند دیگر افراد، وقتی می‌روند تبلیغ و برمی‌گردند، دل‌تنگ خانمشان می‌شوند؛ وقتی رسیدند، بوسش می‌کنند». پنجم، گاهی تقابل با تصور و کلیشه رفتار سرد و خشن و محدودیت‌های متأثر از زندگی دین‌دارانه، باعث تمرکز روحانیت بر بازنمایی خانواده و همسر و رمانتیک نشان دادن روابط زناشویی برای الگوسازی و تصحیح ذهنیت عمومی شده است (م. ۲): «کلی تبلیغ می‌شود که آخوندها صیغه‌باز هستند یا چند زن می‌گیرند. معمولاً همسران طلبه از لحاظ سواد صفر هستند، فقط بلدند بچه بزرگ کنند و کارهای خانه انجام دهند، عقب‌مانده هستند.

من آمدم در اینستاگرام؛ اولاً هر جا می‌روم همسرم کنارم است. وقتی می‌بینند، پیام می‌دهند علت علاقه ما به شما و پیجتان این است که برای زن ارزش قائل هستید. این رسانه‌ای نمی‌شده؛ به خاطر همان چارچوب شأن روحانیت، همسر روحانی اصلاً اسمش نباید بیاید. ثانیاً همسرم خودش یک پیج دارد، چند هزار نفر [دنبال‌کننده دارد]. [مطلب] می‌گذارد و خانم‌هایی که اکثرشان بدحجاب هستند و متدین و متشرع نیستند، برایش به عنوان همسر طلبه کامنت مثبت می‌گذارند. ثالثاً [می‌گویند]



طلبه، مخالف تفریح همسر و فرزندان است؛ من نشان دادم زن و بچه‌ام محدود نشده‌اند، همسر من می‌رود کلاس زبان انگلیسی و... بچه‌ام را می‌برم شهر بازی بدون اینکه لباسم را در بیاورم. مردم می‌گویند آه بچه‌های این‌ها هم لذت می‌برند؟! خیلی از این خانم‌ها می‌گفتند اسلام به زن ظلم می‌کند. من آمدم نشان دهم که نه آقا؛ چون هدف من شبهه‌زدایی بوده است». ششم، در ارتباط با کاراکتر روحانیت، به دلیل ادعاهای گفتمانی و بیانی در روش‌های سنتی، برای فهم و باورپذیری، عینیت‌بخشی به ادعاها، خودافشایی از اهمیت مضاعفی برخوردار است؛ چراکه می‌تواند ارتباط همدلانه با مخاطب را در شبکه‌های اجتماعی افزایش دهد.

(م.۲): «[به‌جای آنکه] با کلی متن نشان دهم به همسرم محبت می‌کنم، فضای مجازی این فرصت را داده؛ الان طرف با یک عکس می‌بیند. مردم می‌بینند. انگار الان دارد اتفاق می‌افتد. وقتی در اینستاگرام می‌بینند روحانی با خانمش [رابطه عاطفی دارد] اثرش بیش از این است که بگویم». هفتم، مسئله دیگری که روحانیت را به استفاده از عکس‌های همسرانه تشویق می‌کند، تقابل با تمایزها و فاصله‌های جنسیتی در جامعه است که باعث خشونت‌های اجتماعی می‌شود.

(م.۹): «من اگر عکس با همسرم را می‌گذارم برای این است که اصلاً قائلم به اینکه اسلام منعی نگذاشته، این قدر فاصله بین زن و مرد را در جامعه زیاد کردیم که زن و مرد نمی‌توانند با هم تعامل کنند و تعاملشون به خشونت می‌انجامد». این نکته تا جایی اهمیت می‌یابد که کنشگر تلاش می‌کند به مخاطب نشان دهد همسر جزئی از هویت اوست و بازنمایی خود به‌تنهایی در شبکه‌های اجتماعی بدون حضور ایشان ناقص و ناکامل است.

(م.۹): «بگویند این هویت خودش است دیگر، من هم هی خودم را بدون خانواده نشان بدهم، به کسی که در سی سال زندگی این قدر من را حمایت می‌کند، هیچ حسی نشان ندهم؟ هیچ تأییدی از او نشان ندهم؟».

۴.۳. اخلاق صنفی؛ شأن یا شرع

دکمه لایک به کاربران امکان می دهد پذیرش آنی خود را درباره یک ایده یا موضوع خاص بیان کنند. در اجتماع گروهی آنلاین درمی یابیم اتصال و اعتبار، ارزشی قابل شمار است که با عنوان اصل شهرت نیز مشهور است. هر قدر تعداد تماس های شما بیشتر باشند و پیوندهای بیشتری ایجاد کنید، ارزشمندترید؛ زیرا افراد تصور می کنند شما مشهور هستید و بنابراین، می خواهند با شما تماس بگیرند (حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶).

روحانیت در فضای مجازی معتقد است نوع تبلیغ سنتی نمی تواند پاسخ گو باشد؛ چرا که برای مخاطب جذابیت ندارد. فانتری شدن و جذابیت می تواند بر هویت صنفی، حاکم شوند و تا جایی که خطوط قرمز تغییر نیابد، آن را گسترش دهند. شرعیات دینی و چارچوب های فکری تمایز بخش روحانیت، حیطه ای هستند که می توان در گستره آنها برای جلب توجه مخاطب، از خطوط قرمز عرفی به وجود آمده گذر کرد. البته این نکته را باید در نظر داشت که حاکم شدن مؤلفه های فانتری و جذابیت در بازنمایی سطوح روحانیت به یک اندازه نیست. در اینجا بر این نکته باید تأکید شود که یکپارچه دیدن هویت و گونه روحانیت بر اساس شاخصه های مورد انتظار مرجعیت به عنوان الگوی مطلوب باعث محدودیت کنشگری این قشر در میدان اجتماعی می شود.

(م.۲): «جذب حداکثری، حکومت دارد. تا آنجایی که جذب حداکثری [اجازه می دهد] و آرمان های انقلاب و امام از بین نرود، به روحانیت علاقه مندی ایجاد کنم». از این رو، شکستن تابوهای خود روحانی و صنف آن برای جذب مخاطب و تابوشکنی بر این اساس توجیه کنشگری می شود. (م.۳): «بدون عبور از شرعیات [خیلی از چیزها را تابوشکنی کنیم. نمی گوییم می خواهیم هر عرفی را [رد کنیم]. این اشتباه است. بعضی مثالی می زنند، می گویند شما هیچ وقت دیدی یک آخوند در خیابان پفک بخورد؟ خب در شأنش نیست. می گویم به خدا من اگر





روزی بفهمم در خیابان پفک بخورم، چهار نفر جذب دین و روحانی می‌شوند، من حتماً آن کار را می‌کنم. اصلاً واجب است بر من، به شرطی که لازم باشد، چه اشکالی دارد؟». در اینجا برخی از روحانیون تلاش می‌کنند در بازنمایی خود از نقش خود فاصله بگیرند تا مسائل و مشکلات به نام شخص او تمام شود و وجهه حوزوی وی کمتر مورد قضاوت قرار گیرد. (م.۷): «خیلی دوست دارم به جایی برسم که اگر من اشتباهی دارم، بگویند فلانی اشتباه کرد نه حوزه اشتباه کرد. من اگر گناه بکنم به حساب خودم گذاشته شود، به حساب دینم نگذارند». مفهوم گافمنی «فاصله نقش»^۱ به معنای شیوه‌های جدایی آشکار شده بین فرد و نقش است. البته این گونه نیست که «خود» نقش را پشتیبانی نمی‌کند؛ بلکه آن را (در راستای مقبولیت ازسوی دیگری) کنترل و راهنمایی می‌کند (Smith, 2006, p. 101-105).

۵.۳. شبکه اجتماعی؛ میدان نبرد یا میز گفتگو

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد در جایی که بیشتر پلتفرم‌های اطلاعات محور همچون وبلاگ‌ها و یوتیوب، غذای فکری را برای توسعه نگرش‌ها فراهم می‌آورند، شبکه‌های اجتماعی، تصدیق نگرش‌ها و رفتارها را پشتیبانی می‌کند، جنبه حمایتی دارند و از این رو، افراد به جریان‌ها تمایل پیدا می‌کنند (Papacharissi, 2010, p.304-305).

ترجیح اخلاق بر تعلقات عاطفی و استفاده از زبان لاین می‌تواند به نگاه ارزشی - ایدئولوژیک که تصور غیر عقلانی بودن برای مخاطب افزایش می‌دهد، تعادل بخشد و راه پذیرش سوژه را برای دیگران فراهم آورد. (م.۲): «اخلاق ثمربخش است. وقتی مخاطبان ببینند که من با زبان لاین به «مسیح علی‌نژاد» نامه می‌زنم، با زبان لاین به رئیس‌جمهور انتقاد می‌کنم، وقتی این زبان لاین را می‌بینند، می‌گویند، اولین باری است که دیدیم بدون تعصب با اخلاق [گفت‌وگو می‌شود]. وقتی من می‌خواهم نقد

1. Role distance



کنم، با اخلاق باشد. من نیایم [تقابل کنم]. این آسیب در طلبه‌ها زیاد است؛ مثلاً یک رفیق طلبه داشتم می‌گفت تو وقتی به مسیح علی‌نژاد نامه می‌دهی، صدایش می‌پیچد؛ ولی من نه، تو چه کار می‌کنی؟ گفتم اولش ننویسید مسیح پولی نژاد. از اول طرف‌دارهای مسیح علی‌نژاد می‌گفتند، برو بابا این تعصبی است دیگر. من می‌نوشتم خانم مسیح‌نژاد سلام علیکم. از اول گارد ایجاد نکن، با اخلاق [تعامل را شروع کن]». دوقطبی شدن در تقابل و رقابت‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی، عامل شکل‌گیری خشونت گفتمانی می‌شود. استفاده روحانیت از ناسزا و توهین را مخصوصاً در جواب به کامنت‌های مخاطبان می‌توان اماره‌ای بر این نتیجه گرفت که کنشگر تلاش دارد از حالت انفعالی برآمده از خویشتن‌داری اخلاقی حوزوی در وضعیت تهاجم دیگری، به حالت فعال تغییر جهت دهد. (م.۷): «بعضی‌ها تصورشان این است که ما این قدر سردرگریانیم، هرچی بگوید ما هیچی نمی‌گوییم. می‌گویم مثلاً «زر مفت نزن»، می‌گذارد و می‌رود؛ یک موقع فکر نکن که این قدر آزاد هستی که به یک روحانی اهانت [کنی] و آبی از آب تکان نخورد. ممکن است در گوشت هم بزند».

۳.۶. دیگری؛ تعامل یا تقابل هنجاری

براساس رویکرد آیینی دورکیمی در تحلیل گافمن در رابطه دیگری، برای اینکه ارتباطات متقابل رضایت‌بخش اتفاق بیفتد، اشخاص باید قانون احترام به خود (باید در شیوه‌ای رفتار کنند که بزرگی، احترام و پیشروی را نمایش دهد) و قاعده محتاطانه (آن‌ها باید با دیگران مؤدبانه رفتار کنند) را برای ایجاد تصویر مناسب از خود در ذهن دیگری دنبال کنند (Smith, 2006, p. 98-100). مسئله‌ای که روحانیت در فضای مجازی با آن مواجه است، تعامل با گروه‌های ناهنجار و متعارض با فرهنگ دینی است که تا پیش از این در فضاهای واقعی دینی حاضر نمی‌شدند. رویکردی که بین برخی از روحانیون وجود دارد، تمسک به سیره عملی ائمه اطهار

و پیامبر ﷺ در رابطه با گروه‌های ناهنجار است. ایشان با احترام به تمایزات اخلاقی و ارزشی، بدون رویکرد حذفی با آن‌ها وارد ارتباط مسالمت آمیز و تأثیرگذار می‌شدند. (م. ۶): «یک خانم می‌آید ازت سؤال کند. می‌گویی خانم حجاب بگیر، خب نمی‌خواهد بگیرد. زن بدکاره آمد از پیغمبر استفتا کرد، زن یهودی آمد... مگر همه محجبه بودند، لخت، نیمه‌لخت آمد. خب پیغمبر سرشان را انداختند پایین». تفاوت ارزشی و هنجاری نباید مانع گفت‌وگو و تبلیغ شود. (م. ۱۰): «چیزهایی که باعث گریز می‌شود این است که من همیشه دنبال نکات منفی شما [مخاطب] باشم؛ این کار را بکن این کار را نکن. من اصلاً این‌طوری نیستم، گاهی این‌قدر با شما خودمانی می‌شوم که شمای دانشجو به من بگویی من [با] فلان دختر دوست هستم، اشکال دارد یا ندارد؟ این قدر راحت می‌شوم با طرف که همه چیزش را می‌ریزد روی دایره». روحانیت برای ارتباط متقابل مؤثر باید تعامل را از وجوه مثبت مخاطب و دیگری خود آغاز کند تا روابط به سمت مثبت حرکت کند.

۷.۳. روحانی؛ آن جهانی یا این جهانی

زیبایی‌شناسی عکس‌های مرتبط با خود، تجربه‌نگاری آنی از چیزهای این جهانی خلاف نوع یادبودی (همچون آلبوم‌های عکس) تغییر ماهیت داده‌اند و ضرورتاً با مرگ و فنا در ارتباط نیستند، بلکه شروع‌کننده هستند. تعامل با عکس‌های روزمره و چگونگی عکاسی به کاررفته در ساخت روایت‌ها صرفاً بر مبنای اتفاقات خاص نیست، بلکه دربارهٔ اشیا، ابژه‌ها و لحظه‌های زودگذر، سریع، مقطعی و دنیوی هستند (Doherty, 2017؛ راودراد و گیشنیزجانی، ۱۳۹۶).

فهم کاراکتر روحانیت، به دلیل ویژگی‌ها و خصوصیت‌هایی که دارد دچار انتزاع مضاعف است. از سویی، نگاه قدسی‌گرایی به‌عنوان نمایندهٔ دین، نبوت و امامت در جامعه، او را به شکل کاراکتری ماورایی تعریف می‌کند. فضای مجازی به دلیل عینیت و تجسم‌گرایی در روایات زندگی روزمره، این امکان را می‌دهد که





روحانیت نگاه تافته جدا بافته بودن را با پررنگ کردن زندگی واقعی کاهش دهد و خود را همچون دیگر افراد جامعه و در یک سطح تعریف کند. خصیصه مذکور سبب می‌گردد مفهوم «این جهانی» جایگزین «آن جهانی» شود. (م.۳): «عکسی را که می‌گذاریم باید به این نکته توجه کرد که ببینیم [فضا چیست] که من این پست را منتشر می‌کنم. [نگاه کنید من چرا می‌روم در بیرون شهر کنار کتری، چای می‌گذارم و با این عنوان پست می‌گذارم]: «عاشق چای آتشی هم هستیم» که فکر نکنید روحانی از آسمان آمده، والله مثل شما زندگی می‌کند». روحانیت نگاه فرازمینی را مانع درک متقابل با دیگران می‌داند. (م.۷): «تا زمانی که ما شخصیت فرازمینی از روحانیت برای جوان بسازیم، این چیزها باورش نمی‌شود». از سوی دیگر، در دوران جدید با این نگاه که باید نشانه‌ای از یک سوژه ایدئال باشد تا مخاطب را به راه و هدف خود هدایت کند، مخالفت می‌شود.

(م.۳): «شما چرا فکر می‌کنید من اگر در این لباس آمدم همه یا اکثر برنامه‌های من، سازنده محور باشند. [یا اینکه] شما به من نگاه کردی حتماً یاد خدا بیفتی. بله، من نسبت به یک آدم عادی باید بیشتر اعتقاد داشته باشم. وقتی نگاه می‌کنند [بگویند] روحانی است دیگر؛ ولی اینکه حالا من یک آدمی هستم که باید وجهه خاصی داشته باشم، نخیر». تشابه‌سازی با مخاطب چنان پیش می‌رود که اقرار به گناه و خطا نیز برای زمینی نشان دادن خود در فضای مجازی یکی از رویکردهای روحانیون می‌شود. (م.۷): «آقا، ممکن است من هم مثل تو خطا کنم، خیلی جاها پیش آمده، من مُسکَن قوی خوردم، نمازم قضا شده است. اه حاج آقا، مگر نماز شما هم قضا می‌شود؟ خب ما هم آدمیم؛ فکر نکنید که آخوندها خیلی آسمانی هستند و وسط بهشت». کنشگر به این مطلب باور دارد که انتظاری که از یک مرجع می‌توان داشت نباید از کل طلبه‌ها داشت.

(م.۷): «من که مدعی نیستم آیت‌الله مکارم شیرازی هستم که بخواهم جواب بدهم. من در حد خودم کاری کردم که شاید همه جمع بشوند، بگویند اشتباه بوده

است». از این رو، نظر مخاطب درباره آراستگی روحانیت طی دهه‌های گذشته تغییر کرده و از معنویت و آراستگی روحی به سمت آراستگی حرکت کرده است. (م. ۱): «امروزه ذائقه‌ها عوض شده است. در دوران جوانی، آدم ژنده‌پوشی را می‌دیدیم، می‌گفتیم، این حتماً یکی از اولیای خداست. الان خدای علم هم باشی، اگر به ظاهرت نرسی، می‌گویند این دوزاری است و به درد نمی‌خورد».

۳. ۸. تفسیر اخلاقی؛ متن یا زمینه

تفسیر دینی براساس نظام دال و مدلولی و هدف آن، راهیابی به مفهوم گزاره‌های ابلاغی است؛ بنابراین، شناخت گزاره‌های دینی جز با نظام نمادگرایی درک نمی‌شود. اما برای فهم مسائل اجتماعی، به جز نظام دلالت‌های خودمرجع، قاعده دیگری وجود ندارد؛ چراکه به جای ارجاع موضوع به نماد مطلق، آن را با تصورات ذهنی تفسیر می‌کند و برحسب شرایط زیست‌محیطی آن را بسط و گسترش می‌دهد. هایدگر می‌گوید: «هر آنچه هست، از رهگذر بازنمون‌شدن، واجد وجود می‌شود. پیامد نظام دلالت‌های خودمرجع آن است که با کلیت‌بخشی به عناصر ناهمگون و نامتقارن، به دنبال فرونشاندن روح ستیزه‌گری و تقلیل فشار تعارض و چالش‌های اجزای ناهمخوان در درون فرهنگ‌هاست» (عبداللهیان و توکلی، ۱۳۸۲). برخلاف تفسیر دینی و خودمرجع، کنشگر میدانی در جایی ممکن است به اقدامی دست بزند که اگرچه در ظاهر با پایگاه صنفی و مذهبی و مرجعی روحانیت در ظاهر متمایز باشد، اما در زمینه خود از نظر او لازم و ضروری به نظر می‌رسد.

(م. ۴): «[در فرهنگ محلی ما] زن همیشه لباس عزا پوشیده، کتک می‌خورد، هزار بدبختی دارد، اصلاً خودش را نمی‌شناسد، خودش را فراموش کرده، شاد نیست؛ می‌آیم و با آن زن یک دایره‌ای می‌گیریم و شعری می‌خوانیم، می‌گوییم بیا با بچه‌ات بنشین، دست بزن و بخون. بعد [برخی از مخاطبان] این طوری می‌گویند، تک‌خوانی گذاشته». همین موضوع عامل فشار هنجاری طلاب و هم‌صنفان بر آن‌ها



است. (م. ۱۰): «گزارش‌های سنگینی فرستاده بودند. ۹۵ تا ۹۸ درصد فشارها از سوی هم‌لباس‌های ماست». از سوی دیگر، اهانت‌ها بیشتر از طرف هم‌لباس‌ها رخ می‌دهد. (م. ۳): «[هم‌لباسی‌های من] زشت‌ترین حرف‌هایی که من نه در فیلم‌ها شنیدم، نه در دوران سربازی شنیدم، به من می‌گویند». مسئله آن است که کنشگران با توجه به اقدامات مفید و مضر، بر اساس رویه کلی و خطوط سبز سنجیده نمی‌شوند، بلکه بر مبنای تک‌تک کنش‌ها با تمرکز بر خطوط قرمز ارزیابی می‌شوند. (م. ۱۰): «من می‌گویم آقای ایکس ده تا پتانسیل دارد، هشت تاش خوبه و دو تاش بد. دو تا بد را بر سر این هشت تا نزنید. آن دو تا بد را از بین ببرید. ضعف من را به من بگویید، نه اینکه با استفاده از ضعف من، من را از بین ببرید».

۹.۳. آواتار؛ بازنمایی خود یا خودشیفتگی

پاچاریسی بیان می‌کند بیشتر عکس‌های منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی، گرایش‌های نارسیستیک دارند و عاطفه و رفتارهای تفریحی منحصراً ساخته شده برای دوربین را به نمایش می‌گذارند (Papacharissi, 2010, p. 305-315). برای روحانیت، در کنشگری فضای مجازی، این نگرانی وجود دارد که فرد به سمت فردمحوری و خودشیفتگی حرکت کند؛ به گونه‌ای که در تقابل با هویت صنفی، اولی را بر دومی ترجیح دهد. (م. ۱۰): «من با شخص‌پروری مخالفم؛ برای همین می‌گویم کار باید گروهی و تشکیلاتی انجام شود. همان اول عرض کردم تک‌محور نباشم. فقط اینجانب نباشد در تصویر، طیف روحانی باشند».

البته باید به این نکته اشاره کرد که جنس شبکه‌های اجتماعی با یکدیگر متفاوت است؛ در اینستاگرام افراد بیشتر مورد حمایت مخاطب قرار می‌گیرند، اما در دیگر شبکه‌های اجتماعی همچون توییتر، مخاطب به شکلی درگیرانه با روحانیت رفتار می‌کند و به نقد و ارزیابی کنشگر می‌پردازد؛ از این رو، در این شبکه امکان شکل‌گیری خودشیفتگی کمتر وجود دارد. (م. ۴): «من توییتر را بیشتر از اینستاگرام



دوست دارم، چرا؟ تو اینستاگرام، ۹۸ تا ۹۹ درصد فقط از من تعریف می‌کنند، اما تو بیشتر نصفش فحش و بدویراه است، نصفش نقد. این را من بیشتر دوست دارم». براساس تحقیقات، افراد معمولاً تمایل دارند باورها و عقایدی را به اشتراک بگذارند که فالوورهای آنها را تأیید کنند (حسنی و کلانتری، ۱۳۹۶).

در این باره به دوگانه شخص / صنف اشاره می‌شود که بازنمایی فردی، سوئی بازنمایی را به سمت قسمت اول سوق می‌دهد و با برجسته کردن آن، بخش دوم را به حاشیه می‌کشانند. از سوی دیگر، فردیت‌گرایی تنها از باب تمرکز بر شخص به عنوان سوژه نیست، بلکه می‌تواند از باب اجبار و ناتوانی در پاسخ‌گویی به تمام دیدگاه‌ها و نیازهای مخاطبان، به دلیل تکثر و تنوع آنان در تبلیغ جدید (با توجه به معماری فضای مجازی) در مقایسه با گونه سنتی آن در منبر و نهادهای دینی بر روحانی تحمیل شود.

۳. ۱۰. اشتراک؛ نفاق یا همراهی

مسئله مورد نظر، برآیندی از نظر گافمنی درباره قیافه و منش است. قیافه، عناصر نشان‌دهنده پایگاه اجتماعی، وضعیت آیینی موقت شخص (مانند رسمی یا غیررسمی بودن فعالیتش) است. منش، عناصر آگاهی‌دهنده درباره نقش است که از آن متوقع است (گافمن، ۱۳۹۵).

عدم تطابق بین قیافه و منش یکی از مسائل اخلاقی در کنش مجازی است. برخی آن را نشان‌دهنده نفاق می‌دانند که برای جلب نظر دیگران بروز می‌یابد (م. ۸): «آقای فلانی، می‌خواهد گرد حرف بزند، می‌گوید من باید با مخاطب [همراهی کنم]. این را خطرناک می‌دانم؛ چون آدم را منافق بار می‌آورد»، و برخی آن را برای همراهی بیشتر خود با دیگران تلقی می‌کنند.

(م. ۴): «یک بنده خدا، بخش‌هایی از شخصیتش خوب و بخش‌هایی بد است، چرا همه را صفر و صد، سیاه و سفید نگاه می‌کنیم؟ به نظرم باید از این خط‌کشی‌های



دست بکشیم. همه ما بنده‌های خدا هستیم، همه ما ایرانی هستیم، همه ما مسلمانیم». اما بعضی باعث تردید مردم در هماهنگی بین عمل و ظاهر فرد می‌شوند. (م. ۳): «این‌ها موسیقی را در خانه‌هایشان گوش می‌دهند، ماهواره دارند، به ما که می‌رسند می‌گویند حرام است».

۳. ۱۱. دین جدید؛ بشارتی یا انذاری

اینترنت می‌تواند ساختارهای معقول را به چالش بکشد، صدا و فرصتی به منابع غیررسمی دهد و یک راه ارتباطی برای شبکه‌های افقی جدید (در مقابل عمودی و سلسله‌مراتبی) ایجاد کند.

در این محیط تعاملی افزایش دهندهٔ تکثرگرایی، انعطاف و امکانات فردی چندگانه، روش‌های جدید ساختن و اندیشیدن در حال ظهور است. شهروندانی که به دنبال آزادی از گفتمان نهادهای دینی هستند، همانند استفاده از چاپ برای انتشار اعتراض دینی و یا ضدانحصاری اساسی در دوران اصلاحگری، اینترنت و رسانه‌های جدید را در این راستا تعریف می‌کنند (Hojsgaard & Warburg, 2005).

اولین تقابل با نگاه انذاری مشهور و غالب دینی است که در برابر آن دین رحمانی بین عموم مردم ترویج داده می‌شود (م. ۲): «چرا آقامیری این قدر طرف‌دار دارد؟ چون همه از عذاب شنیده بودند، یک نفر آمد و بحث مهربانی را مطرح کرد.

خیلی از ما انتقاد می‌کنیم؛ اسلام رحمانی، خوب، تو همه‌اش داری اسلام غیررحمانی را نشان می‌دهی. برای اینکه مردم بفهمند اسلام، [هم] رحمانی دارد و هم غیررحمانی، من می‌شوم رحمانی که هم تو را ببینند هم من را». هدف دوم برخی از روحانیون در این باره تعدیل کردن و تغییر نگاه بیرونی به مسلمانان است. تبلیغات منفی رسانه‌های بزرگ، در نگاه مخاطبان بین‌المللی موجب مقاومت ذهنی در برابر اسلام می‌شود و آن‌ها را از شناخت واقعی دین بازمی‌دارد.



این افراد از ظرفیت بین‌المللی فضای مجازی برای تسری نگاه مثبت به دین اسلام استفاده می‌کنند.

(م.۳): «شما برای یک مسیحی یا یهودی که آن سر دنیا است، باید حرف بزنی. گیر مهم، این است که آن آقای که آن سر دنیا با اسلام این قدر مخالف است، [دلیلش این است که] اسلام هیچ جذابیتی برای او (مخاطب بین‌المللی) ندارد».



نتیجه گیری

با توجه به آنکه مسئله اصلی مقاله، مسائل معنوی و اخلاقی خود روحانیت در فضای مجازی است، در نتیجه گیری تلاش می کنیم در این دو سطح موارد اصلی را ذکر کنیم.

• مسائل معنوی

۱- این جهانی بودن: روحانیت با توجه به عینی بودن و تجسم بخشی فضای مجازی و به عبارتی، دنیوی شدن، در واکنش خود به بستر تعریف شده، به دنبال آن است که خود را به شکل زمینی (نه آن جهانی) بازنمایی کند و از لحاظ معنوی با هبوط، انسانیت خود را به جای آسمانی بودن، این جهانی مصور کند تا مخاطب بتواند با او همانندی کرده و تصویر سنتی رازآلود و معنوی که عامل جدایی جامعه از او شده، کم رنگ کند. از همین رو، در بازنمایی، بر سوژه های دنیوی مرتبط با فرد کنشگر و نیز جسمانیت به جای معنویت (در مدیریت بدن) تمرکز می شود؛

۲- انانیت: خودمحوری به دلیل آواتاری و پروفایلی شدن بازنمایی، مسئله ای است که برای کنشگران نگران کننده می باشد. شهرت، خودمحوری و خودشیفتگی در فضای مجازی ممکن است شخص را فراتر از صنف خود برجسته کند؛ از این رو، روحانی تلاش می کند یا با فاصله نقش، بین اعمال شخصی و صنفی تمایز قائل شود یا آنکه به سمت کار گروهی حرکت کند؛

۳- پیامبر بشارت یا انداز: به دلیل محوریت یافتن افراد و رشد تفسیر شخصی افراد از دین، شاهد نوعی ظهورات جدید دینی و مذهبی هستیم که مرجعیت را به شکل سنتی دچار مشکل می کند و تفاسیر مختلف را به جای آن می نشانند. این ادیان بیشتر جنبه بشارتی دارند و انداز در آن ها کمتر دیده می شود. در این رویکردها گذر از رویکرد هنجاری و فقهی در تعریف باید ها و نبایدهای احکامی، به دلیل غالب بودن در



حاکمیت و نیز فضاهای واقعی دینی و ایجاد فضای مشترک تجربی و عاطفی بین مخاطب و کنشگر، یکی از اصول تعامل مجازی تلقی می‌شود.

• مسائل هنجاری:

۱- عرف یا شرع: شأنیت در اخلاق صنفی روحانیت، سابقه‌ای طولانی دارد و هنجارهایی را بیش از شرعیات ایجاد کرده است. این شأنیت در کنشگری روحانیون در فضای مجازی مشکل ساز شده است؛ از این رو، آن‌ها برای ارتباط با مخاطب که در فضای مجازی بیشتر بر جدایی متمرکز شده‌اند، تلاش می‌کنند شأنیت مذکور را از محدودیت‌های عرفی به شرعیات توسعه دهند. بنابراین، نمی‌توان انتظار داشت روحانیت که در دوران پیشین با رعایت اخلاق صنفی به دنبال القای دنیاگریزی و آخرت‌گرایی بوده، امروز نیز به آن حدود قائل باشد؛

۲- ماسک یا ریا: همانند‌گرایی در بین کنشگران روحانی با دیگران، این شبهه را بین اشتراک و نفاق ایجاد کرده است که آیا تضادهای ظاهری با ریا ارتباط دارد یا آنکه بر جنبه‌های هم‌سو با مخاطب برای همراه کردن او متمرکز شده است. این شبهه در ارتباط بین منش و قیافه کنشگر می‌باشد. در اینجا این بحث ایجاد می‌شود که آیا اختلاف کنش روحانیت در فضای واقعی و مجازی نشان‌دهنده ریا برای اغفال مخاطب می‌باشد یا حرکت به سمت فضای مشترک با ماسک‌های گافمنی برای ایجاد تعامل است؟ این مسئله ما را با یک رویه جدید مواجه می‌کند که هوگان^۱ آن را «کوچک‌ترین مخرج مشترک» می‌نامد؛ بدین معنا که کنشگران برای ارتباط با گروه‌های متعدد، حداقل ارزش‌ها و هنجارهای مورد قبول آن‌ها را در تعامل، اساس قرار می‌دهند (Hogan, 2010).

۳- هنجار یا تعامل: شبکه‌ای بودن فضای مجازی، ارتباطات شخصی را از محدودیت محلی و فکری خارج کرده و افراد را با نگرش‌ها و هنجارهای گاهی



متفاوت در فضای واقعی، به یکدیگر متصل می‌کند؛ از این رو، حضور در فضای شبکه‌ای، تضادهای واقعی را نادیده می‌گیرد و کاهش تمایزات تا جایی تسری پیدا می‌کند که راه ورود نامحرم را به ارتباطات شخصی باز می‌کند؛ به گونه‌ای که برخی از روحانیون کنشگر، آن را به رسمیت می‌شناسند و آن را در صورت داشتن تقوای زیاد و قوت باطنی، فرصتی برای تبلیغ می‌دانند و یا آنکه با آشکارشدن خود ممنوعه در نبود فشارهای هنجاری، روش خود دیگری را در تعامل با افراد نامحرم در پیش می‌گیرند.



کتاب‌نامه

۱. تربتی، سروناز (۱۳۸۴)، «عملکرد "خود" در واقعیت مجازی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ش ۱۲ (۴۴)، ص ۱۳۸-۱۵۱.
۲. حسنی، حسین و عبدالحسین کلانتری (۱۳۹۶)، «تحلیل پدیدارشناختی تجربه زیسته کاربران شبکه اجتماعی تصویری اینستاگرام در ایران»، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ش ۱۸ (۴۰)، ص ۳۳-۶۲.
Doi: 10.22083/jccs.2018.97513.2250
۳. دریفوس، هیوبرت ال. (۱۳۸۳). درباره اینترنت، ترجمه: علی فارسی‌نژاد، تهران: ساقی.
۴. ذبیح‌زاده، عباس، معصومه تقدسی، محمدعلی مظاهری و امید شکری (۱۳۹۶)، «مقایسه نحوه مواجهه افراد با موقعیت‌های اخلاقی در فضای مجازی و دنیای واقعی»، فصلنامه راهبرد فرهنگ، ش ۱۰ (۳۹)، ص ۹۷-۱۲۲.
۵. راودراد، اعظم و گلنار گیشینزجانی (۱۳۹۶)، «گونه‌شناسی الگوهای بازنمایی بدن رسانه‌ای کاربران ایرانی در اینستاگرام»، مطالعات رسانه‌های نوین، ش ۳ (۱۰)، ص ۲۶۵-۳۱۰.
Doi: 10.22054/cs.2017.22288.237
۶. سنت کلا، مایکل (۱۳۹۵)، درآمدی بر روابط موضوعی و روان‌شناسی خود، ترجمه علیرضا طهماسب و حامد علی‌آقایی، چ ۴، تهران: نشر نی.
۷. سیدامامی، کاووس (۱۳۹۴)، روش‌های مصاحبه برای پژوهش‌های سیاسی، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۸. صادقی‌پور، محمدصادق (۱۳۹۱)، بوطیقای ژرژ لاکان؛ چهار مقاله و شرح آن‌ها، تهران: ققنوس.
۹. عبداللهمیان، حمید و اباذر توکلی (۱۳۸۲)، «ساخت جهان مجازی با دلالت‌های فرانمایی»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، ش ۱۶ (۸)، ص ۶۹-۹۸.



۱۰. عبداللهیان، حمید، محمدجواد زاهدی و مهین شیخ‌انصاری (۱۳۹۲)، «ارزیابی ساختار، کنش‌های متقابل، گمنامی و بازنمایی خود در چهار شبکه اجتماعی مجازی»، *رسانه و فرهنگ*، ش ۳ (۲)، ص ۱۰۳-۱۲۷.
۱۱. قاسمی، حامد (۱۳۹۲). *دکترین زندگی دوم سایبری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۲. گافمن، اروینگ (۱۳۹۵)، *نمود خود در زندگی روزمره*، ترجمه مسعود کیان‌پور، چ ۳، تهران: نشر مرکز.
۱۳. مارش، دیوید و جری استوکر (۱۳۸۸). *روش و نظریه در علوم سیاسی*، ترجمه امیرمحمد حاجی‌یوسفی، چ ۳، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی.
14. Assarroudi, A., Heshmati Nabavi F., Armat, M. R., Ebadi, A., & Vaismoradi, M. (2018). "Directed qualitative content analysis: the description and elaboration of its underpinning methods and data analysis process". *Journal of Research in Nursing*, 23(1): p. 42-55. Doi: 10.1177/1744987117741667.
15. Doherty, T. (2017). *The Presentation of Self in 'Online' Life: A Content Analysis of Instagram Profiles*, Master thesis (Supervisor: F. Nelson), Sociology, Calgary University.
16. Gane, N. & Beer, D. (2008). *New media*. Oxford: Berg.
17. Hogan, B. (2010). "The Presentation of Self in the Age of Social Media: Distinguishing Performances and Exhibitions Online". *Bulletin of Science, Technology & Society*. 30(6): p. 377-386. Doi:10.1177/0270467610385893
18. Hojsgaard, M. T. & Warburg, M. (2005). *Religion and cyberspace*. New York: Routledge, Taylor & Francis Group.



19. Papacharissi, Z. (2010). *A networked self: identity, community and culture on social network sites*. New York: Routledge.
20. Robinson, L. (2007). "The cyberself: the self-ing project goes online, symbolic interaction in the digital age". *New Media & Society*, 9(1): p. 93-110. Doi: 10.1177/1461444807072216
21. Smith, G. (2006). *Erving Goffman*. London: Routledge.



