



پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی
پژوهشکده الهیات و خانواده



فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی

فصلنامه علمی - پژوهشی (ب)

سال پانزدهم، شماره چهارم، زمستان ۱۴۰۴

۸۲

صاحب امتیاز: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

مدیر مسئول: عبدالرسول احمدیان

سر دبیر: اصغر هادی

دبیر تحریریه: سعید خانی

با دآوری می‌شود فصلنامه اخلاق با تغییر عنوان به مطالعات اخلاق کاربردی، با استناد به مصوبه شماره ۵۷۳ مورخ ۱۳۸۷/۰۴/۱۶ شورای عالی حوزه‌های علمیه و با توجه به ارزیابی کمیسیون نشریات علمی حوزه، شورای اعطای مجوزها و امتیازات علمی در جلسه مورخ ۱۴۰۱/۰۲/۱۲ رتبه علمی - پژوهشی (ب) را دریافت کرده است. مقالات منتشر شده از شماره ۴۳ به بعد دارای رتبه علمی پژوهشی است.

فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی به استناد ماده واحده مصوبه جلسه ۶۲۵ مورخ ۱۳۸۷/۰۳/۲۱ شورای عالی انقلاب فرهنگی «مصوب شورای عالی حوزه علمیه قم» درخصوص اعطای امتیاز علمی، تأسیس انجمن‌های علمی، قطب‌های علمی و واحدهای پژوهشی و همچنین امتیازات آزاداندیشی در حوزه، دارای اعتبار رسمی بوده و موجد امتیازات قانونی در دانشگاه و حوزه علمیه می‌باشد.

فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی در پایگاه استنادی 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 «pajooahaan» و پرتال دفتر تبلیغات اسلامی (http://journals.ete.ir) بارگذاری می‌شود. هیئت تحریریه در اصلاح و ویرایش مقاله‌ها آزاد است. دیدگاه‌های مطرح‌شده در مقالات صرفاً نظر نویسندگان محترم آن‌هاست. نشانی: اصفهان، خیابان حافظ، دفتر تبلیغات اسلامی اصفهان، فصلنامه علمی - پژوهشی (ب) اخلاق کاربردی.

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

تلفن: (۷۳۲۱ داخلی) ۴ - ۳۲۲۰۸۰۰۱ (۰۳۱) * صندوق پستی: ۶۹۷-۸۱۴۶۵

دورنگار: ۳۲۲۰۸۰۰۵ (۰۳۱) کد پستی: ۸۱۴۶۹۵۷۵۷۱

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب قیمت: ۸۰۰۰۰ تومان



هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا):

مسعود آذربایجانی

استاد تمام پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

مهدی حبیب‌اللهی

استادیار دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام

حسین دیبا

استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

محمد رضا سالاری‌فر

دانشیار پژوهشگاه حوزه و دانشگاه

محمد مهدی صفورایی پاریزی

دانشیار مجتمع آموزش عالی علوم انسانی اسلامی جامعة المصطفی العالمیة

مهدی علیزاده

استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

اصغر هادی

استادیار پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

دوران این شماره:

قدرت‌الله مؤمنی، سیدروح‌الله موسوی‌زاده، سیدحسن اسلامی اردکانی، اصغر هادی،
علی شیرینی‌شیروانی، حسین دیبا، محمد رضا سالاری‌فر، سیدمهدی سلطانی‌رنانی،
مهدی حبیب‌اللهی، حسن سراج‌زاده، سیدمحمد کاظمی قهفرخی،
محمد ثناگویی‌زاده، راضیه یوسف بروجردی، فائزه تقی‌پور

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 پرانتز بیاید.

۵. **عبارات تکریمی:** از کلیشه به جای عبارات تکریمی استفاده شود. مانند: صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ به جای (ص)؛ عَلَيْهِ السَّلَام به جای (ع)؛ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ به جای (ره) و عَلَيْهِمُ السَّلَام به جای (علیهم السلام) و

۶. فهرست منابع و مآخذ (کتابنامه) 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 نامه‌ها:** نام خانوادگی، نام (سال دفاع از رساله)، *عنوان رساله*، مقطع تحصیلی، گروه، نام دانشکده، دانشگاه.

ویژگی‌های 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. کلیدواژه‌ها (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 و یا تشکری لازم داشته باشد، باید در پاورقی صفحه اول (چکیده) درج شود.
- ❖ مقاله پیش‌تر یا هم‌زمان به مجله‌های دیگر ارائه نشده باشد و نویسنده به نشر آن در جای دیگر متعهد نباشد.
- ❖ اعضای هیئت علمی، اساتید و محققان مراکز آموزشی و پژوهشی موظف‌اند 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. فهرست منابع.

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

- رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی با تکیه بر تعالیم انبیا
مهدیه اسپروز، ناصر نورمحمد، سیدعلی اکبر حسینی رامندی..... ۹
- بررسی مسائل اخلاقی تریاژ با تکیه بر نظریه قانون طبیعی در برابر فایده گرایی
سیده فاطمه زهرا مهری آدریانی، سیداحمد فاضلی..... ۴۵
- تقویت نوآوری سبز: نقش سرمایه اخلاقی و فشار ذی نفعان
زینب محمدی، مرتضی محسن زاده، حسین صادقی..... ۷۳
- تحلیل تزامات اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه های اجتماعی بر اساس ارکان چهارگانه تبلیغ
حسین حاجی زاده، حسین حاجی پور، محمد میرزایی..... ۱۲۱
- تحلیل تطبیقی رشد و مسئولیت اخلاقی از منظر مکاتب روان شناسی رشد، وظیفه گرایی اخلاقی و
اخلاق فطری اسلامی: طراحی مدل کاربردی تربیت اخلاقی و نوجوانان
محمد طبرسی، مرتضی طباطبایی..... ۱۵۹
- از فروپاشی اخلاق تا بازآفرینی خانواده؛ مطالعه ای فقهی اخلاقی در احیای اصل استحکام
نادعلی ذکاوتمند، سیامک بهارلویی، حسینعلی امینی..... ۱۹۹



The Qur'anic Approach to the Manifestation of Tawhid in the Ethics of Social Interaction with Emphasis on the Teachings of the Prophets*

Mahdieh Esprooz¹  Naser Nour-Mohammad²  Sayyed Ali-Akbar Hosseini-Ramandi³ 

1- Graduate of Level Four Program in Comparative Qur'anic Exegesis, Rokn al-Hoda Institute of Higher Education, Kerman, Iran (Corresponding Author).
m.sprooz@whc.ir

2- PhD Graduate Baqir al-Ulum University, Qom, Iran.
nasernor33@gmail.com

3- Assistant Professor, Research Institute of Culture and Qur'anic Teachings, Qom, Iran.
a.hoseini@isca.ac.ir



Abstract

The ethics of social interaction is a branch of applied ethics that plays a vital role in establishing and sustaining the social well-being of communities. Human sociability and the increasing complexity of social relations in the contemporary era have doubled the importance of how individuals communicate and interact with one another. The absence of an appropriate model of social interaction can lead to irreparable social harms and disorders. Clearly, any successful model of social interaction must be consistent with the monotheistic nature of

*Cite this article: Esprooz.M; Nour-Mohammad. N; Hosseini-Ramandi.A.A (2026). The Qur'anic Approach to the Manifestation of Tawhid in the Ethics of Social Interaction with Emphasis on the Teachings of the Prophets, Journal in Applied Ethics Studies, 4(82), 9-44.
<https://doi.org/1022081/jf.2025.72624.2077>

■ **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

■ **Received:** 2025 /08/ 15 ■ **Revised:** 2025/ 10/ 30 ■ **Accepted:** 2025/ 11/ 02 ■ **Publishedonline:** 2026/ 02/14

humankind. Only the Creator, fully aware of the inner dimensions and subtleties of human existence, is qualified to provide a comprehensive and precise framework. The divine prophets are the exemplary models chosen by God to fulfill this significant mission. The present article seeks to examine Qur'anic statements in order to uncover a systematic ethical model that explains the manifestation of *tawhid* within the ethics of social interaction. To this end, a descriptive-analytical method with an inductive approach has been employed. The findings indicate that *tawhid* manifests itself—and simultaneously maintains a reciprocal relationship with—the ethics of social interaction within a processual system operating at three levels: the cognitive level (such as recognition of inherent human dignity and reliance on God), the emotional level (such as affection and empathy), and the behavioral level (such as responsibility, justice, and patience). This system ultimately provides a practical model for regulating social relations in contemporary society.