روحانیت و معنویت؛ الزامات معرفتی در تبلیغ معنویت با تأکید بر نقد آرای جول اوستین

محمدحسین کیانی*

چکیده

هدایت فکری دینی به منزله یکی از اهداف مهم روحانیت است. این وظیفه علاوه بر اینکه متضمن تبیین اندیشه‌های ناب اسلامی است، مستلزم مواجهه با شبهات دینی معنوی و هدایت ذهن جوانان به سوی اندیشه‌های متعالی است. در این میان، اندیشه‌های جول اوستین، مصداقی از چنین شبهاتی در فضای فرهنگی ایران است و پرسش مقاله نیز در این باره است که چه الزامات معرفتی در تبلیغ معنویت با تأکید بر اندیشه‌های جول اوستین وجود دارد؟ در مواجهه با رهیافت اوستین که با عنوان «الهیات انگیزشی و مثبت‌گرا» قابل بازخوانی است، می‌توان بر جنبه معرفتی تمرکز و از روش تحلیلی انتقادی استفاده کرد. بدین سان، هدف مقاله تحلیل دو نحوه کنشگری روحانیون است؛ نخست، در کنش معرفتی سلبی «مقابله با تلقی ناقص از اهداف دینی معنوی» و «مقابله با تقلیل اهداف کلان به مسائل جزئی» از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ چراکه اوستین مبنی بر ارزش‌های دوران معاصر به تحریف آموزه‌های دینی اقدام می‌کند. دوم، در کنش معرفتی ایجابی «ابلاغ اهداف و حیانی دین» و «ابلاغ مبانی نظری الهی» حائز اهمیت است؛ چراکه از سویی، هدف غایی

* استادیار گروه فلسفه و کلام، دانشگاه بین‌المللی اهل بیت (ع)، تهران، ایران.



همان سعادت انسان و اصلاح امور زندگی به واسطه قرب الهی است و از سوی دیگر، غفلت از مبانی نظری الهی موجب بروز مسائل متعددی می‌شود. در واقع، الهیات نزد اوستین، بهانه‌ای برای توجیه تلاش همه‌جانبه برای موفقیت‌های این جهانی است. حال آنکه این نگرش، علاوه بر اینکه به تحریف اهداف و حیانی ختم می‌شود، توأمان، مبانی الهیات و حیانی را نادیده می‌گیرد.

کلیدواژه‌ها

معنویت جدید، موفقیت، موعظه انگیزشی، کنش سلبی، کنش ایجابی.

مقدمه

معنویت جدید/ سکولار مشتمل بر مجموعه‌ای از نظریه‌ها و توصیه‌های متنوع، فارغ از تعهد به یک دین و ناظر به رشد شخصی و آرامش درونی است. به عبارت دیگر، هر چند معنویت جدید در بردارنده آموزه‌هایی منفک از دین و درباره رابطه شخص با خود، طبیعت و تعالی فردی است (See: Wilkinson, 2007)، لکن می‌توان به برخی از مصادیق اشاره کرد که به گونه کلی به اهمیت و اعتقاد به یک دین تأکید دارند. البته این ادعا هرگز به معنای پایبندی به مبانی و تمام باورهای دین مدنظر نیست، بلکه مجموعه‌ای نامنظم از گزینش‌ها و برداشت‌های شخصی از باورهای دینی را شامل می‌شود.

این دسته از معنویت‌گرایی که از آن با عنوان «معنویت شبه‌دینی»^۱ یاد می‌کنیم، نظیر دیگر نمونه‌ها به دنبال اهداف متنوعی هستند که از آن جمله می‌توان به کوشش برای بهبود وضعیت روحی و روانی، بهبود ارتباطات فردی و ایجاد احساس رضایت از خویش و کسب آرامش اشاره کرد. آنچه موجب تمایز معنویت شبه‌دینی از دیگر گونه‌های معنویت می‌شود در راستای چگونگی، فرایند و شیوه تحقق این اهداف



1. Pseudo-religious spirituality

است؛ بدین معنا که آن‌ها به آموزه‌های ادیان سنتی و ارجاع به آن باورها برای رسیدن به مقاصد یاد شده توجه دارند، اما رهیافت آن‌ها بر بنیاد برداشت‌های جدید از باورهای دینی و متأثر از مطالعات تطبیقی و میان‌فرهنگی است. در این میان، خصیصهٔ جوامع مدرن، نیازهای امروزی و ایدهٔ فرهنگ‌های متفاوت در مسئله‌یابی و ارائهٔ راهکاری جدید تأثیرگذار است. این برداشت‌های جدید که حول موضوعات متنوعی قوام می‌یابد، یکسره بر مبنای ایده یا توصیه‌های معنوی شکل می‌گیرد. در واقع، معنویت‌های شبه‌دینی هم در روش و هم در توصیه‌ها که با تکیه بر تعالیم دینی شکل گرفته، دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی هستند. بدین سان، نظریه‌پردازان گوناگونی، مبنی بر این رهیافت، به ارائهٔ مدل‌های متنوعی از معنویت شبه‌دینی اقدام کرده‌اند که از آن جمله می‌توان به جول اوستین^۱ اشاره کرد.

جول اوستین (به‌عنوان کشیش کلیسای لیک‌وود) در آثار و سخنرانی‌هایش همواره بر مهربانی و خیرخواهی خداوند استناد و بر تبیین و حفظ زندگی طاعتمندانه تأکید می‌کند. او می‌کوشد سبک زندگی مؤمنانه‌ای را مبنی بر آموزه‌های مسیحیت و به شیوه‌ای ساده، امروزی و با تأکید بر قدرت عشق و نگرش مثبت تبلیغ کند. کتاب‌های او نیز اغلب با این رویکرد تألیف شده‌اند.^۲ در واقع، او براساس این بینش

۱. جول اوستین (Joel Osteen)، نویسنده، سخنران و کشیش کلیسای لیک‌وود (Lakewood Church) است که به سال ۱۹۶۳ میلادی در شهر هیوستون (Houston) ایالت تگزاس آمریکا به دنیا آمد. تحصیلات مقدماتی را در همان شهر گذراند. بعد به دانشگاه اورال رابرتز (Oral Roberts University) رفت و در رشتهٔ ارتباطات رادیویی تلویزیونی به تحصیل ادامه داد؛ اما آن را نیمه‌تمام رها کرد. سپس، به سال ۱۹۸۲ میلادی به هیوستون بازگشت و از آن‌رو که پدرش کشیش سابق فرقهٔ مسیحی باپتیست (Baptist) و مؤسس کلیسای لیک‌وود بود، برنامهٔ تلویزیونی این کلیسا را تأسیس و خطابه‌های تلویزیونی پدرش را تا سال ۱۹۹۹ میلادی تهیه کرد. او که هم‌زمان با تهیهٔ برنامه و به تشویق پدر به تمرین موعظه می‌پرداخت، بلافاصله بعد از مرگ پدرش، اولین موعظهٔ خود را در همان کلیسا ارائه کرد و در سوم اکتبر ۱۹۹۹ میلادی به‌عنوان کشیش جدید کلیسای لیک‌وود شناخته شد. در نهایت، او به‌طور منظم به موعظه و سخنرانی ادامه داد.

۲. برخی از آثار اوستین جزء پرفروش‌ترین‌های نیویورک‌تایمز قرار گرفته‌اند؛ چنان‌که اکنون کلیسای او یکی از بزرگ‌ترین کلیساهای آمریکا به حساب می‌آید. امروزه سخنرانی‌های اوستین از طریق سرویس‌های خبری،^۳





که بسیاری از مردم به کلیسا نمی‌روند و در چنین وضعیتی، وظیفه ما رفتن به خارج از کلیسا است، می‌کوشد با جملات انگیزشی و مثبت، روح امید، حرکت، تلاش و پویایی را به مخاطبان خود انتقال دهد. همین رهیافت نزد برخی از روحانیون دیگر ادیان نظیر هندوئیسم، یهودیت، مسیحیت و... نیز مشاهده می‌شود.^۱

در این میان، نحوه مواجهه طیف روحانیت با مردم، به‌ویژه جوانانی که جذب چنین باورهای شبه‌دینی می‌شوند، حائز اهمیت است. بدین‌سان، مسئله مهم، بایسته‌های مشاوره به افرادی است که جذب چنین اندیشه‌هایی می‌شوند. به عبارت بهتر، پرسش مقاله این است که روحانیت شیعی چه الزامات معرفتی را می‌تواند در تبلیغ معنویت با توجه به آرای جول اوستین به کار گیرد؟ ضرورت این مسئله، هم به دلیل ترویج و گسترش اندیشه اوستین در فضای فرهنگی ایران است که چندان پیشینه پژوهشی انتقادی قابل توجهی نیز ندارد و هم به این دلیل است که با گونه‌های دیگری از معنویت‌گرایان معاصر در فضای فرهنگی ایران مواجهیم که متأثر از دیگر ادیان (اما به سبک و سیاق اوستین) به طرح اندیشه‌های خود می‌پردازند. از این رو، این مقاله به دنبال این هدف است که با طرح ایده اوستین، نقایص آن را بررسی کند و با استفاده از این نقایص به تقویت جنبه تبلیغی روحانیون در مواجهه با چنین اندیشه‌هایی در جامعه ایران پردازد. بر همین اساس و در مقام ارائه پاسخ به شیوه مطالعه کتابخانه‌ای و روش تحلیلی انتقادی، نخست به بررسی عقیده اوستین پرداخته و آن را ذیل «الهیات انگیزشی و مثبت‌گرا» تحلیل می‌کنیم. سپس، کنشگری روحانیون در جذب جوانان متأثر از اندیشه‌های اوستین را طبق «کنش سلبی» و «کنش ایجابی» بررسی می‌کنیم.

→ به‌ویژه شبکه تلویزیونی، مخابره و خطابه‌های او در قالب کلیسای آنلاین در تلویزیون آمریکا و برخی دیگر از کشورها پخش می‌شود. بسیاری از کتاب‌های وی به زبان فارسی نیز ترجمه شده و در بازار نشر ایران با استقبال مواجه شده است؛ همان‌گونه که کلیپ‌های متنوعی از او با زیرنویس فارسی در شبکه‌های اجتماعی پربازدید هستند.

۱. برای نمونه، نگاه کنید به اندیشه‌های ساتیا سایی‌بابا به‌عنوان یکی از مروجان هندوئیسم، اندیشه‌های تنزین گیاتسو به‌عنوان یکی از مروجان بودیسم، اندیشه‌های یهودا برگ به‌عنوان یکی از مروجان یهودیت و... (Sai Baba, 1984; Lama, 1998; Berg, 2009).

۱. الهیات انگیزشی و مثبت‌گرا

مفاد اندیشه‌های جول اوستین ترکیبی از مضامین انگیزشی در قالب سخنرانی‌های پرحرارت و نوشته‌های امیدبخش است که به زعم او، در نهایت به آموزه‌های کتاب مقدس مستند می‌شود. وی در بسیاری از سخنرانی‌ها مستقیم یا غیرمستقیم تأکید می‌کند در تلاش برای ترویج زندگی مملو از عشق و امید در پرتو ارتباط با انجیل و حضرت مسیح است. با آنکه سخنرانی‌های او در کلیسا و به‌منزله موعظه‌های دینی ایراد می‌شود، بیشتر به سخنرانی‌های انگیزشی و جلسات روان‌شناسی مثبت شباهت دارد. به هر حال، ترکیب موعظه دینی که درون‌مایه آن افکار موفقیت، سخنان انگیزشی، قانون جذب، قدرت درون و خودبهبودی است یا ترکیب موعظه‌های یک کشیش پروتستان در کلیسا که بیشتر همانند یک روان‌شناس مثبت‌گرا و انگیزشی سخن می‌گوید، موجب ایجاد شخصیت منحصر به فردی برای اوستین شده است. چه بسا این ترکیب عامل استقبال از کتاب‌های اوستین و رونق کلیسای لیک‌وود باشد.

مراد از الهیات انگیزشی در اندیشه اوستین بدین معناست که وی برای ارائه راهکارهای عملی و توصیه‌های کاربردی برای داشتن زندگی فعال و شادمانه تلاش می‌کند. در واقع، او برای تحقق این هدف همواره به ایجاد انگیزش در مخاطب اهتمام می‌ورزد و می‌کوشد مخاطب را به انجام عمل و اقدام برانگیزد.

همچنین اوستین در این راستا همواره به کتاب مقدس ارجاع می‌دهد؛ هرچند اندیشه و روش او چندان به موعظه‌های دینی شباهت ندارد. مراد از الهیات مثبت‌گرا در اندیشه وی بدین معناست که وی بیشتر درباره موضوعاتی نظیر زندگی آرام و بدون درگیری، اتفاقات زندگی همگام با رستگاری، پیگیری رویاهای شخصی، ارتقای تفکر مثبت، غلبه بر خستگی و ناامیدی، منحصر به فرد شدن، هرچه بخواهی رخ می‌دهد، ارزش خود را دانستن، داشتن زندگی لذت‌بخش، ارتقای کمی و کیفی ارتباطات خویش، ایجاد رابطه عاشقانه، راهکارهایی برای زندگی شادمانه، فهم لطف خداوند در سختی‌ها، گوش‌سپاری به ندای درون، راهکارهای وابسته‌نبودن به





دیگران، استفاده از قدرت کلام، آرزوهای بزرگ داشتن، دانستن ارزش درون، زندگی آرام و بدون اضطراب، رهایی از افکار محدود، تخلیه افکار و احساسات منفی و ارتقای فکری، سخن می‌گوید. بدین سان، درباره الهیات انگیزشی و مثبت‌گرای اوستین می‌توان به دو عامل مهم و اساسی اشاره کرد؛ در واقع، او براساس این دو عامل یعنی «خدا به‌منزله موفقیت» و «فرایند بهتر شدن» به طرح ایده بنیادین خود اقدام می‌کند.

۱. ۱. خدا به‌منزله موفقیت

خداوند در بسیاری از آثار و سخنرانی‌های اوستین، برخلاف بینش متداول الوهیت که در مسیحیت به تفصیل به آن پرداخته شده، همچون منبعی از فیض برای رسیدن به موفقیت این جهانی و کسب رضایت شخصی است. البته شکی نیست که خداوند به‌منزله منبع فیض، عامل موفقیت و رسیدن به رضایت شخصی است؛ اما به نظر می‌رسد اوستین، خداوند را به این جنبه محدود کرده و گویی الوهیت را نظر به تأکید بر جنبه‌های خوشایند و درخواست‌های مثبت‌گرایانه از او به‌منزله عاملی برای کسب رضایت خاطر، سلامت، آرامش، ثروت، موفقیت شغلی و کامیابی در روابط (به‌ویژه روابط زناشویی) به حساب می‌آورد. تأکید اوستین بر این قرائت نیز موجب شده بسیاری تعالیم او را ذیل «الهیات رفاه» تفسیر کنند؛ یعنی سامانه‌ای که دعا، تلقین و اعتراف به درگاه الهی را برای رسیدن به سلامت و ثروت ترویج می‌کند.^۱ او می‌گوید:

۱. از همین روست که او می‌گوید: «نوع عبادت شما نشان‌دهنده نوع زندگی‌تان است. اگر عبادت شما در حد ناچیز، معمولی و گذران زندگی باشد، زندگی‌تان هم در همین حد خواهد بود؛ اما هنگامی که با جسارت از خداوند درخواست‌های بزرگ می‌کنید، از او می‌خواهید که درهایی را که ممکن بود هرگز باز نشوند، به رویتان بگشاید. از او می‌خواهید که شما را از همه افراد خانواده‌تان موفق‌تر بگرداند. از او می‌خواهید که روابط به‌ظاهر تباه‌شده زندگی‌تان را از نو برقرار کند. [بنابراین]، زمانی که در حد عظمت خداوند عبادت می‌کنید، شاهد بزرگی خداوند خواهید بود...» (اوستین، ۱۳۹۴، ص ۱۲۷).



زمانی که خداوند سرنوشت شما را برنامه‌ریزی می‌کرده است، افراد مناسب، اتفاقات مفید و فرصت‌های لازم را در آن گنجانده است و بله‌های زیادی را در سرنوشت شما پیش‌بینی کرده است؛ بله به ارتقای شغلی، بله به سلامت کامل، بله به ازدواج و بله به پذیرفته‌شدن در دانشگاه. شاید در زندگی هزاران بار پاسخ منفی شنیده باشید، اما کلام آخر را خداوند می‌زند و می‌فرماید: بله‌های من در مسیر زندگی‌ات قرار دارد. بله، به رؤیاهای خود دست خواهید یافت. بله، بر اعتیاد خود غلبه خواهید کرد. بله، فرزندان شما سرنوشت بی‌نقصی خواهند داشت. بله‌های فراوانی در زندگی شما قرار خواهد گرفت... همه ما در زندگی با شرایطی مواجه می‌شویم که موفقیت در آن ناممکن به نظر می‌آید. می‌توان به آسانی ناامید شد و با خود فکر کرد که کارها هیچ‌گاه با موفقیت پیش نخواهند رفت؛ اما خداوند پیشاپیش ما در حرکت است و مسیر حرکت را برای ما مهیا می‌کند. شاید هم‌اکنون برای رسیدن به رؤیاهای خود ارتباط مؤثری با افراد بانفوذ نداشته باشید؛ اما لازم نیست نگران باشید. خداوند پیش از شما اقدام کرده و افراد مناسب را برایتان آماده کرده است. او اتفاقات خوب و فرصت‌های مناسب را برای شما فراهم می‌کند (اوستین، ۱۳۹۴، ص ۱۰۳).

وانگهی، می‌توان تعالیم اوستین را خوانش الهیاتی از قانون جذب به حساب آورد. اگر قانون جذب حول این محور دوگانه سامان می‌پذیرد که از یک سو، زندگی کنونی انسان بازتاب اندیشه‌های گذشته^۱ اوست^۱ و از سوی دیگر، زندگی آینده آدمی نیز بازتاب خواسته‌های امروزی او به حساب می‌آید^۲، لاجرم اوستین نیز

۱. چنان‌که راندا برن می‌گوید: «زندگی شما در حال حاضر بازتاب اندیشه‌های گذشته شماست. این هم شامل اندیشه‌های بزرگ و هم شامل اندیشه‌هایی می‌شود که زیاد برایتان مهم نبود. از آنجایی که هرچه را بیشتر به آن فکر کنید، بیشتر به خود جذب می‌نمایید، مهم است که بدانید در زمینه‌های مختلف زندگی چه اندیشه‌های در سر داشته‌اید؛ زیرا این همان چیزهایی است که تجربه نموده‌اید» (برن، ۱۳۸۸، ص ۳۱).

۲. چنان‌که راندا برن می‌گوید: «آنچه هم‌اکنون به آن فکر می‌کنید، زندگی آتی شما را خلق می‌کند. شما با اندیشه‌های خود زندگی‌تان را خلق می‌کنید. از آنجایی که همیشه فکر می‌کنید، همیشه در حال آفرینش ←



چنین می‌گوید: «آنچه من امروز هستم به دلیل باوری است که دیروز درباره خودم داشتم. من در آینده چیزی خواهم بود که الان درباره خودم باور دارم. خدا ما را چیزی بیشتر از فاتحانی می‌بیند که قادریم سرنوشت خود را تحقق بخشیم. ما باید خودمان را از طریق چشم خالق ببینیم» (Osteen, 2004, p. 76). با این تفاوت که خداوند، مسیحی را به جای کیهان و قدرت کیهانی (که موضعی متداول در نظریه قانون جذب است) قرار داده و معتقد است این رویه باید با استمداد از خداوند قادر تحقق یابد. او می‌گوید:

اگر درگیر نوعی بیماری، افسردگی یا اعتیاد طولانی مدت باشید، به نظرتان می‌رسد که اوضاعتان هرگز تغییر نمی‌کند؛ اما وقتی از روی ایمان کامل حرف بزنید، چیزی در قلمروی نادیدنی‌ها اتفاق می‌افتد: کوه‌ها در هم می‌شکنند. نیروهای تاریکی شکست می‌خورند. دشمن به خود می‌لرزد. وقتی شما نه از حیطة اختیارات خودتان، بلکه از حیطة اختیارات خداوند حی و قیوم اعلام نظر می‌کنید، همه نیروهای بهشتی به شما توجه می‌کنند. سپاهی قدرتمند از جانب پروردگار عالی مرتبه پشت‌سرتان خواهد ایستاد. بگذارید به شما بگویم، هیچ قدرتی نمی‌تواند در برابر قدرت پروردگار ما بایستد؛ نه بیماری، نه اعتیاد، نه ترس و نه مشکلات قانونی. اگر بدون هیچ شک و تردیدی حرف بزنید، کوه‌ها کنار می‌روند. کوه‌ها یکشنبه از بین نمی‌روند. شاید ماه‌ها طول بکشد، پس نگران نباشید. در قلمروی نادیدنی‌ها، همه چیز به نفع شما تغییر می‌کند (اوستین، ۱۳۹۲، ص ۲۰۱).

ایده اوستین این است که به‌رغم شرایط گوناگون و حتی موقعیت‌های بغرنج باید چشم‌انداز مثبت را حفظ کرد: «اگر ما در مواجهه با مشکلاتی که با آن‌ها روبه‌رو هستیم، ایمان خود را حفظ کنیم و نگرش خوبی داشته باشیم، نه تنها رشد خواهیم کرد، بلکه خواهیم دید که چگونه همه چیز به نفع ما کار می‌کند»

→ هستید. هرچه بیشتر به موضوعی فکر کنید، بیشتر در زندگی‌تان مصداق پیدا می‌کند. در واقع، این قانون آنچه را به آن فکر می‌کنید، به زندگی‌تان راه می‌دهد» (برن، ۱۳۸۸، ص ۳۹-۴۲).

(Osteen, 2017, p. 74)؛ چراکه انسان به چیزی تبدیل می‌شود که به آن ایمان دارد. در واقع، اعتقادات آدمی به‌عنوان مانع یا وسیله‌ای برای غلبه بر ناملایمی‌ها و زندگی در سلامت، ثروت و پیروزی عمل می‌کنند. او می‌گوید:

ایمان دارم که همه‌چیز در قلمروی معنوی است. نفرین‌ها بی‌اثر و نعمت‌ها به‌سبب روانه شده‌اند. انتظار اتفاقات خوب را داشته باشید. یاد بگیرید این کلمات متبرک را به‌طور مداوم درباره‌ی خود، فرزندان، اوضاع اقتصادی، سلامت و آینده‌تان به کار ببندید. اگر از کلماتتان برای اعلام پیروزی و نه برای شکست استفاده کنید، خواهید دید که خداوند چه کارهای شکفت‌انگیزی برایتان انجام می‌دهد. من باور دارم که از زندگی سرشار از فراوانی و ایمانی برخوردار خواهید شد که پروردگار برایتان از قبل آماده کرده است (اوستین، ۱۳۹۲، ص ۲۰۸).

این بینش به‌منزله‌ی بنیاد تعالیم جول اوستین قلمداد می‌شود؛ چنان‌که معتقد است این انگاره‌ی مبنایی موجب آثار بسیاری در فرد خواهد شد که یکی از مهم‌ترین آن‌ها تمایل به شادی و شادکامی است. او که به کشیش خنده‌رو نیز شهرت دارد، شادکامی را از اصول کلیسای خود دانسته و با ترکیب تجربیات خود با دیدگاه‌ها و اصول خوشبختی در کتاب مقدس، توضیح می‌دهد که چگونه می‌توان از هر وعده و فرصت برای تحقق شادی واقعی استفاده کرد؛ برای نمونه، او در بخش ششم از کتاب هر روز جمعه است، به تفصیل درباره‌ی بیشتر خندیدن، قدرت شفابخشی خنده، خنده‌درمانی، همانند بچه‌ها خندیدن، تأثیر خنده بر جوان ماندن، اهمیت جوک شنیدن، خنده به‌مثابه‌ی شفادهنده‌ی مادرزادی، تأثیرات درونی شادی، تأثیر آن بر پیوندها و نوع نگاه خداوند به افراد خنده‌رو، به خود خندیدن و عشق‌ورزیدن و... سخن می‌گوید (اوستین، ۱۳۹۳، ص ۲۸۳-۳۱۴).

۱.۲. فرایند بهتر شدن

باید به چه ایمان داشت؟ چگونه می‌توان چشم‌انداز مثبت را حفظ کرد؟ این‌گونه پرسش‌ها برای هدایت انسان به سوی بهتر شدن است. بنابراین، مهم‌ترین پرسش در





اندیشه اوستین این است که چگونه می‌توان به «انسان بهتری» تبدیل شد. او در بسیاری از آثار و در اغلب سخنرانی‌هایش به مجموعه‌ای از اقدامات، دستورالعمل‌ها و راهکارهای متنوع اشاره می‌کند. این مجموعه، فارغ از اینکه نظر به اهداف جزئی و پراکنده ارائه شده‌اند، جملگی رویکرد وی را برای تبدیل شدن به انسانی بهتر رقم می‌زنند.

برای بهتر شدن، مقدمات و بایسته‌های متعددی وجود دارد که شاید دو نکته در اندیشه اوستین از اهمیت بیشتری برخوردار باشد؛ نخست اینکه بهتر شدن، فرایندی پویا و نامتناهی است.

حتی اگر در بهترین شرایط زندگی خود به سر می‌برید، مهم است که گرفتار سکون نشوید. خداوند همیشه می‌خواهد ما در شرایط بهتری قرار بگیریم. می‌خواهد از طریق ما کارهای بهتری صورت بگیرد. او می‌خواهد در اعماق وجود خود به خودشناسی پردازیم. می‌خواهد به سطوح بالاتری از زندگی برسیم. او ما را نیافریده تا متوسط و معمولی باشیم. نمی‌خواهد بگوییم: «به همین اندازه کفایت می‌کنم». او می‌خواهد ما به سطوح بعدی زندگی برسیم (اوستین، ۱۳۹۱، ص ۲).

چنان‌که اوستین در کتاب تفکر سطح بعدی نیز به این نکته اشاره کرده و متذکر می‌شود «هدف از خلقت ما این است که همواره به بالاترین سطح ارتقا یابیم و هیچ‌گاه متوقف نشویم» (Osteen, 2008, p. 57). دوم آنکه در فرایند بهتر شدن باید از هرگونه مقایسه خود با دیگری برحذر بود. چنانچه او تأکید می‌کند که «تا حد ممکن بهتر بودن به این معنا نیست که در مقایسه با دیگری بهتر باشیم. بلکه باید بر خود تمرکز کرده و در مسابقه با خود بهتر بدویم» (اوستین، ۱۳۹۳، ص ۱۹۱).

اما انسان بهتر شده کیست؟ اوستین می‌گوید اول اینکه بدانند خداوند می‌خواهد به کسی که او دوست دارد، تبدیل شود. خداوند نقش خود را ایفا می‌کند، اما لازم است شما هم نقش خود را بازی کنید. برای اینکه به انسان بهتری تبدیل شوید، باید

همچنان به جلو بروید. با خود رفتاری مثبت داشته باشید، روابط بهتری ایجاد کنید، عادات بهتری شکل دهید، قدر مکانی را که در آن به سر می‌برید بدانید، زندگی درونی خود را رشد و توسعه بدهید، مشتاق زندگی باقی بمانید (اوستین، ۱۳۹۱، ص ۳). البته این موارد بخش‌های مجزا و پردامنه‌ای است؛ از این رو، قبل از هر چیز باید به گونه‌ی جدی‌تر درباره‌ی هر کدام از این موارد هفت‌گانه به فکر و مذاقه پرداخت تا معانی، حدود و نسبت آدمی با چنین تکالیفی روشن شود.

بدین‌سان، اوستین براساس این دو عامل یعنی «خدا به منزله موفقیت» و «فرایند بهتر شدن» به طرح ایده بنیادین خود با عنوان «الهیات انگیزشی و مثبت‌گرا» اقدام می‌کند؛ خدا به منزله موفقیت بدین معناست که خداوند را تنها به منبعی برای موفقیت‌های این جهانی محدود می‌کند؛ گویی الوهیت را نظر به تأکید بر جنبه‌های خوشایند و درخواست‌های مثبت‌گرایانه از او، به منزله عاملی برای کسب رضایت خاطر، سلامت، آرامش، ثروت، موفقیت شغلی و کامیابی در روابط به‌ویژه روابط زناشویی به حساب می‌آورد. همچنین، فرایند بهتر شدن بدین معناست که برای بهتر شدن، مقدمات و بایسته‌های متعددی وجود دارد که از آن جمله می‌توان به «استمرار در مسیر بی‌پایان بهتر شدن» و «پرهیز از مقایسه خود با دیگران» اشاره کرد. در واقع، انسان بهتر همان شخصی است که با خود رفتار مثبت داشته، روابط اجتماعی خود را بهبود بخشیده، بر زندگی درونی خویش تمرکز کرده است و به زندگی این جهانی باقی مشتاق می‌ماند.

۲. کنشگری روحانیون در مواجهه معرفتی با اندیشه اوستین

به گونه‌های متفاوت می‌توان وظیفه روحانیت را در مواجهه با معنویت‌های جدید تبیین کرد؛ چنان‌که به شکل جامع این مهم در اندیشه مقام معظم رهبری تعریف شده است. ایشان در «نگرش کلی» سه وظیفه عمده روحانیت را هدایت فکری و دینی، هدایت سیاسی و بصیرت‌افزایی و راهنمایی و حضور در عرصه خدمات اجتماعی





برشمرده و تأکید می‌کنند که طلاب باید با کسب صلاحیت و آگاهی لازم در دنیای متفاوت امروز، خود را برای ایفای مسئولیت‌های تعیین‌کننده در جامعه آماده کنند. سپس، وظیفه «هدایت فکری و دینی» را به منزله «تبیین اندیشه‌های ناب اسلامی» معنا کرده و با اشاره به تأثیر فضای مجازی بر افزایش شبهات دینی و وجود انگیزه‌های سیاسی برای تزریق افکار منحرف و غلط به ذهن جوانان چنین تأکید کردند: «این میدان، میدان واقعی جنگ است و روحانیون و طلاب باید مسلح و آماده، وارد عرصه مقابله با شبهات و تفکرات غلط و انحرافی شوند» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۵/۰۲/۲۵).

ایشان در «نگرش جزئی» به اهمیت مقابله با عرفان‌های کاذب تأکید کردند: «دشمنان همواره مقدسات دینی، حقایق دینی، بینات اسلامی را مورد تردید و انکار قرار می‌دهند. هدف آن‌ها در داخل کشور این است که از طرق مختلف، پایه‌های ایمان مردم به‌خصوص نسل جوان را متزلزل کنند؛ از اشاعه بی‌بندوباری و اباحی‌گری تا ترویج عرفان‌های کاذب (جنس بدلی عرفان حقیقی) تا ترویج بهائیت تا ترویج شبکه کلیساهای خانگی. این‌ها کارهایی است که امروز با مطالعه و تدبیر و پیش‌بینی دشمنان اسلام انجام می‌گیرد. هدف هم این است که دین را در جامعه ضعیف کند (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۰۷/۲۷).

بر همین اساس، مقام معظم رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب و در مقام تبیین «معنویت و اخلاق» به مسائل توجه ویژه داشته‌اند (برای تفصیل نک: کیانی، ۱۴۴۲ق، ص ۱۷۵-۱۹۲):

شعور معنوی و وجدان اخلاقی در جامعه هرچه بیشتر رشد کند، برکات بیشتری به بار می‌آورد؛ این بی‌گمان محتاج جهاد و تلاش است و این تلاش و جهاد، بدون همراهی حکومت‌ها توفیق‌چندانی نخواهد یافت. اخلاق و معنویت، البته با دستور و فرمان به دست نمی‌آید؛ پس حکومت‌ها نمی‌توانند آن را با قدرت قاهره ایجاد کنند. اما اولاً خود باید منش و رفتار اخلاقی و معنوی داشته باشند و ثانیاً زمینه را

برای رواج آن در جامعه فراهم کنند و به نهادهای اجتماعی در این باره میدان دهند و کمک برسانند، با کانون‌های ضد معنویت و اخلاق به شیوه معقول بستیزند و خلاصه اجازه ندهند که جهنمی‌ها مردم را با زور و فریب، جهنمی کنند. ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته و فراگیر، امکان بسیار خطرناکی در اختیار کانون‌های ضد معنویت و ضد اخلاق نهاده است و هم‌اکنون تهاجم روزافزون دشمنان به دل‌های پاک جوانان و نوجوانان و حتی نونهالان با بهره‌گیری از این ابزارها را به چشم خود می‌بینیم. دستگاه‌های مسئول حکومتی در این باره وظایفی سنگین بر عهده دارند که باید هوشمندان و کاملاً مسئولانه صورت گیرد و این البته به معنی رفع مسئولیت از اشخاص و نهادهای غیرحکومتی نیست. در دوره پیش‌رو باید در این باره برنامه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت جامعی تنظیم و اجرا شود (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم).

بدین سان، گسترش «معنویت جدید» یکی از مسائل مهم جامعه ایران در تحقق معنویت و اخلاق اسلامی است و مقابله معرفتی با آن، به دلیل اختلاف فاحش مبانی معنویت جدید با معنویت اسلامی (برای تفصیل نک: کیانی، ۱۳۸۸، ص ۱۰۹-۱۵۷)، ضروری است و شکی نیست که از جمله وظایف حوزه و روحانیت نیز مواجهه با این مسئله خواهد بود؛ چراکه حوزه علمیه بیش از هر نهاد دیگر و روحانیت بیش از هر قشر دیگری، صلاحیت معرفتی معنوی برای کنشگری در این باره را دارند.

۲. ۱. مواجهه معرفتی سلبی

مواجهه معرفتی سلبی روحانیون در برابر اندیشه‌های اوستین متنوع است؛ چراکه می‌توان به تفصیل درباره برخی از باورها و پیامدهای اندیشه اوستین نظیر تضعیف جنبه الوهی و نفی ربوبیت تشریحی، تحریف برخی از باورهای صحیح دینی، اهمال درباره برخی از ارزش‌های دینی، عملکرد و حواشی او به منزله یک مبلغ مسیحی، تأکید بر انسان‌گرایی و تمرکز بر برداشت‌های شخصی به منزله منبع و معیار حقیقت



سخن گفت. اما به نظر می‌رسد توجه و تمرکز به چند مسئله، از اهمیت بیشتری برخوردار است. اهمیت این مسائل نیز بیشتر ناظر به کنشگری ویژه روحانیون در مواجهه سلبی (به معنای بیان نقایص و ایرادهای اندیشه اوستین) است:

۲. ۱. ۱. روشنگری درباره تلقی ناقص از اهداف دینی معنوی

اوستین بر مقبولیت ادیان الهی تأکید می‌کند یا حداقل بر حقانیت و مشروعیت مسیحیت اصرار دارد. این نکته مهمی است که او در قامت یک کشیش و در کلیسای لیک‌وود، به تبلیغ آموزه‌های خود می‌پردازد. همچنین، او فارغ از جنبه ظاهری در برخی از آثارش بر اهتمام ویژه به متن و آموزه‌های مسیحیت تأکید دارد؛ برای نمونه، در کتاب *امید برای انجیل امروز* می‌کوشد نحوه اعمال آموزه‌های مسیحی را در زندگی روزمره آموزش دهد (See: Osteen, 2009). اما ارزش‌ها و خصیصه‌های زندگی امروزی تأثیر مهمی بر بازخوانی باورهای مسیحیت می‌گذارد. بدین سان، فارغ از اینکه اوستین در این بازخوانی بر تفسیر به‌رأی تکیه می‌کند، هم‌زمان، نظر به اصالت ارزش‌های زمانه نیز از اهداف کلان دینی غفلت کرده و تنها بر جنبه‌هایی خاص توجه می‌کند؛ چراکه مراد اوستین از دین و حتی خدا، عاملی برای کسب موفقیت‌های این جهانی است یا حداقل از نظر او، دین و خدا در عاملی برای این گونه کامیابی‌های این جهانی محدود می‌شود.

حال آنکه دین مشتمل بر مجموعه‌ای از مبانی، آموزه‌های نظری و ضوابط گوناگون برای بهبود امور فردی و اجتماعی است. این مجموعه را نیز می‌توان داوری کرد و در پرتو این داوری، دین راستین یا دین نادرست آشکار می‌شود. در مقام ارزیابی حقانیت ادیان نیز سنجه‌های متفاوتی وجود دارد که از آن جمله، تطابق آموزه‌ها و قوانین دینی با نیازهای فردی و اجتماعی است؛ اینکه آن باورها و مقررات تا چه اندازه در بهبود وضعیت فردی و ارتقا شرایط اجتماعی انسان تأثیر گذار است. همچنین، این ملاک بایسته نشان می‌دهد رسیدن به چنین آموزه‌هایی



چنان گسترده و دشوار است که ضرورت طرح‌ریزی آن‌ها توسط منبع ربانی و یزدانی اجتناب‌ناپذیر است. به هر حال، رسیدن به هدف یادشده مستلزم درک فراتاریخی از ویژگی‌های انسان، خصوصیات جهان، شرایط متغیر جامعه و بحران‌های گوناگون اجتماعی است:

تنها آن که انسان و جهان را آفریده است، به انسان، جهان و پیوند این دو آگاهی تمام داشته و در نتیجه، از توان هدایت و راهبری انسان برخوردار است. چنان که همان مبدأ وحید، تنها مصدر صالح برای هدایت مجموعه جهان و راهنمایی تمام اجزای آن خواهد بود؛ به گونه‌ای که از هدف خود محروم نشده و مزاحم رهیابی دیگران به هدف نگردد و آن کس جز ذات اقدس الهی نیست. با این مقدمه دانسته می‌شود که دین حق، دینی است که عقاید، اخلاق، قوانین و مقررات آن از طرف خداوند نازل شده و دین باطل، دینی است که از ناحیه غیر خداوند تنظیم و مقرر شده باشد (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ص ۱۱۲).

دین آسمانی مشتمل بر دو بخش اعتقادی و عملی است. بخش اعتقادی شامل باورهای پایه است که مبنای زندگی واقع شده و مباحث توحید، نبوت و معاد را در بر می‌گیرد. بخش عملی نیز حاوی قوانین عملی اخلاقی و دربردارنده وظایف انسان در برابر خدا، جامعه و دیگر افراد است. از سوی دیگر، وظایف فرعی که در شرایع آسمانی تنظیم شده، بر دو گونه است: برخی مشتمل بر اخلاق و اعمالی است که به پیشگاه خدا ارتباط دارد؛ مانند خُلق، صفات ایمان، تسلیم، رضا، خشوع و اعمال نماز و روزه و قربانی که «عبادات» نامیده می‌شوند و بندگی انسان را به پیشگاه خدا مسجل می‌سازند.

بخش دیگر نیز اخلاق و اعمال شایسته‌ای است که به جامعه ارتباط دارد؛ مانند اخلاق و صفات بشردوستی، خیرخواهی، عدالت، سخاوت و وظایف معاشرت و دادوستد که «معاملات» نامیده می‌شوند (برای تفصیل نک: طباطبایی، ۱۳۹۷، ص ۸۲-۸۶).





۲.۱.۲. روشنگری دربارهٔ تقلیل اهداف کلان به مسائل جزئی

اوستین، مسائل متنوعی را از خوشبختی و شادی گرفته تا همدلی و شفقت و... مورد توجه قرار می‌دهد؛ اما در عمل، اهداف کلان دینی را به مسائل جزئی تقلیل می‌دهد. این مسائل جزئی نیز بر گرفته از دغدغه‌های معاصر و ارزش‌های انسان معاصر است. البته براساس آموزه‌های دینی، پرداختن به رفع دغدغهٔ انسان معاصر رویکردی کاربردی و موجه است؛ اما فروکاهش کلیت باورهای دینی به مسائل جزئی موجه نیست و ناشی از تلقی نادرست از اهداف دین به حساب می‌آید. در واقع، این درک ناصحیح رهیافتی است که در اغلب معنویت‌های شبه‌دینی و به‌ویژه اندیشهٔ اوستین رخ داده است.

اوستین اغلب رابطهٔ انسان و خدا را در مسیر تحقق موفقیت به مسائل این جهانی گره زده و از اهداف کلان دینی غفلت می‌کند؛ برای نمونه، او می‌گوید: «زمانی که خداوند سرنوشت شما را برنامه‌ریزی می‌کرده، افراد مناسب، اتفاقات مفید و فرصت‌های لازم را در آن گنجانده و بله‌های زیادی را در سرنوشت شما پیش‌بینی کرده است. بله به ارتقای شغلی، بله به سلامت کامل، بله به ازدواج و بله به پذیرفته‌شدن در دانشگاه» (اوستین، ۱۳۹۴، ص ۱۰۳). هرچند با در نظر گرفتن ملاحظات می‌توان این ادعا را تأیید کرد، اما اوستین هرگز به آن ملاحظات و مبانی توجه ندارد و آموزه‌های دینی مسیحی را تنها مستمسکی برای تثبیت آموزه‌های انگیزشی و مثبت‌گرا قرار می‌دهد.

در واقع، رهیافت اوستین موجه‌سازی آموزه‌های عصر جدید به گونهٔ الهیاتی است یا به عبارت دیگر، ارائهٔ باورهای عصر جدید با ادبیات دینی مسیحی. بدین سان، او به گونه‌ای آشکار اهداف کلان دینی را برای موجه‌سازی مسائلی فرعی که البته جزء ارزش‌های زمانه است، تقلیل می‌دهد و تضعیف می‌کند. این رهیافت نیز در بسیاری از آثار او هویدا است؛ برای نمونه، در کتاب تفکر بهتر، زندگی بهتر می‌کوشد با ارائهٔ توصیه‌هایی خواننده را قانع کند که چگونه برنامه‌ریزی مجدد افکار برای حذف

منفی‌نگری، به یک زندگی شادتر و کامل‌تر منجر خواهد شد. به باور اوستین، ذهن آدمی توانایی خارق‌العاده‌ای برای خلق موفقیت یا شکست دارد؛ از این رو، راهبرد هر انسان در زندگی این است که تمامی افکار خویش را برای پیروزی و دوری از شکست مدیریت کرده و ذهن خود را برای رسیدن به تفکری بهتر و زندگی ایدئال مدیریت کند. همچنین، او تأکید می‌کند رهایی از هرگونه منفی‌نگری به منزله هماهنگی با برنامه‌ای است که خداوند برای زندگی آدمی فراهم دیده است (See: Osteen, 2016).

در واقع، روح حاکم بر این اثر نیز بسیار هم‌خوان با «قانون جذب» به منزله یکی از مهم‌ترین اندیشه‌های تفکر نوین است. اوستین می‌کوشد این اندیشه را مبنی بر عبارات انجیل مستند و مستدل کند. در کتاب *بهترین روز زندگی تان هر روز صبح آغاز می‌شود*، طی ۳۶۵ پیام روزانه که مستند بر عبارات انجیل است (See: Osteen, 2008)، توصیه‌هایی برای رسیدن به زندگی موفق ارائه می‌دهد. تلقی وی از موفقیت نیز بر ارزش‌های این جهانی و حتی سرمایه‌داری منطبق است؛ چنان که سبک و سیاق این توصیه‌ها نیز با نگرش‌های عصر جدید و شیوه روان‌شناسی مثبت‌گرا هم‌خوان است.

بدین‌سان، مواجهه سلبی روحانیون با اندیشه اوستین به معنای بیان نقایص و ایرادات است؛ چراکه وی تلقی ناقصی از اهداف دینی معنوی ارائه می‌دهد. این تلقی که همچون نادیده‌انگاری اهداف کلان دینی است و به سوی تحریف باورهای دینی نیز سوق می‌یابد، بر مبنای اصیل‌پنداشتن زندگی این جهانی است. در واقع، اوستین کلیت الهیات (ناظر به الهیات مسیحی) را به منزله منبعی برای موفقیت‌های تعریف‌شده در عصر جدید به خدمت گرفته و هدف آموزه‌های خود را تحقق آن اهداف به حساب می‌آورد. از سوی دیگر، اهداف کلان دینی در اندیشه اوستین نظر به اهمیت ارزش‌های این جهانی تحریف می‌شود یا دست‌کم وی برداشت درستی از آن اهداف دینی به دست نمی‌دهد؛ چراکه برای نمونه، رابطه انسان با خدا را در مسیر تحقق موفقیت‌های زندگی خلاصه می‌کند.





۲.۲. مواجهه معرفتی ایجابی

کنشگری ویژه روحانیون در مواجهه معرفتی ایجابی بدین معناست که بعد از بیان نقایص و ایرادات اندیشه اوستین می‌توان به برداشت‌های درست و صحیحی از آنچه اوستین ناقص یا به نادرستی ارائه کرده، اشاره کرد. به عبارت دیگر، می‌توان بر جنبه معرفتی و تبیین «حقایقی» پرداخت که براساس بینش‌های اوستین قابل طرح و بررسی است. در این میان، توجه و تمرکز به چند مسئله، از اهمیت بیشتری برخوردار است: «ابلاغ اهداف و حیانی دین» و «ابلاغ مبانی نظری الهی». توجه به این نکته ضروری است که مباحث پیش رو، کلی و فراگیر است و چه بسا ناظر به اندیشه دیگر معنویت‌گرایان جدید نیز قابل طرح باشد. به هر حال، شکی نیست که روحانیت در مواجهه با چنین اندیشه‌هایی با مجموعه‌ای از آموزه‌های مشترک در معنویت‌های جدید روبه‌رو می‌شود. این آموزه‌های مشترک نیز به منزله مبانی مورد اتفاق و قابل مناقشه‌ای است که تمرکز بر آن‌ها لازم و ضروری است. اکنون با بررسی اندیشه اوستین پیداست که وی درباره مسائل زیر برداشت نادرستی داشته و در مقام ارائه تلقی درست، تمرکز بر این موارد ضروری قلمداد می‌شود:

۲.۲.۱. ابلاغ اهداف و حیانی دین

چنان‌که گذشت، اهداف فرعی این جهانی در معنویت جول اوستین و به‌طور کلی در معنویت‌های شبه‌دینی، به منزله اهداف کلان دینی است و باورهای دینی نیز منطبق بر آن‌ها تحریف می‌شوند. اهداف فرعی نظیر کسب ثروت، شغل خوب، سلامت جسمی و ذهنی، ازدواج ایدئال و قبولی در دانشگاه (برای تفصیل نک: اوستین، ۱۳۹۴، ص ۱۰۳).

کوشش معتدل و اخلاقی برای تحقق این اهداف به تأیید ادیان و حیانی نیز رسیده است، اما تلقی این اهداف جزئی به‌عنوان اهداف کلی با ادبیات دینی نارواست؛ برای نمونه، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند:

«أربعٌ مِنَ السَّعَادَةِ وَ أربَعٌ مِنَ الشَّقَاوَةِ؛ فَالْأربَعُ الَّتِي مِنَ السَّعَادَةِ: الْمَرْأَةُ الصَّالِحَةُ وَ الْمَسْكَنُ الْوَاسِعُ وَ الْجَارُ الصَّالِحُ وَ الْمَرْكَبُ الْبَهِيُّ وَ الْأربَعُ الَّتِي مِنَ الشَّقَاوَةِ: الْجَارُ السُّوءُ وَ الْمَرْأَةُ السُّوءُ وَ الْمَسْكَنُ الضَّيِّقُ وَ الْمَرْكَبُ السُّوءُ؛ چهار چیز از خوشبختی و چهار چیز از بدبختی است: چهار چیز که از خوشبختی است، همسر خوب، خانه بزرگ، همسایه خوب و سواری نیکوست و چهار چیز که از بدبختی است، همسایه بد، همسر بد، خانه کوچک و سواری بد است» (طبرسی، ۱۳۹۲، ص ۱۲۶).

هرچند استفاده از نعمت‌ها و لذت‌های دنیوی در حد اعتدال توصیه شده است، حداقل دو ملاحظه جدی وجود دارد: نخست اینکه هدف آدمی یکسره تمرکز بر تحقق این اهداف جزئی نیست؛ دوم، به تصریح پیامبر اسلام ﷺ این تنعم باید با معرفت به یک واقعیت همراه باشد؛ «الدُّنْيَا دَارُ بَلَاءٍ وَ مَنزِلٌ بُلْغَةٍ وَ عَنَاءٍ قَدْ نَزَعَتْ عَنْهَا نُفُوسَ السُّعَدَاءِ وَ انْتَزَعَتْ بِالْكَرهِ مِنْ أَيْدِي الْأَشْقِيَاءِ فَاسْعُدُ النَّاسَ بِهَا أَرْغَبُهُمْ عَنْهَا وَ أَشْقَاهُمْ بِهَا أَرْغَبُهُمْ فِيهَا؛ دنیا سرای بلا و گرفتاری و محل گذران زندگی و زحمت است. خوشبختان از آن دل‌کنده‌اند و از دست بدبختان به‌زور گرفته می‌شود. پس خوشبخت‌ترین مردم، بی‌میل‌ترین آنان به دنیا و بدبخت‌ترین مردم، راغب‌ترین آنان به دنیا است» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۵: ص ۱۸۵).

بدین‌سان، اصالت بر اهداف جزئی، با بینش دین و حیانی منطبق نیست و تمرکز بر آن‌ها نیز نباید به غفلت از اهداف کلان دینی منجر شود؛ چراکه با مراجعه به منابع پایه ادیان و حیانی درمی‌یابیم که در وهله نخست، اهداف برجسته و مهم‌تری را مدنظر قرار داده‌اند؛ چراکه دین و حیانی همان رهیافتی است که طی آن، قوای مختلف آدمی را هنگام طغیان به حال اعتدال بازگردانده و رشته زندگی دنیوی و اخروی، مادی و معنوی انسان را به نظم درمی‌آورد (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج ۳: ص ۱۵۹).

بدین‌سان، توقع این است که دین موجب تعدیل اجتماع انسان باشد و به تبع، تعدیل حیات یک فرد انسانی را نیز شامل شود. دین قادر است اجتماع انسانی را به





راه فطرت و آفرینش وارد کند و به آن موهبت آزادی و سعادت فطری ببخشد. همچنین به فرد این اختیار را می‌دهد تا از سطوح زندگی بر مدار عقل و اراده بهره‌مند شود؛ به گونه‌ای که ضروری به حیات اجتماعی و اخروی نرساند (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج ۶: ص ۹۷).

هدف ادیان و حیانی، تحقق سعادت در پرتو عبودیت است و سعادت انسان در گرو شکوفایی استعدادهای مادی و معنوی و پاسخ مناسب به نیازهای روحی و جسمی است. به فرموده قرآن: ﴿وَنَفْسٍ وَ مَا سَوَّاهَا فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَ تَقْوَاهَا قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا وَ قَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا﴾؛ سوگند به نفس و آن کس که آن را درست کرد، سپس پلیدکاری و پرهیزگاری‌اش را به آن الهام کرد که هرکس آن را پاک گردانید قطعاً رستگار شد و هر که آلوده‌اش ساخت قطعاً در باخت» (شمس، ۷-۱۰). علامه طباطبایی سعادت هر چیزی را در رسیدن به خیر وجودش خلاصه می‌کند؛ بدین سان سعادت انسان که موجودی است مرکب از روح و بدن، عبارت است از رسیدن به انواع خیرهای جسمانی و روحانی و متنعم شدن به آن (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج ۱۱: ص ۲۸).

سعادت در اندیشه اسلامی وابسته به تقرب الهی است؛ سعادت انسان به معنای رسیدن به کمال واقعی است و بالاترین سعادت، رسیدن به قرب خداوند است. از آن رو که سعادت انسان به واسطه رسیدن به کمال واقعی حاصل می‌شود و رسیدن به کمال واقعی، اعلی درجه لذت و سرور است، تقرب به خداوند به همراه لذت و سرور حقیقی است. این حقیقت را می‌توان از برخی از آیات قرآن استفاده کرد؛ آیاتی نظیر: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَمَن كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا﴾؛ بگو من هم مثل شما بشری هستم، ولی به من وحی می‌شود که خدای شما خدایی یگانه است. پس هرکس به لقای پروردگار خود امید دارد باید به کار شایسته پردازد و هیچ کس را در پرستش پروردگارش شریک نسازد» (کهف، ۱۱۰).

۲.۲.۲. ابلاغ مبانی نظری الهی

غفلت از مبانی نظری الهی موجب بروز مسائل متعددی می‌شود؛ برای نمونه، اگر همانند جول اوستین، الهیات را یکسره بهانه‌ای برای توجیه تلاش همه‌جانبه برای وصول به اهداف جزئی نظیر موفقیت‌های این جهانی بدانیم، علاوه بر اینکه به تحریف هدف و حیانی اقدام کرده‌ایم، مبانی نظری الهیات را نیز مخدوش ساخته‌ایم. به عبارت دیگر، اگر هدف دین، کسب کامیابی این جهانی است، هرگز نمی‌توان این ادعا را در کنار دیگر دستورات دینی توجیه کرد و بر مبنای اصول الهی نیز ناسازگاری آن آشکار می‌شود؛ ضمن آنکه فارغ از موفقیت‌های دنیوی، می‌توان تقریر دیگری از موفقیت، با تکیه بر کسب لذت‌های اخروی، به دست داد.

علامه طباطبایی در تبیین ضرورت دین چنین استدلال می‌کند: نخست، انسان موجودی استخدام‌کننده است؛ دوم، استخدام‌گری بشر در طبیعت وی نهفته است؛ سوم، استخدام‌گری بشر موجب اختلاف در تمام شئون حیات می‌شود؛ چهارم، نظام تکوین اقتضا می‌کند که این اختلاف‌ها رفع شود تا انسان به کمال لایق خود برسد؛ پنجم، رفع این اختلافات جز به وسیله قانون امکان‌پذیر نیست، قانونی که زندگانی اجتماعی انسان را اصلاح کرده و سعادت وی را تأمین کند؛ ششم، طبیعت انسان از عهده این کار بر نمی‌آید، چرا که خودش عامل اختلاف است؛ هفتم، اختلافات به وسیله قوانینی که با اندیشه بشری وضع شود از میان نمی‌رود.

بدین‌سان، از مقدمات فوق این نتیجه ضروری حاصل می‌شود که پروردگار از راهی غیرطبیعی به انسان راه را نشان دهد و این همان راه وحی و تحقق دین حقیقی است. طبق تقریری دیگر، نخست، انسان یکی از اجزای جهان آفرینش است؛ دوم، دستگاه آفرینش برای انسان نظام مخصوصی تهیه کرده است که زمینه‌ساز کمال وی به حساب می‌آید؛ سوم، مقتضای تجهیز آدمی زندگی اجتماعی است؛ چهارم، حیات انسانی حیاتی جاودانه است که با مرگ قطع نمی‌شود؛ پنجم، انسان باید از راه‌وروشی در زندگی دنیوی پیروی کند که هم سعادت این سرای گذران و هم



سعادت آن سرای جاودان را تأمین کند. از همین رو، مسیری که این هدف را دنبال می‌کند، دین نامیده می‌شود (طباطبایی، ۱۳۸۷، ص ۳۷).

تنها دین آسمانی است که علاوه بر ارائه راهکارهایی برای شادی، همدلی و موفقیت، رسیدن به غایت اهداف را در این جهان ناممکن و عمل به فرمان‌های الهی را متضمن وصول به آن‌ها در دنیای دیگر می‌داند. تاریخ نیز گواهی داده که رسیدن به کمال این اهداف به دلایل گوناگون در این جهان میسر نیست. بخشی از دلایل به روی گردانی انسان‌ها از فرمان‌های الهی بازمی‌گردد؛ البته دین‌داران واقعی با عمل به دستورات الهی همواره به زندگی سعادت‌مندانه در دو جهان امید خواهند داشت:

چیزی در هویت حقیقی انسان نقش آفرین است که همواره با او باشد و مرگ و برزخ و نیز بهشت و دوزخ آن را از انسان جدا نسازد. قرآن کریم در این باره از سه عنصر اساسی به نام اعتقاد و اخلاق و اعمال یاد می‌کند و آن‌ها را از ارکان سازنده هویت انسان می‌شمارد. مجموع این عناصر سه‌گانه، چهره ارتباط آدمی با خدا را ترسیم می‌نماید و در فرهنگ قرآن از آن ربط خاص وجودی به عنوان «تأله» تعبیر می‌شود. از این رو، کامل‌ترین بیان قرآنی درباره وجود آدمی عبارت از «حیّ متألّه» یا زنده خدامدار است. اگر آن عنصرهای سه‌گانه (اعتقاد، اخلاق و اعمال) براساس آموزه‌های پیامبران الهی شکل گیرد، از مجموع آن‌ها با نام «دین» تعبیر می‌شود (جوادی آملی، ۱۳۸۱، ص ۳۴۰).



نتیجه‌گیری

از آن‌رو که بیشتر آثار اوستین به زبان فارسی ترجمه شده و در بازار نشر و فضای مجازی پربازدید است و از سوی دیگر، به مستند شدن اندیشه‌هایش مبنی بر مسیحیت تأکید دارد، کنشگری روحانیون، هم با مفاد آموزه‌ها و هم با شیوه و روش او، مهم است. بدین‌سان، به نظر می‌رسد این کنشگری، فارغ از جنبه‌های عملی و یکسره ناظر به جنبه معرفتی، بر دو حوزه متمرکز است: نخست، مواجهه سلبی به معنای تبیین اشکالاتی که با توجه به آموزه‌های اوستین قابل طرح است و دوم، مواجهه ایجابی به معنای تبیین حقایقی که با توجه به آموزه‌های اوستین قابل بررسی است.

وظیفه معرفتی روحانیت در مرحله نخست، درک دقیق و جامع از این وضعیت است. در واقع، یکی از اهداف مهم فکری و دینی روحانیت این است که اندیشه‌های منحرف معنوی (در اینجا ناظر به آرای اوستین) را شناسایی کنند و به‌عنوان کنشگران فعال معنوی به تبیین الهیاتی ارزش‌هایی نظیر چیستی و ابعاد موفقیت، رفاه، آزادی، خوشبختی، شادی و آرامش پردازند. به عبارت دیگر، مهم‌ترین وظیفه روحانیت در حوزه مسائل معنوی این است که به‌عنوان کنشگران معنوی برای ارتقای ابعاد وجودی الهیاتی انسان بکوشند و در این باره، علاوه بر رفع شبهات معنوی، به ارائه آموزه‌های معنوی نیز پردازند. این آموزه‌ها باید متأثر از شرایط دنیای جدید و سنت اصیل اسلامی باشند.

در این میان، دو نکته در کنشگری ایجابی روحانیون از اهمیت بیشتری برخوردار است: «ابلاغ اهداف و حیانی دین» و «ابلاغ مبانی نظری الهی»؛ چراکه از سویی، اهداف فرعی این جهانی به‌منزله اهداف کلان دینی تلقی می‌شوند، حال آنکه این رهیافت با نگرش و حیانی ناسازگار است. نگرش اسلام، تمرکز بر سعادت انسان و اصلاح امور زندگی به‌واسطه تقرب الهی است. سعادت به معنای رسیدن به کمال واقعی است و بالاترین سعادت، رسیدن به قرب خداوند است. از آن‌رو که سعادت انسان به‌واسطه رسیدن به کمال واقعی حاصل می‌شود و رسیدن به کمال واقعی، اعلی



درجه لذت و سرور است، تقرب به خداوند، لذت بخش و حقیقی ترین معنا برای «موفقیت» است. از سوی دیگر، غفلت از مبانی نظری الهی موجب بروز مسائل متعددی می شود؛ برای نمونه، الهیات نزد اوستین یکسره بهانه‌ای برای توجیه تلاش همه جانبه برای وصول به اهداف جزئی یعنی موفقیت‌های این جهانی است، حال آنکه این رهیافت، علاوه بر اینکه به تحریف اهداف و حیانی ختم می شود، مبانی نظری الهیات و حیانی را مخدوش می کند.



کتاب‌نامه

۱. قرآن کریم.
۲. اوستین، جوئل (۱۳۹۱)، *انسان بهتر*، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، تهران: آسیم.
۳. اوستین، جوئل (۱۳۹۲)، *آرامش در پرتو ایمان*، ترجمه شب‌نم سمیعیان، تهران: ققنوس.
۴. اوستین، جوئل (۱۳۹۳)، *هر روز پنجشنبه است*، ترجمه شب‌نم سمیعیان، تهران: ققنوس.
۵. اوستین، جوئل (۱۳۹۴)، *حصارها را کنار بزنید*، ترجمه نیلوفر سادات مصطفی‌زاده، تهران: کوهسار.
۶. برن، راندا (۱۳۸۸)، *راز*، ترجمه مهدی قراچه‌داغی، تهران: پیکان.
۷. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۸)، *شریعت در آینه معرفت*، قم: مرکز نشر اسراء.
۸. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، *صورت و سیرت انسان در قرآن*، قم: مرکز نشر اسراء.
۹. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۷۸)، *تفسیر المیزان*، ترجمه محمدباقر موسوی همدانی، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۱۰. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۸۷)، *بررسی‌های اسلامی*، به کوشش سیدهادی خسروشاهی، قم: بوستان کتاب.
۱۱. طباطبایی، سیدمحمدحسین (۱۳۹۷)، *شیعه در اسلام*، به کوشش سیدهادی خسروشاهی، قم: بوستان کتاب.
۱۲. طبرسی، رضی‌الدین (۱۳۹۲)، *مکارم الاخلاق*، قم: رضی.
۱۳. کیانی، محمدحسین (۱۳۸۸)، «مؤلفه‌های معنویت نوپدید در ایران»، *کتاب نقد*، ش ۵۰-۵۱، ص ۱۰۹-۱۵۷.
۱۴. کیانی، محمدحسین (۱۴۴۲ق)، «ینبغیات التصدی للنزعة المعنویة الحدیثة فی بیان الخطوة الثانية للثورة»، *المصطفی*، السنة الاولى، العدد الاول، ص ۱۷۵-۱۹۲.



۱۵. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار، بیروت: دار الاحیاء التراث العربی.
۱۶. مقام معظم رهبری، <https://www.leader.ir/fa/archive>
17. Berg, Yehuda (2009). *Kabbalah; The Power to Change Everything*. Los Angeles & California: Kabbalah Publishing.
18. Dalai Lama (1998). *The Art of Happiness: A Handbook for Living*. New York: Riverhead.
19. Osteen, Joel (2004). *Your Best Life Now: 7 Steps to Living at Your Full Potential*. New York: Faith Words.
20. Osteen, Joel (2008). *Your Best Life Begins Each Morning: Devotions to Start Every Day of the Year*. New York: Faith Words.
21. Osteen, Joel (2009). *Hope for Today Bible*. New York: Howard Books.
22. Osteen, Joel (2016). *Think Better, Live Better: A Victorious Life Begins in Your Mind*. New York: Faith Words.
23. Osteen, Joel (2017). *Blessed in the Darkness: How All Things Are Working for Your Good*. New York: Faith Words.
24. Sai Baba, Sathya (1984). *The Embodiment of Love*. London: Sawbridge Enterprises.
25. Wilkinson, Tony (2007). *The Lost Art of Being Happy: Spirituality for Sceptics*. Finland: Findhorn Press.

رویکردی کیفی به معنویت و نقش آن در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت از نگاه روحانیون

مجید جعفریان*

چکیده

در سابقه ایدئولوژیک ادیان، روحانی کسی است که توان ایجاد رابطه میان امر قدسی و امر اجتماعی را به واسطه معنویت دارد. در صورتی که اخلاق در کنشگری اجتماعی روحانیت، یک اصل تلقی شود، معنویت از شاخص‌های مهم این اصل خواهد بود. روحانیت شیعه نیز طی حیات خود به عنوان یک گروه مرجع، از این قاعده عمومی مستثنا نبوده است. با این نگاه، هدف از این پژوهش، پاسخ‌دادن به این پرسش است که روحانیون چه تفسیری از نقش معنویت در اخلاق کنشگری اجتماعی‌شان در جامعه فعلی دارند. رویکرد در این پژوهش کیفی بوده و از روش تحلیل مضمون برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است. برای جمع‌آوری داده‌های تجربی با بیست روحانی فعال در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و اداری شهر اصفهان که به روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده بودند، مصاحبه نیم‌ساختاریافته انجام شد. داده‌های تحلیل شده نیز در قالب شش مضمون سازمان‌دهنده ارزشمندی نقش، تأیید حرفه‌ای، مداخله‌گری، رابطه تعاملی، تعهد اجتماعی و انعطاف‌پذیری اخلاقی و

* استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.



سه مضمون فراگیر تثبیت هویت حرفه‌ای، بهبود عملکرد اخلاقی و تاب‌آوری اخلاقی سامان یافت.

کلیدواژه‌ها

معنویت، اخلاق، کنشگری اجتماعی، روحانیت، رویکرد کیفی.

مقدمه

گرین معتقد است علم، اقتصاد و منفعت شخصی را فاقد زمینه کافی برای توسعه پایدار یا تداوم نظم جهانی کرده و در این موقعیت، اخلاق، معنویت و ارزش‌ها باید برای کمک به پایداری در میان ملت‌ها گرد هم آیند. به نظر گرین، دهه‌های آینده میزان مشکلات و تغییرات بزرگی خواهد بود و ما به افرادی نیاز داریم که با روحیه و اخلاق تصمیم بگیرند تا مرحله بعدی بشریت را هدایت کنند» (Fluker, 2008, p. 8). تأکید گرین بر لزوم وجود افراد معنوی در دنیای جدید، دال اصلی و برگرفته از نگاه فراگیر ادیان به وجود روحانیون در آنهاست. در نگاه ادیان، روحانی، اسقف، پاپ و... عمدتاً مظهر تقوا و پیونددهنده مؤمنان به خداوند و پیامبران هستند. روحانیت شیعی نیز در نگاه عمومی از این ویژگی (پیوند با معنویت) برخوردار بوده و به دلیل اهمیت آن، تلاش‌های زیادی از طرف سازمان روحانیت برای حفظ و تقویت چنین خصلتی درون حوزه‌های علمیه قبل و بعد از انقلاب شده است.

دست کم گزارش‌ها از زندگی بزرگان شیعه نشان می‌دهد که چه میزان از کنشگری اخلاقی و به تبع محبوبیت روحانیون در حوزه عمومی و بین مردم به خاطر جذبه‌ای بوده که در اعمال، رفتار و کنش‌های معنوی فردی و سلوک‌های شخصی‌شان وجود داشته است. در همین راستا، داستان‌ها و حکایات فراوانی درباره ضرورت معنویت برای روحانیت، شیوه‌های کسب معنویت و راه‌های سیر و سلوک عرفانی و معنوی روحانیون و علمای دینی، مداخلات معنوی روحانیت در زندگی





مردم، حل مشکلات عامه و غیره نقل شده و کتاب‌های متعددی درباره آن نگاشته شده است (ر.ک: مختاری، ۱۳۸۶؛ جرفادقانی، ۱۳۸۴؛ عسکری، ۱۳۸۴).

مروری بر دیدگاه‌های سنتی و روشنفکری درباره روحانیت نشان می‌دهد که همگی بر ضرورت معنویت در این سازمان تأکید کرده‌اند. امام خمینی به عنوان مؤسس انقلاب و شخصیتی که تأکید جدی بر نقش روحانیت در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی داشت، معتقد بود: «من اکثر موفقیت‌های روحانیت و نفوذ آنان را در جوامع اسلامی در ارزش عملی و زهد آنان می‌دانم و امروز هم این ارزش نه تنها نباید به فراموشی سپرده شود که باید بیشتر از گذشته به آن پرداخت» (www.jamran.news/fa/tiny/news-867522).

مرتضی مطهری از روحانیون برجسته قبل و بعد از انقلاب، دیدگاه‌های متفاوتی درباره سازمان‌بودن یا نبودن روحانیت داشت و معتقد بود تا زمانی که روحانیت به سازمان‌های حاکمیتی وابسته باشد، توان مقابله با بی‌عدالتی را نخواهد داشت (ر.ک: جمعی از نویسندگان، ۱۳۴۱). مطهری اما به نقل از الگار که معتقد بود «روحانیت شیعه همیشه از نظر معنوی، متکی به خدا و از نظر روابط اجتماعی، متکی به مردم است» (مطهری، ۱۳۸۹، ص ۲۷۴). او به این نکته باور داشت که معنویت پایه‌های روحانیت شیعه را مستحکم‌تر و آن را از دیگر سازمان‌های روحانی از جمله اهل سنت جدا کرده است.

علی شریعتی با تمرکز بر نقش شیعه در بازسازی تفکر مذهبی و ارتباط آن با استعمار بر این باور بود که:

این رهبران و متفکران اسلامی بودند که بیش از همه با زبان معنوی و مذهبی خودشان و توده مردم و نسل خودشان (برخلاف روشنفکران فرنگی‌مآب امروز) تفاهم و تبادل فکری داشتند. اعلام خطر کردند که اروپاییان نیامدند که فقط غارت مس و طاس و نفت و پنبه و کتان کنند و منابع زیرزمینی و معادن گران‌بها را به یغما ببرند... اولین بار این‌ها بودند که در برابر امپریالیسم می‌ایستادند، برخلاف رهبران



ملی نهضت‌های ضداستعماری، مبارزه ضداستعماری‌شان را تنها در بُعد اقتصادی و سیاسی محدود نکردند، بلکه یک زیربنا و پشتیبان فکری و ایدئولوژی و معنوی هم داشتند و استعمار را در همهٔ چهره‌هایش شناختند؛ به‌خصوص در پنهانی‌ترین و مهیب‌ترین جناح هجوم و نفوذش، یعنی جناح فکری و معنوی و اخلاقی و علمی یعنی فرهنگی‌اش، با او درگیر شدند. اینان با یک سلاح فرهنگ و فکر در برابر غرب ایستادند (شریعتی، ۱۳۸۴، ص ۸۲۸۳).

در گامی نزدیک‌تر، محمدتقی مصباح یزدی در سخنرانی‌ای که سال ۱۳۹۷ در جمع کانون اساتید طلوع ارائه کرد، با اشاره به بند ۲ (تأکید بر معنویت و اخلاق) از بیانیهٔ گام دوم انقلاب، بر این باور است که:

...مخاطب اصلی این بند، روحانیت باشد، و آن‌ها هستند که باید اخلاق و معنویت را ترویج کنند؛ به عبارتی، نمی‌توان از کارمند و کاسب و دیگران انتظار داشت که آن‌ها وظیفهٔ اصلی خود را کار در این زمینه قرار دهند، بلکه چنین مسئله‌ای وظیفهٔ مهم روحانیت است. در واقع، روحانیت باید حقیقت اخلاق و معنویت از منظر اسلام را تبیین کند؛ نه آن معنویتی که مشترک بین مسلمان و بت‌پرست است. مراد از اخلاق هم صرفاً خوش اخلاقی و خوش‌برخوردی با دیگران نیست که اختصاص به دین نداشته باشد (B2n.ir/s85002).

بدون تردید، مرور این دیدگاه‌ها و نیز مشاهدهٔ رشد فزایندهٔ توقعات عمومی از روحانیون در شرایط جدید اجتماعی ایران نشان می‌دهد مطالعهٔ معنویت به‌عنوان کانونی‌ترین مسئله و تأثیرگذارترین عنصر در تعاملات و مواجهات روحانیون با جامعه، یک ضرورت اساسی است؛ اینکه معنویت در کدام ابعاد و چگونه توانسته است خلأهای اخلاقی روحانیت را ترمیم و تکمیل و به حفظ و ثبات و پایداری این سازمان در جامعه و به نفع جامعه کمک کند. از این رو، پرسش اصلی در این پژوهش این است که روحانیون در مواجهات اجتماعی و در چارچوب فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند، چه تفسیری از نقش معنویت در زیست اخلاقی‌شان در جامعه دارند. در

واقع، پژوهش حاضر با اتخاذ رویکردی کیفی به دنبال بر ساخت تفسیر نگاه روحانیون از نقش معنویت در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت است؛ رویکردی که استفاده از آن می‌تواند ابعاد گسترده‌تری از یک مسئله اخلاقی را برای پژوهش‌های ناظر به این حوزه در آینده رقم زند.

بررسی مطالعات پیشین در این زمینه نشان می‌دهد پژوهشی که با رویکرد کیفی و به‌طور خاص به نقش معنویت در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت از نگاه روحانیون پرداخته باشد، انجام نشده است؛ اگرچه در برخی از پژوهش‌هایی که درباره روحانیت انجام شده، «معنوی بودن» به عنوان یک ویژگی خاص، بسیار برجسته است. به‌طور مثال، علی‌اشرف فتحی (۱۳۹۲) در مقاله‌ای با عنوان «حوزه علمی تهران از عصر قاجار و پهلوی تا امروز؛ عقلانیت و معنویت در روحانیت تهران» تلاش کرده با گذری به تأسیس حوزه علمی این شهر از زمان آقامحمدخان قاجار تا نقش این حوزه در امور سیاسی پس از انقلاب ۵۷ و با طرح دو مقوله عقلانیت و معنویت کنار یکدیگر، نشان دهد که هیچ‌گاه حوزه علمی تهران از این دو عنصر خالی نبوده و در دوره‌های مختلف، معنویت همواره عقلانیت را نیز به کمک حفظ و تقویت چنین نظام حوزوی آورده است. شریعتی و فروغی (۱۳۹۲) در پژوهشی کیفی با عنوان «عوامل و انگیزه‌های جامعه‌شناختی ورود طلاب به حوزه علمی» به بررسی انگیزه‌های جوانانی پرداخته‌اند که برای ادامه تحصیل به حوزه‌های علمی آمده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد دو دسته عوامل بیرونی و درونی در ایجاد انگیزه افراد برای طلبه‌شدن نقش داشته و معنویت، هم به‌لحاظ درونی و هم به‌عنوان یک عامل بیرونی، جایگاه ویژه‌ای در طلبه‌شدن افراد داشته است. سخاوتی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «رسالت تاریخی حوزه‌های علمی در تدوین دکترین معنویت؛ با تأکید بر نامه رهبر معظم انقلاب به جوانان اروپا و آمریکای شمالی» به این موضوع که معنویت در جهان امروز به مسئله‌ای در تعلق به دین یا ضدیت با دین تبدیل شده و انسان مدرن مشتاق کسب معنویت‌های جدید بوده و رقابت مکاتب در



معرفی معنویت به دنیا و تعمیق آن بسیار زیاد شده، اشاره کرده‌اند و براین اساس، مطالعه رابطه معنویت و رسالت حوزه‌های علمیه را بر مبنای نگاه آیت‌الله خامنه‌ای یک ضرورت اساسی قلمداد کرده و با اشاره به مستندات نشان داده‌اند که سازمان روحانیت با توجه به چه مؤلفه‌هایی می‌تواند نگاهی نو به معنوی کردن نسل جدید داشته باشد. در نهایت، حسن دانایی‌فرد و همکارانش (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «تبیین بایسته‌های ایجاد تحول در مجامع علمی؛ بررسی موردی سیره علامه طباطبایی (ره) در ایجاد تحول در حوزه علمیه قم» با اشاره به اینکه تحول علمی در اسناد بالادستی متعددی مورد توجه قرار گرفته است، بر تحول علمی در حوزه‌های علمیه تأکید کرده و تلاش کرده‌اند با برجسته‌سازی ویژگی‌های شخصیتی علامه طباطبایی به این پرسش اساسی پاسخ دهند که چگونه این شخصیت به عنوان یک الگو موجب چنین تحول علمی در حوزه‌ها شده است. دانایی‌فرد و همکارانش معتقدند تدریس در حوزه‌های علمیه ارتباط وثیقی با معنویت دارد و این چیزی است که در جلسات درس علامه نقش اساسی داشته و موجب تحول و ثمرات فراوانی شده است.