Keywords

Tawhid (Monotheism), Ethics, Social Interaction, Social Ethics, Prophets.





مقاربة القرآن الكريم لتجلي التوحيد في أخلاقيات المعاشرة الاجتماعية في ضوء تعاليم الأنبياء*

■^١ مهديه اسپروز ■^٢ ناصر نورمحمد ■^٣ سيدعلي اكبر حسيني رامندي

١- حاصلة على المستوى الرابع في فرع التفسير المقارن، معهد ركن الهدى للتعليم العالي، كرمان، إيران (الكاتبة المسؤولة)

m.sprooz@whc.ir

٢- حاصل على الدكتوراه، جامعة باقر العلوم، قم، إيران

nasernor33@gmail.com

٣- أستاذ مساعد في معهد الثقافة والمعارف القرآنية، قم، إيران

a.hoseini@isca.ac.ir

الملخص

تعدّ أخلاقيات المعاشرة فرعاً من فروع الأخلاق التطبيقية، ولها دور أساس في بناء الصحة الاجتماعية للمجتمع والحفاظ عليها. لقد ضاعفت طبيعة الإنسان الاجتماعية وتعدّد العلاقات الاجتماعية في العصر الحديث، من أهمية الاهتمام بأنماط التواصل مع الآخرين وكيفيةها. من جانب آخر، فإن غياب نموذج تواصل مناسب قد يتسبب في حدوث أزمات واختلالات اجتماعية بالغة الخطورة، يصعب تلافي آثارها. من البديهي أن أي نموذج ناجح للتواصل

***الاستناد إلى هذه المقالة:** اسپروز، مهديه؛ نورمحمد، ناصر؛ حسيني رامندي، سيدعلي اكبر (٢٠٢٦). مقاربة القرآن الكريم لتجلي التوحيد في أخلاقيات المعاشرة الاجتماعية في ضوء تعاليم الأنبياء. دراسات في الأخلاق التطبيقية، ٤(٨٢)، صص ٩-٤٤.

<https://doi.org/10.22081/jf.2025.72624.2077>

□ نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلف

□ تاريخ الاستلام: ٢٠٢٥/٠٨/١٥ • تاريخ التعديل: ٢٠٢٥/١٠/٣٠ • تاريخ القبول: ٢٠٢٥/١١/٠٢ • تاريخ الإصدار: ٢٠٢٦/٠٢/١٤



الاجتماعي لا بد أن يكون منسجما مع بنية الإنسان الفطرية التوحيدية. بما أن الله تعالى هو الأعلّم بأسرار الإنسان ودقائق وجوده، فهو القادر الوحيد على صياغة نموذج أخلاقي جامع ودقيق له؛ ولذلك، قد اختار الله سبحانه الأنبياء كنماذج للقيام بهذه الرسالة الجليلة. تأسيسا على ذلك، فإن هذه الدراسة تهدف إلى تقصي الآيات القرآنية، بغية الكشف عن نموذج أخلاقي منهجي، كإطار نسقي لاستكشاف تجلي التوحيد في ميدان أخلاقيات المعاشرة، وذلك من خلال المنهج الوصفي - التحليلي، وبالاعتماد على المقاربة الاستقرائية. أظهرت نتائج الدراسة أن تجلي التوحيد وعلاقته التبادلية مع أخلاقيات المعاشرة يتمّ ضمن نظام إجرائي متكامل، يتحقّق على ثلاثة مستويات: المستوى المعرفي، كالمعرفة بالكرامة الذاتية والتوكل، والمستوى الوجداني كالمحبة والتعاطف، والمستوى السلوكي كالمسؤولية الاجتماعية والعدالة والصبر، ويقدم نموذجا عمليا لتنظيم العلاقات الاجتماعية في مجتمعنا الراهن.

الكلمات المفتاحية

التوحيد، الأخلاق، المعاشرة، أخلاقيات المعاشرة، الأنبياء.





رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی با تکیه بر تعالیم انبیا*

مهدیه اسپروز^۱ ناصر نورمحمد^۲ سیدعلی اکبر حسینی رامندی^۳

۱- دانش آموخته سطح چهار رشته تفسیر تطبیقی، مؤسسه آموزش عالی رکن الهدی، کرمان، ایران (نویسنده مسئول).

m.sprooz@whc.ir

۲- دانش آموخته دکتری دانشگاه باقرالعلوم، قم، ایران.

nasernor33@gmail.com

۳- استادیار پژوهشگاه فرهنگ و معارف قرآن، قم، ایران.

a.hoseini@isca.ac.ir

چکیده

اخلاق معاشرت، یکی از شاخه‌های اخلاق کاربردی است و نقش حیاتی در ایجاد و حفظ سلامت اجتماعی جامعه دارد. ویژگی اجتماعی بودن انسان و پیچیدگی مناسبات اجتماعی در عصر کنونی، اهمیت توجه به شیوه و نوع ارتباط با دیگران را دوچندان کرده است. نبود الگوی ارتباطی مناسب می‌تواند آسیب‌ها و معضلات اجتماعی جبران‌ناپذیری را رقم بزند.

***استناد به این مقاله:** اسپروز، مهدیه؛ نورمحمد، ناصر؛ حسینی رامندی، سیدعلی اکبر (۱۴۰۴). رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی با تکیه بر تعالیم انبیا. مطالعات اخلاق کاربردی، ۴ (۸۲)، صص ۹-۴۴.

<https://doi.org/10.22081/jf.2025.72624.2077>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۲۴ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۸/۰۸ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۸/۱۱ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵





بدیهی است که یک الگوی ارتباط اجتماعی در صورتی موفق است که با ساختار فطرت توحیدی انسان هم‌سو باشد. تنها خالق انسان که عالم به اسرار و ظرایف وجودی اوست، شأنیت تدوین الگویی جامع و دقیق را دارد. انبیای الهی الگویی‌های هستند که خداوند برای انجام این رسالت خطیر برگزیده است. هدف مقاله حاضر، واکاوی گزاره‌های قرآن کریم برای کشف الگوی روشمند اخلاقی، به‌عنوان چهارچوبی نظام‌مند برای تبیین تجلی توحید در اخلاق معاشرت است. بدین‌منظور از روش توصیفی تحلیلی با رویکرد استقرایی استفاده شده است. یافته‌های تحقیق، بیانگر تجلی توحید و ارتباط دوسویه آن با اخلاق معاشرت در یک نظام فرایندی است که در سه سطح شناختی (مانند معرفت به کرامت ذاتی و توکل)، عاطفی (مانند محبت و همدلی) و کنشی (مانند مسئولیت‌پذیری، عدالت و صبر) در اخلاق معاشرت اجتماعی تجلی می‌یابد و الگویی عملی برای تنظیم روابط اجتماعی در جامعه معاصر ارائه می‌دهد.

کلیدواژه‌ها

توحید، اخلاق، معاشرت، اخلاق معاشرت، انبیا.

مقدمه

اخلاق معاشرت، یکی از شاخه‌های اخلاق کاربردی است که به بررسی رفتارها، ملکات و هیئات نفسانی انسان در ارتباط با دیگران در حوزه‌ای خاص می‌پردازد. این نوع اخلاق در صورتی نقش حیاتی در ایجاد سلامت اجتماعی جامعه دارد که منشأ و مبدأ آن، توحید و خداباوری باشد.