۱. چارچوب مفهومی

بدون تردید، پرداختن به مطالعات تجربی ناظر به رابطه اخلاق و معنویت و ارائه صورت‌بندی از آن، می‌تواند به لحاظ نظری، ذهنیت بهتری در فهم مسئله پژوهش به دست دهد. در هر صورت، اخلاق، معنویت و دین به عنوان سه مفهوم تأثیرگذاری است که دیدگاه‌های نظری درباره آن‌ها هم مؤمنان و هم سازمان‌ها و رهبران دینی را شامل می‌شود. در این بخش به طرح دیدگاه‌هایی پرداخته می‌شود که نشان می‌دهد چگونه معنویت می‌تواند بر اخلاق تأثیرگذار باشد. باین حال، پیش از هر چیز طرح رابطه دین و معنویت از برجستگی جدی برخوردار است. مطالعات تجربی نشان می‌دهد همواره واژه معنویت در کنار دین برای غالب مردم، چه مؤمن و چه





غیرمؤمن، جایگاه مهمی داشته است. هرچند دین عموماً به عنوان یک نظام اعتقادی سازمان یافته در ارتباط با خالق قدرتمند تعریف می شود و خاستگاه بسیاری از کنش های معنوی و رویکردها درباره معنویت است، اما «معنویت را می توان با عنوان توانایی برقراری رابطه معنادار فرد با خود درونی، دیگران و خداوند از طریق ایمان، امید و عشق تعریف کرد» (Issa & Pick, 2011, p. 47). گیلوری نیز معنویت را جنبه عملی دین می دانست و معتقد بود «دین دارای ساختار و نظامی است که معنویت در عمل، به آن قالب درمی آید» (Guillory, 2001). روف نیز بر این باور است که «معنویت به یک زندگی درونی برای یک شخص اشاره دارد که عمیقاً با اشکال مذهبی و یا به نوعی روان شناسی انسان گرایانه برای دستیابی انسان به بزرگ ترین ظرفیت درونی خودش مرتبط است» (Roof, 2003, p.138).

علاوه بر این، مک فرسون به دو نکته اساسی درباره معنویت اشاره کرده است: «نخست اینکه معنویت به اقدامات سازمان یافته و توافق شده ای منجر می شود که عموماً بین همه پیروان ادیان مشترک است. نمونه های آن را می توان در بروز و ظهور گروه بندی ها و فرقه های دین مانند جدید مشاهده کرد که بر جستجوی تجربه معنوی افراد مختلفی مبتنی هستند که گرد هم می آیند و اشکال جدیدی را پدید می آورند؛ هرچند این گروه ها لزوماً بر هیچ دینی مبتنی نیستند یا ممکن است پیروانی از ادیان مختلف داشته باشند. دوم اینکه هم دین و هم معنویت در سطح شخصی جریان دارند؛ از این رو، اینکه آیا می توان هر دو مفهوم را از یکدیگر متمایز کرد یا نه، مبتنی بر تحلیل هایی است که از معنویت در پروژه های تحقیقاتی می شود» (McPherson, 2015, p. 339).

با این حال، طی برخی از مطالعات تجربی، دسته بندی های متفاوتی از معنویت ارائه شده است؛ به طور مثال، کوزیویچ با طرح سه سطح بین معنویت تمایز جدی بین آنها قائل است. به عقیده کوزیویچ، «معنویت شامل معنویت سطحی، معنویت مشترک و معنویت عمیق است و معنویت عمیق، یک ویژگی درونی است



که فراتر از تجربیات معمولی بوده و از الگوهای فرهنگ توده فراتر می‌رود» (Kosiewicz, 2015, p. 48). در این میان، عیسی و پیک نیز معتقدند «بین معنویت دینی و معنویت زیبایی‌شناختی تفاوت وجود دارد. معنویت دینی شامل دعا، اعتقاد به معجزه و ارزش‌گذاری، از جمله حقیقت الهی و تعیین اهداف معطوف به حقیقت است، در حالی که معنویت زیبایی‌شناختی شامل صداقت، شفقت، هماهنگی، صداقت، حمایت و تعادل است» (Issa & Pick, 2011, p. 49).

با وجود این، در مطالعات مختلف تجربی، رویکردهای متفاوتی درباره رابطه اخلاق و معنویت برجسته شده است. به‌طور مثال کرومر، توجه محققانی را به خود جلب کرد که رابطه احتمالی بین اخلاق تجاری و معنویت محیط کار را پیشنهاد می‌کنند و مشتاقانه منتظرند راهی را که می‌تواند به خوبی این پیوند را نشان دهد، آشکار کنند (Corner, 2009, p. 381).

لوری و همکاران نیز که از معنویت به‌عنوان یک متغیر امیدوارکننده برای مطالعه در حوزه اخلاق صحبت می‌کنند، به نتایجی دست یافتند که نشان می‌دهد ادراکات کارکنان درباره اخلاق در کار به‌طور مثبت با ساختار فردی آن‌ها از معنویت شخصی مرتبط است. مطالعه آن‌ها معنویت را به‌عنوان قدرت توصیف پیش‌بینی اخلاق کارکنان در کار نشان داد (Lowery et al., 2014).

عیسی و پیک در مطالعه ترکیبی خود به این نتیجه رسیدند که «وجود معنویت زیبایی‌شناختی و مذهبی و عوامل دیگری مانند رضایت، خوش‌بینی، تفاوت با دیگران و به‌هم‌پیوستگی، به‌طور قابل توجهی با عملکرد اخلاقی افراد ارتباط و پیوند جدی دارد» (Issa & Pick, 2011).

از نظر مفهومی، موکرجی و همکارانش معنویت را راهی صریح برای ارتقای وفاداری و رشد اخلاقی در کار معرفی می‌کنند (Mukherjee et al., 2016). به همین ترتیب، راد و هید نیز با ارائه الگویی تأکید کرده‌اند «افرادی که از درجه معنویت بالایی برخوردارند، در مقایسه با کسانی که از چنین معنویتی برخوردار



نیستند، به اخلاق به عنوان بخش مهمی از زندگی خود پایبندی بیشتری دارند» (Rodriguez-Rad & Hidalgo, 2017).

اگرچه مطالعات زیادی وجود دارد که به طور تجربی رابطه دو مفهوم معنویت و اخلاق را تأیید می کند، اما فیلیپس و همکارانش ادعا می کنند «محققان نتوانسته اند نشان دهند که آیا رابطه علی بین اخلاق و معنویت وجود دارد و رفتارهای منفی کاهش یافته است یا نه» (Ayoun et al., 2015, p. 27). به طور مشابه، عیون و همکارانش، از نظر تجربی، هیچ رابطه معناداری بین معنویت و ادراک اخلاقی، قضاوت و نیت پیدا نکردند؛ اما به مطالعاتی اشاره کردند که مدعی تأثیر معنویت بر اخلاق و اخلاق بر معنویت به صورت مفهومی هستند (Ayoun et al., 2015). به این معنا که احتمالاً رابطه بین معنویت و اخلاق همیشه مستقیم نیست، اما دست کم آنچه به دست آمده این است که در تضاد با یکدیگر نبوده اند؛ چون هر دو در رشد شخصیت انسانی مؤثر بوده اند (Abram, 2009).

در همین راستا، شعیب و سعید با بررسی معنویت و اخلاق در چارچوب نگاه اسلامی به این نتیجه رسیده اند که هر دو اصطلاح در اسلام از طریق هفت ارزش مراقبت، سخاوت، صداقت، عدالت، وفاداری، احترام و مسئولیت پذیری با یکدیگر پیوند دارند. آن ها همچنین ادعا می کنند اخلاق، کیفیت خدمات را افزایش می دهد، کارکنان را توانمند می کند، وفاداری مشتری و سطح سود را افزایش می دهد، در حالی که معنویت، انرژی مثبت را تسهیل می کند، عملکرد را افزایش می دهد، انگیزه برای کارهای خوب ایجاد می کند، خودآگاهی را بهبود می بخشد و تعهد به مسئولیت اجتماعی را افزایش می دهد (Suib & Said, 2017, p. 290).

به همین ترتیب، برخی از پژوهش ها در حوزه مسیحیت نیز نشان می دهد پیروان این دین نیز معنویت را به طور جدی دنبال کرده اند. اسکوبار در مطالعه ای با عنوان «پست مدرنیته، معنویت و اخلاق»، با نگاهی به مسیحیت، ادعا می کند «اخلاق و معنویت به دلیل اینکه همدیگر را پوشش می دهند، به یکدیگر وابسته اند و این



وابستگی در بسیاری از شرایط توانسته نقش تعیین کننده‌ای در زیست مؤمنانه مسیحیان داشته باشد» (Escobar, 2011, p. 59).

با این حال، عیسی و پیک، پس از تحلیل دیدگاه‌های سکولار و مذهبی، شواهدی مبنی بر وجود رابطه معنادار بین اخلاق، معنویت و زیبایی‌شناسی ارائه می‌دهند (Issa & Pick, 2011). بورکهارت نیز عمیقاً بر این باور است که «اگر تسلیم یا اطاعت در برابر اراده خدا نباشد، بُعد معنوی اخلاق از بین خواهد رفت. معنویت و اخلاق و رابطه آن‌ها می‌تواند به پایداری زیست مؤمنانه و همچنین افول مشکلات جهانی کمک کند. در واقع، معنویت و اخلاق می‌توانند پاسخ‌هایی برای سعادت یک فرد و انسانیت او در جهان، در مقیاسی بزرگ‌تر ارائه کنند» (Burkhardt, 2010). زولنای نیز با شواهدی نشان می‌دهد که چگونه تجربیات معنوی از خودانگاره محدود افراد فراتر می‌رود و همدلی واقعی را برای ایجاد دیدگاه معنوی فراگیر به ارمغان می‌آورد. از نظر زولنای، «پیام اخلاقی اصلی همیشه عشق و شفقت است که در برابر طمع و فروپاشی در جامعه و سیستم‌های معیوب در جهان قرار دارد. در این راستا، سعادت همه جوامع و اکوسیستم‌های جهان مبتنی بر مراقبت، همدلی و احترام است که نتیجه مستقیم معنویت است» (Zsolnai, 2010, p. 90).

۲. روش پژوهش

روش در این پژوهش، کیفی و از نوع تحلیل مضمون است. از روش نمونه‌گیری هدفمند برای شناسایی و انتخاب مشارکت‌کنندگان در مصاحبه‌ها استفاده شد «که در زمینه مورد بررسی یا جنبه‌هایی از آن دارای اطلاعات و شناخت مناسب بودند» (محمدپور و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۱۹)؛ از این رو، برای جمع‌آوری اطلاعات تجربی با یک گروه بیست نفره از روحانیون معمم ۲۵ تا ۴۵ ساله، براساس نگاه جمعیت‌شناختی جدول (۱) تا حد اشباع‌پذیری، مصاحبه نیم‌ساخت یافته انجام گرفته است. شاخص اصلی آن‌ها نیز حضور بیش از ۷ سال در حوزه‌های علمیه، معمم‌بودن و کنشگری



فعال در فعالیت‌های اجتماعی تبلیغی دین نظیر حضور در مناطق آسیب‌دیده از زلزله یا سیل، مناطق محروم و فعالیت در عرصه مبارزه با کرونا در دهه نود بوده است. در فرایند مصاحبه‌ها و بنا بر مسئله اصلی پژوهش، ابتدا از شرکت‌کنندگان پرسیده شد که «معنویت» را با توجه به کنشگری اجتماعی‌شان چگونه تفسیر می‌کنند؟

جدول (۱): آمار جمعیت‌شناختی مشارکت‌کنندگان در پژوهش

ردیف	سن	مدت حضور در حوزه	زمان فعالیت	حوزه فعالیت
۱	۲۶	۱۰	۵	مسجد
۲	۳۱	۱۳	۷	جهادی- زلزله
۳	۳۸	۱۴	۵	جهادی- سیل
۴	۲۵	۹	۳	جهادی- کرونا
۵	۲۷	۱۰	۵	فعال فرهنگی
۶	۳۰	۱۲	۴	مؤسسه قرآنی
۷	۳۲	۱۵	۵	سازمان آب
۸	۳۶	۲۰	۷	مدارس
۹	۴۲	۲۳	۷	مدارس
۱۰	۴۳	۲۰	۵	فرهنگ، جهادی- کرونا
۱۱	۴۵	۲۳	۱۲	مسجد و مؤسسه قرآنی
۱۲	۳۹	۱۵	۶	شهرداری
۱۳	۲۸	۱۰	۵	مدارس
۱۴	۳۳	۱۰	۶	محافل خانگی
۱۵	۳۵	۱۷	۷	فعال فرهنگی
۱۶	۳۰	۱۲	۵	محافل خانگی
۱۷	۳۲	۱۴	۶	جهادی- کرونا- سیل
۱۸	۴۰	۲۲	۸	جهادی- مناطق محروم
۱۹	۲۷	۱۵	۵	مدارس
۲۰	۴۵	۲۳	۱۵	مسجد و کانون فرهنگی



ابتدا مصاحبه‌های مشارکت‌کنندگان با دقت ضبط و پس از مکتوب‌سازی و غلط‌گیری، در دو مرحله رفت و برگشت بین محقق و مصاحبه‌شوندگان، بازنگری شد. این بازنگری‌ها کمک کرد تا نواقص متن اولیه به صورت مشارکتی رفع و مقدمه فرایند کدگذاری مضامین پایه فراهم گردد. براساس شیوه‌ای که عمدتاً در روش تحلیل مضمون برای طبقه‌بندی مقولات وجود دارد، نخست مضامین پایه با توجه به پرسش اصلی پژوهش از گزاره‌های معنادار استخراج گردید. سپس، با مرور مضامین پایه، مضامین تکراری حذف و با کشف ارتباط و تناسب معنایی که بین دیگر مضامین بود، تلاش شد مضامین منسجم‌تری کشف و برساخت شود. در نهایت، این مضامین، با عنوان مضامین فراگیر سامان یافت. برای دقت در بازشناسی مقولات و اطمینان از طی شدن مسیر منطقی کشف آن‌ها، یافته‌ها مجدداً و برای مرتبه سوم به مشارکت‌کنندگان بازگردانده شد تا نظر قطعی خود را درباره مقولات کشف‌شده، فرایند طی شده و الگوی استخراجی اعلام کنند. این فرایند اگرچه سخت بود، به صحت کشف داده‌ها در فرایند تحلیل و اطمینان‌پذیری داده‌های موجود کمک کرد و البته از این نظر لازم بود.

۳. یافته‌ها

پس از بررسی داده‌ها، ۳۷۰ مضمون پایه استخراج شد. سپس، مضامینی که به نظر می‌رسید بیشتر از دیگر مضامین در پاسخ‌دهی به پرسش اصلی پژوهش مؤثر بوده و از وجه جامعیت و اسلوب منطقی معنایی برخوردارند، جدا شده و به ۴۵ مضمون پایه تقلیل یافتند. در بررسی دوم و پس از رفت و برگشت بین مضامین جداشده، مضامین منتخب پایه، در شش مضمون سازمان‌دهنده و در نهایت، سه مضمون فراگیر سامان یافت (جدول (۲)). در ادامه تلاش می‌شود با توجه به متن داده‌های تجربی و استفاده از برخی نظریه‌های جامعه‌شناختی - اخلاقی در حوزه معنویت و اخلاق، مضامین برساختی تحلیل و بررسی شود.

جدول (۲): مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
تثبیت هویت حرفه‌ای	ارزشمندی نقش	تقدس لباس روحانیت با وجود معنویت؛ لباس روحانیت موجب آرامش عمومی؛ پابندی روحانیت به اصل کارکرد خودش؛ وفاداری به ارزش‌های طلبگی توقع جامعه؛ طلبگی از نظر مردم یعنی مجاهدت فی سبیل‌الله؛ تعریف مردم از نقش هدایتگری روحانیت بر پایه معنویت؛ فضاهای اجتماعی، فضایی برای تأمل و دعا؛ حمایت‌گری اجتماعی نوعی دعوت به خوبی‌ها.	این رو به شما بگم که مردم دنبال این هستند که روحانی تقوا و معنویت داشته باشه. گاهی از همین مردمی که توی مسجد واسه شون نماز می‌خونم، می‌شنوم که ما توقعمون از یه روحانی اینه که ما رو به خدا نزدیک کنه. یادمه توی یکی از اردوهای جهادی با دوستان روحانی بودیم و واقعاً مردم ما رو به‌عنوان کسی می‌دیدند که می‌تونه واسه اونا معجزه کنه. این نگاه مردم به ما یعنی تأیید روحانیت و کاری که داره انجام می‌ده.
	تأیید حرفه‌ای	پابندی مردم به روحانیت به خاطر خدا نه حکومت؛ انجام خدمت صادقانه از روحانیت،	یکی از کسانی که روحانی هم نبود ولی در جمع کسانی بود که در زمان کرونا



مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
		<p>خواست عمومی مردم؛ معنویت پشتوانه حضور روحانیت در جامعه؛ هدایتگری روحانیت در پرتو معرفی خود به عنوان افراد معنوی به جامعه؛ حفظ شأنیت روحانیت با جذب معنوی؛ تلاش برای انطباق معنویت درونی با معنویت منبعث از مستندات دینی.</p>	<p>کنار ما بود، می گفت: «حاج آقا مردم شما رو می بینن خیلی آرامش پیدا می کنند». من می خوام بگم الان اگه از کسی سؤال کنید که واقعاً نقش یک روحانی چیه و چرا نقش روحانیت در جامعه مورد توجهه، جدا از بحث های سیاسی، به شما همین رو می گه. این یعنی ما نقشمون رو هنوز در جامعه از دست ندادیم و مردم توقع دارند از ما که واقعاً مجاهد باشیم، نه سربرار حاکمیت و مردم.</p>
	مداخله گری	<p>مراقبت از دیگری مصادق یک کار معنوی؛ حمایت اجتماعی به مثابه امری معنوی؛ رسیدگی به مشکلات مردم جزء</p>	<p>مسئله ای که ما به ویژه در اردوهای جهادی و در سال اول کرونا با اون مواجه بودیم این بود که وظیفه ما کمک به مردم و</p>





مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
بهبود عملکرد اخلاقی		وظایف روحانیت؛ مراقبت از مردم به مثابه عبادت؛ خرد، دانش و مهارت سه پایه معنویت در کارزار اجتماعی؛ حفظ کرامت و احترام دیگران نمونه‌ای از معنویت؛ تقویت امید به خدا در مردم، مصداق معنویت اخلاقی؛ درک معنویت در چارچوب رسیدگی به امور مؤمنان.	حمایت از افرادی بود که از لحاظ روحی صدمه دیده بودند. شاید همین مورد انگیزه اصلی من رو که از سال‌های قبل طلبه شده بودم، بیشتر از درس‌هایی که توی حوزه خونده بودم تقویت کرد. اینکه می‌تونم حداقل حمایتی ولو به صورت دلداری از فرد یا خانواده‌اش بکنم.
	رابطه تعاملی	تعیین مرزهای اخلاقی روحانیت با مردم؛ معنویت توأم با ارتقای فهم مردم از روحانیت؛ پرهیز از خودبرتری نسبت به مردم؛ شفاف‌سازی و تقویت اعتماد اجتماعی؛ رفع تناقضات و نگرش‌های غیراخلاقی به روحانیت؛ پرهیز از اقدامات سوگیرانه در رفتارهای	در فعالیت‌هایی که ما روحانیون داریم، دو چیز اولویت دارد؛ یکی اخلاق خوب است که نشونه سیره و روش انبیای الهی است و البته رضایت الهی رو هم در پی داره. یکی دیگه اینکه بتونه رابطه خوبی با مردم برقرار کنه. بسیاری از دوستان ما

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
		دوجانبه مردم و روحانیت.	که متأسفانه در کارهای فرهنگی قوی نیستند، به نظر من، در اینجا مشکل دارن. معنویت می تونه روابط ما رو با خدا اصلاح کنه و کسی هم که رابطه اش با خدا اصلاح شد، رابطه اش با مردم و اخلاقتش با مردم خوب می شه و می تونه تعامل کنه.
تاب آوری اخلاقی	تعهد اجتماعی	معنویت یعنی احساس تعلق به جامعه و احترام به آن، کاهش درد و رنج های شخصی با حفظ و یادآوری تعهد به جامعه، توجه به لزوم مصالحت ها در برخوردهای عمومی، توجه به هدف گذاری های کلان دینی و اخلاقی در جامعه، کنترل اخلاق فردی در مواجهات	من معتقدم اگه کسی به تعهدی که به جامعه داره عمل کنه، اگه هم جایی باهاش بداخلاقی شد، می تونه تحملش کنه. باور کنید من به عنوان یه روحانی معتقدم ما به جامعه بدهکاریم و بنده خودم رو متعلق به این مردم می دونم. احساسی که به این جامعه و مردم دارم از



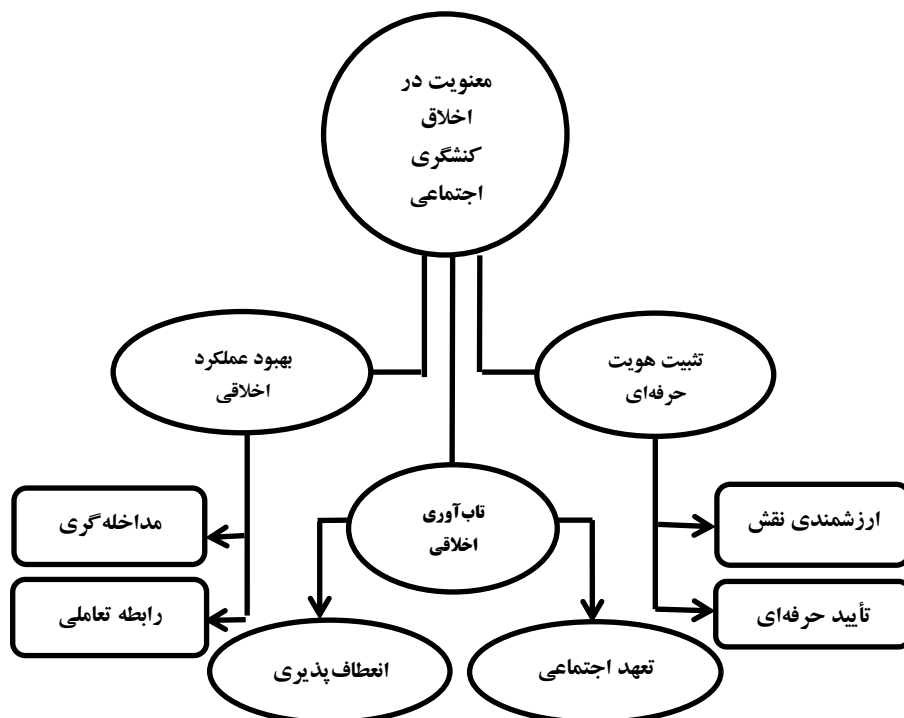


مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
		<p>اجتماعی؛ الزام‌پذیری در عمل به وظایف روحانیت در جامعه.</p>	<p>احساسی که یه آدم می‌تونه هنگام خوندن دو رکعت نماز شب داشته باشه، گاهی بیشتره؛ چون می‌دونه که متعهد بوده و اگه کاری ازش برآمده برای رضای خدا واسه مردمش انجام داده. خب طبیعیه که اگه این‌طوری نگاه کنید، تحمل ما و صبر ما هم در مقابل بعضاً بی‌ادبی‌ها و بی‌صداقتی‌ها هم زیادتر می‌شه.</p>
	<p>انعطاف‌پذیری</p>	<p>پرهیز از مجادله با مردم؛ انطباق رفتار خود با رفتار انبیا و اوصیای الهی؛ تحمل سختی‌های مردم، بخشی از زندگی یک روحانی؛ هر قدر انسان معنوی‌تر، در طرز رفتار با مردم هم منعطف‌تر؛ لزوم سازگاری روحانی با رفتارهای بد مردم؛ در</p>	<p>یه مسئله مهمی که برای ما روحانیت وجود داره اینه که باید در مقابل ناملایماتی که در جامعه واسه‌مون پیش میاد از میدون به‌در نریم. برخی از آقایون رو من دیدم می‌رن یه جایی خونه می‌گیرن</p>

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	نمونه مضامین پایه	نمونه گفتارها
		<p>اولویت قرار دادن کارهای مردم نسبت به کارهای شخصی؛ مدارا با مردم با تکیه بر حفظ جایگاه و شأنیت روحانیت؛ رعایت انصاف در برابر درد و رنج مردم؛ رشد روحانیت توأم با مراقبت از خود؛ توجه روحانیت به انتقادپذیری عمومی.</p>	<p>که کمتر در دسترس مردم باشن یا کلاً فعالیت اجتماعی انجام نمی دن که مثلاً کمتر نقد بشن. این خوب نیست. روحانی خودش رو باید با جامعه تطبیق بده. این از وظایف روحانیه و البته در سیره رسول خدا و ائمه معصومین و علمای سلف ما هم بوده. کسی که از خدا بترسه، از مردم نمی ترسه و با اون هاست.</p>



شبکه مضامین نقش معنویت در اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیت



۱-۳. تثبیت هویت حرفه‌ای

نخستین مقوله فراگیری که از تحلیل مصاحبه‌ها با روحانیون به دست آمد، نقش معنویت در تثبیت هویت حرفه‌ای آن‌ها بود؛ اینکه به میزانی که آن‌ها معنویت داشته‌اند، جامعه نیز تصور بهتری از آن‌ها داشته و به‌عنوان روحانی و نقشی که در جامعه دارند، بیشتر پذیرفته شده‌اند. به‌طور کلی، افراد براساس سرمایه‌گذاری‌های انگیزشی، عاطفی و رفتاری که در جامعه وجود دارد، تلاش می‌کنند به هویتی در جامعه دست یابند. بدون تردید، حرفه و شغل از برجسته‌ترین سرمایه‌هایی است که به‌دنبال خود چنین کارکردی برای افراد در جامعه دارد. حرفه به آن‌ها هویتی اجتماعی می‌دهد؛ چون به‌واسطه آن می‌توانند بفهمند که جامعه آن‌ها را چگونه می‌بیند و براساس چه قواعد اخلاقی قضاوتشان می‌کند. در این صورت، هویت





حرفه‌ای در ترکیب با مجموعه‌ای از ارزش‌های اخلاقی نیز قرار خواهد گرفت که نقش تعیین‌کننده‌ای در تصور فرد از خودش و حرفه‌اش و نیز نگاه دیگران به او دارد؛ از این رو، هویت حرفه‌ای را می‌توان احساس پایدار فرد درباره ماهیت، هدف و معنای حرفه‌اش تعریف کرد؛ اینکه این حرفه موجب بروز چه رفتارهایی از او در جامعه می‌شود، با چه ارزش‌های اخلاقی هم‌سو می‌باشد و آیا او با این هنجارها و ارزش‌های اخلاقی هم‌خوانی داشته است یا نه.

تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد «ارزشمندی نقش» و «تأیید حرفه‌ای»، دو مقوله سازمان‌دهنده برای ایجاد تثبیت هویت حرفه‌ای مشروط به معنویت هستند؛ از این رو، معنویت یک مفهوم پیچیده فلسفی نیست، بلکه معنویت موقعیتی در نظر گرفته می‌شود که در گیرودار مفاهیمی همچون «نقش» و «تأیید» که مفاهیمی اجتماعی‌اند، بازتعریف می‌شود. در همین راستا، استرایکر معتقد است «برای هر یک از موقعیت‌ها یا روابط نقشی متفاوتی که فرد در جامعه دارد، هویتی وجود خواهد داشت که تعیین‌کننده موقعیت درونی شده در فرد است» (Stryker, 1980, p. 60).

بنابراین، معنویت مهم‌ترین جنبه‌ای است که هم به نقش روحانیت در جامعه ارزش داده و هم تأیید آن را مشروط می‌کند. در این باره، مضامینی همچون «لباس روحانیت با وجود معنویت، تقدس یافته است»، «لباس روحانیت موجب آرامش کسانی بوده که ما در بینشان بوده‌ایم»، «پایبندی روحانیت به اصل کارکرد خودش در جامعه ما را به معنویت راهنمایی می‌کند»، نشان می‌دهد در نظر روحانیون، عامه مردم از لباس گرفته تا آرامش عمومی را وابسته به نقشی می‌دانند که در ساختاری به نام معنویت خود را نشان داده است.

با توجه به این نکته، روحانی ۳۸ ساله با پنج سال سابقه جهادی، با مقایسه «ارزشمندی نقش» روحانیت در شیعه و مسیحیت می‌گفت: «توجه مردم به روحانیت و اینکه ما را تأیید کنند، زمانی تحقق پیدا می‌کند که ما بفهمیم آمدن این مردم به سمت ما برای اینه که تسلیم‌بودن ما رو در مقابل خدا ببینند. بالاخره سیلی آمده و

مردم مصیبت زده هستند. این واقعیت تا اندازه‌ای در مسیحیت خودش رو بیشتر نشون داده. یه مسیحی ولو برای یه اعتراف هم که باشه، وقتی پیش اسقف کلیسا می‌ره، نگاهش اینه که با این اعتراف می‌تونه خودش رو تسلیم مسیح کنه. نمی‌خوام تأیید یا رد کنم؛ می‌خوام بگم این نگاه معنوی از سمت شخص مسیحی به اسقف کلیسا هست و همین یه تأییدیه واسه اون اسقف».

روحانی ۴۲ساله با هفت سال فعالیت در مدارس متوسطه، با ارتباط دادن ارزشمندی نقش روحانیت با حمایتگری اجتماعی و اینکه «فضاهای اجتماعی، فضاهایی برای تأمل، دعا و ارتباط با خداوند است، چون مردم درون این فضاها قرار دارند»، معنویت را یک نقطه اتصال برای این دو مقوله می‌دانست و می‌گفت: «بچه‌ها در مدارس بیشتر از هرچیز از من روحانی، نوعی حمایتگری معنوی اجتماعی می‌خوان. در واقع، حمایتگری من یه نوع دعوت به خوبی‌هاست؛ چون دعوت به خوبی‌ها دعوت به خداست و کسی که دعوت به خدا می‌کنه، قطعاً حواسش به مردم هم هست؛ خوبی‌هایی که این بچه‌ها در نه ماه تحصیلی شاید از هیچ معلمی نمی‌بینن. اونا از من می‌خوان که در فضاهایی که دچار مشکل هستن، در مقابل خانواده‌هاشون و حتی در مقابل مدیر مدرسه ازشون حمایت کنم. همین بچه‌ها نقش هدایتگری من رو زمانی ارزشمند می‌دونن که با توجه به قدرت معنوی ازشون حمایت کنم».

ازسوی دیگر، معنویت به تأیید حرفه‌ای روحانیت نیز کمک کرده است. مضامینی همچون «هدایتگری، بهترین شیوه‌ای است که روحانیت با آن می‌تواند تأثیرگذاری خود را به جامعه اثبات کند»، وفاداری به ارزش‌های روحانیت، توقع جامعه است» و «معنویت برای روحانیت از نظر مردم یعنی مجاهدت فی سبیل الله»، همگی دال بر این است که روحانیت با وجود نفوذ اجتماعی‌ای که به لحاظ حاکمیتی دارد، برای «تأیید حرفه‌ای» نیازمند سازکاری عمومی است که با تکیه بر مفهومی (معنویت) بتواند قدرت او را به جامعه نشان دهد. در این باره، روحانی ۳۹ساله با شش سال سابقه فعالیت در شهرداری، ضمن تأکید بر اینکه پایبندی مردم به روحانیت به خاطر





معنویت بوده و نه حکومت، بیان می‌کرد: «این رو باید بدو نیم که آگه مردم به روحانیت احترام می‌گذارن به خاطر مناصب شغلی اون‌ها در حکومت نیست، بلکه به خاطر نگاه صادقانه‌شون برای خدمت به مردم. من جایی بودم که مراجعات مردم زیاد بود. این مردم بعد از نماز جماعت اگر چه درددل می‌کردند که آقا ما اومدیم اینجا، کارمون رو راه نمیندازن، اذیت می‌کنند و شما یه سفارشی بکنید، همون‌جا می‌گفتند که شما به گُر وصل هستید، شما مورد تأیید مایید، شما هرچی بگین ما گوش می‌کنیم». این پاره گفتار نشان می‌دهد فهم معنویت از آسمان نیست، بلکه خاستگاه آن احترام، صداقت و همدردی است و مهم‌ترین شاخص برای تأیید روحانیت در شرایط جدید است.

۲-۴. بهبود عملکرد اخلاقی

منظور از عملکرد اخلاقی^۱، به کارگیری «ارزش‌های اخلاقی» در یک «موقعیت» است. در واقع، هم ارزش‌های اخلاقی مورد توجه است و هم فهم عملکرد در فهم موقعیت‌ها نقش تعیین‌کننده دارد. با این حال، «فهم یک موقعیت، نتیجه عملکردهای فرهنگی اشخاص در گیر در آن موقعیت است و به نحوه برداشت مخاطبان از آن عملکرد بستگی دارد؛ از این رو، شرط حیاتی برای موفق بودن یک عملکرد این است که آن عمل معتبر تلقی شود» (Alexander, 2004, p. 528).

با الهام از این دیدگاه، بدون تردید، عملکرد اخلاقی مبتنی بر معنویت از عملکرد صرفاً اخلاقی متمایز است. در عملکردی که صرفاً اخلاقی است، دستورالعمل‌ها و قواعد اخلاقی به عنوان یک موقعیت برتر تلقی می‌شود، در حالی که در عملکرد اخلاقی که بر معنویت بنا شده، خود فرد تلاش می‌کند با توجه به استعدادها و ویژگی‌های درونی که دارد، جنبه‌ای از رفتار را رقم زند که اخلاقی تلقی شود. با این حال، حتی اگر بتوان مجموعه‌ای معقول از دستورالعمل‌ها را برای رفتار و عمل

1. Ethical performance



اخلاقی بسط داد، باز نمی توان متصور شد که همگی آنها در خدمت منافع جمع و خیر عمومی باشد.

تحلیل مصاحبه ها در این بخش نشان می دهد مداخله گری و رابطه تعاملی در سایه معنویت به بهبود عملکرد اخلاقی روحانیت کمک کرده اند. مداخله گری در عین حال که یک عمل سیاسی و فکری است، می تواند فردی یا جمعی هم باشد. باین حال، عمدتاً مداخله با هدف و آگاهی از زمینه و نتایج ممکن و در یک موقعیت نهادی و فرهنگی خاص انجام می شود. مداخلات دارای تاریخ انقضا (یعنی زمانمند) هستند و درحالی که می توانند از مکانی به مکان دیگر منتقل شوند، هرگز به طور جهانی قابل اجرا نبوده و قابل تضمین هم نیستند (Sterne, 2015, p. 8).

مضامینی همچون «مراقبت از دیگری، مصداق یک کار معنوی»، «درک معنویت در چارچوب رسیدگی به امور مؤمنان» و «احساس مراقبت از مردم به مثابه عبادت» نشان می دهد که اولاً مداخله گری فراتر از یک مهارت و تسکین بخشی است. ثانیاً مداخله گری روحانیت، وظیفه اخلاقی هم نیست، بلکه یک عبادت یا در دایره عبادت قابل تعریف است. تفاوت این دو نگاه این است که مداخله گری براساس وظیفه گرایی اخلاقی صرفاً جنبه حمایتی داشته و فرد تلاش می کند حمایت اجتماعی خود از مردم را صرفاً انسانی تلقی کرده و در امر مداخله گری بر دانش ها تمرکز کند و مهارت ها و خردورزی بیشتری به خرج دهد. در حالی که مداخله گری بر مبنای عبادت علی رغم پذیرفتن وجدانی همه این ویژگی ها به حفظ کرامت و احترام و تقویت امید به خدا در مردم کمک کرده و تصمیم گیری های اخلاقی درباره افراد را صرفاً مشروط به حمایت اجتماعی از آنها نمی کند.

روحانی ۳۶ ساله با هفت سال سابقه جهادی می گفت: «مراقبت از مردم جدا از اینکه یک حرکت انسانی است و فقط کار روحانیت نیست، اتفاقاً یکی از شعارهای دولت ها در همه جای دنیا همین است که ما می خواهیم از مردم مراقبت کنیم و البته مهارت های خودش رو هم می خواد. اما وقتی این امر در دستگاه روحانیت قرار



می‌گیره حسابش متفاوت می‌شه. اینجا مردم فقط مردم نیستند، بلکه مؤمنینی هستند که کار برای اون‌ها باید براساس نوعی از ایمان به خدا صورت بگیره، والا فایده‌ای نداره. در اینجا دست تو دست خداست و قلب و دل تو قلب و دل خداست».

رابطه تعاملی، مضمون دیگری بود که از نگاه روحانیون موجب شده است که معنویت به بهبود عملکرد اخلاقی کمک کند. از نگاه روحانیون، منظور از رابطه تعاملی در پهنای معنویت، روابطی است که دوطرفه، بدون اجحاف و تکلف و به‌دور از هرگونه خودبرتربینی روحانیت نسبت به مردم باشد. با وجود این، روحانی ۴۵ ساله با ۲۲ سال سابقه کار در مسجد و کانون فرهنگی، با تأکید بر اینکه از اخلاق معنوی می‌توان الگو استخراج کرد، نه از اخلاق مطلق، بر این باور بود که: «داستان رابطه روحانیت با مردم، داستان رابطه مردم با مردم نیست. نگاه مردم به روحانیت قبل از هرچیز به نگاه معنویه.

مردم، روحانی رو کسی که به خدا نزدیک می‌دونن و در اینجا اخلاق، اخلاقی مثل قانون نیست، بلکه به نوع اخلاق الهیه؛ چون اخلاقی که نظیر قانونه، ممکنه خیلی افراد جامعه بهش عمل کنند؛ مثلاً اگه مردی توی خونه کتک کاری نکنه و احترام همسرش رو نگه داره، به کار اخلاقی بزرگ کرده، درحالی که اگه به روحانی در جایگاه همسری باشه، جامعه توقع داره نه تنها اون کار رو انجام نده و احترام همسرش رو نگه داره، بلکه فهم مردم رو هم درباره شیوه زندگی درست ارتقا بده و نقش الگوی معنوی داشته باشه. این الگوبودن معنوی یعنی به راه میان‌بر برای رسیدن مردم به خدا».

۳-۴. تاب‌آوری اخلاقی

تاب‌آوری اخلاقی^۱ سومین مضمون فراگیری بود که ناظر به تحلیل و انتظام معنایی داده‌ها برجسته شد؛ به این معنا که معنویت به روحانیت کمک کرده است در

1. Moral resilience



مواجهه اجتماعی و به طور کلی در برابر ناملايمات و دردها و رنج‌ها، اخلاقی تر عمل کنند.

این ایده، دیدگاه رشتون را که معتقد است «تاب‌آوری اخلاقی نشان‌دهنده نوعی آگاهی به شیوه‌هایی است برای زیستن در موقعیت‌هایی که ما در آن قرار داریم و این موقعیت‌ها با ما ناسازگار بوده و صداقت ندارند» (Rushton, 2016, p. 113)، تأیید می‌کند. با این حال، منظور از معنویت که از نگاه مشارکت‌کنندگان، پشتوانه تاب‌آوری اخلاقی بوده است، صرفاً معنویت درونی نیست، بلکه معنویت اجتماعی شده‌ای است که می‌تواند نظم اجتماعی را تقویت کند، از تزلزل‌های رفتاری در شرایط سخت جلوگیری کند و به طور کلی، توان اخلاقی جامعه را افزایش دهد.

روحانیون معتقد بودند معنویتی که به تاب‌آوری اخلاقی آن‌ها در جامعه منجر شده، با توجه به دو عامل اساسی یعنی تعهد اجتماعی و انعطاف‌پذیری ایجاد شده است. تعهد اجتماعی به مثابه یک ساختار، افراد را به انجام یک عمل یا واقعیتی ملزم می‌کند که به نوعی در جامعه تثبیت شده است. در همین راستا، مضامینی همچون «توجه به لزوم مصلحت‌ها در مواجهات عمومی» و «الزام‌پذیری اخلاقی روحانیون به وظایف اجتماعی» نشان می‌دهد که مصلحت‌اندیشی و التزام اخلاقی از نگاه معنوی، مهم‌ترین شیوه‌ها برای تثبیت این واقعیت در جامعه‌اند؛ از این رو، هدف از در نظر گرفتن مصلحت‌ها و ملتزم شدن به ارزش‌های اخلاقی سازمانی، توجیه تعهدی است که هم به خوب بودن فعل توجه دارد و هم خیر عمومی واقعیت‌های اخلاقی را در چیزی فراتر از اخلاق جست‌وجو می‌کند.

روحانی ۳۷ ساله با سابقه هفت سال کار فرهنگی می‌گفت: «معنویت این نیست که من روحانی خانه‌نشینی و حجره‌نشینی و گریه در دل شب رو انتخاب کنم و از حال مردم غافل باشم. اتفاقاً کمال روحانیت به بودن با مردم در شرایط سخته. احساس تعلق به جامعه و احترام به مردم خودش نوعی از معنویت؛ البته در صورتی که

من خودم رو به این مردم متعهد بدونم. این رو درک کرده باشم که من در شرایطی قرار دارم که باید دینم رو به این مردم ادا کنم. این ها از من توقع دارند که در حد خودم بهشون توجه کنم و آلام و دردها و رنج‌هاشون رو کم کنم. با این تعهد، درد و رنج‌های خود منم تسکین داده می‌شه و احساس شعف و شور می‌کنم».

از سوی دیگر، به عقیده بارتلز و همکارانش، «انعطاف‌پذیری اخلاقی، توصیف طیف گسترده‌ای از واکنش‌های انسانی به شرایطی است که در آن قرار دارند. در حقیقت، باورهای اخلاقی، هدایت‌کننده نگرش‌ها و رفتارهای افراد در این موقعیت‌هاست» (Bartels et al., 2015, p. 489).

به‌طور مثال، منفعت‌های شخصی می‌تواند نگرش و رفتار فرد را در قبال موقعیت‌ها نیز متفاوت کند. نتیجه چنین دیدگاهی این است که در مجموع، افراد بسته به اینکه منافع شخصی‌شان در خطر است یا نه، احتمالاً نگرش نسبتاً انعطاف‌پذیرتری به قوانین اخلاقی خواهند داشت.

پاره‌گفتارهای روحانیون نشان می‌دهد معنویت چگونه نگاه‌های منفعت‌طلبانه شخصی را به سوی تقویت رفتارهای اخلاقی جامعه سوق داده است. روحانی ۴۲ ساله با سابقه هفت سال فعالیت در مدارس تأکید می‌کرد: «برای من به تجربه ثابت شده که روحانیت زمانی می‌تونه با نسل جدید ارتباط بهتری داشته باشه که با رفتارهای ضد و نقیض این نسل کنار بیاد. سازگاری یعنی اینکه ما اون‌ها رو قضاوت نکنیم و باهاشون مدارا کنیم. همین سازگاری و مدارا کردن یعنی انعطاف نشون دادن و نسل جدید همین رو از من روحانی می‌خواد. نسل جدید نمی‌خواد باهاش اخلاقی رفتار کنی، نصیحتش کنی. اون می‌گه با من کنار بیا، کوتاه بیا و بهم توجه کن. همه این‌ها یعنی داشتن روحیه‌ای که اگه واقعاً پشتش نوعی بالندگی معنوی نباشه، روحانی توی این کارزار جواب نمی‌گیره».

روحانی ۴۰ ساله با سابقه هشت سال فعالیت در مناطق محروم، با تأیید همین نگاه، بر این باور بود که «هر قدر انسان در طرز رفتارش با مردم معنوی‌تر باشه، یعنی



احساس خودبینی نداشته باشد، قاعدتاً منعطف تر هم خواهد بود. مجادله با مردم یعنی مجادله با خدا. کسی که خودش رو به خدا نزدیک می‌دونه، قطعاً جلوی بندگان خدا و سختی‌هایی که احتمالاً همین مردم بر او وارد می‌کنند، انعطاف بیشتری از خودش نشون می‌ده. منعطف بودن در برابر مردم یعنی فروکش کردن خشم خداوند از انسان. این باید سرمشق روحانیت قرار بگیره». روحانیون تأکید داشتند معنویت، روحیه انتقادپذیری را در آن‌ها تقویت کرده، نگرش آن‌ها را درباره‌ی این‌که کارهای مردم باید در اولویت باشد، متعالی ساخته و به این حد از مراقبت رسانده که کنش‌هایشان صرفاً برای نزدیک شدن به خوبی‌ها و پرهیز از زشتی‌ها در قالب و میزان قواعد اخلاقی نیست، بلکه برای رسیدن به نوعی خلوص معنوی است که بدنه‌ی اصلی جامعه با آن درگیر بوده و به واسطه‌ی آن تعالی می‌یابد.



نتیجه‌گیری

اخلاقی زیستن معنوی روحانیت یک امر ذاتی اجتماعی و مختص به سازمان روحانیت است. انتظار عمومی این است که یک روحانی، اخلاقی زندگی کند و مردم را با معنویت هدایتگری نماید. در واقع، روحانیت به دلیل تعلقی که به نظام اعتقادی دارد، نیازمند پشتوانه‌ای معنوی است که بتواند به واسطه آن، خلأهای اخلاقی ناظر به کنش‌های اجتماعی‌اش را پوشش دهد.

پژوهش حاضر با تکیه بر داده‌های تجربی به دست آمده از مصاحبه با روحانیون، نشان داد وجود معنویت در کنشگری اجتماعی آن‌ها سه اتفاق عمده را رقم زده است؛ نخست، معنویت موجب شده نقش روحانیت، ارزشمندی خویش را باز یابد و حوزه عمومی نیز آن را تأیید کند. در واقع، مفهوم معنویت در ارتباط با مفاهیمی همچون نقش و تأیید، بازتعریفی اجتماعی یافته و به عنوان یک چارچوب، مشخص می‌کند مردم روحانیت را نه به خاطر وابستگی به حکومت، بلکه به دلیل نقش ارزشمندی که به لحاظ معنوی در جامعه دارد، تأیید می‌کنند. دوم، افزایش معنویت در کنشگری اجتماعی روحانیت بر بهبود عملکرد اخلاقی و مداخله‌گری آنان در جامعه نیز تأثیر گذار بوده است.

در امر مداخله‌گری، معنویت به عنوان یک استراتژی، در طراحی چارچوبی از اصول راهنما و مجموعه‌ای از پرسش‌های عملی ناظر به مشکلات و درد و رنج‌های عمومی به روحانیت کمک کرده که بتواند ورودش را به میدان‌های تصمیم‌گیری اخلاقی به میزان زیادی افزایش دهد. همچنین این مداخله‌گری‌ها براساس رابطه‌ای تعاملی صورت گرفته که در این سنخ روابط با وجود اینکه جذبه معنوی موجب شفاف‌سازی و تقویت اعتماد اجتماعی و عمومی میان روحانیون و جامعه شده، تناقضات و نگرش‌های غیراخلاقی به روحانیت را نیز کم‌رنگ‌تر کرده است. سوم، در پرتو معنویت، تاب‌آوری اخلاقی روحانیت با دو مقوله تعهد اجتماعی و انعطاف‌پذیری اخلاقی تقویت شده است.



این دو مقوله نشان داد معنویت نوعی تعهد اجتماعی در روحانیت ایجاد کرده و از یک نگاه فردی به معنویت اجتماعی شده‌ای ارتقاء یافته که در نظم اجتماعی، دادوستد و مراودات عرفی روحانیت با مردم مؤثر بوده و به میزان زیادی روحیه سازگاری و مدارا را در روحانیون افزایش داده و رفتارهای آنها را بیش از پیش با ارزش‌های اخلاقی جامعه منطبق کرده است.



کتاب‌نامه

۱. جمعی از نویسندگان (۱۳۴۱)، مرجعیت و روحانیت، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۲. شریعتی، علی (۱۳۸۴)، مجموعه آثار، ج ۵، تهران: نشر مؤسسه تحقیقات و توسعه علوم انسانی.
۳. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، مجموعه آثار، ج ۲۴، تهران: صدرا.
۴. محمدپور، احمد، مهدی رضایی، لطیف پرتوی و رسول صادقی (۱۳۸۸)، «بازسازی معنایی تغییرات خانواده به شیوه زمینه‌ای»، مجله خانواده‌پژوهی، س ۵، ش ۱۹، ص ۳۰۹-۳۳۰.
۵. مختاری، رضا (۱۳۸۶)، سیمای فرزندگان، قم: بوستان کتاب.
۶. جرفادقانی، م. (۱۳۸۴)، علمای بزرگ شیعه از کلینی تا خمینی، قم: معارف اسلامی.
۷. عسکری، فاطمه (۱۳۸۴)، سیره اخلاقی علما، تهران: انتشارات صداوسیمما.
8. Abram, A. (2009). "Ethics and spirituality: Self-sufficiency or symbiosis?". *Studia Bobolanum*, 4: p. 69-81.
9. Alexander, J. (2004). "Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy". *Sociological Theory*, 22(4): p. 527-537.
10. Ayoun, B., Rowe, L. & Yassine, F. (2015). "Is workplace spirituality associated with business ethics?". *International journal of Contemporary hospitality management*, 27(5): p. 938-957.
11. Bartels, Daniel M., Christopher W. Bauman, Fiery A. Cushman, David A. Pizarro and A. Peter McGraw (2015). "Moral Judgment and Decision Making", In G. Keren & G. Wu (Eds.) *The Wiley Blackwell Handbook of Judgment and Decision Making*. Chichester, UK: Wiley, p. 478-515.





12. Burkhardt, H. (2010). "Spirituality and Ethics: A Literature Review". *European Journal of Theology*, p. 55-65.
13. Corner, P. D. (2009). "Workplace spirituality and business ethics: Insights from an eastern spiritual tradition". *Journal of business ethics*, 85(3): p. 377-389.
14. Escobar, D. A. (2011). "Amos & postmodernity: A contemporary critical & reflective perspective on the Interdependency of ethics & spirituality in the Latino-Hispanic American reality". *Journal of business ethics*, 103(1): p. 59-72.
15. Fluker, W. E. (2008). "Spirituality, ethics, and leadership". *Spirituality in higher education newsletter*, 4(3): p. 1-6.
16. Guillory, W. A. (2001). *The living organization: spirituality in the workplace*. 2nd edition. Salt Lake City, UT: Innovations international.
17. Issa, T. & Pick, D. (2011). "An interpretive mixed-methods analysis of ethics, spirituality and aesthetics in the Australian services sector". *Business ethics: A European review*, 20(1): p. 45-58.
18. Kosiewicz, J. (2015). "Professional, spectator, and olympic sports in the context of the terms spiritualism and spirituality, and in the Context of Normative ethics". *Physical culture and sport. Studies and research*, 68(1): p. 43-62.
19. Lowery, C. M., Duesing, R. J. & Beadles, N. A. (2014). "A research note on the relationships among spirituality, contextual variables, and perceptions of ethics in the workplace". *Journal of managerial Issues*, p. 408-423.

20. McPherson, D. (2015). "Homo religiosus: does spirituality have a place in neo-Aristotelian virtue ethics?". *Religious studies*, 51(3): p. 335-346.
21. Mukherjee, S., Bhattacharjee, S. & Singha, S. (2016). "Workplace spirituality: A paradigm shift to ethics from business". *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)* e-ISSN: 2278-487X, p-ISSN: p. 2319-7668.
22. Rodriguez-Rad, C. J. & Ramos Hidalgo, E. (2017). "Spirituality, consumer ethics, and sustainability: The mediating role of moral identity". *Journal of consumer marketing*, (just-accepted), p. 51-63.
23. Roof, W.C. (2003), "Religion and Spirituality: Toward an Integrated Analysis". In M. Dillon (ed.), *Handbook of the Sociology of Religion*, Cambridge: Cambridge University Press, p. 137-48.
24. Rushton, C. H. (2016). "Moral resilience: A capacity for navigating moral distress in critical care". *AACN Advanced Critical Care*, 27(1): p. 111-119.
25. Sterne, Jonathan (2015). "What is an Intervention?". *Journal of Cultural Studies*, Vol. 37: p. 5-14.
26. Stryker, S. (1980). *Symbolic interactionism: A social structural version*. Menlo Park: Benjamin Cummings.
27. Suib, F. H. & Said, M. F. (2017). "A review of Islamic work ethics and spirituality concepts in service industry". *Journal of Nusantara studies (JONUS)*, 2(2): p. 282-294.



28. Zsolnai, L. (2010). *Ethics needs spirituality: In Spirituality and business*, Springer Berlin Heidelberg, p. 87-90.
29. www.jamaran.news/fa/tiny/news-867522.
30. B2n.ir/s85002.

ملاحظات اخلاقی در مواجهه روحانیت با معنویت‌های نوظهور (مطالعه موردی: جریان پائولو کوئیلو)

حمید نگارش*، علی کارشناس**

چکیده

روحانیت به دلیل مسئولیت اجتماعی در قبال افراد جامعه باید چون طیبی دوّار به دنبال آسیب‌دیدگان اجتماعی بگردد و دردهای معنوی آنان را مداوا کند. مشکل اصلی که ما را به سوی این پژوهش سوق داد، چگونگی مواجهه اخلاقی روحانیت با معنویت‌های نوظهور به دلیل ویژگی‌های خاص این معنویت‌هاست. مواجهه با این معنویت‌ها دارای دو بعد است: مسئله دینی و مسئله اجتماعی؛ مسئله دینی به این معناست که به عنوان مبلغ دین چه رویکردی را در مواجهه با افرادی که جذب این گروه‌ها شده‌اند، در پیش گیریم؟ مسئله اجتماعی نیز ناظر به این است که گروه‌های نوپدید دینی و معنوی در راستای فرهنگ رسمی جامعه نیستند؛ از این رو، معمولاً تعارضاتی را ایجاد می‌کنند که به ویژه در خانواده‌ها نمود می‌یابد. این کشمکش‌ها و تعارضات گاهی حتی به سطح حکومت، نهادهای رسمی و... رسیده و جنبه امنیتی یافته است. اما در اینجا مقصود ما از آسیب، آسیب اجتماعی و مقصود از آسیب

*دانشیار پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق (علیه السلام)، قم، ایران (نویسنده مسئول).

h.negaresh@isri.ac.ir

**استادیار پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق (علیه السلام)، قم، ایران.

a.karshenas@isri.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۷

تاریخ تأیید: ۱۴۰۲/۱۲/۱۲





اجتماعی، بی‌نظمی اجتماعی و اختلال در روابط اجتماعی است. پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که مواجهات اخلاقی روحانیت با معنویت‌های نوظهور (با تأکید بر جریان پائولو کوئیلو) چگونه باید باشد؟ روش پژوهش، توصیفی تحلیلی و براساس منابع کتابخانه‌ای است و یافته پژوهش این است که روحانیت باید هم‌زمان از دو رویکرد ایجابی و سلبی برای مواجهه با معنویت‌های نوظهور بهره‌برداری کند. الزامات ایجابی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو عبارت است از: ایجاد آشتی میان خرد و ایمان؛ ارتقای معرفت و آگاهی با ارائه فطرت توحیدی؛ سعه صدر (شرح صدر)؛ ملاطفت و نرمی گفتار با آسیب‌دیدگان و ادب و مهربانی با آنان. الزامات سلبی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور عبارت است از: نهی از عمل منهای اندیشه و احساس خوب منهای عملکرد درست؛ نهی از فراموشی آخرت؛ دوری از ملامت و سرزنش بی‌جا؛ دوری از مرء و جدال و دوری از زشت‌گویی و تملق‌گویی.

کلیدواژه‌ها

روحانیت، اخلاق، معنویت، معنویت‌های نوظهور، پائولو کوئیلو.

مقدمه

در دین اسلام، امر تبلیغ به‌خصوص تبلیغ مجاهدانه برای تقویت رشد فکری آحاد مسلمانان از جایگاه والایی برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که اساسی‌ترین وظیفه انبیا در قرآن، تبلیغ دانسته شده است. مرحوم طبرسی در ذیل آیه ﴿وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَ عَمِلَ صَالِحًا﴾ (فصلت، ۳۳) می‌فرماید: «این آیه دلالت دارد که دعوت به سوی دین از بزرگ‌ترین عبادات و واجبات می‌باشد». همچنین در بعضی از تفاسیر آمده است: «آیه مفهوم وسیع و گسترده‌ای دارد که تمام منادیان توحید را که واجد این صفات می‌باشند، فرا می‌گیرد. هرچند برترین مصداقش شخص پیامبر ﷺ است».

و در درجه بعد ائمه معصومین و بعد از آنها تمام علما و دانشمندان، مجاهدان راه حق، آمران به معروف به ناهیان از منکر و مبلغان اسلام از هر قشر و گروه است، این آیه بشارتی بزرگ و افتخاری بی نظیر است برای همه آنها که می‌توانند به آن دل‌گرم باشند» (مکارم شیرازی، ۱۳۶۸، ص ۲۹۷).

انقلاب اسلامی، نقطه عطف بی‌مانندی در تاریخ حیات روحانیت است که بیش از هر چیز کارآمدی اجتماعی و سیاسی روحانیت را بر محوریت معارف و حیانی ارزیابی می‌کند. گزاره نیست اگر بگوییم در کشاکش و کوران مسئله کارآمدی سیاسی و اجتماعی روحانیت در بستر اندیشه سیاسی انقلاب اسلامی، اخلاق اجتماعی روحانیت به مثابه تسهیل‌گر و شتاب‌دهنده بسیار اثربخش می‌تواند بر جهت‌گیری قضاوت‌ها و به‌بارنشستن سیاست‌ها، هم تهدیدگر و تخریب‌گر ظاهر شود و هم اعجاز‌آفرین و امیدبخش. شناخت دقیق‌تر و تبیین مسائل اخلاق اجتماعی روحانیت، شناخت ریشه‌ها و زمینه‌ها، علل و عوامل و آثار و تبعات این مسائل، دست‌مایه تبعات و تأملاتی گردید که اثر پیش‌رو را رقم زده است.

سیداکبر حسینی قلعه‌بهمن در مقاله «اصول اخلاق کنشگری اجتماعی روحانیون در آموزه‌های شیعی و آیین کاتولیک» (فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی، دوره ۱۷، ش ۴۴ (پیاپی ۶۶)، اسفند ۱۴۰۰، ص ۱۱-۴۴) معتقد است کنشگری اجتماعی در زمره فعالیت‌های اختیاری آدمی است که در قالب و چارچوب نظام اخلاقی واقع می‌شود و سمت‌وسویی مناسب به خود می‌گیرد. در تمام ادیان، روحانیون از جمله مهم‌ترین کنشگران اجتماعی هستند که فعالیت آنان نیز ضرورتاً باید در قالب اخلاقی دیده شود.

در این نوشتار، نخست، اصول و بایسته‌های اخلاقی کنشگری در دو مذهب کاتولیک در مسیحیت و شیعه در اسلام بررسی شده و سپس، با مقایسه آن اصول، به شباهت‌ها و تفاوت‌های آنان نظر شده است. بایستگی شأن و ارزش انسان، رعایت خیر عمومی، بایستگی اخلاقی هم‌بستگی، گزینه ترجیحی فقرا، بایستگی مباشرت،





اصل مشارکت، اصل رعایت حقوق و مسئولیت‌ها، بایستگی عدالت اقتصادی و اصل لزوم ایجاد صلح در آیین کاتولیک، و اصول عدالت، امین بودن، تعاون، نیکوکاری، محبت و رأفت، امر به معروف و نهی از منکر، خیرخواهی و وفای به عهد در مذهب تشیع بررسی و تحلیل شده‌اند.

حسن بوسلیکی در مقاله «سواد اخلاقی روحانیت در تعاملات اجتماعی (ابعاد و ساختار)» (فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی، دوره ۱۷، ش ۴۴ (پیاپی ۶۶)، اسفند ۱۴۰۰، ص ۷۷-۱۱۲) معتقد است «اعتبار و حیثیت اجتماعی نهاد و سازمان روحانیت امروزه بیش از آنکه مرهون روایات مربوط به جایگاه عالمان دین یا حتی حالات معنوی ایشان باشد، مرهون نحوه حضور روحانیت در عرصه اجتماع است. اخلاق‌مداری در تعاملات اجتماعی، اصلی‌ترین سرمایه اجتماعی این نهاد است. در این نوشتار، به ابعاد و ساختار بخشی از این اخلاق‌مداری می‌پردازیم که به سواد اخلاقی شهرت دارد. برای این منظور، از مدل مفهومی هرمان و توآنا بهره برده‌ایم و با استفاده از معارف دینی و به یاری ملاحظات فلسفه اخلاقی و یافته‌های روان‌شناسی اخلاق، این مدل را توسعه داده‌ایم. در این مدل، سه مؤلفه «حساسیت اخلاقی، استدلال اخلاقی و تخیل» سازه سواد اخلاقی را تشکیل داده‌اند.

قبل از هر چیز، مؤلفه استدلال اخلاقی را به قضاوت اخلاقی تغییر داده و آنگاه لوازم مفهومی و روانی هر کدام از این مؤلفه و زیرمؤلفه‌هایشان را معرفی کرده‌ایم. نگاه بافت‌گروانه، خروج از خودمیان‌بینی، حساسیت فراموقعیتی و آشنایی با قواعد اخلاق، بخشی از لوازم یادشده‌اند. اصلی‌ترین توسعه مفهومی این مدل در بخش قضاوت اخلاقی است که از ماهیت عقلی و شناختی محض به سمت ترکیب شناخت-هیجان تغییر جهت داده است. این تغییر مفهومی بر همه ابعاد سواد اخلاقی تأثیر گذاشته و آن‌ها را غنا بخشیده است. این مدل می‌تواند کاستی‌های سواد اخلاقی روحانیت را در تعاملات اجتماعی نشان دهد و مبنای طراحی دوره‌های آموزشی یا بازبینی دروس اخلاق سطح یک حوزه علمیه قرار گیرد».

محمد همایونفر، در کتاب تبیین چالش‌های اخلاق معاشرت روحانیت درباره «سلوک اجتماعی روحانیت و مواجهه با غیرت‌ها»، رواداری در مواجهه با غیرت‌ها و مخالفان و مصادیقی ملموس از مواجهه با غیرت‌ها تبیین شده و متغیرهای مواجهه با مخالفان در سیره امام علی علیه السلام و ملاحظات و آسیب‌ها در مواجهه با غیرت‌ها (دوری از مظان اتهام و هن لباس روحانیت، نداشتن توان تخصصی و فرصت‌های موردنیاز و ایجاد حاشیه‌های خطر ساز و پرهزینه) به نگارش درآمده است.

۱. مفهوم معنویت‌های نوظهور

معنویت‌های نوظهور، جریان‌هایی مدعی رساندن بشر به عرفان هستند. رابطه عرفان و معنویت، رابطه عام و خاص مطلق است؛ به این معنا که هر آنچه عرفان است، می‌تواند معنویت باشد و در سطح بالایی از معنویت بنشیند، ولی هر آنچه معنویت است و هر موضوع و مبحثی که در معنویت می‌آید، لزوماً عرفان نیست و در قلمرو ادبیات عرفانی و قلمرو دانش عرفان موجود نمی‌گنجد، بلکه باید آن‌ها را عرفان منهای دین یا عرفان سکولار نامید (ر.ک: نگارش، ۱۳۹۷، ص ۱۹-۲۲). از جمله مصادیق معنویت‌های نوظهور، جریان پائولو کوئیلو است؛ این جریان با تأکید بر سحر و جادو و روح کیهانی، تصویری نادرست از خداوند متعال ارائه می‌کند و احساسات را جایگزین عقل و خرد قرار می‌دهد (ر.ک: مظاهری سیف، ۱۳۸۹، ص ۲۵۳).

۲. چهارچوب نظری

درباره نحوه مواجهه اخلاقی روحانیت با معنویت‌های نوظهور (به‌ویژه افراد گرفتار در جریان پائولو کوئیلو)، سه رویکرد عمده وجود دارد:





۲.۱. مواجههٔ دفاعی، غیرمشفقانه و غیراقتناعی

در این رویکرد نظری، فرد روحانی توقع را پس می‌زند و با کلام یا رفتار، نوعی از «به من ربطی ندارد» را تحویل فرد متوقع می‌دهد. این مواجهه البته در مواردی که با نیت سوءاستفاده و فرصت‌طلبی از جایگاه روحانیت انجام می‌گیرد، شاید مواجههٔ ناصوابی تلقی نشود، اما زمانی که توقع بی‌جا و نامطلوب براساس نگاه مثبت شکل گرفته باشد، چنین مواجهه‌ای به ایجاد تصویر منفی و تخریب سرمایهٔ اجتماعی روحانیت منجر می‌گردد و بهتر است اگر قرار است در جواب توقع، پاسخ منفی ارائه گردد با اقتناع و دلایل مشفقانه همراه باشد.

۲.۲. مواجههٔ تأییدی غیرمسئولانه و خطرناک

در نوع دوم، تأیید توقع بی‌جا و همراهی با آن، نوعی پاسخ انفعالی در برابر موقعیت، فشار و دیگر متغیرها تلقی می‌شود و ناصواب بودن آن آشکار است و دیگر انگیزه و خاستگاه توقع، اهمیت چندانی در ارزش‌گذاری مواجهه ندارد.

۲.۳. مواجههٔ ارشادگونه و طیبانه

در نوع سوم که گزینهٔ مختار این پژوهش است، روحانی، افراد گرفتار معنویت‌های نوظهور را ناآگاه از خطرات تلقی می‌کند و به حکم مسئولیت و براساس قاعدهٔ لزوم ارشاد جاهل، به راهنمایی و هدایت آنان همت می‌گمارد و مانند طیبی دوار درصدد رفع بیماری از پیکرهٔ وجودی آنان برمی‌آید.

۳. تحلیل اقشار آسیب‌پذیر در مقابل معنویت‌های نوظهور (پائولو کوئیلو)

مقولهٔ نخست، افرادی است که جذب این گروه‌ها به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو می‌شوند. در واقع عضوگیری این گروه‌ها بیشتر براساس شبکه‌ها و گروه‌های اجتماعی است؛ مانند افراد یک محله یا باشگاه ورزشی. در اینجا پنج عنصر مطرح

است: سن، تحصیلات، طبقه اجتماعی، جنسیت و سابقه دینی. کسانی که جذب این گروه‌ها می‌شوند معمولاً در گروه سنی ۱۸ تا ۳۵ سال قرار دارند.

عامل دوم، طبقه اجتماعی است؛ کسانی که روابط گرم و صمیمی در خانواده دارند، کمتر جذب این گروه‌ها می‌شوند یا در صورت جذب، زودتر بیرون می‌آیند. از سوی دیگر، کسانی که خانواده‌های فروپاشیده دارند، شغل ندارند و با مشکلات و آسیب‌های اجتماعی مختلف روبه‌رو هستند، بیشتر جذب این گروه‌ها می‌شوند. عامل سوم، تحصیلات است که در این زمینه نیز کسانی که به‌طور متوسط تحصیلات بیشتری دارند، جذب این گروه‌ها می‌شوند؛ چون این‌گونه افراد بیشتر و راحت‌تر با مطالب و مفاهیم جدید خو می‌گیرند و آمادگی ذهنی بیشتری دارند. البته تمام این‌ها براساس میانگین است و ممکن است موارد نقض نیز یافت شود.

عامل چهارم، طبقه اجتماعی است که تقریباً متناسب با سطح تحصیلات می‌باشد؛ یعنی کسانی که از طبقه متوسط و بالاتر هستند، جذب این گروه‌ها می‌شوند. جنسیت اعضا، عامل بعدی است که براساس آن، زن‌ها آمادگی بیشتری برای پیوستن به این گروه‌ها دارند؛ دلیل آن یا مشغله کمتر است و یا اینکه زن‌ها معمولاً بیشتر تحت تأثیر احساسات قرار می‌گیرند و در این گروه‌ها نیز بر احساسات بیش از هر چیز تأکید می‌شود.

البته این دلایل، علمی نیست؛ حدسی است، به‌ویژه اینکه پس از شکل‌گیری گروه و گذشتن زمانی از عمر آن، معمولاً تعادل میان زن‌ها و مردها به هم می‌ریزد. عامل پنجم و نهایی، سابقه دینی است. کسانی که وارد عرفان حلقه و کیهانی می‌شوند، غالباً دو پیش‌زمینه شخصی داشته‌اند که ورودشان به گروه و بقا در آن را تسهیل کرده است: بیشتر دارای گرایش‌های دینی و معنوی (هرچند ضعیف) بوده‌اند؛ چون حرف‌هایی در این گروه زده می‌شود که به پیش‌زمینه دینی حداقلی نیاز دارد. اهل تعقل و منطق نبودند، بلکه بیشتر بر احساسات خود تکیه می‌کردند (ر.ک: نگارش، ۱۳۹۷، ص ۴۳-۴۶).





۴. واکنش جامعه در رویارویی با گروه‌های نوپدید دینی (جریان پائولو کوئیلو)

سؤالی که اینجا مطرح می‌شود آن است که پاسخ اولیه نهاد‌های مختلف جامعه به این گروه‌ها (جریان پائولو کوئیلو) چیست؟ دین رسمی، رسانه‌ها، نهاد‌های اجتماعی و سازمان‌های داوطلبانه (سازمان‌هایی مردم‌نهاد که به وسیله خانواده‌های افرادی که جذب این گروه‌ها شده بودند در کشورهای غربی به وجود آمد) معمولاً در ابتدا واکنشی خصمانه در قبال این گروه‌ها داشته‌اند. کشورها و حکومت‌هایی که گرایش دینی و مذهبی دارند، رفتاری خصمانه با این گروه در پیش می‌گیرند؛ در جامعه ما نیز دین غالب (اسلام) با جریان‌های نوپدید معنوی مخالف بوده و در پی رفع این مشکل و ارشاد افراد است.

حکومت ما در این زمینه به‌طور مستقیم دخالت می‌کند و متأسفانه گاهی کار به واکنش‌های امنیتی منجر می‌شود که این واکنش‌ها اثربخش نیستند. بسیاری از روحانیون ما در این زمینه تحقیقات جدی ندارند و بیشتر به فقه یا کلام پرداخته‌اند؛ یعنی از تجربه و مطالعات آکادمیک بی‌بهره‌اند. البته به فرض اینکه تجربه آکادمیک نیز داشته باشند، در نهایت می‌توانند عقاید و ایده‌های گروه‌های نوپدید دینی را که در منابع آن‌ها یافت می‌شود، استخراج و تحلیل و اشکالات آن را نیز مشخص کنند؛ اما آیا آنچه در بیرون و در سطح جامعه رخ می‌دهد، تنها به همین افکار و ایده‌ها محدود است؟ حقیقت این است که آنچه در بیرون و سطح جامعه رخ می‌دهد به عوامل مختلفی وابسته است و از این‌رو، با ایده‌ها و افکار ارائه‌شده در منابع این گروه‌ها متفاوت است.

هرچند محقق اجتماعی می‌تواند از تخصص فیلسوف و متکلم در تحقیقات خود استفاده بهینه ببرد، اما در نهایت به یک پژوهش جامعه‌شناختی نیاز است. روش‌ها، پیامدهای کارشان و... چیزهایی است که در شناخت این گروه‌ها تأثیر دارد و این مسائل از حیطه تخصص روحانیون خارج است. منظور بنده این است که نمی‌توان افکار را صرفاً به پدیده‌های بیرونی نسبت داد و چه بسا بر اثر عوامل مختلف میان

آن‌ها تفاوت‌هایی وجود داشته باشد. این نوع تحقیقات، مشکلات مختلفی دارد که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود. در این‌گونه تحقیقات معمولاً قضاوت پیشینی درباره‌ی این معنویت‌هاست. تبیین غیرروشمند و استنتاجات شخصی و کتابخانه‌ای، یکی دیگر از مشکلات این نوع تحقیقات است؛ اما به این نکته توجه نمی‌شود که این‌ها فقط حدس است و به تأیید بیرونی و تجربه نیاز دارد تا درستی فهم ما را نشان دهد.

همچنین غالباً این‌گونه فرض می‌کنند که همه‌ی عرفان‌های نوظهور توسط نظام سلطه‌ی غرب ساخته و پشتیبانی می‌شوند. اشکالات دیگر عبارت‌اند از: اظهارنظرهای پیشینی درباره‌ی توانایی یا ناتوانی معنویت‌های جدید و نوظهور در پاسخ‌دهی به نیازهای مردم؛ نسبت‌دادن ضعف فکری به همه‌ی بنیان‌گذاران معنویت‌های نوظهور؛ بی‌توجهی به متغیرهای دیگر در برخی تحقیقات آماری؛ محدود کردن جامعه‌ی آماری در برخی از پژوهش‌های کیفی به مصاحبه با نخبگان.

بی‌توجهی به روش‌های جذب فرقه‌ها از جمله موضوعات مغفول در تحقیقات است؛ برخی از این روش‌ها عبارت‌اند از: جلسات پر جلوه و فشار روانی بر فرد، فشار بی‌وقفه و روحی بر فرد و بمباران عشق و محبت، گفتن دروغ‌های بزرگ، مسافرت اردویی برای تأثیرگذاری بیشتر بر مریدان برای انتخاب زوج معرفتی (ر.ک: نگارش، ۱۳۹۷، ص ۱۶۵-۱۷۱). از منظر اخلاقی، به‌منظور مواجهه صحیح روحانیت با معنویت‌های نوظهور، اتخاذ الزامات ایجابی و سلبی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور ضرورت دارد.