از نگاه قرآن کریم، زندگی انسان در این دنیا به دو گونه هدفی و وسیله‌ای تقسیم می‌شود. منشأ این تقسیم، تفاوت نگرش و باور انسان به آفریننده هستی است. هدف اصلی در زندگی هدفی، انسان است و زندگی، پاسخ‌دهی به تمایلات حیوانی، لذات، فزون‌خواهی مادی، منفعت‌طلبی، مصرف‌گرایی و تجمل‌پرستی است؛ چنان که خدای متعال می‌فرماید: ﴿اعْلَمُوا أَنَّهَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا لَعِبٌ وَلَهُمْ وَزِينَةٌ وَتَفَاخُرٌ بَيْنَكُمْ وَتَكَاثُرٌ فِي الْأَمْوَالِ وَالْأَوْلَادِ﴾؛ بدانید که زندگی دنیا در حقیقت بازی و سرگرمی و آرایش و فخرفروشی شما به یکدیگر و فزون‌جویی در اموال و فرزندان است» (حدید، ۲۰). بدون تردید، این زندگی در تضاد با نظام حکیمانه آفرینش و به معنی نادیده‌انگاشتن حق و عدالت جاری و ساری در جهان هستی است.

در زندگی وسیله‌ای، زندگی، وسیله‌ای است برای رسیدن به هدفی والا و آن عبارت است از همراهی و هم‌سویی با اهداف اساسی آفرینش، پیروی از قوانین الهی و مطابقت با فطرت توحیدی انسان در مسیر باریابی به کمال و تعالی برای دستیابی به مقام جانشینی خدا. این گونه زندگی، تنها در پرتو اخلاق اجتماعی انبیای الهی دست‌یافتنی است. نقش محوری توحید در تفاوت چشمگیر گونه‌های زندگی قبایل و اقوام عصرهای پیش و پس از بعثت انبیای الهی به‌خوبی مشهود است.

بررسی دو گونه زندگی هدفی و وسیله‌ای، در واقع مبانی هستی‌شناختی و ارزش‌شناختی اخلاق معاشرت را تبیین، و انگیزه معاشرت و چهارچوب ارزشی حاکم بر روابط را در دو دستگاه اخلاقی توحیدمحور و سکولار تعیین می‌کند.





پژوهش حاضر بر این فرضیه استوار است که در آموزه‌های قرآنی، تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی، در سه سطح شناختی (باورها)، عاطفی (گرایش‌ها) و کنشی (رفتارها) صورت‌بندی شده (نراقی، ۱۳۷۷، ص ۶۶) و ساختاری بدیع برای معاشرت اجتماعی اخلاق‌مدار در یک الگوی سه‌بعدی یکپارچه پدید آورده است؛ ساختاری که در زیست اجتماعی انبیای الهی انعکاس یافته است. همچنین، پژوهش پیش رو، پاسخ‌گوی سه پرسش اساسی زیر است:

- رویکرد شناختی قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی با تکیه به تعالیم انبیا چگونه است؟

- رویکرد عاطفی قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت با تکیه به تعالیم انبیا چگونه است؟

- رویکرد کنشی قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت با تکیه به تعالیم انبیا چگونه است؟

درباره پیشینه پژوهش می‌توان به دو دسته پژوهش شامل کتاب و مقاله اشاره کرد. کتاب‌ها عبارت‌اند از:

- کتاب اخلاق معاشرت، نوشته جواد محدثی (۱۳۸۶): نویسنده، با تتبع در روایات اخلاقی، آداب معاشرت اسلامی را به صورت کلی با ذکر فضایل و رذایل اخلاقی تبیین کرده است؛
- کتاب آداب معاشرت و اخلاق اجتماعی، اثر محمد باقری (۱۳۹۰): نویسنده به ذکر مباحث کلی درباره شخصیت امام خمینی علیه السلام، آداب فردی و اجتماعی معاشرت اسلامی و اخلاق اجتماعی از دیدگاه ایشان پرداخته است؛

- کتاب اخلاق اجتماعی، نوشته محمدباقر تحریری (۱۴۰۱): نویسنده، با تأکید بر لزوم زندگی اجتماعی برای انسان، اخلاق اجتماعی را به دو نوع عام و خاص تقسیم می‌کند. وی آن دسته از ارزش‌های اخلاقی مانند اقتصاد، تعلیم و تربیت، تواضع، خیرخواهی، عدالت و حلم را که در حیطه خاصی از ابعاد زندگی اجتماعی انسان بررسی می‌شود، اخلاق اجتماعی خاص دانسته و به تبیین مفهومی و راهکار ایجاد این قسم پرداخته است.



تاکنون درباره ارتباط توحید و اخلاق اجتماعی، کتابی نوشته نشده است؛ تنها پژوهش انجام شده، کتابی است با نام *توحید اجتماعی با تأکید بر قرآن و اندیشه‌های آیت‌الله خامنه‌ای*، نوشته محمد عرب صالحی و فریده پیشوایی (۱۴۰۴). در این کتاب، نویسندگان کوشیده‌اند با استناد به آیات قرآن و دیدگاه‌های آیت‌الله خامنه‌ای، اثبات کنند توحید در ذات خود، سویه‌های اجتماعی فراوانی دارد. تبیین ماهیت، مؤلفه‌ها و کارکردهای توحید اجتماعی از اهداف مهم این پژوهش است. اما مقاله‌هایی که درباره این موضوع نوشته شده، عبارت‌اند از:

- «تأثیر اعتقاد به توحید در خالقیت، بر اخلاق اجتماعی از منظر علامه مصباح‌یزدی»، نوشته طاهره حاجی‌رحیمی و محمدعلی محیطی‌اردکان (۱۴۰۱): این نوشتار در مقام بیان چگونگی تأثیر توحید خالق بر اخلاق اجتماعی از منظر علامه مصباح در بینش و گرایش است. جهت‌دهی به لذت‌ها، گرایش به سوی کمال‌نهایی و ارتباط آن با کمال‌جویی انسان، گرایش به رفتارهای اجتماعی مثبت و در نهایت، توجه به تأثیر آن در برخی مصادیق مانند اخلاق بینشی و گرایشی و رفتاری از دیگر مباحث این پژوهش است؛

- «جایگاه اخلاق اجتماعی و خانوادگی در صحیفه سجاده»، نوشته عبدالله حسینی (۱۳۹۸): در این مقاله جایگاه و اصول اخلاق اجتماعی و خانواده با تأمل در ادعیه صحیفه سجاده بررسی شده است.

هیچ‌یک از این مقاله‌ها به موضوع رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی بر اساس تعالیم انبیا پرداخته‌اند. در مقاله حاضر با نگاهی جامع، نظام‌مند و نو، تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی، در سه سطح بررسی و تحلیل شده است. پژوهش پیش رو به روش توصیفی تحلیلی و با رویکرد استقرایی و تجزیه و تحلیل با تکنیک تحلیل مضمون، به واکاوی آیات و روایات مرتبط با سیره معاشرتی انبیا می‌پردازد. بر پایه این تحلیل، الگوی سه‌سطحی «شناختی، عاطفی و کنشی» به عنوان چهارچوبی نظام‌مند برای تبیین تجلی توحید در اخلاق معاشرت استخراج می‌شود. گردآوری مطالب، کتابخانه‌ای



است. گستره پژوهش، آیات قرآن کریم، روایات معصومین علیهم السلام و متون دست اول تفسیری و اخلاقی مربوط به سیره معاشرتی انبیاست. الگوی ارائه شده، نه تنها رابطه عمیق بین باور توحیدی و رفتار اجتماعی را در سیره انبیا تبیین می کند، بلکه گفتمان کاربردی سازی این سیره را در حل مسائل اخلاق اجتماعی معاصر تقویت می کند. مراحل انجام این پژوهش عبارت است از: شناسایی و تجزیه و تحلیل آیات و روایات معطوف به مؤلفه های توحیدی و اخلاقی؛ دسته بندی و تبیین یافته ها در چهارچوب نظام مند سه گانه؛ کشف رابطه علی و معنادار باور توحیدی و رفتار اخلاقی در سیره انبیا؛ و استخراج الگوهای کاربردی از آن برای جامعه امروز.