۵. آسیب‌شناسی معنوی جریان پائولو کوئیلو

مضامین معنوی کتاب‌های کوئیلو عبارت‌اند از: پذیرش خدای خطاکار و منفعل، تقدس سحر و جادو و ارتباط‌دادن آیین‌های جنسی با معنویت و نیکبختی که همه از آیین کابالا (قبالا) که همان کیش رمزآلود و عرفانی یهود است، برآمده و کمترین





بهره‌ای از تعالی و حقیقت در آن یافت نمی‌شود. نکته این است که تبیین‌ها و تفسیرهای وی از هستی یا به خوش‌بینی غیرواقعی و افراطی منجر می‌شود یا به یأس و ناامیدی و خطاوار دیدن نظام حاکم بر هستی می‌انجامد. قهرمانان و شخصیت‌های اصلی داستان‌های وی، افراد بحران‌دیده و سرگردان‌اند که برای خروج از بحران، گلوگاه‌های زیادی را پشت‌سر می‌گذارند و در نهایت، به «دل‌سپردن به امیال درون و راضی‌بودن به خواهش‌های نفسانی» سرگرم می‌شوند و عمر خود را بدون آنکه به عاقبت آن بیندیشند و درباره‌ی غایت هستی کاوش کنند، به همین روال می‌گذرانند و «گذران زندگی به دور از استرس» را به‌عنوان مطلوب ذاتی برمی‌گزینند. کوئیلو تجربیات شخصی خود را به‌عنوان «طرح معنوی» و برنامه‌ی راهگشا برای مخاطبانش روایت کرده تا آن‌ها را در تجربیات خود سهیم کند و آن‌ها را به‌سمت همان افق سوق دهد (کوئیلو، ۱۳۸۴، ص ۷).

۶. الزامات ایجابی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور

الزامات ایجابی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو عبارت است از: ایجاد آشتی میان خرد و ایمان؛ ارتقای معرفت و آگاهی با ارائه‌ی فطرت توحیدی؛ سعه‌ی صدر (شرح صدر)؛ ملاحظت و نرمی گفتار با آسیب‌دیدگان و ادب و مهربانی با آنان که تبیین هر یک به شرح زیر است:

۶.۱. ایجاد آشتی میان خرد و ایمان

در برابر افراد گرفتار در جریان پائولو کوئیلو، نقش روحانی مبلغ در ایجاد آشتی میان خرد و ایمان، نقشی اساسی است. ایمان از نظر پائولو کوئیلو، جنبه‌ی عقلانی ندارد و فقط امری احساسی است (کوئیلو، ۱۳۸۴، ب، ص ۲۳۲). پائولو کوئیلو، ایمان به الهه‌ای مؤنث را پیشنهاد می‌دهد و بر این اساس، خدای وی، سرچشمه و منبع عواطف و احساسات است و چهره‌ی عقلانی ندارد (کوئیلو، ۱۳۸۴، الف، ص ۱۳۱).

این درحالی است که روحانی مبلغ باید بکوشد عقلانیت و ایمان را به‌درستی به آسیب‌دیدگان این جریان نشان دهد و نقش مکمل آن دو را در وجود آدمی بنمایاند. اگر شخص ایمان بیاورد که خداوند از هر نقصی پاک و منزّه است و ایمان به وی دارای جنبه عقلانی و عملی است، با عمل به شریعت الهی، رفتار خویش را منطبق با خواست و اراده الهی می‌کند و اراده خویش را در مسیر اراده الهی قرار می‌دهد و روح و جان وی به تدریج الهی می‌گردد. در این صورت، با آشتی خرد و ایمان، در معنویت‌های نوظهور گرفتار نمی‌شود.

۶.۲. ارتقای معرفت و آگاهی با ارائه فطرت توحیدی

جریان پائولو کوئیلو به شناخت حقیقی انسان و فطرت توحیدی وی توجهی ندارد. وی برای جان‌های تشنه معنویت، دنیایی مشحون از توهم و تخیل را می‌گشاید و نیروهای جادویی را سبب شور و اشتیاق به زندگی معرفی می‌کند (ر.ک: کوئیلو، ۱۳۸۴ج، ص ۸۳).

این درحالی است که در معنویت اسلامی، روح و حقیقت انسان از خداست و باید به سوی او برگردد و راه بازگشت، درک عمیق حضور خداوند در وجود انسان و سراسر هستی است و فطرت به معنای نوع خاصی از آفرینش انسان است که خمیره وجود آدمی براساس آن سرشته شده است. فطرت توحیدی انسان به تجلی خداوند متعال با همه اسماء و صفات خویش در نهاد آدمی گرایش دارد؛ خداوند متعال در قرآن کریم می‌فرماید: ﴿فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَٰلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ﴾؛ پس روی خود را متوجه آیین خالص پروردگار کن. این فطرتی است که خداوند، انسان‌ها را بر آن آفریده. دگرگونی در آفرینش الهی نیست. این است آیین استوار، ولی اکثر مردم نمی‌دانند» (روم، ۳۰).



۶. ۵. سعه صدر (شرح صدر)

«شرح صدر» به معنای بسط و گشادگی سینه است (راغب اصفهانی، ۱۳۷۵، ذیل «شرح»). حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام به عنوان یک مبلغ دین، هنگام رفتن به سوی فرعون زمان خویش، برای هدایت و آگاه کردن او، از پروردگارش سعه صدر و قدرت تحمل سختی‌ها را درخواست کرد. حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام، وقتی به دریافت رسالت خدا مفتخر گردید، احساس کرد برای ادامه راه به شرح صدر نیاز دارد؛ از این رو، از خدا چنین درخواست کرد: ﴿رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي * يَفْقَهُوا قَوْلِي﴾؛ پروردگارا، سینه‌ام را فراخ فرمای و کارم را آسان ساز و گره از زبانم بگشای تا سخنم را بفهمند» (طه، ۲۵-۲۸).

علامه طباطبایی می‌نویسد: «مقصود از شرح صدر پیامبر اکرم صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، فراخی سینه اوست؛ به گونه‌ای که از یک سو، وسعت و توان دریافت وحی و رسالت الهی را داشته باشد و از سوی دیگر، مصیبت‌ها، سختی‌ها و آزارها در راه خداوند متعال را تحمل فرماید» (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۲۰: ص ۵۳۰). پیامبر اکرم صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ درباره شرح صدر می‌فرماید: «نوری است که خدا در دل مؤمن می‌افکند و سینه‌اش را توسعه می‌دهد و باز می‌شود. پرسیدند: آیا نشانه‌ای دارد تا بدان شناسایی شود؟ فرمود: آری، بریدن از سرای نیرنگ، روی آوردن به سرای جاوید و آمادگی برای مرگ، پیش از فرود آن» (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۶: ص ۱۷۳). روحانی مبلغ باید در برابر افراد گرفتار در معنویت‌های نوظهور به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو، سعه صدر داشته باشد و با اختصاص وقت کافی به رفع شبهات عقیدتی و گره‌های آنان پردازد و با روش گام به گام، آنان را از وضعیت کنونی خارج سازد.

۶. ۶. ملاطفت و نرمی گفتار با آسیب‌دیدگان

ملاطفت با مخاطب و نرمی گفتار، در لغت عرب، با واژه «لین» مرادف است؛ واژه «لین» در زبان عربی، ضدخشونت و به معنای نرمی (نرم‌خویی) است (ابن‌منظور،



۱۴۱۴ق، ذیل «لین»). واژه لین در امور مادی و معنوی به کار می‌رود. از جمله کاربردهای این واژه در امور مادی، این آیه شریفه است: ﴿وَلَقَدْ آتَيْنَا دَاوُدَ مِنَّا فَضْلًا... أَلْنَا لَهُ الْحَدِيدَ﴾؛ و به‌راستی داود را از جانب خویش مزیتی عطا کردیم و آهن را برای او نرم گردانیدیم» (سبأ، ۱۰).

همچنین از جمله کاربردهای این واژه در امور معنوی این آیه است که خداوند می‌فرماید: ﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ﴾؛ پس به برکت رحمت الهی، با آنان نرم‌خو و پُرمهر شدی و اگر تندخو و سخت‌دل بودی قطعاً از پیرامون تو پراکنده می‌شدند. پس، از آنان درگذر و برایشان آمرزش بخواه» (آل‌عمران، ۱۵۹). در اینجا مراد، نرمی گفتار است و اقتضای نرمی قلب، نرمی در سخن و عمل است.

سخن نرم، سخنی است که دارای چند ویژگی باشد؛ از جمله:

۱. با سلام آغاز گردد؛ چراکه سلام یکی از نام‌های خداست و نشانه سلامت و صلح با مخاطب است: ﴿وَإِذَا جَاءَكَ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِنَا فَقُلْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ﴾؛ هرگاه کسانی که به آیات ما ایمان دارند نزد تو آیند، به آن‌ها بگو: سلام بر شما» (انعام، ۵۴)؛

۲. دیگری را با القاب و عناوین نیکویی که مورد پسند و خوشایند اوست، مخاطب قرار دهیم؛ چنان‌که خداوند بیان می‌کند که حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَامُ فرعون را با عنوان فرعون مخاطب کرد؛ زیرا این عنوان را بسیار دوست می‌داشت: ﴿وَقَالَ مُوسَى يَا فِرْعَوْنُ إِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ﴾؛ و موسی گفت: ای فرعون، من فرستاده‌ای از سوی پروردگار جهانیانم» (اعراف، ۱۰۴)؛

۳. ملاطفت: ملاطفت در کلام از دیگر ویژگی‌های سخن نرم و لین است؛ چنان‌که خداوند متعال می‌فرماید: ﴿فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لِّيْنَا﴾؛ پس او (فرعون) را به‌سوی پروردگارتان با سخن نرم بخوانید» (طه، ۴۴)؛





۴. پاک و طیب: سخن نیک باید پاک و طیب نیز باشد. خداوند می‌فرماید: ﴿وَهْدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهْدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ﴾؛ به سوی سخن طیب و پاک هدایت شده‌اند و به سوی راه پسندیده هدایت شده‌اند» (حج، ۲۴).

بنابراین، اگر مبلغ روحانی به جای سخن درشت و تند و خشن از سخن نرم بهره بگیرد، می‌تواند در جلب و جذب مردمان گرفتار در جریان پائولو کوئیلو تأثیرگذار باشد؛ چنان که امام باقر علیه السلام نیز می‌فرماید: «قولوا للناس أحسن ما تُحِبُّونَ أَنْ يُقَالَ لَكُمْ؛ بهترین چیزی را که دوست دارید درباره شما بگویند، درباره مردم بگویید» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۵: ص ۱۵۲).

۶. ۷. ادب و مهربانی با آسیب‌دیدگان

ادب، در لغت به معنای تمرین دادن نفس، حسن خلق، راهنمای مردم به سوی کار پسندیده و بازدارنده آن‌ها از کار زشت آمده است و در اصطلاح، حفظ حد و اندازه هر چیزی و تجاوز نکردن از آن، ادب نامیده می‌شود (طریحی، ۱۳۷۵، ذیل «ادب»).

ادب و مهربانی با مردم از لوازم تبلیغ جهادی است. خداوند متعال در قرآن کریم، علت موفقیت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله را در امر ابلاغ رسالت الهی، مهربانی و ملایمت ایشان می‌داند: «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ؛ پس به برکت رحمت الهی، با آنان نرم خو و پرمهر شدی و اگر تندخو و سخت‌دل بودی، قطعاً از پیرامون تو پراکنده می‌شدند. پس، از آنان درگذر و برایشان آمرزش بخواه» (آل عمران، ۱۵۹). همچنین قرآن کریم درباره رحمت و مهربانی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «وَكَانَ بِالْمُؤْمِنِينَ رَحِيمًا؛ او [پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله] با مؤمنان همواره مهربان بوده است» (احزاب، ۴۳).

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز می‌فرماید: «لَيْتُوا لِمَنْ تُعَلِّمُونَ وَ لِمَنْ تَتَعَلَّمُونَ مِنْهُ؛ برای کسی که (علم و دانش) به او یاد می‌دهید و برای کسی که از او یاد می‌گیرید، نرمی و خوش‌خویی کنید» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲: ص ۶۲).

روحانی باید با متریان خویش که در جریان پائولو کوئیلو گرفتارند، مهربان باشد و ادب اجتماعی را رعایت کند و با مردم، با خلق و خوی خوش مواجه گردد.

۷. الزامات سلبی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور

الزامات سلبی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور عبارت است از: نهی از عمل منهای اندیشه و احساس خوب منهای عملکرد درست؛ نهی از فراموشی آخرت؛ دوری از ملامت و سرزنش بی‌جا؛ دوری از مرء و جدال و دوری از زشت‌گویی و تملق‌گویی که تبیین هریک به شرح زیر است:

۷.۱. نهی از عمل منهای اندیشه و احساس خوب منهای عملکرد درست

پائولو کوئیلو، عمل را جایگزین اندیشه می‌پندارد و تنها راه آموختن را عمل می‌داند؛ مقصود او از عمل، ورود به بحران و پذیرش شرایط دشوار است. همچنین او بر احساس خوب منهای عملکرد درست، تأکید دارد (کوئیلو، ۱۳۸۴ هـ ص ۱۳؛ کوئیلو، ۱۳۸۵، ص ۲۵). درحالی که در آموزه‌های دینی و آیات قرآن کریم، ایمان و عمل صالح توأم ذکر شده است و اگر شخص از اندیشه در راستای تقویت ایمان بهره‌مند شود، ایمان و معرفت وی، اوج می‌گیرد. ایمان و عمل صالح مانند کلمه طیبه‌ای است که با رفتار خوب به سوی خداوند بالا می‌رود: ﴿إِلَيْهِ يَصْعَدُ الْكَلِمُ الطَّيِّبُ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ﴾؛ سخنان پاکیزه به سوی او صعود می‌کند و عمل صالح را بالا می‌برد» (فاطر، ۱۰).

همچنین عملکرد درست، احساس خوب را در انسان ایجاد می‌کند؛ چنان که در میان افراد پایبند به دین مشاهده می‌شود، آنان که پایبندی بیشتر و عملکرد درست‌تری دارند، از احساس آرامش معنوی و روحی بیشتری برخوردارند.





۲.۷. دوری از ملامت و سرزنش بی جا

ملامت و سرزنش در لغت، به معنای بدگویی از کسی یا چیزی است (ر.ک: راغب اصفهانی، ۱۳۷۵، ذیل «لوم») و در اصطلاح، سخن توبیخ آمیز و بازخواست شخص در برابر لغزشی است که از وی سر زده است (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۹، ج ۴: ص ۴۳۱). ملامت و سرزنش به جا و به هنگام، برخلاف تحقیر، یکی از روش های مؤثر در تربیت است و از آن می توان به عنوان یک روش اصلاحی استفاده کرد. امیرمؤمنان علیه السلام می فرماید: «قَدْ يَنْجَعُ الْمَلَأْمُ؛ گاهی سرزنش، سودمند است» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۲: ص ۴۰۹). این روش در صورتی آسیب زاست که در به کارگیری آن زیاده روی شود؛ زیرا زیاده روی در ملامت، سبب افزایش لجاجت فرد می گردد: «الْإِفْرَاطُ فِي الْمَلَامَةِ يُشِبُّ نَارَ اللَّجَاجَةِ؛ زیاده روی در ملامت و سرزنش، آتش لجاجت را برافروزد» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۲: ص ۴۰۸). همچنین ملامت زیاد، سبب افزایش کینه میان مبلغ و متربی می شود: «لَا تَكْثِرَنَّ الْعِتَابَ فَإِنَّهُ يُورِثُ الضَّغِينَةَ وَ يَدْعُو إِلَى الْبُغْضَاءِ وَ اسْتَعْتَبَ لِمَنْ رَجَوْتَ إِعْتَابِهِ؛ عتاب و سرزنش را بسیار مکن که کینه به بار آورد و به دشمنی انجامد. و رضایت و خشنودی بجوی از کسی که امید داری از تو درگذرد» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۲: ص ۵۸۴). روحانی مبلغ، افراد گرفتار در معنویت های نوظهور (به ویژه جریان پائولو کوئیلو) را ملامت و سرزنش نمی کند، بلکه با مهربانی و ادب، نقاط آسیب پذیر آنان را شناسایی می کند و سعی در برطرف کردن آسیب های اعتقادی و اندیشه ای آنان دارد و قدرت عقلانیت و اندیشه ورزی را در میان آسیب دیدگان جریان پائولو کوئیلو تقویت می کند.

۳.۷. دوری از مرء و جدال

واژه «جدال» از ریشه جدل و در لغت به معنای ستیزه جویی، سخت گیری در خصومت، شدت یافتن دشمنی و مقابله حجت با حجت است (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۱۴۸).

ذیل «جدل» و در اصطلاح، بحث و گفت‌وگویی است که برای کوبیدن طرف مقابل و غالب شدن بر او صورت می‌گیرد (راغب اصفهانی، ۱۳۷۵، ذیل «جدل»).
مراء در لغت به معانی مختلفی چون گفت‌وگو، پیکار، خصومت، خرده‌گرفتن، جدال، خودنمایی، مجادله، منازعه، شک کردن، لجاجت و طعنه‌زدن در سخن کسی به قصد تضعیف سخن یا تحقیر گوینده آمده است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ذیل «مری») و در اصطلاح، ایراد و اعتراض به سخن دیگری و اظهار نقص و خلل در آن به قصد تحقیر و اهانت به وی است (جرجانی، ۱۳۷۰، ص ۱۰۰).

روحانی از جدال و مراء گریزان است؛ زیرا آن دو را مایه برانگیختن دشمنی و بغض و کینه می‌شمارد؛ چنان‌که امیرمؤمنان علیه السلام فرمود: «سَبَبُ الشَّخْنَاءِ كَثْرَةُ الْمِرَاءِ؛ زیادی جدل و مراء باعث بغض و کینه است» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۴: ص ۱۲۲).
همچنین ایشان فرمودند: «إِيَّاكُمْ وَ الْجِدَالَ فَإِنَّهُ يُورِثُ الشَّكَّ فِي دِينِ اللَّهِ؛ پرهیز از جدل، زیرا جدل موجب شک و تردید در دین خدا می‌شود» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲: ص ۱۳۹).

روحانی مبلّغ در رفتار با افراد گرفتار در معنویت‌های نوظهور (به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو) هرگز نباید دچار جدال و مراء گرفتار شود و همواره باید براساس منطق و بیان متقن سخن گوید.

۴.۷. دوری از زشت‌گویی و تملق‌گویی

از جمله سفارش‌های ائمه علیهم السلام به اصحاب خود در امر تبلیغ، به‌ویژه در تبلیغ زبانی، خودداری از به‌کارگیری واژه‌ها و تعابیر نامناسب است؛ به‌گزینی واژه‌ها برای انتقال مفاهیم از ضرورت‌های امر تبلیغ است که ائمه علیهم السلام بر آن تأکید داشتند.
امیرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید: «از به‌کارگیری کلمات زشت و مستهجن پرهیز که زشت‌گویی فرومایگان را در اطرافت نگه داشته و افراد بزرگ و شریف را از گرد تو پراکنده می‌سازد» (واسعی و دیانی، ۱۳۸۶، ص ۱۹۶). امام‌صادق علیه السلام نیز فرمود:





«احْفَظْ لِسَانَكَ عَنِ حَيْثِ الْكَلَامِ؛ زبان خود را از بیان کلمات زشت محافظت کن» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۶۸: ص ۲۸۵). همچنین ایشان فرمود: «الْبَدَاءُ مِنَ الْجَفَاءِ وَ الْجَفَاءُ فِي النَّارِ؛ بدزبانی از بی ادبی است و بی ادبی در آتش می باشد» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱: ص ۱۴۹).

امیر مؤمنان علیه السلام خطاب به قنبر که می خواست به کسی که به او ناسزا گفته بود، ناسزا گوید، فرمود:

قنبر، آرام باش. دشنام گوی خود را خوار و سرشکسته بگذار تا خدای رحمان را خشنود و شیطان را ناخشنود کرده و دشمنت را کیفر داده باشی. قسم به خدایی که دانه را شکافت و موجودات را آفرید، مؤمن، پروردگار خود را با چیزی همانند بردباری خشنود نکرد و شیطان را با حربه ای چون خاموشی به خشم نیاورد و احمق را چیزی مانند سکوت در مقابل او کیفر نداد (مفید، ۱۴۱۳ق: ص ۱۱۸).

تملق نیز از ماده «ملق» است و در لغت، به معنای اظهار دوستی ظاهری و زبانی است و در اصطلاح، گفتاری نرم و لطیف است که در هواخواهی از دیگری آشکار می گردد؛ به گونه ای که شخص متملق، به باوری جز آنچه در باطن و قلب خویش دارد، تظاهر می کند (ر.ک: معلوف، ۱۳۸۷، ذیل «ملق»). تملق، نوعی نفاق یا دورویی به شمار می آید (معین، ۱۳۶۳، ذیل «تملق»).

امیر مؤمنان علیه السلام، مرز میان ستایش درست و نادرست را نمایانده و می فرماید: «النَّاءُ بِأَكْثَرِ مِنَ الْإِسْتِحْقَاقِ مَلَقٌ وَ التَّقْصِيرُ عَنِ الْإِسْتِحْقَاقِ عِيٌّ أَوْ حَسَدٌ؛ ستایش بیش از حد استحقاق و شایستگی فرد، تملق و چاپلوسی است و کمتر از آنچه سزاوار است یا ناشی از عجز تمجیدکننده است یا منشأ روانی آن، بیماری حسد است» (نهج البلاغه، حکمت ۳۴۷).

بنابراین، تعریف و تمجید بیش از حد و ستایش افرادی که شایستگی آن را ندارند، تملق گویی است؛ خداوند سبحان در آیه ۱۸۸ آل عمران به تملق دوستان وعده عذاب دردناک داده و می فرماید: ﴿لَا تَحْسَبَنَّ الَّذِينَ يَفْرَحُونَ بِمَا أَتَوْا وَ



يَجِبُونَ أَنْ يَحْمَدُوا بِمَا لَمْ يَفْعَلُوا فَلَا تَحْسِبْنَهُمْ بِمَقَارَةِ مِنَ الْعَذَابِ وَاللَّهُمَّ عَذَابٌ أَلِيمٌ؛
گمان مبر آن‌ها که از اعمال (زشت) خود خوشحال می‌شوند و دوست دارند در برابر کار (نیکی) که انجام نداده‌اند مورد ستایش قرار گیرند، از عذاب (الهی) برکنارند، (بلکه) برای آن‌ها عذاب دردناکی است».

امیر مؤمنان عليه السلام هنگامی که عده‌ای در حضور امام او را ستودند، فرمود: «خدایا تو مرا بهتر از خودم می‌شناسی و من خود را بهتر از آنان می‌شناسم. خدایا ما را بهتر از آن چیزی قرار ده که آنان گمان می‌کنند و آنچه را هم که درباره ما نمی‌دانند بر ما ببخشای» (نهج البلاغه، حکمت ۹۶).

همچنین فرمود: «لَيْسَ الْمَلَكُ مِنْ خُلُقِ الْأَنْبِيَاءِ؛ چاپلوسی از خوی پیامبران نیست» (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۵: ص ۷۳ و ج ۷: ص ۳۶۶).

بنابراین، روحانی در رفتار با افراد گرفتار در معنویت‌های نوظهور (به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو) از زشت‌گویی و تملق‌به‌دور است و با صداقت و پاکی گفتار مردم را به صراط مستقیم الهی هدایت می‌کند.

نتیجه گیری

روحانیت به دلیل مسئولیت اجتماعی خویش در قبال افراد جامعه باید چون طیبی دوّار به دنبال آسیب دیدگان اجتماعی بگردد و دردهای معنوی آنان را مداوا کند؛ مواجهه با این معنویت‌ها دارای دو بعد است: مسئله دینی و مسئله اجتماعی. مسئله دینی به این معناست که به عنوان مبلغ دین، چه رویکردی را در مواجهه با افرادی که جذب این گروه‌ها شده یا به آن‌ها تمایل یافته‌اند، در پیش گیریم؟ مسئله اجتماعی نیز ناظر به این است که گروه‌های نوپدید دینی و معنوی در راستای فرهنگ رسمی جامعه نیستند؛ از این رو، معمولاً تعارضاتی را ایجاد می‌کنند که به‌ویژه در خانواده‌ها نمود می‌یابد. این کشمکش‌ها و تعارض‌ها گاه حتی به سطح حکومت، نهادهای رسمی و... رسیده و جنبه امنیتی می‌یابد.

یافته پژوهش این است که پشتوانگی معنویت برای اخلاق در رفتارهای ظاهری و جوارحی هم معنی دارد. اگر التزامات اخلاقی مبتنی بر معنویت باشد، رفتارهای اخلاقی پایدارتر بوده و در بحران‌ها و شرایط مختلف می‌توان تصمیمات اخلاقی مناسب‌تر اتخاذ کرد و اگر پشتوانه معنوی ضعیف باشد، ممکن است اخلاق مادی گرایانه باشد و به تصمیمات نادرست بینجامد.

روحانیت باید هم‌زمان از دو رویکرد ایجابی و سلبی برای مواجهه با معنویت‌های نوظهور بهره‌برداری کند. الزامات ایجابی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور به‌ویژه جریان پائولو کوئیلو عبارت است از: ایجاد آشتی میان خرد و ایمان؛ ارتقای معرفت و آگاهی با ارائه فطرت توحیدی؛ سعه صدر (شرح صدر)؛ ملاطفت و نرمی گفتار با آسیب‌دیدگان و ادب و مهربانی با آنان، و الزامات سلبی اخلاقی روحانیت در برابر معنویت‌های نوظهور عبارت است از: نهی از عمل منهای اندیشه و احساس خوب منهای عملکرد درست؛ نهی از فراموشی آخرت؛ دوری از ملامت و سرزنش بی‌جا؛ دوری از مرء و جدال و دوری از زشت‌گویی و تملق‌گویی.



کتاب نامه

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق)، لسان العرب، بیروت: دار الفکر للطباعة و النشر و التوزیع.
۴. جرجانی، علی بن محمد (۱۳۷۰)، کتاب التعریفات، تهران: ناصر خسرو.
۵. خوانساری، جمال‌الدین محمد (۱۳۶۶)، شرح غرر الحکم و درر الکلم، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۷۵)، المفردات فی غریب القرآن، تهران: مرتضوی.
۷. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۷۴)، المیزان فی تفسیر القرآن، قم: اسلامی.
۸. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان، تهران: ناصر خسرو.
۹. طریحی، فخرالدین (۱۳۷۵)، مجمع البحرین، تهران: مکتبه المرتضویه.
۱۰. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۹ق)، کتاب العین، تهران: هجرت.
۱۱. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۴ الف) کیمیاگر، ترجمه آرش حجازی، تهران: کاروان.
۱۲. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۴ ب)، والکری‌ها، ترجمه سوسن اردکانی، تهران: نگارستان کتاب.
۱۳. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۴ ج)، برید، ترجمه آرش حجازی، تهران: کاروان.
۱۴. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۴ د)، در ساحل رودخانه پیدرا، ترجمه آرش حجازی، تهران: کاروان.
۱۵. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۴ هـ)، کوه پنجم، ترجمه آرش حجازی، تهران: کاروان.
۱۶. کوئیلو، پائولو (۱۳۸۵)، زهیر، ترجمه آرش حجازی، تهران: کاروان.
۱۷. مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار، بیروت: دار احیاء التراث العربی.



۱۸. مظاهری سیف، حمیدرضا (۱۳۸۹)، *جریان‌شناسی انتقادی معنویت‌های نوظهور*، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۹. معلوف، لوئیس (۱۳۸۷)، *المنجد*، ترجمه محمد بندریبگی، تهران: اسلامی.
۲۰. معین، محمد (۱۳۶۳)، *فرهنگ معین*، تهران: امیرکبیر.
۲۱. مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۳ق)، *الامالی*، قم: کنگره شیخ مفید.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۶۸)، *تفسیر نمونه*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۲۳. نگارش، حمید (۱۳۹۷)، *پندار معنویت (نقدی بر جنبش‌ها و فرقه‌های نوپدید)*، قم: پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق علیه السلام.
۲۴. واسعی، سیدعلیرضا و محمد شمس‌الدین دینانی (۱۳۸۶)، *درآمدی بر روش‌های تبلیغی/ائمہ*، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۲۵. هاشمی شاهرودی، سید محمود (۱۳۸۹)، *فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت علیهم السلام*، قم: مؤسسه دایرةالمعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت علیهم السلام.



رویکردی کیفی به خاستگاه آسیب‌های کنشگری بانوان مبلغ بر ایفای نقش‌های خانوادگی آنان و ارائه راهکار

فاطمه مرضیه حسینی کاشانی*

چکیده

بانوان مبلغ دین، کنشگرانی هستند که برای گسترش معارف دین میان دختران و زنان جامعه اسلامی و هدایت آنان به صراط مستقیم بندگی خداوند و راهیابی به جنت و رضوان الهی تلاش می‌کنند. فعالیت بهینه این بانوان مستلزم آن است که اخلاق تبلیغ به مثابه اخلاق حرفه‌ای رعایت شود. یکی از آسیب‌های شناسایی شده در زمینه اخلاق تبلیغ دینی بانوان، ضعف برخی از بانوان مبلغ در ایفای نقش‌های خانوادگی به دلیل اشتغال به فعالیت‌های تبلیغی است. پژوهش حاضر با تمرکز بر این آسیب‌ها و توجه به اخلاق تبلیغ دین، این سؤال را پی گرفته است که بانوان مبلغ، مطابق با تجربه زیسته‌شان، منشأ آسیب‌های کنشگری بانوان مبلغ را بر ایفای نقش‌های خانوادگی چه می‌دانند و برای برون‌رفت از این آسیب‌ها چه راهکارهایی دارند؟ هدف پژوهش، برداشتن گام‌های نخستین در تنظیم اخلاق حرفه‌ای زنان مبلغ است. روش این مقاله کیفی است، داده‌ها با روش مصاحبه به دست آمده و با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون، تبیین شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد منشأ آسیب‌های اخلاقی بانوان مبلغ

* دکتری علوم قرآن و حدیث، پژوهشگر مرکز پژوهش‌های اسلامی معصومیه، قم، ایران.



در عرصه خانواده، تنگناهای زمانی، عملیاتی، احساسی و مالی است که بر اثر تلاقی وظایف مربوط به کنشگری تبلیغی و مناسبات درون خانواده ایجاد می‌شود.

کلیدواژه‌ها

اخلاق تبلیغ دین، بانوان مبلغ، کنشگری تبلیغی، همسری و مادری، خانواده.

مقدمه

بانوان مبلغ، تأثیر قابل توجهی بر اصلاح سبک زندگی و عقاید خانواده‌های مسلمان، به‌ویژه دختران و زنان جامعه اسلامی دارند. در گذشته فعالیت‌های تبلیغی زنان به جلسات خانگی و بیان احکام یا همراهی با همسران طلبه در سفرهای تبلیغی خلاصه می‌شد. اما امروزه تبلیغ دانشجویی، تبلیغ دانش‌آموزی، تبلیغ مجازی، تبلیغ تخصصی، هیئت‌گردانی، تبلیغ گروهی و اردوهای جهادی، گونه‌هایی از تبلیغ دینی بانوان است که در کنار تبلیغات خانگی در چهار دهه انقلاب اسلامی رونق گرفته‌اند (هاشمیان و بزرگ، ۱۳۹۶، ص ۲۹۷-۳۱۶). کارآمدی و تأثیرگذاری مبلغان دینی بدون آسیب‌شناسی وضعیت موجود و ارائه راهکار برای دستیابی به وضعیت مطلوب ممکن نیست؛ از این رو، پژوهش‌های متعددی در این زمینه صورت گرفته است.

مسئله یکی از عرصه‌های قابل توجه و مؤثر در امر تبلیغ بانوان، خانواده مبلغ است؛ زیرا کنشگری اجتماعی مبلغ، بسیار متأثر از وظایف ناظر به نقش‌های خانوادگی اوست؛ به گونه‌ای که اگر بانوی مبلغ نتواند مادر، همسر یا دختر شایسته‌ای باشد و میان فعالیت تبلیغی و نقش‌های خانوادگی خود تعادل ایجاد کند، نمی‌تواند مبلغ دینی موفق و تأثیرگذاری باشد. کنشگری بانوی مبلغ به‌عنوان نشردهنده سبک زندگی اسلامی، با نارضایتی و مشکلات متعدد خانوادگی او، قابل جمع نیست. البته این امر شرط کافی برای موفقیت و فعالیت بهینه مبلغ نیست، اما قطعاً شرط لازم است.





اخلاق حکم می‌کند صاحب هر حرفه، دانش و مهارت آن حرفه را داشته باشد و آن را صحیح انجام دهد. از این اخلاق با عنوان «اخلاق حرفه‌ای»^۱ یاد می‌شود. البته همان‌گونه که اخلاق حرفه‌ای یک پزشک با اخلاق حرفه‌ای یک قاضی متفاوت است، اخلاق حرفه‌ای یک مبلغ نیز ویژگی‌هایی دارد.

اخلاق حرفه‌ای مجموعه‌ای از گزاره‌های اخلاقی، باید و نبایدهای موجود در یک حرفه و مجموعه‌ای از کنش‌ها و واکنش‌های اخلاقی پذیرفته شده است تا مطلوب‌ترین روابط ممکن را برای اعضای شاغل در آن حرفه، در اجرای وظایف حرفه‌ای فراهم آورد (نشاط، بی‌تا، ص ۱۱۱-۱۱۳).

بنابراین، علاوه بر اصول کلی اخلاق که مبلغ به‌عنوان یک فرد متخلق به اخلاق اسلامی ملزم به رعایت آن است، تبلیغ دینی، اخلاقیات خاصی دارد که مبلغان، از آن‌رو که مبلغ دینی هستند، باید آن اخلاقیات را رعایت کنند. هرچه دستیابی به اهداف حرفه را میسر سازد، از الزامات اخلاقی حرفه است؛ بنابراین، رفتاری که موجب شود تبلیغ زنان، از دسترسی به اهداف متوسط و غایی بازماند، آسیب اخلاقی مبلغ به حساب می‌آید. تربیت، تبشیر، انذار، تذکر و غفلت‌زدایی و مانند آن، از جمله اهداف میانی تبلیغ دینی است که هدف غایی تبلیغ را که هدایت به صراط مستقیم بندگی خداوند و راهیابی به جنت و رضوان الهی است تأمین می‌کند (ر.ک: خان‌محمدی، ۱۳۹۲، ص ۵۰-۵۵).

یکی از آسیب‌های شناسایی شده در زمینه اخلاق تبلیغ دینی بانوان، تضعیف وظایف مادری و همسری آنان هنگام اشتغال به فعالیت‌های تبلیغی است. در طرحی پژوهشی با عنوان «بانوان مبلغ دینی؛ آسیب‌ها، ریشه‌ها و راهکارها» که به همت مرکز پژوهش‌های معصومیه و توسط حسینی کاشانی در سال ۱۴۰۰ انجام گرفت، ۲۶ کد آسیب به‌دست آمد که نشان‌دهنده این آسیب در تبلیغ بانوان بود و ارائه راهکارهایی برای تقلیل یا رفع آن ضروری به نظر می‌رسید.

1. Professional ethics



پیشینه کاوی موضوع پژوهش، نشان می‌دهد در زمینه اخلاق تبلیغ دینی زنان به‌طور عام و مسائل خانوادگی برآمده از کنشگری تبلیغی زنان مبلغ به‌طور خاص، پژوهش تجربی صورت نگرفته است. البته در پژوهش‌هایی به موضوعاتی نزدیک به این موضوع پرداخته شده است؛ به‌طور مثال، هاشمیان و بزرگ در کتاب *زن در مقام مبلغ؛ درآمدی بر الگوی مطلوب مبلغ زن* بر تبلیغ دینی زنان، به‌طور خاص تمرکز کرده‌اند. نویسندگان در این کتاب، با عنایت به دو روش شناختی «پدیدارشناختی» و «غیرپدیدارشناختی» در تبلیغ، به کاوش دربارهٔ بایسته‌های اخلاقی، موقعیت‌های تبلیغی، گونه‌شناسی شخصیتی و موضوعات تبلیغی مبلغ زن پرداخته‌اند.

بنابراین، هرچند در زمینه تبلیغ دینی، برخی از پژوهش‌ها به شماری از تراحمات اخلاقی مرتبط با کنشگری تبلیغی و مسائل زندگی طلاب سخن گفته‌اند (مانند «رویکردی کیفی به فهم طلاب از تراحمات اخلاقی در عمل به وظیفه طلبگی و زندگی روزمره» اثر مجید جعفریان)، اما تمرکز این پژوهش‌ها بر مسائل مبلغان مرد بوده و به مسائل خاص بانوان که ناظر به نقش‌های خانوادگی آنان است، توجه نشده است. براین اساس، تحقیق حاضر با هدف شناسایی ریشهٔ آسیب مطرح‌شده در عرصه تبلیغ دینی زنان و کشف راهکارهای برون‌رفت از آن انجام گرفته است.

روش پژوهش منتخب، کیفی^۱ است که با استفاده از رویکرد تحلیل مضمون^۲ و تدوین شبکهٔ مضامین به تحلیل «خاستگاه آسیب‌های کنشگری بانوان مبلغ بر ایفای نقش‌های خانوادگی آنان» پرداخته است.