۱. مفهوم شناسی

۱.۱. توحید

توحید به معنی ایمان به یگانگی خدا و نفی شریک برای اوست (فراهیدی، ۱۴۰۹، ج ۳: ص ۲۸۰).

۱.۲. اخلاق اجتماعی

اخلاق اجتماعی، مجموعه ای از رفتارها و اخلاقیات مرتبط با کیفیت معاشرت با مردم (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ج ۵: ص ۵۰) و تعامل ارادی انسان با دیگران بر اساس حکمت الهی و بایدها و نبایدهاست که موجب سعادت فرد و جامعه می شود (نراقی، ۱۳۷۷، ص ۸۹۱). اخلاق اجتماعی، انسان را به رعایت فضیلت هایی در رفتار با دیگران از قبیل ادب، احترام، انصاف (طبرسی، بی تا، ج ۱: ص ۴۸۱)، عدالت، مهرورزی و احترام متقابل وادار می کند (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ج ۵: ص ۵۰).



۳.۱. جایگاه توحید در اخلاق اجتماعی

توحید (اساسی‌ترین اصل اعتقادی در اسلام) تنها یک باور نیست، بلکه چهارچوب جامع شناختی است که همه معارف قرآنی از جمله اخلاق را در بر می‌گیرد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۲: ص ۵۰).

توحید، زیربنای اخلاق برای دستیابی به قرب خدای متعال است؛ به همین دلیل، اعتقاد به توحید، جهان‌بینی توحیدی را شکل می‌دهد و ایدئولوژی توحیدی، دستاورد این جهان‌بینی است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱: صص ۲۵-۲۶). اعتقاد به توحید یا شرک نه تنها مبانی نظری دارد، بلکه مبانی نظری آن در تمام شئون عملی انسان نیز جاری است (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۰).

از منظر قرآن، ماهیت، مبنا و غایت تعالیم اخلاق اجتماعی اسلامی با اخلاق سکولار متفاوت است. مبنای اخلاق اجتماعی قرآن‌بنیان، توحید و اراده و حکمت الهی است، نه صرفاً تأمین منافع مادی یا اجتماعی؛ همچنین، عبودیت خداوند و کسب رضایت او در تمام وجوه مد نظر است؛ در آیه ﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾ (ذاریات، ۵۶)، این هدف تصریح شده است؛ بنابراین، حتی اعمال اجتماعی نیکو مانند کمک به دیگران، زمانی ارزش حقیقی می‌یابند که در مسیر این غایت و برای تقرب به خدا انجام شوند.

توحید و اخلاق اجتماعی، دارای ارتباطی دوسویه و حیاتی، از نوع رابطه علی و معلولی طولی هستند. از یک سو، توحید پایه نظری و انگیزشی و نیازی فطری برای همه انسان‌هاست (مصباح‌یزدی، ۱۳۸۲، ص ۶۴۹) و از سوی دیگر، زیربنای مستحکمی برای اخلاق اجتماعی است و اخلاق را از سطحی‌گرایی و منفعت‌طلبی محض می‌رهاند؛ زیرا در نظام اخلاقی اسلام، خدا منبع مطلق همه ارزش‌ها و منشأ رفتار اخلاقی است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۷: ص ۱۱۴).

اخلاق اجتماعی تجلی‌یافته در رفتار انسان موحد، عینی‌ترین نمود باور توحیدی است که ضمن تقویت ایمان فردی، به‌مثابه مؤثرترین ابزار تبلیغ دین، جامعه را به‌سوی توحید



سوق می‌دهد؛ از این رو، انبیا دعوت خویش را از سامان بخشی به باورها آغاز می‌کنند و توحید جوهره رسالت آسمانی آنان بوده است (محمود، بی تا، ص ۸۰). این ارتباط متقابل، هسته مرکزی سبک زندگی انبیا و اولیای الهی را تشکیل می‌دهد؛ قرآن کریم، این سبک زندگی را بهترین الگو معرفی کرده است: ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ﴾ (احزاب، ۲۱). بر اساس مضمون این آیه و آیات مانند آن، هدایت اجتماعی و تکامل جوامع بشری، مهم‌ترین هدف فرستادگان الهی است.

با توجه به این نکته که انبیا الگوهای اخلاقی بشر هستند، بدیهی است الگوپذیری از آنان نیز از وظایف مهم جوامع بشری محسوب می‌شود (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۲۲۳). تجلی توحید در رفتار و سبک زندگی انبیا و پیروان آنان، از وجوه تمایز نظام اخلاقی اسلام با دیگر مکاتب اخلاقی است.

۲. ساختار سه‌سطحی فرایندمحور تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی با تکیه بر تعالیم انبیا

رابطه طولی بین انسان و خدا، رابطه‌ای علّی و معلولی را بین اعتقادات، گرایش‌ها (عواطف) و رفتارهای انسان (کنش‌ها) ایجاد می‌کند. این ارتباط هدفمند، مستلزم به وجود آمدن یک ساختار نظام‌مند فرایندی است. فرایند یعنی مجموعه عملکردها و مراحل لازم برای رسیدن به یک هدف مشخص (معین، ۱۳۸۱، مدخل فرایند).

در این پژوهش، منظور از نظام فرایندی، ارتباط تنگاتنگ بین مراحل اعتقاد به توحید، گرایش به آن و رفتار توحیدی است که بر اساس تعریف پیش گفته، هر مرحله به ترتیب، طی یک ارتباط طولی، بر مرحله بعدی تأثیر می‌گذارد و مجموع این مراحل، انسان را در رسیدن به قرب الهی (هدف غایی اخلاق) و سعادت یاری می‌کنند.

این پژوهش با الهام از آیات قرآن کریم و تعالیم انبیا، الگویی فرایندی برای تجلی توحید در اخلاق معاشرت، در سه سطح به هم پیوسته شناختی، عاطفی و کنشی پیشنهاد می‌کند.



این الگو نشان می‌دهد که چگونه باور توحیدی از مرحله شناخت و ادراک آغاز می‌شود، به احساس و عاطفه می‌انجامد و در نهایت، در رفتار و عمل اجتماعی فرد متجلی می‌شود (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱: ص ۵۶۲ و ج ۲: صص ۱۰۹-۱۱۶). این سطوح مجزا نیستند، بلکه بر یکدیگر تأثیر متقابل دارند و در نهایت، یک نظام اخلاقی یکپارچه و توحیدمدار را شکل می‌دهند. اخلاق توحیدمحور در این منظومه، به معنی مجموعه‌ای از بینش‌ها، گرایش‌ها و کنش‌هایی است که از ایمان به خدا سرچشمه می‌گیرد و غایت آن جلب رضایت اوست؛ بنابراین، این سه سطح، ارتباطی طبیعی با یکدیگر دارند و هریک دیگری را تقویت می‌کند. بدون بینش صحیح، عاطفه و عمل جهت‌دار نخواهد بود و بدون عمل، عاطفه و بینش، تأثیر اجتماعی خود را از دست می‌دهند.

۱.۲. رویکرد قرآن کریم درباره تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی در سطح شناختی با تکیه بر تعالیم انبیا

شناخت، درک و دریافت چیزی از روی اثر آن با اندیشه و تدبّر است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۵۶۱) و خود نیز یک فرایند است؛ به فرایندهای درونی ذهن یا شیوه‌های پردازش اطلاعات اطلاق می‌شود و افراد از طریق این فرایندها با کمک ابزارهای شناخت، شامل گوش، چشم و قلب^۱، به خودآگاهی و بینش درباره محیط و جهان دست می‌یابند (کاویانی و پناهی، ۱۳۹۵، ص ۷۹). در این پژوهش، سطح شناختی یعنی شکل‌گیری بینش توحیدی درباره خدا، خود و دیگران^۲ که پایه نظری اخلاق معاشرت است. به باور معتقدان به توحید، خداوند، خالق و رب و مالک همه موجودات است. در واقع، باورهای او بر نوع نگرش او بر سایر مسائل نظری تأثیرگذار است و رابطه علی و معلولی بین آنها برقرار است. اعتقاد به توحید، علت است و تغییر نگرش، معلول (حاجی رحیمی و محیطی اردکانی، ۱۴۰۱، ص ۱۲۰).

۱. ﴿إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا﴾ (اسراء، ۳۶).

۲. ﴿مُتَرَبِّعَهُمْ آيَاتِنَا فِي الْأَقَاقِ وَفِي أَنْفُسِهِمْ﴾ (فصلت، ۵۳).



فرد معتقد، با باور به خالقیت خدا، می‌پذیرد که تمام موجودات، مخلوق یک خدا هستند و با باور به ربوبیت خدا^۱، می‌پذیرد که تدبیر انسان و جهان به دست اوست. این شناخت موجب احساس مسئولیت در قبال تمام بندگان خدا می‌شود. همچنین، با باور به مالکیت خدا^۲، انسان می‌آموزد که تمام مواهب اجتماعی، امانتی الهی هستند و باید در مسیر رضای او و خدمت به خلق به کار گرفته شوند؛ فرد در نتیجه این شناخت، دیگران را نه رقیب، بلکه مخلوقات خدا می‌بیند، به ارزش عمل معرفت پیدا می‌کند و زیرساختی ضروری برای تحول در دو بُعد عاطفی و کنشی فراهم می‌آورد. قرآن کریم با تکیه بر تعالیم انبیای الهی، تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی در سطح شناختی را در محورهای زیر بیان کرده است:

۲. ۱. ۱. معرفت به کرامت ذاتی انسان

کرامت، گرمای داشتن خود و تنزیه نفس از بدی‌هاست (فراهِیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۵: ص ۳۶۹). رویکرد توحیدی به کرامت انسان، نگاهی فراتر از مبانی صرفاً فلسفی یا اومانیستی دارد. از این منظر، منشأ کرامت انسان، انتساب او به خداوند و نفخه روح الهی در اوست: ﴿وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي﴾ (حجر، ۲۹). این کرامت، ذاتی، عام و غیراکتسابی است و همه انسان‌ها از هر دین، نژاد یا موقعیت اجتماعی، به‌طور برابر از آن برخوردارند؛ چنان‌که آیه ﴿إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاهُمْ﴾ (حجرات، ۱۳) به آن تصریح دارد. این معرفت توحیدی، پایه‌ای استوار برای عدالت، برابری و احترام در تمامی روابط اجتماعی فراهم می‌آورد (حسینی‌همدانی، ۱۴۰۴ق، ج ۱۵: ص ۴۰۴) و هرگونه تبعیض، تحقیر یا برتری‌جویی را نفی می‌کند. تجلی این نگرش در سیره انبیا، به‌عنوان الگوهای توحیدی، احترام به کرامت حتی مخالفان و گناهکاران بود؛ چنان‌که قرآن کریم حضرت یوسف عَلَيْهِ السَّلَام را الگوی عملی رعایت کرامت ذاتی در سخت‌ترین شرایط معرفی می‌کند. ایشان در چاه، در بازار

۱. ﴿الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ﴾ (حمد، ۱).

۲. ﴿مَلِكِ النَّاسِ﴾ (ناس، ۲).



برده‌فروشان، در دربار عزیز مصر و در زندان، کرامت انسانی خود و دیگران را حفظ کرد و با رفتاری محترمانه (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱: ص ۱۷۰)، حتی با مستخدمان زندان^۱ و با رد درخواست ناشایست بانوی دربار، درس عزّت و کرامت نفس را به جامعه آموخت.

همچنین، رفتار پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله با غلام خود، زید بن حارثه، نشان‌دهنده توجه ایشان به حفظ کرامت دیگران است؛ پیامبر صلی الله علیه و آله زید را به پسرخواندگی برگزید و دخترعمه خود زینب (دختر جَحْش) را که از زنان آزاده و نام‌دار قریش بود، به ازدواج او درآورد و او را در جنگ موته به فرماندهی لشکر اسلام منصوب کرد (انصاریان، بی‌تا، ج ۵: ص ۲۸۶). معرفت به کرامت ذاتی انسان، در فضاها و نظام‌های مختلف جامعه معاصر نیز کاربردی و قابل ترویج است:

- در نظام‌های آموزشی: می‌توان با گنجانیدن دروس «مهارت احترام» و «حقوق ذاتی انسان» در برنامه درسی، از دوران کودکی این الگوی قرآنی را در بین نسل جدید ترویج داد؛

- در فضاها و عمومی: ترویج فرهنگ «تکریم ارباب رجوع» در ادارات و «احترام به مشتری» در کسب و کارها به عنوان یک ارزش دینی (نه فقط برای جذب مشتری یا بهره‌مندی از تعریف و تمجید و ارتقای رتبه)؛

- در قانون‌گذاری: تقویت قوانینی که تحقیر و توهین به افراد را به‌ویژه در فضای مجازی منع می‌کنند.

بنابراین، رابطه کرامت ذاتی انسان و باور توحیدی، رابطه‌ای ساختاری و عمیق است که با بیان تفاوت‌های انسان‌ها در مواهب و توانایی‌ها، آن را هم لازمه زندگی اجتماعی و هم وسیله‌ای برای امتحان انسان‌ها معرفی می‌کند (پژوهشکده تحقیقات اسلامی سپاه، ۱۳۸۷، ج ۲: ص ۸۵). باور به توحید، به کرامت انسان قداست و ثبات می‌بخشد. این باور، اخلاق

۱. ﴿يَا صَاحِبِ السَّجْنِ﴾ (یوسف، ۳۹).



معاشرت را به عبادتی اجتماعی تبدیل می‌کند که در آن همه انسان‌ها شایسته احترام‌اند، تبعیض و ظلم در حق آنان شایسته نیست، عدالت و انصاف در مواجهه با آنان سزاوار است و مسئولیت‌پذیری فردی و جمعی تقویت می‌شود.

۲.۱.۲. معرفت به توکل توحیدمحور

توکل، اعتماد و اطمینان (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۸۸۲) به خدا در هر امری است (فیومی، بی‌تا، ص ۶۷۰). در نظام توحیدی، به معنی واگذاری امور به خداوند پس از به‌کارگیری تمام اسباب و تلاش ممکن است (مجتبوی، ۱۳۷۷، ج ۳: ص ۲۸۵). این مفهوم، تجلی عملی ایمان به توحید افعالی است؛ یعنی باور به اینکه هر مؤثری در جهان، در نهایت به اراده خداوند است. این نگرش، منشأ کاملاً الهی دارد و در آیاتی مانند ﴿وَعَلَى اللَّهِ فَتَوَكَّلُوا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ (مائده، ۲۳)، توکل به صراحت نشانه ایمان معرفی شده است.

پیوند توکل با اخلاق معاشرت و توحید اجتماعی در این است که انسان متوکل، خود را بنده هیچ قدرتی جز خدا نمی‌داند. این بینش، به‌عنوان یک فرایند ذهنی عمل می‌کند که بر اساس آن، جهان‌بینی و در نتیجه، رفتارهای اجتماعی فرد در حوادث، رویدادها و مشکلات تغییر می‌کند. آزادی درونی حاصل از این بینش، جرئت اخلاقی برای ایستادگی در برابر ظلم، دفاع از مظلوم و گفتن حق را به او می‌بخشد، بدون ترس از تهدید و قدرت‌های مادی؛ همان‌گونه که حضرت هود علیه السلام هنگامی که از سوی قوم بت‌پرست خود تهدید به مرگ شد، توکل به خدا، قدرتی به او داد که در مواجهه با آنان بدون هیچ ترسی گفت: ﴿إِنِّي تَوَكَّلْتُ عَلَى اللَّهِ رَبِّي وَرَبِّكُمْ﴾ (هود، ۵۶) و بدین ترتیب، مسئولیت هدایت جامعه خود را پذیرفت و در برابر انبوه مخالفان ایستاد. این‌گونه رفتار، جز از کسانی که به یاری و پشتیبانی خدا اطمینان دارند و می‌دانند خداوند آن‌ها را از شر دشمنان نگاه می‌دارد، سر نمی‌زند (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۵: ص ۲۵۹).