تأکید پژوهش حاضر بر تجربهٔ افرادی بوده است که می‌توانستند بیشترین اطلاعات را در زمینهٔ این مبحث ارائه کنند. بنابراین، ابتدا مراکز متولی امر اعزام زنان مبلغ شناسایی شدند و با انجام پیش‌مصاحبه‌هایی با برخی از آنها، این نتیجه حاصل شد که داده‌های مورد نیاز را می‌توان از سه گروه به دست آورد؛ کسانی که در زمینهٔ اعزام مبلغ مسئولیت داشته‌اند، کسانی که از مبلغان فعال سابقه‌دار بوده‌اند و کسانی

1. qualitative research
2. thematic analysis

که مدت زیادی است میزبان بانوان مبلغ هستند. برای شناسایی این افراد از روش گلوله‌برفی^۱ استفاده شد. در این روش، هر شرکت‌کننده، افراد دیگری را معرفی می‌کند که می‌توانند داده‌های غنی‌تری را در اختیار پژوهشگر قرار دهند (لاورنس، ۱۳۸۹، ص ۴۷۰). بنابراین، در پایان گفتگو با مسئولان مرتبط، اسامی مبلغان فعال مرتبط با مجموعه آن‌ها، درخواست شد. در گفتگو با خود این مبلغان نیز اسامی مبلغان مطلع دیگر و میزبانان تبلیغی که سال‌ها میزبان خانم‌های مبلغ بوده‌اند، به دست آمد.

نگارنده، مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته‌ای با نمونه‌های منتخب ترتیب داد. این مصاحبه‌ها با کمک پرسش‌نامه محقق‌ساخته صورت گرفت و با در نظر گرفتن «قاعده اشباع»^۲، تا زمانی که مشارکت‌کنندگان مطلب جدیدی برای گفتن داشتند، ادامه یافت. ^۳ در نهایت، جامعه آماری پژوهش را نه نفر از متولیان امر تبلیغ بانوان از شش نهاد وابسته، چهارده نفر از مبلغان فعال در عرصه‌های تبلیغ عمومی، دانشجویی و دانش‌آموزی و دو نفر از میزبانان باسابقه و یک نفر قاضی دادگستری (که پرونده برخی از زنان مبلغ را بررسی کرده بود) تشکیل داد و جمعاً با ۲۶ نفر مصاحبه شد و چون مطلب جدیدی در مصاحبه‌های آخر به دست نیامد، به این تعداد از مشارکت‌کنندگان بسنده شد.

پرسش‌نامه محقق‌ساخته، بر محوریت این مسئله شکل گرفت که چرا برخی از بانوان مبلغ که گاهی در عرصه تبلیغ بسیار موفق و توانمند هستند، در زمینه ایفای نقش‌های خانوادگی ضعیف عمل می‌کنند. برخی از پرسش‌هایی که در مصاحبه مطرح شده، به شرح زیر است:

۱. چه نقشی برای رضایت همسر در انجام فعالیت‌های تبلیغی‌تان قائل هستید؟
۲. همسر شما با توجه به اینکه شما مبلغ هستید، چه توقعی از فعالیت‌هایتان دارد؟

1. snowball sampling
2. saturation

۳. «وقتی هیچ داده جدیدی در حال ظهور نباشد، ما به اشباع رسیده‌ایم» (محمدپور، ۱۳۸۹، ص ۳۲۸).



۳. آیا اشتغال شما به تبلیغ دین، صدمه‌ای به فرزندداری و همسر داری نر زده است؟
اگر زده است، چرا؟

۴. آیا همسر و فرزندانتان را تسهیل‌کننده فعالیت تبلیغی می‌بینید یا موانعی
ایجاد می‌کنند؟

۵. در مواردی که میان فعالیت تبلیغی و امور خانه مجبور به انتخاب
باشید، چه می‌کنید؟

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش «تحلیل مضمون» استفاده شد. «تحلیل مضمون» یعنی عمل کدگذاری و تحلیل داده‌ها با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند. بر این اساس، ضمن غوطه‌ور شدن در داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها، به استخراج عباراتی پرداخته شد که در بردارنده مفاهیم کیفی بودند و با یک گزاره یا عبارت مفهومی کوتاه تعریف شدند. سپس عبارتهای مفهومی بر اساس رویکرد تحلیل مضمون، در سه دسته مضامین پایه، مضامین سازمان‌دهنده و مضامین فراگیر کدگذاری شدند. مضامین پایه، نکات کلیدی و کدهایی است که مبین نکته مهمی درباره «ایفای نقش مبلغ در خانه» در متن هستند و با ترکیب آن‌ها مضامین سازمان‌دهنده ایجاد می‌شود. مضامین سازمان‌دهنده، مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه است و مضامین فراگیر، مضامین عالی در بردارنده اصول کلی حاکم بر متن به مثابه یک کل است (عابدی و دیگران، ۱۳۹۰).

در زمینه اعتبار پژوهش، اولاً مصاحبه‌های ضبط‌شده با امانت‌داری و دقت مکتوب شدند. ثانیاً علاوه بر اینکه نگارنده به کدگذاری متن پرداخت، عملیات کدگذاری مجدد به محقق دوم واگذار شد و کدهایی که نگارنده و محقق دوم معلوم کردند، با هم مقایسه شد و قرابت نتایج به دست آمد. ثالثاً جمعی از خبرگان آشنا به موضوع پژوهش، نتایج را تأیید کردند. رابعاً در موارد بحث‌برانگیز، نتایج به برخی از مصاحبه‌شوندگان ارجاع داده شد و نظرات آنان لحاظ گردید (ر.ک: حریری، ۱۳۸۵؛ استراوس و کوربین، ۱۳۹۲؛ فلیک، ۱۳۸۷).





پیش فرض آن بود که بانوانی که به تبلیغ دین، همچون یک فعالیت گاه‌گاهی می‌نگرند و به اصطلاح مبلغ فعال نیستند، کنشگری آسیب‌زایی ندارند؛ بنابراین، مبلغان با سابقه و فعال انتخاب شدند.

همچنین با این پیش فرض که مبلغان آزادی که قیود مراکز و نهادهای تبلیغی را نمی‌پذیرند و غالباً طلاب تحصیل کرده در حوزه‌های علمیه نیستند، آسیب‌هایی متفاوت با مبلغان دارای پرونده تبلیغی دارند، مبلغان زیر پوشش مراکز تبلیغی انتخاب شدند. به دلیل آنکه آسیب‌شناسی در زمینه ایفای نقش‌های خانوادگی (یعنی دو نقش مهم مادری و همسری) مدنظر بود، بانوان مجرد یا بدون فرزند انتخاب نشدند. بنابراین، زنان مبلغ دارای سابقه تبلیغی فعال، زیر پوشش مراکز تبلیغی و متأهل دارای فرزند انتخاب شدند.

یافته‌های پژوهش

داده‌ها بیانگر آن است که عموم بانوان مبلغ به اهمیت خانواده و اصل دانستن وظیفه مادری و همسری اعتقاد داشتند؛ اما به ضعف‌های خود در زمینه مادری و همسری در برخی از شرایط اذعان داشتند. در ادامه، گزارشی از مضامین فراگیر به دست آمده در این زمینه ارائه می‌شود.

جدول ۱: مضامین پایه، سازمان دهنده و فراگیر

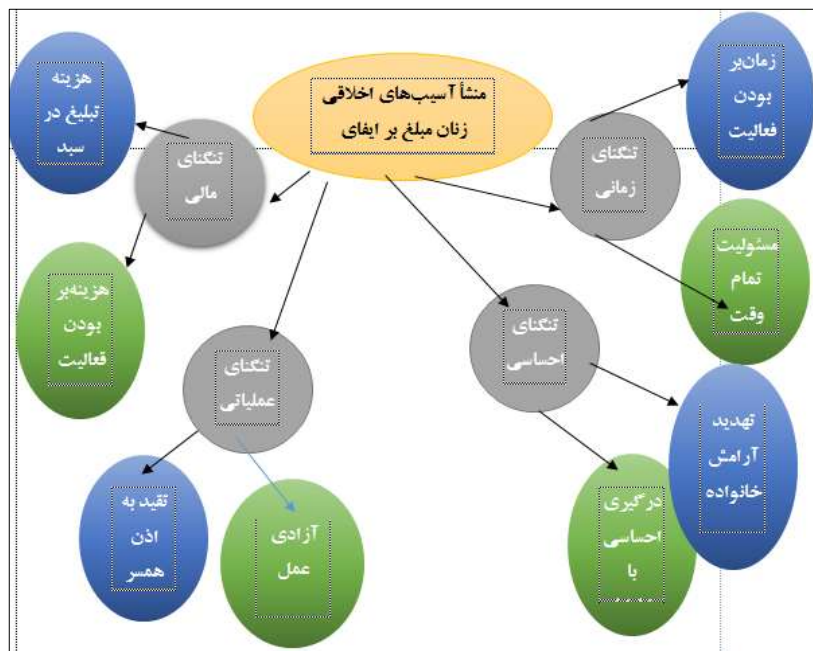
مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
تنگنای زمانی	زمان بر بودن فعالیت تبلیغی	وقت گذاشتن برای تولید محتوای مستند؛ وقت گذاشتن برای بررسی نیازهای مخاطبان و مخاطب‌شناسی؛ وقت گذاشتن برای تقویت بنیه علمی با شرکت در کلاس‌های آموزشی؛ برآوردن توقع مستمعان برای پاسخ‌گویی خارج از ساعات جلسات.
	مسئولیت تمام وقت مادری	تعدد فرزندان و برآورده کردن نیازهای متفاوت ایشان در زمان‌های مختلف؛ نبود شرایط سپردن فرزندان به دیگری؛ تعهد به فرزندآوری زیاد و زمان گذاشتن برای این مسئله.
تنگنای عملیاتی	آزادی عمل برای فعالیت	انتظار میزبانان تبلیغی برای رعایت برنامه‌های تبلیغی؛ گره خوردن موفقیت مبلغ با گستردگی فعالیت؛ توقع مخاطبان برای حضور همیشگی مبلغ؛ علاقه مبلغ به تجربه تبلیغ در مناطق برون شهری.
	تقید به رضایت همسر	اهمیت به رضایت قلبی همسر؛ رعایت وجوب اذن همسر برای خروج؛ بدقولی در انجام برنامه تبلیغی به دلیل بی‌تماایل بودن همسر؛ نادیده گرفتن توانمندی تبلیغات بین شهری به دلیل اطاعت از همسر.
تنگنای مالی	هزینه بر بودن فعالیت تبلیغی	گران بودن کتاب‌های مناسب؛ نیاز به خریدن پوشش مناسب؛ نیاز به خریدن جایزه و هدیه برای جذب مخاطب؛ کرایه رفت و آمد
	هزینه تبلیغ در سید خانواده	مقید نبودن میزبانان تبلیغی به پرداخت حق تبلیغ؛ شاغل نبودن مبلغ؛ نادرست دانستن درخواست حق تبلیغ از میزبانان؛ وابستگی مالی به همسر.





مضامین فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه
تنگنای احساسی	درگیری احساسی با مخاطبان	دلسوزی مبلغ برای حل مشکلات مخاطبان؛ ارتباط عاطفی مبلغ با مخاطبان در حد مرید و مرادی؛ پیگیری مدام مبلغ درباره نتیجه مشاوره‌ها؛ کنجکاوی مبلغ درباره جزئیات زندگی مخاطبان؛ تأثیرپذیری مبلغ از مخاطبان؛ انتظار مخاطبان برای برقراری رابطه صمیمانه با مبلغ فارغ از جلسات تبلیغی.
	تهدید آرامش خانواده	آوردن مخاطبان به خانه؛ مشاوره‌های تلفنی در منزل؛ بیان مشکلات مخاطبان در فضای خانه؛ تأثرات عمیق عاطفی از مشکلات مخاطبان؛ بیان مشکلات مستمعان در فضای خانواده؛ گفتن جزئیات زندگی خود به مخاطبان.

شبکه مضامین منشأ آسیب‌های اخلاقی بانوان مبلغ بر ایفای نقش‌های خانوادگی



تحلیل یافته‌ها

همان گونه که در جدول مشاهده می‌شود، منشأ آسیب‌های اخلاقی زنان مبلغ در عرصه خانواده را می‌توان به دلیل قرار گرفتن بانوان مبلغ در تنگنای (محدودیت‌های) زمانی، مالی، عملیاتی و احساسی تحلیل کرد.

۱. تنگنای زمانی

یکی از الزامات مبلغ برای انجام فعالیت تبلیغی موفق، تولید و ارائه محتوای مناسب است. برخی از مصاحبه‌شوندگان به این امر توجه ویژه داشتند که وقتی مسئولیت تبلیغ دین را پذیرفته‌اند، اخلاق حرفه‌ای حکم می‌کند در ارائه محتوا دقت کنند، محتوای مستند و قابل استفاده به مخاطبان ارائه دهند و از برگزاری جلسات با محتوای تکراری یا مطالب دم‌دستی یا محتوای غلط و درهم‌ریخته حذر کنند.

اما نکته قابل توجه آن است که تولید محتوا و چگونگی ارائه آن موجب می‌شود مبلغ زمان نسبتاً زیادی را به مطالعه یا کسب مهارت و تخصص اختصاص دهد و مدام آموخته‌های قبلی خود را مرور و اطلاعاتش را به‌روز کند. به‌طور کلی آموزش ضمن تبلیغ، جزو لاینفک تبلیغ دینی مؤثر و کارآمد است. گفته‌های زیر بخشی از گویه‌های ناظر به این مطلب است:

- «ما به‌طور مداوم و مستمر در دوره‌های آموزشی و کلاس‌های انتقال تجارب

تبلیغی شرکت می‌کنیم تا بتونیم بنیه علمی مون رو قوی کنیم»؛

- «من پای درس استادها زیاد می‌شینم تا بتونم مخاطبم رو قانع کنم. وقتی

آقای فلسفی، آقای صفایی حائری و شهید مطهری رو می‌بینم که این قدر زمان می‌داشتن و مطالعه می‌کردن، تکلیف من معلومه»؛

- «من رفتم دنبال مجوزهای متعدد، رفتم دنبال مشاوره»؛

- «یاد گرفتن به خاطر وجدان کاری بوده. افراد مختلفی به من مراجعه می‌کنن، از

من نظر می‌خوان، از من مشاوره می‌خوان. من وقتی بلد نیستم مشاوره بدم،



وقتی تخصص ندارم، چی می‌خوام به این افراد بگم؟ شرعاً مسئولم وقت بذارم و یاد بگیرم».

از سوی دیگر، فعالیت تبلیغی بانوان به برگزاری یک جلسه سخنرانی یا گفتگو در یک زمان معین ختم نمی‌شود، بلکه وظیفه پاسخ‌گویی به مشکلات فکری مردم موجب می‌شود حتی تا نیمه‌شب هم به این امر پردازند:

"الان" من خودم گاهی تا دو نصف شب پیام می‌ذارم در گروه‌ها، در فضای مجازی؛ مثلاً کسی چیزی در گروه فرستاده که یک نکته انحرافی داره. اون نکته انحرافی را توضیح می‌دهم. اگر من سکوت کنم و حرف نزنم، مسئولیت شرعی دارم.

علاوه بر آن، از مبلغ این انتظار را دارند که برای مشکلات معیشتی مردم هم قدم بردارد. پیام تبلیغی پرتکرار مواسات و کمک به هم‌نوعان و نزدیکان گرفتار که از جانب مبلغان دینی مطرح می‌شود، موجب می‌شود مبلغ، بخشی از زمان خود را برای برقراری ارتباط میان اغنیا و فقرا، مراجعه‌کننده و رفع گرفتاری‌های مالی آنان صرف کند:

"من" نمی‌توانم فقط برای مردم حرف‌های خوب بزنم. مردم منطقه فقیر و پُرمشکل هستند و از من انتظار دارند برای فرزندان مریضشان یا گرفتاری‌های متعددشان، واسطه خیر بشوم؛ چون من را به‌عنوان یک مبلغ، حلال مشکلاتشان می‌دانند.

بنابراین، مضامین پایه تولید محتوای مناسب، بررسی نیازهای مختلف مخاطبان، ارائه مناسب محتوا و تقویت بنیه علمی بیانگر آن است که مبلغ باید زمان زیادی را به فعالیت‌های تبلیغی اختصاص دهد و مضمون سازمان‌دهنده زمان بر بودن فعالیت تبلیغی شکل می‌گیرد.

از سوی دیگر، مضامین پایه تعدد فرزندان و تنوع نیازمندی‌های آنان، نبود شرایط سپردن فرزندان به دیگری و تعهد به فرزندآوری متعدد، این مضمون سازمان‌دهنده





را ایجاد می‌کند که فعالیت مادری، فعالیتی است که تعطیل‌شدنی نیست و برای بخشی از مبلغان، مسئولیتی تمام‌وقت تلقی شود؛ به گونه‌ای که اگر مادر بخشی از این زمان را به فعالیت دیگری بپردازد، به تضعیف وظیفه مادری منجر می‌شود. گفته‌های زیر ناظر به این مضامین است:

- «من خانم مبلغ، یک مادر و همسر و گاهی زمانی که فرزند و همسرم به من نیاز دارند، در خانه نیستم»؛

- «همه ما خانم‌ها وقتی ازدواج می‌کنیم، به همسر و فرزندان خود تعهد داریم. وظیفه اصلی من در خانواده است و وقتی از خانه بیرون می‌روم، درواقع از وقت رسیدگی به همسر و فرزندانم کم می‌گذارم»؛

- «من مبلغ مادر، اگر بچه‌ها را با خودم به تبلیغ ببرم، راحت نمی‌تونم حرف بزنم. اگه بچه‌ت کوچیک باشه و بگذاریش پیش کسی، یه دردسره، اگه یکیشون مدرسه‌ای باشه و یکی نباشه، یک دردسره دیگه؛ هر کدوم یه برنامه‌ای دارند».

بنابراین، مضمون فراگیر اول که یکی از ریشه‌های آسیب اخلاقی بانوان مبلغ در عرصه خانواده را بیان می‌کند، تنگنای زمانی است؛ زیرا زمان‌بر بودن فعالیت تبلیغی از یک سو و تمام‌وقت بودن مسئولیت مادرانه از سوی دیگر، مبلغ را با محدودیت‌های زمانی مواجه می‌کند. بانوی مبلغ گاهی برای آنکه وظیفه اخلاقی‌اش را در قبال مسئولیت حرفه‌ای انجام دهد، به نادیده گرفتن خانواده یا کم‌گذاشتن برای فرزندان منجر می‌شود که این، ضعف وظیفه مادری مبلغ محسوب می‌شود.

۲. تنگنای عملیاتی

بیشتر مصاحبه‌شوندگان، این مطلب را مفروض می‌دانستند که بدون رضایت همسر، فعالیت تبلیغی زنان یا غلط است یا نتیجه و تأثیر مورد نظر آنها را ندارد؛ زیرا تبلیغ، وظیفه اصلی زن نیست و اولویت زن مسلمان، خانواده اوست نه تبلیغ دین.

خود مصاحبه‌شوندگان نیز تجربه‌ای خلاف این مسئله (تبلیغ در عین نارضایتی همسر) به خود نسبت نمی‌دادند، اما درباره همکاران و مبلغانی که با آن‌ها معاشرت داشتند، نکات و تجاربی را بیان می‌کردند. مضامین پایه بدقولی نکردن حتی با منع همسر، گسترده‌گی فعالیت، کسب درآمد، دفع احساس غرور، راه‌انداختن کار مردم، تجربه کردن کار در مناطق مختلف و ابراز توانمندی‌ها، ناظر به مضمون سازمان‌دهنده علاقه به آزادی عمل در کنشگری تبلیغی برخی از مبلغان بود. گفتارهای زیر نمونه‌ای از مضامین پایه مرتبط است:

«من خیلی به بدقولی حساسم یا قول نمی‌دم به جلسه‌ای برم یا اگر قول بدم، سنگ از آسمون بباره، حتماً می‌رم»؛ «اوایل که شروع به تبلیغ کرده بودم، برای مجالس مختلف دعوت می‌شدم، همسرم به کنایه گفت راضی نیست و من به چند جلسه محدود اکتفا کردم؛ اگر ادامه می‌دادم خیلی موفق‌تر از الان بودم»؛ «بعضی بدون در نظر گرفتن شرایط خانواده به تبلیغ می‌روند.

چون برایشان مسائل مالی مهم شده، جایی می‌روند که منفعت مالی برایشان داشته باشد»؛ «وقتی مستمعان شما را پسندند، مرتب از شما دعوت می‌کنند و اگر مجالس را نپذیرید، می‌گویند کلاس گذاشته و جلوۀ بدی دارد»؛ «برخی از مبلغان بدون کسب رضایت همسر، دوست دارند به مناطق مختلف تبلیغی بروند»؛ «خانم‌ها وقتی علم می‌آموزند، به شدت دچار غرور علمی می‌شوند.

دیگر تمکین لازم را از همسر ندارند. زندگی خانوادگی‌شان را فدای درس و کار می‌کنند». «یکی از موانع موفقیت بانوی مبلغ شوهرش است که مانع فعالیت‌های او می‌شود».

این مضامین بیانگر علاقه‌مندی بانوان مبلغ به انجام کنشگری تبلیغی آزادانه است و این کنشگری از نگاه آنان عامل موفقیت در این زمینه است؛ اما از سوی دیگر، مضامین پرتکرار در اولویت‌بودن خانواده، واجب‌نبودن تبلیغ، و خوب اذن همسر برای خروج، رضایت قلبی همسر و اطاعت از او، مضامین دیگری هستند که مضمون



سازمان‌دهندهٔ تقید به اذن همسر و رضایت او را می‌سازند. برخی از گفتارهای زیر ناظر به این مضامین پایه است:

«وقتی من خانم، با یک طلبه ازدواج می‌کنم می‌دانم که بیشتر اوقات کنارم نیست، چون وظیفه‌اش تبلیغ است؛ اما برای من، اولین وظیفه، همسری و مادری و بعد، تبلیغ است. این اولویت‌بندی را برخی از مبلغان، رعایت نمی‌کنند؛» «وقتی بعد از این همه سال درس خواندن نمی‌فهمم وظیفهٔ من تربیت احمد و علی است که در خونهٔ خودم هستند و همسرم رو باید از هر نظر راضی نگه دارم و بعد، فعالیت اجتماعی هم داشته باشم، این آسیب اخلاقی من مبلغ است؛» «شما وظیفهٔ اصلی خود را که رسیدگی به خانوادهٔ خودتان است، رها کردید؛ حالا می‌خواهید به دیگران چیزی را یاد بدهید که خودتان به آن عمل نمی‌کنید؟! نمی‌شود به مردم بگویید با خانواده خوب رفتار کنید، در حالی که خودتان این چنین نمی‌کنید؛» «زن مبلغی که غذایش آماده نیست، بچه‌هایش رها شده‌اند، با عصبانیت با افراد خانواده رفتار می‌کند، مبلغ موفق نیست؛» «این محدودیت برای بانوان است، اما اسلام گفته شوهرت هر چه هست، باید راضی باشه.

اگر خانم آن‌قدر عالمه که می‌خواهد دیگران رو هدایت کنه، چه بهتر که اول دل شوهر رو به دست بیاره و راضی کنه؛» «وقتی من زوجیت را پذیرفتم، باید اطاعت محض داشته باشم، مگر اینکه در راه غیردین باشد؛» «تبلیغ، کار دوم شماست. وظیفهٔ اولی شما نیست؛ مگر اینکه ازدواج نمی‌کردید، ولی وقتی ازدواج کردید، این را پذیرفته‌اید که این پیمان زناشویی، پیمان الهی است. شما برای تبلیغ وظیفه ندارید. ما یک استاد مسلم فقه داشتیم. فوق‌العاده منظم و دقیق بود. یک بار به یک جلسه دعوت شده بودند، تشریف نیاوردند. از ایشان علت را پرسیدیم، گفتند: "هنگام خروج از منزل، همسر از من پرسید می‌توانی امروز نروی؟" گفتیم: "بله. چون احساس می‌کنم شما می‌خواهی در خانه بمانم، می‌مانم. این وظیفهٔ من است".»





با این توصیفات از این دو مضمون سازمان‌دهنده، مضمون فراگیر تنگنای عملیاتی فهمیده می‌شود که بیانگر آن است که بخشی از آسیب‌های اخلاقی بانوان مبلغ ناشی از آن است که مبلغ، خواهان فعالیت آزادانه در میدان کنشگری است تا بتواند با کسب تجارب مختلف تبلیغی و گستردگی فعالیت، تبلیغ اثرگذارتری داشته باشد؛ اما از آنجا که باید خود را مقید به رضایت و اذن همسر برای خروج از منزل^۱ و انجام فعالیت‌های مختلف بکند، در تنگنای عملیاتی قرار می‌گیرد.

در نگاه مصاحبه‌شوندگان، اگر مبلغ در این تنگنا، آزادی عمل را فدای رضایت همسر نکند، عملی برخلاف اخلاق حرفه‌ای انجام داده است؛ زیرا نارضایتی همسر (از نگاه برخی از مصاحبه‌شوندگان) هم اثرگذاری معنوی کلام مبلغ را تضعیف می‌کند، هم در برخی از موارد تضاد گفتار و رفتار مبلغ را موجب می‌شود که خود به تبلیغ مؤثر آسیب می‌زند. اگر بانوی مبلغ به رضایت همسر در خروج از منزل و چگونگی فعالیت‌ها مقید باشد، باید کسب تجارب مختلف تبلیغی در مناطق مختلف و گستردگی فعالیت‌ها را محدود کند. البته این محدودیت‌ها بر موفقیت تبلیغی او برای دستیابی به اهدافی که تعیین می‌کند، تأثیر منفی دارد.

۳. تنگنای مالی

عرفاً جامعه از مبلغان علوم دینی انتظار دارد، خود را جهادگران فی سبیل الله بدانند که با هدف ترویج فرهنگ ناب اسلامی تلاش می‌کنند و در قبال آموزش‌های دینی خود، مانند انبیای الهی، هیچ اجر و مزدی طلب نمی‌کنند. انبیا در امرار معاش نیازمند مردم نبودند؛ به همین دلیل، نه عوام‌زده بودند و به میل مردم سخن می‌گفتند و نه حقایق را به خاطر ترس از اقبال‌نکردن مردم کتمان می‌کردند. این نگاه به تبلیغ دینی، بحث‌های مالی را مانعی برای اخلاص‌ورزی مبلغان می‌داند. بر این اساس، فعالیت

۱. دیدگاه غالب فقهی آن است که زن برای خروج از منزل باید از همسر خود اجازه بگیرد (برای اطلاعات بیشتر بنگرید به: رحمانی، ۱۳۹۱، ص ۴۶۱-۴۶۹).



تبلیغی، فعالیتی بدون درآمد تلقی می‌شود که ممکن است با هدیه میزبانان همراه باشد یا نباشد. در گفتگو با مصاحبه‌کنندگان مطالبی بیان شد که گویای آن است که بخشی از آسیب‌های تبلیغ در زمینه ایفای نقش‌های خانوادگی، به مسائل مالی بازمی‌گردد. مضمون فراگیر تنگنای مالی از دو مضمون سازمان‌دهنده هزینه‌بر بودن فعالیت تبلیغی و قرار گرفتن هزینه تبلیغ در سبد خانواده حکایت دارد که همین امر، نارضایتی برخی از همسران را در پی دارد.

همچنین، مضامین پایه پوشش آبرومندان، نیازهای علمی مبلغ، پوشش مناسب، خریدن هدیه برای جذب مخاطب و کرایه رفت و آمد، به مضمون سازمان‌دهنده هزینه‌بر بودن فعالیت تبلیغی اشاره دارد؛ به گونه‌ای که یکی از دغدغه‌های ذهنی مبلغان، امور مالی مرتبط با تبلیغ است. گفتارهای زیر ناظر به این مضامین پایه است:

- «پوشش بعضی از خانم‌های مبلغ خیلی بده. البته مقدارش به خاطر اینه که خانم بودجه نداره لباس بخره»؛

- «من نباید تو مجلسم یه مسابقه کوچیک برگزار کنم؟ نباید دو تا هدیه تو کیفم باشه؟»؛

- «من توقع پول ندارم، اما نهایتاً یه مقداری باید باشه که کرایه ماشین باشه و هزینه کفش و لباس بشه تا محتاج کسی نباشم؟»؛

- «گاهی برای تبلیغ، هزینه‌های زیادی رو صرف می‌کنم، اما مردم بدشون میاد که مبلغ از پول حرف بزنه».

از سوی دیگر، قبح توقع حق تبلیغ، وابستگی مالی به همسر، کم‌توجهی میزبانان تبلیغی به حق الزحمه، حفظ اخلاص، قبح درخواست حق الزحمه و نداشتن شغل درآمدزا، مضامین پایه‌ای هستند که مضمون هزینه تبلیغ در سبد خانواده را می‌سازند. مصاحبه‌شوندگان با تعابیر مختلفی به این نکته اشاره می‌کردند که مجبورند از محل درآمدهای همسر، هزینه‌ها را تأمین کنند.



این درحالی است که برخی از همسران با تأمین این هزینه‌ها مشکل ندارند، اما برخی دیگر از اینکه هزینه‌ای بر آن‌ها تحمیل شود، ابا دارند. گفتارهای زیر ناظر به مضامین پایه تشکیل‌دهنده این مضمون سازمان‌دهنده هستند:

- «من گاهی خیلی در فشار بودم. بارها مجالسی رفتم که به من گفتند: "ممنون، اجرتون با حضرت زهرا علیها السلام و تمام! در حالی که مثلاً ۲۱ جلسه صحبت کردم و برای هر جلسه، سه ساعت وقت گذاشتم و کلی هزینه ایاب‌وذهاب داشتم»؛

- «من ساعت‌ها زمان می‌گذارم؛ مثل کارگری که بیل دستش می‌گیره و بیل می‌زنه. من با قلم این کار رو می‌کنم ساعت‌ها وقت می‌گذارم تا این کلمات رو کنار هم بچینم و مردم رو به دانشی برسونم؛ امانمی‌تونم توقع حق‌الزحمه داشته باشم»؛

- «اگر کسی توقع حق‌الزحمه داشته باشه، مبلغ نیست. مبلغ باید اخلاص داشته باشه»؛

- «آقایی که اجازه می‌ده خانمش بره بیرون، مجبوره براش خرج کنه؛ اضافه بر نفقه، پول کفش و لباس و بقیه چیزهایی رو که می‌خواد، بده»؛

- «وقتی من ازدواج کردم، هزینه‌هام با شوهرمه؛ یعنی چی که مرد به زنش بگه، با همین لباس‌های داغون برو جلسه، این پول اسرافه یا پول کرایه‌ت به من ربطی نداره؟! این شوهر یا نمی‌خواد پول خرج کنه یا اشتباه فهمیده».

بنابراین، یکی از مضامین فراگیر که بیانگر یکی از خاستگاه‌های تأثیر نامطلوب تبلیغ بر نقش‌های خانوادگی زنان مبلغ است، تنگنای مالی است؛ زیرا لازم است مبلغ برای انجام فعالیت‌های تبلیغی و دستیابی به اهداف تبلیغی خود، برای خریدن کتاب، لباس مناسب، رفت‌وآمد و... هزینه کند. اگر او این هزینه‌ها را از طریق میزبانان تبلیغ با تعیین حق‌التبلیغ تأمین کند، از نظر اخلاق حرفه‌ای تبلیغ، تقبیح می‌شود؛ چراکه تبلیغ دین، وظیفه شرعی است که مردم انتظار ندارند مبلغ در قبال آن هزینه‌ای طلب کند (هرچند خود میزبانان در صورت تمایل، هدایایی در نظر می‌گیرند) و اگر این

هزینه‌ها را از سبد درآمدهای خانواده و منبع مالی همسر تأمین کند (در صورتی که خود شاغل نباشد و همسرش با تحمیل هزینه به خانواده مخالف باشد)، نارضایتی همسر را به دنبال دارد و موجب ضعف مبلغ در ایفای نقش همسری می‌شود.

۴. تنگنای احساسی

زن در کنار لطافت و جاذبه ظاهری، لطافت روحی و رقت قلب زیادی دارد. وی زودتر از مرد هیجانی و اسیر احساسات می‌شود. در متون دینی به این ویژگی عاطفی زن توجه خاصی شده است. امام سجاد علیه السلام می‌فرماید: «من شأن النساء الرقة و الجزع، فلم تملك نفسها؛ حال زنان، نازک دلی و آشکار کردن غم در گرفتاری‌هاست که در نتیجه آن، اختیار از دست می‌دهد» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۴۵: ص ۲). بنابراین، از آنجا که از یک سو، زنان مبلغ به دلیل زن بودن، دارای عاطفه سرشار هستند و از سوی دیگر، بیشتر مخاطبانشان زنانی هستند که آنان نیز از روحیه لطیف زنانه برخوردارند، برای دستیابی به اهداف تبلیغ باید بیش از مردان در شیوه‌های تبلیغی خود از عاطفه و احساس بهره بگیرند. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گوید:

”نمی‌دانم“ این نقطه ضعف خانم‌هاست یا نقطه قوت آن‌ها و آن احساسات خانم‌هاست؛ دقیقاً از نقطه‌ای شروع می‌کنی که می‌توانی از آنجا به نتیجه مورد نظرت برسی و از عواطف مخاطب استفاده می‌کنی برای رساندن مطلب تبلیغی.“

با این وصف، یکی از الزامات تبلیغ بانوان، استفاده از سرمایه عاطفی و احساسی زنانه است (ر.ک: مطهری، ۱۳۷۹، ص ۱۶۴-۱۶۵). تمایل زنان به برقراری ارتباط صمیمی و عاطفی، موقعیت را برای انتخاب شیوه‌های پدیدارشناختی در تبلیغ فراهم می‌کند. در این شیوه، هرچه مخاطب احساس صمیمت و نزدیکی بیشتری با مبلغ داشته باشد، بیشتر پذیرای سخن او خواهد بود (برای آشنایی با شیوه پدیدارشناختی در تبلیغ زنان، ر.ک: هاشمیان و بزرگ، ۱۳۹۶، ص ۲۸۸-۲۹۱).





اما ابراز احساسات و برقراری رابطه صمیمانه در تبلیغ، گاهی ذهن و روح مبلغ را درگیر مسائل مختلف مستمعان می‌کند؛ به گونه‌ای که خانواده مبلغ را نیز درگیر می‌کند.

مضامین پایه دلسوزی زیاد برای رفع مشکلات مخاطبان، پیگیری مداوم مبلغ درباره نتیجه مشاوره‌ها، کنجکاوی مبلغ درباره جزئیات زندگی مخاطبان، تأثیرپذیری از مخاطبان و ارتباط عاطفی در حد مرید و مراد، ناظر به مضمون سازمان‌دهنده درگیری احساسی مبلغ با مخاطب است.

- «خانم‌ها با احساسات شدید با مستمعان خود صمیمی می‌شوند و از هم تأثیر می‌گیرند. یکی از همکاران من، با همین صمیمیت توانسته بود دانش‌آموزان یک مدرسه را از یک معضل اخلاقی نجات دهد، اما به دلیل درگیری عاطفی زیاد با آن‌ها خودش به آن مبتلا شده بود!»؛

- «به خاطر احساسات و عواطف، مریدسازی در خانم‌ها بیشتر است. وابستگی شدید و افراطی که از حد و قاعده دوست‌داشتن خارج می‌شود و گاهی مخاطب، بیشتر آویزان مبلغ است تا اینکه بخواهد چیزی از او بیاموزد!».

مضامین پایه آوردن مخاطبان به خانه، بیان مشکلات مخاطبان در فضای خانه، مشاوره‌های تلفنی در منزل، گفتن جزئیات زندگی به مخاطبان و تأثرات عمیق عاطفی از مشکلات مخاطبان، ناظر به مضمون سازمان‌دهنده تهدید آرامش خانواده است:

- «شوهرم خوشش نمیاد وقتی میام خونه جواب مردم رو بدم؛ اما گاهی شرایط بدی دارند که نمی‌تونم بی‌اعتنا باشم»؛

- «جو تبلیغی خانم‌ها صمیمانه‌تر و چنان دوستانه است که خانم‌های مبلغ جزئیات زندگی خودشان را برای مخاطبان تعریف می‌کنند و مخاطبان، زنانی هستند که غالباً جزئی‌نگرند و تمایل دارند زندگی خصوصی و نقاط مثبت و منفی مبلغ را بدانند»؛

- «من این اشتباه را می‌کردم که برخی از مخاطبان را به منزل می‌آوردم. کمترین مشکل این است که این شخص رفتاری داشته باشد که مناسب شأنیت و شخصیت خانواده نباشد و فضای خانواده هم آلوده شود. خانم‌ها به خاطر روحیه دلسوزی که دارند، بعضی وقت‌ها به این مسئله مبتلا می‌شوند»؛

- «بعضی از همکاران من تصور می‌کنند اگر مثلاً درباره ازدواج مشاوره دادند یا مسائلی را مطرح کردند، حتماً باید به ازدواج منجر بشود و به همین دلیل مدام پیگیری می‌کنند. این دلسوزی مادرانه گاهی موجب می‌شود مبلغ از زندگی خودش غافل شود»؛

- «من گاهی ساعت‌ها به برخی از مسائل مستمعانم فکر می‌کنم؛ گاهی دست و دلم حتی به غذا پختن نمی‌ره!».

این دو مضمون سازمان‌دهنده (درگیری احساسی مبلغ با مخاطبان و سلب آرامش از خانواده) ناظر به مضمون فراگیر تنگنای احساسی مبلغ است که بیانگر یکی دیگر از منشأهای آسیب‌های مبلغان بانو بر نقش‌های خانوادگی آنان است. توضیح آنکه اخلاق حرفه‌ای تبلیغ، بانوی مبلغ را ملزم می‌کند ارتباط دوسویه‌ای با مخاطب برقرار کند و از احساسات و عواطف زنانه در این ارتباط استفاده کند. لازمه این‌گونه ارتباطات صمیمانه، همدلی و غم‌خواری مبلغ است که به تبع برای مبلغ، درگیری احساسی و عاطفی ایجاد می‌کند. اما از سوی دیگر، حفظ آرامش خانواده از نقش‌های اصلی زن در خانواده است که از بدو خلقت مطرح بوده است؛ چنان‌که در جریان چگونگی آفرینش حوا، حضرت آدم علیه السلام از پروردگارش می‌پرسد: این کیست که نزدیکی و نگاه به او موجب آرامش و قرارم شده است (جوادی آملی، ۱۳۷۴، ص ۳۵). نکته این است که درگیری‌های احساسی مبلغ به دلیل رابطه صمیمانه با مخاطبان، بر آرامش روحی مادر و به تبع، آرامش خانواده تأثیر منفی می‌گذارد و موجب می‌شود مبلغ در ایفای نقش مادری و همسری خود در خانواده ضعیف عمل کند.





راهکارهای برون‌رفت از تنگنای اخلاقی

داده‌های میدانی بیانگر آن است که رعایت اخلاق حرفه‌ای در امر تبلیغ دین و انجام بهینه آن با برخی از مناسبات زندگی خانوادگی بانوان مبلغ تلاقی می‌کند و آنان را در تنگنای مختلف زمانی، احساسی، عملیاتی و مالی قرار می‌دهد و همین تنگناها بخشی از آسیب‌های اخلاقی تبلیغ بانوان را در زمینه ایفای نقش‌های خانوادگی رقم می‌زند. در مصاحبه‌ها راه برون‌رفت از این تنگناها و در نتیجه، مصونیت از آسیب‌های اخلاقی تبلیغ بانوان را در عرصه خانواده جویا شدیم. آنچه در ادامه می‌آید راهکارهایی است که یا تجربه خود مصاحبه‌شوندگان بوده یا توصیه‌هایی است که برای مبلغان درگیر در این تنگناها دارند.

۱. راهکارهای برون‌رفت از تنگنای زمانی

راهکارهای مستخرج از مصاحبه‌ها در این زمینه به شرح زیر است:

الف. تقلیل برنامه‌های تبلیغی

یکی از راهکارهای ارائه‌شده برای برون‌رفت از آسیب‌های اخلاقی ناشی از تنگنای زمان، کم کردن «تعداد برنامه‌های تبلیغی» است. اگر مبلغ مسئولیتی را که خانواده به عهده او می‌گذارد، اصل قرار دهد و کمیت فعالیت‌های تبلیغی خود را به فراخور وظایف خانه‌داری و میزان توانمندی خود در مدیریت زمان، تنظیم کند، گرفتار کمبود وقت برای انجام فعالیت‌های خانه‌داری و تبلیغ نمی‌شود. به نظر می‌رسد بخشی از این کسری زمان، به دلیل پذیرفتن مجالس تبلیغی زیاد است. یکی از متولیان امر تبلیغ خواهران می‌گوید:

در باره خانم مبلغی به من گزارش دادند که حجم فعالیت او خیلی زیاد است. من رفتم مجلس او برای بازدید و فهمیدم این خانم در روز بیش از هشت جلسه دارد! مگر یک زن چقدر قوای بدنی دارد؟ مگر چقدر توان روزه و مطالعه و رفت‌وآمد

و... دارد؟ مسلماً این شخص نه می تواند محتوای مناسبی برای تبلیغ به دست آورد و نه می تواند وظایف اصلی خودش را انجام دهد.

مبلّغی که به خاطر انجام بهینه مسئولیت های خانه داری، حجم تبلیغ دینی خود را می کاهش دهد، می تواند بدون آنکه خود را به مجالس رسمی تبلیغ محدود بکند، از هر موقعیتی برای اهداف تبلیغی خود استفاده کند و از کمترین زمان، بیشترین بهره ها را ببرد.

ب. همراه کردن خانواده

یکی دیگر از ترفندهای حل مسئله کمبود زمان، مشورت با همسر و فرزندان در چگونگی انجام فعالیت های تبلیغی و دخیل کردن آنان در تولید محتوا و ارائه ایده در برگزاری جلسات تبلیغی است. مشورت با همسر و فرزندان درباره چگونگی برنامه های تبلیغی، به «همراهی خانواده با مبلّغ» منجر می شود و آنان را شریک تبلیغ دینی می کند. احساس همدلی و همراهی حاصل از مشورت خواهی ها موجب می شود باری از دوش مبلّغ برداشته شود یا حداقل بار وظایف و مسئولیت های او سنگین تر نشود. یکی از مبلّغان پیش کسوت، دلیل موفقیت خود را در امر تبلیغ (بدون کم گذاشتن برای خانواده)، گفتگوی دائم با همسر و هماهنگ کردن برنامه های تبلیغی با او بیان می کند و می گوید: «من هر وقت کار تبلیغی را شروع می کنم، ابتدا همه برنامه ها را با همسرم هماهنگ می کنم تا بچه داری و مهمان داری و همسر داری و... تحت الشعاع تبلیغ من قرار نگیرند».

یکی دیگر از مبلّغان با سابقه نیز از تجربه موفق خود در این زمینه می گوید: من همیشه در ایام تبلیغ با بچه ها مشورت می کردم و آن ها بخشی از وظایف خانه را با طیب خاطر به عهده می گرفتند. به نظر من، اگر این نظر خواهی و تعامل در خانه نبود و بچه ها این همکاری را با من نداشتند، برای امور مختلف، زمان کم می آوردم.





ج. تبلیغ گروهی

اگر مبلغان به فعالیت‌های گروهی روی آورند، در کنار مزایای متعددی که به دست می‌آورند، می‌توانند مشکل کمبود زمان را نیز رفع کنند. چه بسا مبلغانی در تولید محتوا مهارت ویژه‌ای دارند و می‌توانند در کمترین زمان، کاربردی‌ترین محتوا را آماده کنند و از یادداشت‌های تبلیغی خود نه تنها خود استفاده می‌کنند، بلکه در اختیار مبلغان دیگر نیز قرار دهند. وقتی انگیزه مبلغ دینی آن است که کلام دین را به مردم ابلاغ کند و آنان را در انجام وظایف بندگی یاری رساند، برایش تفاوتی نمی‌کند زحماتی که برای تولید محتوای مناسب کشیده است خود شخصاً به سمع مردم برساند یا دیگران با او همراهی کنند. بنابراین، نگاه گروهی به تبلیغ دینی می‌تواند بخشی از کمبود زمان مبلغان را جبران کند. برخی از مصاحبه‌شوندگان با انتقاد از نبود روحیه تبلیغ گروهی در خانم‌ها، به این مسئله اشاره داشتند:

بعضی از همکاران تبلیغی مطالب زیادی از شما می‌گیرند و در فعالیت‌هایشان استفاده می‌کنند؛ اما وقتی شما از آن‌ها کمک می‌خواهید، می‌گویند: «من معمولاً به کسی محتوای تبلیغی نمی‌دهم!» یا: «به شما محتوا می‌دهم، اما شما نباید به کسی بدهی؛ زیرا نمی‌خواهم مطلب من از دست اول بودن بیفتد!».

راهکارهای بیان‌شده اولاً در کم کردن زمان برای فعالیت‌های تبلیغی (به گونه‌ای که به اصل تبلیغ لطمه نخورد)، مؤثر هستند و ثانیاً با همراه کردن خانواده با فعالیت‌های مادر، احساس کمبود زمان پدیدآمده در خانواده را تقلیل می‌دهند؛ به گونه‌ای که مادر با اضافه کردن زمان دیگران به زمان محدود خود، برای انجام وظایف تبلیغی و خانوادگی به صرف زمان کمتری نیازمند باشد.

۲. راهکارهای برون‌رفت از تنگنای عملیاتی

برخی از راهکارهای برون‌رفت از مسئله نارضایتی همسر از بیرون‌رفتن خانم از خانه و محدودیت آزادی عمل او به شرح زیر است:

الف. بهره‌برداری مدبرانه از عطوفت زنانه

یکی از راهبردهای تجربه‌شده این است که مبلغ با تدابیر زنانه که معجونی از محبت فراوان، اطاعت‌پذیری چندبرابر نسبت به زنان دیگر و دخیل کردن همسر در امور تبلیغی خود است، چنان همسر را در کمند عاطفی خود نگه دارد که عملاً راه را بر نارضایتی‌های احتمالی او ببندد. مصاحبه‌شوندگان از تجربه خود در این باره می‌گویند:

- «اگر زنان مبلغ بلد باشند ساعات و لحظات شادی را برای همسرانشان بیافرینند، روزهای همراه با رضایت همسر را تجربه خواهند کرد و می‌توانند با آرامش به همه برنامه‌های تبلیغی خود برسند»؛

- «وقتی ازدواج می‌کنم، این را پذیرفته‌ام که این پیمان زناشویی، پیمان الهی است. ما اطاعت محض [از همسر] داریم، مگر در راه غیردین باشد».

ب. اقناع فکری همسر با گفتگو

یکی از راهبردهای دیگر این است که اولاً خانم‌ها قبل از ازدواج درباره‌ی علاقه‌مندی به تبلیغ و محدودیت‌های آن با همسرشان صحبت کرده باشند: «محدودیت‌هایی هست برای خانم‌های مبلغ؛ اجازه همسر خیلی مهم است که برای آقایان مبلغ این‌گونه نیست. از این نظر، خانم مبلغ باید قبل از ازدواج با همسرش توافق کند».

مبلغ باید همسرش را قانع کند که همراهی نکردن او در انجام کنشگری تبلیغی، هدر دادن بیت‌المال است؛ چراکه بانوی مبلغ به عشق فعالیت اجتماعی مؤثر در زمینه تبلیغ دین به فراگیری علوم لازم پرداخته و زمان زیادی را به این امر اختصاص داده است و از بیت‌المال برای تحصیل او در مراکز حوزوی هزینه شده است.

زنان باید با همسرانشان گفتگو و رضایت آن‌ها را جلب کنند، وگرنه خانواده و زندگی لطمه می‌خورد. وقتی من می‌خواستم کار تبلیغی را شروع کنم، مدت‌ها با



همسر درباره ضرورت تبلیغ خودم و اینکه اگر من تبلیغ نکنم پولی که برای من رفته، چه می شود، حرف می زدم.

ج. موافقت با ازدواج مجدد همسر

راهکار موافقت با ازدواج مجدد همسر نیز از راهکارهای تجربه شده برخی از مبلغان بوده است. آنان در تلاش بوده اند با این انتخاب، مسئولیت های رسیدگی به همسر را متوجه همسر دوم کنند و آزادانه به تبلیغ دین و فعالیت های اجتماعی خود پردازند. مصاحبه شوندگان معتقد بودند کسانی که این راه را در پیش بگیرند، در نهایت پشیمان می شوند و نمونه های متعددی از شکست این راهکار بیان می کردند؛ برای نمونه یکی از مبلغان می گوید:

خانم فلانی از اساتید ما در دروس مختلف حوزوی و مبلغ فعالی هستند. ایشان برای اینکه شوهرش در زمینه خروج از منزل مشکلی ایجاد نکند، برای شوهرش زن گرفت؛ اما همیشه به ما می گفت: «من این اشتباه را کردم، اما شما نکنید!».

راهکارهای بالا بیشتر از سوی مبلغانی بیان شده است که محدودیت آزادی عمل در فعالیت های تبلیغی را نمی پذیرند و تلاش می کنند به گونه ای قیود همسر را برای اذن دهی به فعالیت هایشان کمتر کنند و مشکل ممانعت همسر از انجام تبلیغ مؤثر را با تلاش های عاطفی یا گفتگوهای اقناعی از بین ببرند.

۳. راهکارهای برون رفت از تنگنای مالی

برای برون رفت از تنگنای مالی، برخی راهکارها ناظر به خود مبلغ و برخی ناظر به مراکز تبلیغی است.





الف. مطالبه از مراکز متولی تبلیغ برای به رسمیت شناختن پرداخت مالی به بانوان مبلغ مراکز متولی امر تبلیغ می‌توانند بر اساس میزان علم و فعالیت‌های عملی مبلغان، برای آنان حق تبلیغ تعریف کنند و از سوی مراکز، میزبانان تبلیغی به پرداخت حق تبلیغ مقید شوند. مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گویند:

- «شأن مبلغ از جانب همان سازمانی که مبلغ را می‌فرستد باید حفظ بشود. به میزبانان باید تفهیم شود که اگر شما یک استاد دانشگاه یا حوزه را دعوت می‌کنید باید برای بُعد مالی آن هم فکری بکنید»؛

- «در جایی از زبان یکی از علما، در توصیه به گردانندگان یکی از مجلات، خواندم: برای تهیه مقالات باید پول خرج کنید. قصد قربت برای مدت کوتاهی کافی است. حتی آنکه با قصد قربت جهاد می‌کند بهره‌ای از غنائم جنگی دارد، پس بهای مناسب برای این کار را پرداخت کنید».

ب. انجام شغل‌های درآمدزا مطابق شأن مبلغان

یکی از راهکارهای پیشنهادی آن است که اگر مشاغلی در راستای فعالیت تبلیغی برای مبلغان طراحی شود، ایشان در مسیر فعالیت‌های تبلیغی و بدون انحراف از آن مسیر، می‌توانند هم به تأمین هزینه‌های تبلیغی خود کمک کنند هم در رشد نهادهای تبلیغی مؤثر باشند.

من گشتم شغل دیگری پیدا کردم، فقط به خاطر اینکه تبلیغ را شغل حساب نکنم؛ اگر پولی دادند دادند اگر هم ندادند ندادند، برایم اهمیت نداشته باشد.

ج. مطالبه معرفی مبلغان توانمند به مردم از سوی مراکز تبلیغی

یکی دیگر از راهکارها آن است که به این نکته توجه شود که مردم برای کسی که به آن‌ها خدماتی می‌رساند و بخشی از نیازهای مادی یا غیرمادی آنان را برطرف می‌کند، ارزش قائل هستند و در هزینه کردن مال خود برای او دریغ

نمی‌کنند. اگر متولیان امر تبلیغ در معرفی شایسته مبلغ توانمند به مردم کوتاهی نکنند، اقبال مردمی برای تأمین هزینه‌های تبلیغی بدون آنکه این نیاز از جانب مبلغ ابراز شود، حاصل می‌شود. بگذاریم مردم نیروهای توانمند رو بینند و تشنه و مشتاق بمانند و از ما تقاضا کنند که نیرو بفرستید. آیا حتماً ما باید پیش‌دستی کنیم و هر نیروی ضعیف و کم‌سوادی رو بفرستیم بین مردم برای تبلیغ؟ مردم اگر تشنه مبلغ باشند برایش هزینه می‌کنند.

د. کم کردن هزینه‌های تبلیغی

از راهکارهای دیگر آن است که مبلغ فعالیت‌های تبلیغی خود را به محله‌های نزدیک خود اختصاص بدهد تا در بخشی از هزینه‌ها که با رفت و آمد مرتبط می‌شود، صرفه‌جویی و نیازمندی مبلغ به حق‌التبلیغ کمتر شود. انجام تبلیغ مجازی به جای تبلیغ حضوری نیز در کم کردن هزینه‌ها مؤثر است. مصاحبه‌شوندگان در این باره می‌گویند:

- «من براساس شرایط خودم تبلیغ می‌روم. اگر پول ندارم بروم شهرستان، در شهر خودم تبلیغ می‌کنم و به خارج از شهر نمی‌روم که هزینه پردازم»؛
- «من معتمد هر مبلغ، منطقه و محله خودش را پوشش بدهد. در این صورت، خیلی از مشکلات مربوط به ایاب‌وذهاب حل می‌شود».

راهکارهای بیان‌شده بیشتر ناظر به مراکز تبلیغی است که با برنامه‌ریزی‌های کارآمد، امکاناتی را برای بانوان مبلغ فراهم کنند تا نه به دلیل برخوردار نبودن از بودجه‌های لازم به تبلیغ مؤثر آسیب بزنند و به اخلاق حرفه‌ای تبلیغ بی‌توجهی کنند و نه برای تأمین هزینه‌های تبلیغی، عرصه را به همسران خود تنگ کنند.



۳. راهکارهای برون‌رفت از تنگنای احساسی

مبلّغ یا باید ارتباط صمیمانه با مخاطبان را تقلیل دهد و در نتیجه، به ارتباط سرد با مخاطبان محکوم شود یا خانواده را هم با مشکلات مخاطبان درگیر کند و در نتیجه، آرامش خانواده را برهم بزند. راهبردی که مصاحبه‌شوندگان در این زمینه تجربه کرده‌اند، به قرار زیر است:

الف. تلاش برای همراهی همسران

در تجربیات متعددی که مصاحبه‌شوندگان از درگیر شدن خود با مسائل این‌چنینی بیان کردند، این نکته قابل توجه است که «همراهی همسران» نقش کلیدی در مهار عواطف زنان مبلّغ در عین انجام وظایف تبلیغی دارد. اگر همسران به تبلیغ دینی زنان معتقد باشند و در موقعیت‌هایی که متوجه درگیرهای روحی و عاطفی همسرشان می‌شوند، از قوه تعقل خود در مشاوره و ارشاد او بهره ببرند، هم مأموریت‌های تبلیغی زنان به بهترین شکل به انجام می‌رسد، هم این فعالیت به‌نحوی انجام می‌شود که تنش‌های روحی خانم مبلّغ به حداقل برسد و خانواده نیز آسیب نبیند.

توضیح آنکه زنان به دلیل غلبه بعد عاطفه و احساس در وجودشان، به‌سختی می‌توانند میزان درگیری احساسی خود را با مخاطبان مهار کنند و اگر همسران بتوانند در مهار این هیجانات با زنان مبلّغ همراهی کنند، هم به تبلیغ مؤثر آسیب نمی‌رسد، هم آرامش خانواده حفظ می‌شود. یکی از مصاحبه‌شوندگان در این زمینه می‌گوید:

من آدم بسیار احساسی هستم و توانایی زیادی هم در تحریک احساسات مردم دارم. به مسائل و مشکلات مخاطبان هم زیاد بها می‌دم؛ گاهی ساعت‌ها برای مشکلاتشون گریه می‌کنم! واقعاً اگر همسرم تو بزنگاه‌ها جلوی این جوش و خروش من رو نگیره، داغون می‌شم.



ب. شرکت در دوره‌های آموزشی

شرکت در دوره‌های مشاوره برای مهار احساسات و مدیریت عاطفه نیز می‌تواند به توانمندسازی بانوان مبلغ در تنظیم روابط صمیمانه با مستمعان یاری رساند؛ زیرا تنظیم این گونه روابط، نیازمند آموزش است تا مبلغان بتوانند در حالی که روابط دوستانه و صمیمانه‌ای با مستمعان برقرار می‌کنند، خود و خانواده را درگیر تنش‌های روحی حاصل از مواجهه با مشکلات مستمعان نکنند. یکی از متولیان تبلیغ در این زمینه می‌گوید:

”بهترین” تدبیر برای آنکه مبلغان آسیب روحی نبینند و خانواده را درگیر مخاطبان نکنند این است که به‌طور مداوم و مستمر دوره‌های آموزشی و کلاس‌های انتقال تجارب تبلیغی تشکیل بشه تا بتونیم اون‌ها رو مصون‌سازی کنیم».

اخلاق حرفه‌ای تبلیغ، کنار گذاشتن ارتباط صمیمانه و عاطفی زنان مبلغ با مخاطبان را توصیه نمی‌کند؛ اما نقش‌های خانوادگی زنان ایجاب می‌کند که آرامش‌بخش فضای خانواده باشند و فرزندان و همسر را با مشکلات مخاطبان تبلیغی درگیر نکنند و به آرامش روحی خود به‌عنوان مادر و همسر آسیب نزنند. راهکارهای بیان‌شده بیشتر ناظر به مدیریت احساسات و عواطف زنانه است.



نتیجه گیری

بانوان مبلغ دین، کنشگرانی هستند که تأثیر قابل توجهی بر اصلاح سبک زندگی و عقاید خانواده‌های مسلمان، به‌ویژه دختران و زنان جامعه اسلامی دارند. چگونگی حضور و فعالیت بانوی مبلغ در خانواده، تأثیر مستقیم بر اثرگذاری مثبت او در زمینه تبلیغ دینی دارد؛ به گونه‌ای که اگر مبلغ نتواند میان فعالیت‌های تبلیغی و نقش‌های خانوادگی خود به گونه‌ای جمع کند که نه در زمینه وظایف تبلیغی کوتاهی کرده باشد و نه خانواده گرفتار پیامدهای منفی این کنشگری شود، در عمل اخلاق تبلیغ دین را رعایت نکرده است.

مشاهدات میدانی و برخی از تحقیقات آسیب‌شناسانه حاکی از آن است که بانوان مبلغ در اموری که تبلیغ و وظایف خانوادگی تلاقی پیدا می‌کنند، گاهی دچار ضعف در عملکرد شده‌اند. ضرورت ایجاد می‌کند منشأ این ضعف و آسیب شناسایی شود تا برای برطرف کردن آن، راهکارهای کارآمدی پیشنهاد شود. در این مقاله، از طریق مصاحبه با ۲۶ نفر از فعالان تبلیغ بانوان، این نتایج به دست آمد که منشأ ضعف‌های بانوان مبلغ در عرصه خانواده، به‌وجود آمدن تنگناهای زمانی، مالی، احساسی و عملیاتی است که به تلاقی وظایف مربوط به تبلیغ دین و ایفای نقش‌های خانوادگی بازمی‌گردد.

مضمون فراگیر تنگنای زمانی از دو مضمون سازمان‌دهنده زمان‌بر بودن فعالیت تبلیغی و تمام‌وقت بودن مسئولیت مادرانه برداشت می‌شود؛ مضمون فراگیر تنگنای عملیاتی از دو مضمون آزادی عمل مبلغ برای انجام فعالیت‌های تبلیغی و مضمون تقید به اذن و رضایت همسر برای فعالیت‌های تبلیغی برداشت می‌شود؛ مضمون فراگیر تنگنای مالی از دو مضمون سازمان‌دهنده هزینه‌بر بودن کنشگری تبلیغ دین و قرار گرفتن هزینه تبلیغ در سبد مخارج خانواده برداشت می‌شود؛ مضمون فراگیر تنگنای احساسی از دو مضمون سازمان‌دهنده درگیری احساسی با مسائل مخاطبان و تهدید آرامش خانواده استنباط می‌شود.



مصاحبه‌شوندگان برای برون‌رفت از این تنگناها، راهکارهایی ارائه داده‌اند؛ برای برون‌رفت از تنگنای زمانی، راهکارهای تقلیل برنامه‌های تبلیغی، تبلیغ گروهی و همراه کردن خانواده پیشنهاد شده است.

برای خروج از تنگنای عملیاتی، راهکارهای بهره‌برداری مدبرانه از عطوفت زنانه، اقناع فکری همسر با گفتگو و موافقت با ازدواج مجدد همسر پیشنهاد شده است. برای رفع تنگنای مالی، راهکارهای انجام شغل‌های درآمدزا مطابق شأن مبلغان، مطالبه معرفی مبلغان توانمند به مردم از سوی مراکز تبلیغی و کم کردن هزینه‌های تبلیغی مطرح شده است. راهکارهای پیشنهادی برای برون‌رفت از تنگنای احساسی، تلاش برای همراهی همسران و شرکت در دوره‌های آموزشی است.





کتاب نامه

۱. استراوس، انسلم و جولیت کورین (۱۳۹۲)، مبانی پژوهش کیفی: فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، تهران: نشر نی.
۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۷۴)، زن در آینه جمال و جلال، تهران: نشر فرهنگی رجا.
۳. حریری، نجلا (۱۳۸۵)، اصول و روش‌های پژوهش کیفی، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی.
۴. خان محمدی، ابراهیم (۱۳۹۲)، آسیب‌شناسی الگوی تبلیغ دینی و ارائه الگوی مطلوب، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته تبلیغ و ارتباطات فرهنگی، قم، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام.
۵. رحمانی، امیر (۱۳۹۱)، بررسی فقهی مدیریت در روابط زن و شوهر، قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۶. عابدی جعفری، حسن، محمدسعید تسلیمی، ابوالحسن فقیهی و محمد شیخ‌زاده (۱۳۹۰)، «تحلیل مضمون و شبکه مضامین؛ روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی»، مجله اندیشه مدیریت راهبردی، ش ۵ (۱۰)، ص ۱۵۱-۱۹۸.
۷. فلیک، اووه (۱۳۸۷)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، تهران: نشر نی.
۸. لاورنس، نیومن (۱۳۸۹)، شیوه‌های پژوهش اجتماعی: رویکردهای کیفی و کمی، ترجمه حسن دانایی‌فرد و سیدحسین کاظمی، تهران: مؤسسه کتاب مهربان نشر.
۹. مجلسی، محمدباقر بن محمد تقی (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار، تصحیح جمعی از مؤلفان، بیروت: دار الاحیاء التراث العربی.



A Qualitative Approach to the Roots of The Impacts of Female Preachers' Activities on Fulfilling Their Family Roles and Presenting Solutions

Fatemehmarzieh Hosseini Kashani*

Abstract

Female preachers are activists who strive to spread the teachings of religion and guide girls and women in Islamic society towards direct servitude to God and achieving paradise and divine satisfaction. The optimal performance of these women requires that the ethics of preaching be observed as a professional ethics. One of the identified issues in the field of the ethical preaching of female preachers is the weakness of some female preachers in fulfilling their family roles due to their preaching activities. This study, focusing on these issues and considering the ethics of religious preaching, has asked the female preacher community what they consider to be the sources of the impacts of female preachers' activities on fulfilling their family roles and what solutions they have to overcome these impacts. The aim of this research is to take the first steps in setting professional ethics for female preachers. The method of this article is qualitative and is written using a content analysis approach. The data was obtained through interviews and analyzed using content analysis techniques. The findings indicate that the sources of the ethical impacts on female preachers in the family domain arise from temporal, operational, emotional, and financial constraints that occur due to the intersection of preaching activities and family relationships.

Keywords

Ethics of religious preaching, female preachers, preaching activities, marital and maternal roles, family.

*Ph.D. in Sciences and Quran and Hadith, Researcher of Masoomiyah Islamic Research Center, Qom, Iran. fama.hosseini@yahoo.com

Ethics Considerations in Confrontation of Clergy with Emerging Spiritualities (Case Study: Paulo Coelho Movement)

Hamid Negaresh*, Ali Karshenas**

Abstract

Due to its social responsibility towards individuals in society, clergy should act as a wandering physician seeking out the social wounded and healing their spiritual pains. The main issue that led us to this research is the ethical confrontation of clergy with emerging spiritualities due to the specific characteristics of these spiritualities. Confronting these spiritualities has two dimensions: a religious issue and a social issue. The religious issue entails what approach should be taken by religious preachers in confronting individuals who are attracted to these groups. The social issue pertains to the fact that new religious and spiritual groups are not in line with the official culture of society, often leading to conflicts that are particularly evident within families. These conflicts and tensions sometimes escalate to the level of government institutions, official bodies, etc., and take on a security aspect. However, here our concept of harm is social harm, and by social harm, we mean social disorder and disruption in social relationships. The main question of this research is how should the ethical confrontations of clergy with emerging spiritualities (with an emphasis on the Paulo Coelho movement) be approached? The research method is descriptive-analytical and based on library sources, and the findings suggest that clergy should simultaneously employ both a positive and negative approach to confront emerging spiritualities. The positive ethical requirements of clergy in the face of emerging spiritualities, especially the Paulo Coelho movement, include: creating harmony between reason and faith; enhancing knowledge and awareness by presenting the nature of unity; tolerance; compassion and gentle speech with the wounded and kindness and compassion with the wounded. The negative ethical requirements of clergy in the face of emerging spiritualities include: prohibition of action without thought and good feeling without proper performance; avoidance of forgetfulness of the afterlife; avoidance of unjust blame and reproach; avoidance of contention and argumentation and avoidance of foul language and flattery.

Keywords

Clergy, Ethics, Spirituality, Emerging Spiritualities, Paulo Coelho.

*Associate Professor of Imam Sadegh Research Institute, Qom, Iran (Responsible author).
h.negaresh@isri.ac.ir

** Assistant Professor of Imam Sadegh Research Institute, Qom, Iran. a.karshenas@isri.ac.ir





A Qualitative Approach to Spirituality and Its Role in Socially Active Ethics of Clergy from the Perspective of Clerics

Majid Jafarian*

Abstract

In the context of religious ideologies, a cleric is defined as someone who has the ability to bridge the sacred and social realms through spirituality. When ethics is considered a fundamental principle in the socially active behavior of clergy, spirituality becomes a significant indicator of this principle. Shia clerics, as a reference group, have not been an exception to this general rule throughout their lives. This research aims to explore the interpretations of clerics regarding the role of spirituality in their socially active ethics in the current society. The study employs a qualitative approach and utilizes thematic analysis to analyze the data. Semi-structured interviews were conducted with 20 active clerics in cultural, social, and administrative domains in Isfahan city, selected through purposive sampling. The analyzed data revealed six valuable role organization themes: professional validation, interventionism, interactive relationship, social commitment, and ethical flexibility, as well as three overarching themes: professional identity consolidation, ethical performance improvement, and ethical resilience.

Keywords

Spirituality, ethics, social activism, Clergy, qualitative approach.

*Assistant Professor of the Institute of Islamic Sciences and Culture, Qom, Iran.
m.jafarian@isca.ac.ir

Clergies and Spirituality; Epistemological Requirements in Promoting Spirituality with an Emphasis on Criticism of Joel Austin's Views

Mohammad hossin kiani*

Abstract

Spirituality and religious guidance are essential duties of clergies. In addition to elucidating Islamic thoughts, this duty also involves addressing religious and spiritual doubts and guiding the minds of young individuals towards sublime ideas. Among these, the thoughts of Joel Austin exemplify such doubts in the cultural sphere of Iran. The question raised in this article is what cognitive requirements exist in promoting spirituality with an emphasis on Joel Austin's ideas? In confronting Austin's approach, known as "Motivational and Positive Theology," a focus can be placed on the cognitive aspect and utilize an analytical-critical method. Therefore, the aim of the article is to analyze two modes of action by clerics. Firstly, in cognitive-reactive action, "confronting incomplete interpretations of religious-spiritual goals" and "opposing the reduction of major goals to minor issues" are more important, as Austin distorts religious teachings based on contemporary values. Secondly, in cognitive-imperative action, "conveying divine goals" and "conveying theoretical-divine foundations" are significant; because on one hand, the ultimate goal is human happiness and rectification of life matters through divine closeness, and on the other hand, neglecting theoretical-divine foundations leads to various challenges. In fact, for Austin, theology serves as an excuse to justify all-encompassing efforts for worldly success. However, this perspective not only ends in distorting divine goals but also disregards the foundations of divine theology.

Keywords

Modern spirituality, success, motivational preaching, reactive action, imperative action.



*Assistant Professor of Ahl al-Bayt International University, Tehran, Iran. kiani61@yahoo.com



Moral and Spiritual Problemology of Activism and Clergy Selves in Virtual Space

Sayyed Mohammad Kazemi Ghahfarrokhi*

Abstract

The concept of "self" as a challenging notion from the twentieth century to the present has been discussed and examined in two spectrums of essentialism and experientialism. The first group considers it unique, while the second group frames it as a product of social action. With the approach of the second type, by creating others and different scenes from their real space, selves are changing in the virtual space. In a way that a self can appear with different masks in various situations and platforms and have different representations in front of diverse others. In this article, by focusing on spirituality as one of the active participants in the virtual space, an attempt has been made to examine and compare the ethical and spiritual issues resulting from their transformations through semi-structured interviews with prominent actors in this space. We used qualitative content analysis method to answer our questions and categorized them. The issues derived include the existential and non-existential nature of spirituality, interaction with deviant groups as a threat and advertising opportunity, the prohibition of self-flourishing, internal and external self-disclosure, self-obsession, and similar matters mentioned in the interpretation in this article.

Keywords

Self, Spirituality, Ethical Issues, Spiritual Issues, Virtual Space.

* Assistant Professor , Research Institute of Civilization and Social Studies, Research Institute of Islamic Sciences and Culture, Qom, Iran, m.kazemi@isca.ac.ir)
Extracted from the Research Project : "Typology of Religious Students' activist on Social Networks with Emphasis on Religious preaching Opportunities and Ethical Harms", Sayyed Mohammad Kazemi Ghahfarrokhi, Institute of Islamic Sciences and Culture.

Exemplars and Successful Spiritual Figures in Spiritual Service (The Pedagogical Dimensions of Ayatollah Ali Safaei)

Hossein Diba*

Abstract

According to religious teachings and empirical findings, modeling is one of the most effective educational methods. Religious scholars throughout history have sought to appear as successful spiritual models for humans based on Islamic recommendations. One of the most successful of these figures has been Ayatollah Safaei. This article attempts to qualitatively explore various aspects of this modeling in Ayatollah Safaei in cognitive, emotional, and behavioral dimensions by referring to his written works, speeches, and memories of his companions. Ayatollah Safaei, in the cognitive modeling aspect, after identifying personal talents and needs through experiential discoveries, sought answers to questions from the Quran and narrations while keeping an open mind to new ideas. By using life lessons, he conveyed the method of contemplation through action and workshops to his audience instead of imposing thoughts. Additionally, in emotional and behavioral dimensions, Ayatollah, due to his consistent theoretical and practical personality and empathy, was able to achieve great success in educating individuals. By embracing numerous challenges in his life without creating a victim mentality, he appeared as a successful spiritual model during his limited lifetime.

Keywords

Master Ali Safai, model, spirituality, spiritual model, education, religious education.

*Assistant Professor, Faculty member of Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran.
hoseindiba@gmail.com



CONTENTS

**Exemplars and Successful Spiritual Figures in Spiritual Service
(The Pedagogical Dimensions of Ayatollah Ali Safaei)**

Hossein Diba

**Moral and Spiritual Problemology of Activism and Clergy Selves in
Virtual Space**

Sayyed Mohammad Kazemi Ghahfarrokhi

**Clergies and Spirituality; Epistemological Requirements in Promoting
Spirituality with an Emphasis on Criticism of Joel Austin's Views**

Mohammad hossin kiani

**A Qualitative Approach to Spirituality and Its Role in Socially Active
Ethics of Clergy from the Perspective of Clerics**

Majid Jafarian

**Ethics Considerations in Confrontation of Clergy with Emerging
Spiritualities (Case Study: Paulo Coelho Movement)**

Hamid Negaresh, Ali Karshenas

**A Qualitative Approach to the Roots of The Impacts of Female Preachers'
Activities on Fulfilling Their Family Roles and Presenting Solutions**

Fatemehmarzieh Hosseini Kashani

CONTENTS

ABSTRACTS

IN THE NAME OF ALLAH



Islamic Sciences and Culture Academy
Institute of Family and Theology
Quarterly Research Journal in Applied Ethics Studies
Volume 13 / Issue 3, (Serial 72), Summer 2023

*

Publisher: Islamic Preaching Office of the Qom Islamic Seminary
Editor-in-Chief: Ahmadian, Abdorrasool
Managing Editor: Hadi, Asghar
Executive Director: : Khani, Saeed

*

Editorial Board (in alphabetical order):

Alizadeh, Mahdi/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy
Azarbayjani, Masoud/Associate Professor of the Institute of Howzah and University
Diba, Hossein/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy
Mohammad Mahdi Safouraie Parizi/ Associate Professor at the Higher Education
Complex of Islamic Humanities, Al-Mustafa International University
Habibollahi, Mahdi/Assistant Professor of Bagher-Ol'Oloom University
Hadi, Asghar/Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy
Salarifar, Mohammadreza/ Assistant Professor of the Institute of Howzah and
University

*

Editorial Board of this Issue:

Mehrdad Agha Sharifian, Hossein Diba, Mohammad Mehdi Safouraie Parizi,
Ali Ataei, Asghar Hadi

*

Publication: Isfahan Islamic Preaching Office Publication
Published by: Boostan Ketab Institute of Publication – Islamic Preaching Office

Published by: Institute of Family and Theology, affiliated to the Academy of
Islamic Research, Science and Culture
Address: Islamic Preaching Office, Hafez St., Isfahan 81469-57571, Iran
E-mail: akhlagh@dtc.ir website: <http://akhlagh.morsalat.ir>
Tel: 031-32344410 (EX7651) PO Box: 81465-697 Fax: 031-32208005