نقش چشمگیر توکل پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مواجهه با مخالفت کافران و در مشکلات سخت، چه در آغاز بعثت (**﴿قُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ عَلَيْهِ يَتَوَكَّلُ الْمُتَوَكِّلُونَ﴾** (زمر، ۳۸)) و چه در اواخر بعثت (**﴿فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَهُوَ رَبُّ الْعَرْشِ الْعَظِيمِ﴾** (توبه، ۱۲۹))، بیانگر بی‌اثری قدرت ناچیز بندگان در برابر مظهر بی‌نظیر توکل است. تقدم «علیه» بر متعلق خود در آیه، به انحصار توکل متوکلان بر خدا دلالت دارد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۷: ص ۲۶۶) که الگویی برای رهبران و مصلحان اجتماعی است.

با این بیان، توکل فردی باعث کاهش ترس، (صدوق، ۱۳۷۸ق، ج ۲: ص ۵۰)، رفع حزن و اندوه (ابن کثیر، ۱۴۱۹ق، ج ۱: ص ۱۸۲)، استقامت ایمان (خوانساری، ۱۳۶۶، ج ۲: ص ۴۲۹)، امیدواری (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶، ص ۱۹۶)، عمل صالح و رفتار نیک (مغویه، ۱۴۲۴ق، ج ۱: ص ۱۱۸)، آرامش درونی (مجتبوی، ۱۳۷۷، ج ۳: ص ۲۷۶)، ایشار، عفو و آمرزش (فخر رازی، ۱۴۲۰ق، ج ۲۹: ص ۵۰۹) و پایه‌ای برای شکل‌گیری یک اجتماع قوی، عدالت‌خواه (فخر رازی، ۱۴۲۰ق، ج ۲۹: ص ۵۰۹) و مستقل می‌شود که هیچ زورگو و طاغوتی را به رسمیت نمی‌شناسد (طبری، ۱۴۱۲ق، ج ۹: ص ۱۲۰). در بُعد کاربردی، تربیت انسان‌های متوکل، جامعه‌ای را می‌سازد که در مواجهه با مشکلات و دشمنان، بر روحیه استقامت، امید و اتکای جمعی استوار است، نه بر یأس، ترس و خودباختگی. معرفت به توکل توحیدمحور، رویکردی کاربردی و قابل ترویج در جامعه معاصر ایجاد می‌کند:

- در سبک زندگی فردی: ترویج فرهنگ توکل فعال (به‌جای تسلیم منفعلانه در برابر مشکلات)؛ یعنی تلاش حداکثری و واگذاری نتیجه به خدا؛
- در مدیریت اجتماعی: تربیت مدیران و کارآفرینانی که با توکل بر خدا، شجاعت تصمیم‌گیری‌های اخلاقانه و خطرپذیری برای پیشرفت جامعه دارند و بدون وابستگی به زورگویی یا رانت عمل می‌کنند؛



- در رسانه: ساخت برنامه‌های رسانه‌ای که الگوهای توکل را در قالب داستان‌های جذاب برای نسل جوان روایت می‌کنند.

بنابراین، فرد متوکل، تمام تلاش و تخصص خود را برای انجام فعالیت مرتبط و انجام وظیفه به کار می‌گیرد و اگر در مسیر انجام آن، بحران و اتفاقات غیرمنتظره‌ای پیش آید، دچار اضطراب و تصمیم‌های احساسی نمی‌شود؛ چون توکلش به خداست و همچنان با وجود مشکلات، امیدوار است و این همان رفتار عقلانی و اخلاقی است که از توکل نشئت می‌گیرد.

۲. رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در سطح عاطفی با تکیه بر تعالیم انبیا

عاطفه به معنی احساس، دل‌سوزی (فراهِیدی، ۱۴۰۹ق، ج ۲: ص ۱۸)، مهر و محبت است (معین، ۱۳۸۱)، مدخل عاطفه). منظور از عاطفه، همان توجه و میل چیزی به چیز دیگر است، نه به صورت مطلق. کسی که واسطهٔ دستیابی انسان به سعادت می‌شود، مورد عطف و محبت قرار می‌گیرد. اثر عواطف، به لذت از دیدن و مصاحبت منحصر نیست؛ چه بسا فرد، با کسی که در حالت عادی احساسی به او ندارد، در حالت بیماری و گرفتاری او، هم‌دردی می‌کند. این حالت، یک میل فطری و طبیعی است که خدا در او قرار داده است (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۲، ج ۲: صص ۲۸۳-۲۹۰). در این پژوهش، منظور از سطح عاطفی، تبدیل بینش حاصل از سطح شناختی توحید به میل درونی و انگیزه‌ای قلبی برای عمل است که محرک رفتار اخلاقی است و با بُعد فرابدنی خود یعنی قلب که مرکز حیات و عواطف و ایمان انسان است، ارتباط دارد (نصرتی، ۱۳۹۶، ص ۸۸).

در تقسیم عواطف به مثبت و منفی باید دانست یکی از فضایل اخلاقی انبیا و اولیای الهی این است که به هیچ موجودی احساس و عاطفهٔ منفی ندارند. البته همهٔ عواطف منفی، عارضی و بر اثر عوامل بیرونی مثل محیط، فرهنگ و تربیت است؛ چنان‌که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله دلیل اینکه مسیحیان نجران، اسلام را نپذیرفتند، «علاقه به صلیب، شرب خمر و گوشت خوک» دانسته است (سیوطی، ۱۴۰۴ق، ج ۲: ص ۳۹).



اعتقاد به توحید، جنبه مثبت عواطف را تحت تأثیر قرار می‌دهد. تقویت و تضعیف عواطف فطری، اختیاری است؛ به همین دلیل، هرچند عواطف در اصل فطری هستند، با توجه به ابعاد اختیاری (خود، تربیت و...)، در دایره اخلاق و امور ارزشی قرار می‌گیرند. در اسلام ملاک یک عمل، انگیزه الهی در انجام آن است؛ مثلاً سخاوت وقتی برای خدا نباشد، انسان را وارد بهشت نمی‌کند، ولی عذاب او را کم می‌کند؛ زیرا شرط ورود به بهشت، ایمان به خدا و اخلاق و رفتاری است که سرچشمه‌اش ایمان به او باشد تا سعادت را در بهشت برای انسان فراهم کند (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۲، ج ۲: صص ۲۹۱-۲۹۲).

افزون بر این، گرایش، انگیزه و عاطفه به سمت عمل صالح است؛ زیرا تمامی گرایش‌های انسانی، محصول گرایش به هدف اصلی (یعنی «قرب الی الله») و در طول گرایش به خدا هستند و سایر انگیزه‌ها در طول آن به وجود می‌آیند. چنین گرایش‌هایی عبارت‌اند از: حب ذات و گرایش به عدالت، حقیقت و کرامت. سلسله‌مراتب انگیزه‌ها نیز تابع سلسله‌مراتب نیازها و گرایش‌هاست. این انگیزه عمیق، قدرت روحی زیادی را برای نیل به کمال در انسان به وجود می‌آورد، انسان را برای حرکت در مسیر رشد و تعالی برمی‌انگیزد و در وی انگیزه رفتاری خاصی ایجاد می‌کند (ر.ک: مصباح‌یزدی، ۱۳۸۲، صص ۹-۶۴).

از این رو، در نظام فرایندی اخلاق توحیدی، اولین سطحی که بعد از سطح شناختی تحت تأثیر قرار می‌گیرد، سطح عاطفی است؛ زیرا به گفته فیض کاشانی (۱۴۱۵ق، ج ۸: ص ۱۷)، «محبت تنها پس از معرفت و ادراک، قابل تصوّر است؛ چه انسان کسی را که نمی‌شناسد، دوست نمی‌دارد».

در این سطح، عواطف فرد عامل لذت و سعادت اوست؛ پس فرد معتقد به توحید، بعد از شناخت حقیقی خدا از طریق آیاتی چون «وَالْهَکُمُ إِلَهُ وَاحِدٌ» (بقره، ۱۶۳)، رابطه‌ای قلبی و عاطفی با خدا برقرار می‌کند: «الَّذِينَ آمَنُوا أَشَدُّ حُبًّا لِلَّهِ» (بقره، ۱۹۵). اعتقاد به توحید، از راه عواطفی که به قرب الهی گرایش دارند، رفتارهای اخلاقی را در جهت رسیدن به این هدف تنظیم می‌کند.



در این حالت، خبری از شناخت عقلانی محض نیست، بلکه سطح عاطفی، باور توحیدی فرد را از شناخت خشک عقلی به انگیزه و تحریک برای انجام رفتار اخلاقی تبدیل می‌کند. در این پژوهش، با استناد به آیات قرآن کریم و با تکیه بر تعالیم انبیای الهی، تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی در سطح عاطفی، محبت و همدلی، به‌عنوان یکی از بارزترین جلوه‌های عاطفی قلب، در معاشرت انبیا بیان شده است:

۱.۲.۲. محبت و همدلی توحیدمحور

«مَحَبَّة»، از «حُب»، یعنی عشق، دوست‌داشتن، مودّت (دهخدا، ۱۳۷۷، مدخل محبت) و خواستن و تمایل به چیزی که خیر است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۲۱۴). در اصطلاح اخلاقی، ملکه نفسانی است که انسان را به‌سوی محبوب می‌کشاند و باعث لذت از نزدیکی به او و تألم از دوری او می‌گردد (نراقی، ۱۳۷۷، ص ۳۵۲). همدلی، پاسخ عاطفی حاصل از درک یا فهم وضعیت یا شرایط عاطفی و هیجانی دیگران است (حلبی، ۱۳۶۶، مدخل همدلی).

مطابق برخی از آیات قرآن، چون ﴿يَحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ﴾ (مائده، ۵۴)، حب یک رابطه وجودی و ذاتی، و حقیقتی است که در تمام موجودات عالم جریان دارد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱: ص ۶۲۱).

محبت توحیدمحور، محبتی است که منشأ آن، خداوند است (فیض کاشانی، ۱۴۱۵ق، ج ۸: صص ۶۵-۷۶)؛ چنان‌که در داستان حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام آمده است: ﴿وَأَلْقَيْتُ عَلَيْكَ مَحَبَّةً مِّنِّي﴾ (طه، ۳۹) و هدف آن نیز تقرب به خداست.

این محبت، از علاقه‌های طبیعی و غریزی فراتر رفته و به یک ارزش اخلاقی الهی، به‌عنوان معیار انسانیت، تبدیل می‌شود (مطهری، ۱۳۹۲، ص ۲۳۲) که همه انسان‌ها را به‌عنوان مظاهر تجلی خداوند یا مخلوقات او در بر می‌گیرد و حتی بر عدالت هم برتری پیدا می‌کند؛ زیرا نیاز به عدالت ناشی از نبود محبت است (طوسی، ۱۴۱۳ق، ج ۱: ص ۲۱۷).



داشتن محبت، مطلوب خداست؛ چنان که یاران حضرت عیسی به خاطر رأفتشان ستوده شدند: ﴿وَجَعَلْنَا فِي قُلُوبِ الَّذِينَ اتَّبَعُوهُ رَأْفَةً وَرَحْمَةً﴾ (حدید، ۲۷)؛ پس، نداشتن محبت، انسان را از کمالات انسانی دور، و عطوفت و مهربانی به کمال نزدیک می کند (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ج ۲: ص ۲۹۳).

وجود الفاضلی نظیر مشتقات «حُبِّ» (بقره، ۱۶۵) و «وُدِّ» (مریم، ۴۳) در آیات قرآن کریم، به سطح عاطفی و اهمیت و تأثیر آن بر روابط اجتماعی اشاره دارند. بر اساس آیات، منشأ محبت مؤمنان در دل دیگران، خداست؛ بدون اینکه به ابزارهایی مانند خویشاوندی و دوستی نیاز باشد (فخر رازی، ۱۴۲۰ق، ج ۲۱: ص ۵۶۸).

رویکرد معاشرتی محبت، در تعالیم انبیا چنان بوده که بعد از تقویت آگاهی و شناخت افراد عصر خویش، برای تحریک عواطف و گرایش آنان به حق کوشش کرده اند. قرآن کریم، حضرت ابراهیم علیه السلام را الگوی محبت و مدارا، حتی با مخالفانی مانند عموی بت پرستش معرفی می کند. خطاب عاطفی و محترمانه «یا أَبَتِ» (مریم، ۴۴) و دعای «سَلَامٌ عَلَیْكَ» (مریم، ۴۷) هنگام جدایی، نشان دهنده اوج مهرورزی توحیدی ایشان است (جوادی آملی، ۱۳۸۸). رویکرد محبت آمیز حضرت موسی علیه السلام، به جای خشونت کلامی، در برابر ظالم ترین دشمنان برای هدایت او نیز از این قسم است. این موارد، تأثیر اعتقاد به توحید است و اقدامی کاملاً فعال و برآمده از فرایندی فکری و آگاهانه برای مدیریت چنین موقعیت هایی؛ به طوری که فرد آسیبی به خود نزده و طرف مقابل را هم برای انتقام تحریک نکرده است، بلکه شرایطی را برای تفکر مجدد و جلب محبت او فراهم کرده است.

سیره پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم در غذاخوردن با فقیران، مهمان نوازی ایشان و مدارا و مهربانی با مردم (رسولی محلاتی، بی تا، ج ۲: ص ۲۰۴) نیز بیانگر پیوند عاطفی حضرت با دیگران و الگویی کامل برای جامعه است؛ چنان که در آیه ﴿وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ﴾ (انبیا، ۱۰۷) بیان شده است.



بنابراین، اعتقاد به توحید در معاشرت، ضمن تقویت شناخت افراد از طریق محبت، گرایش آنان را به پذیرش حق و رعایت اخلاق اجتماعی تحت تأثیر قرار می‌دهد تا در معاشرت با دیگران، متواضعانه و بدون تکبر رفتار کنند؛ چنان‌که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «لَا يَدْخُلُ الْجَنَّةَ مَنْ كَانَ فِي قَلْبِهِ مِثْقَالُ ذَرَّةٍ مِنْ كِبَرٍ» (حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۳۹۶). چنین کسی اهل عفو و بخشش است؛ چون باور دارد: «وَأَنْ تَعْفُوا أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى» (بقره، ۲۳۷). او اهل همدلی و هم‌دردی است؛ زیرا می‌داند: «مثل المؤمنین فی توادهم وتراحمهم وتعاطفهم مثل الجسد، إذا اشتكى منه عضو، تداعى له سائر الجسد بالسهر والحمى؛ مؤمنان در محبت، رحمت و شفقت به یکدیگر مانند یک پیکرند، اگر عضوی از آن بیمار شود، سایر اعضای بدن، درد و تب می‌کنند» (خرمشاهی و انصاری، ۱۳۷۶، ص ۴۲۶).

افزون بر این، محبت توحیدمحور باعث تقویت سرمایه اجتماعی بر پایه اعتماد و اخوت است تا افراد با پایبندی به اصل «همه انسان‌ها یا برادر دینی‌اند یا برابر در آفرینش»^۱ (نهج البلاغه، ۴۲۷)، نتیجه «دوست‌بدار برای برادرت، آنچه برای خود می‌پسندی»^۲ (نهج البلاغه، ۳۱) را در تعاملات خویش به کار گیرند؛ به همین دلیل، ارتباط فرد موحد با دیگران، رابطه طبیعی اجتماعی صرف نیست، بلکه سرشار از محبت و همدلی و حتی دیدن خدا در مخلوقات است؛ چنان‌که امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «مَنْ زَارَ أَخَاهُ فِي اللَّهِ، قَالَ اللَّهُ عَزَّوَجَلَّ إِيَّايَ زُرْتَ وَتَوَابِكَ عَلَيَّ وَكُنْتُ أَرْضَى لَكَ تَوَاباً دُونَ الْجَنَّةِ؛ هر که برای رضای خدا برادرش را زیارت کند، خداوند متعال می‌فرماید: به زیارت من آمدمی و پاداش تو بر من است و من به پاداشی کمتر از بهشت برای تو راضی نمی‌شوم» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۷۱: ص ۳۴۲).

چنین کسی اهل ایشار است، او رزاقیت خدا را پذیرفته و لذا نواقص ایمانی خود را از طریق عمل صالح بخشش و ایشار در زمان احتیاج جبران می‌کند؛ مانند

۱. «إِنَّمَا أُخِ لَكَ فِي الدِّينِ وَإِنَّمَا نَظِيرُ لَكَ فِي الْخَلْقِ».

۲. «فَأَخْبِ لِعَیْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ وَأَكْرَهُ لَهُ مَا تُكْرَهُ لَهَا».



ایشان انصار مدینه در اوج فقر به مهاجرین (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۹، ص ۲۰۶). این فرد در سطح شناختی به این باور رسیده که در برابر گرفتاری دیگران مسئول است و می‌داند در مسیر کمک به نیازمندان در شرایط سخت، باید وظیفه خود را انجام دهد و نتیجه را به خدا واگذار کند.

این شناخت، گرایش همدلی با دیگران را در او دوجندان می‌کند و محبت و بخشش او، علاوه بر آنکه مایه شادی دیگری می‌شود، برای خودش نیز نشاط‌آور است. این گونه است که محبت، از یک فضیلت فردی فراتر رفته، به سازه‌ای برای تحکیم توحید اجتماعی تبدیل می‌شود. محبت و همدلی توحیدمحور، رویکردی کاربردی و قابل ترویج نیز در جامعه معاصر ایجاد می‌کند:

- در نهاد خانواده: ترویج «منشور اخلاقی خانواده» بر اساس سفارش‌های قرآن و حدیث، با محوریت محبت و احترام متقابل؛

- در محیط‌های کاری: اجرای برنامه‌های «همدلی سازمانی» و «افزایش سرمایه اجتماعی» در شرکت‌ها و ادارات؛

- در عرصه بین‌المللی: ارائه «الگوی دیپلماسی توحیدی» بر پایه عزت، حکمت و مصلحت؛ به گونه‌ای که در عین قاطعیت، با احترام و نرمش همراه باشد.

بنابراین، بُعد کاربردی محبت در جامعه امروز بر پایه اعتماد و اخوت است. زمانی که محبت، منشأ الهی داشته باشد، پایدار، عام و بی‌شائبه است و به دوستان و خویشاوندان محدود نمی‌شود.

این امر به کاهش فاصله‌های طبقاتی، نژادی و مذهبی و تقویت روحیه گذشت و فداکاری در جامعه منجر می‌گردد.

الگوی عملی این مفهوم را می‌توان در ایجاد نهادهای خیریه و مردمی برخاسته از انگیزه‌های الهی، ترویج فرهنگ عیادت از بیماران و تنهاییان و گسترش روحیه صلح و مدارا با غیرهم‌کیشان نیز جست‌وجو کرد.



۳.۲. رویکرد قرآن کریم به تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی در سطح کنشی با تکیه

بر تعالیم انبیا

کنش، کردار است (دهخدا، ۱۳۷۷، مدخل کنش) و در عربی «فعل» و کنایه از هر عملی است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۱۱: ص ۵۲۸). در پژوهش حاضر، انجام دادن فعل، کنش اخلاقی است که متشکل از عناصر درونی یعنی نیت و انگیزه الهی (حسن فاعلی) و عناصر بیرونی یعنی عمل صالح (حسن فعلی) است؛ لذا هریک به تنهایی، کنش اخلاقی نیست. در واقع، سطح کنشی، تجسم عینی و عملی بینش و عاطفه حاصل از سطح شناختی و عاطفی در قالب رفتارهای اجتماعی، و نمود عینی توحید در جامعه است.

بر اساس آیات قرآن کریم و تعالیم انبیا، کنش اخلاقی برخاسته از جهان‌بینی توحیدی است و می‌توان آن را بر پایه سه رکن، نیت و اخلاص^۱، عمل صالح (التزام عمل به احکام)^۲ و توجه به نتیجه اخروی عمل^۳ تعریف کرد. دو سطح شناختی و عاطفی در اخلاق معاشرت، تنها به تقویت شناخت، در ارتباط با جوانب آن و ایجاد زمینه گرایش به انجام آن در فرد می‌پردازند؛ ولی وقتی سخن از سطح کنشی اخلاق معاشرت اجتماعی است، محور آن، روابط اجتماعی انسان با دیگران است؛ زیرا اجتماعی زیستن، به عنوان یک فعل اختیاری، موضوعی اخلاقی است (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۲، ج ۳: ص ۲۷). صرفاً اجتماعی زیستن، ارزش ذاتی ندارد، بلکه گرایش به این زندگی به سبب وجود عواملی چون غریزه، عواطف و عوامل عقلی است (مصباح‌یزدی، ۱۳۹۲، ج ۳: صص ۳۰-۳۱) و اگر سه رکن ذکر شده در تعریف را داشته باشد، دارای ارزش است.

بنابراین، اعتقاد به توحید، پس از عبور از دو سطح شناختی و عاطفی، با تأثیر مستقیم باور و گرایش بر تعاملات انسانی، فرد را به عالی‌ترین سطح فرایند اخلاق معاشرت (یعنی رفتار توأم با آگاهی و گرایش توحیدی) می‌رساند.

۱. «مُخْلِصِينَ» (بینه، ۵)، «لِيُؤْجِهَ اللَّهُ» (انسان، ۹).

۲. «أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَلَا تُبْطِلُوا أَعْمَالَكُمْ» (محمد، ۳۳).

۳. «وَلَنَجْزِيَنَّهُمْ أَجْرَهُمْ» (نحل، ۹۷).



در این پژوهش، با استناد به آیات قرآن کریم و با تکیه بر تعالیم انبیای الهی، تجلی توحید در اخلاق معاشرت اجتماعی در سطح کنشی، از بین کنش‌های متعدد، تنها سه محور مسئولیت‌پذیری، عدالت و انصاف، و صبر و بردباری به‌عنوان کنش‌های شاخص‌تر بیان شده است:

۲.۳.۱. پابندی به مسئولیت‌پذیری

مسئولیت یعنی آنچه انسان، عهده‌دار و مسئول آن باشد (معین، ۱۳۸۱، مدخل مسئولیت). اعتقاد به توحید، انسان دارای کرامت را خلیفه خدا در زمین معرفی می‌کند. او در قبال خود، دیگران و جامعه مسئول است. قرآن کریم، حضرت یوسف عَلَيْهِ السَّلَام را با صفات «مَکِينٌ امِينٌ» و «حَفِیْظٌ عَلِیْمٌ» (یوسف، ۵۴-۵۵) معرفی می‌کند که نشانه امانت‌داری و مسئولیت‌پذیری ایشان در بالاترین مقام اجرایی است. ایشان در اوج قدرت، اموال مردم را حفظ می‌کند و به فکر تأمین اجتماعی، در دوران قحطی است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱: ص ۲۰۰)؛ زیرا امانت، سرمایه اصلی جامعه انسانی و علت ارتباط مردم با یکدیگر و انضباط در معیشت و آخرت آن‌هاست (مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، ج ۳: ص ۱۷۴). همچنین، سیره پیامبر صَلَّى اللّٰهُ عَلَیْهِ وَاٰلِهٖ وَسَلَّمَ در بازگرداندن امانت‌های مشرکان مکه، قبل از هجرت به مدینه، نمونه بی‌بدیل مسئولیت‌پذیری اجتماعی است (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۹: ص ۱۰۷). در این حالت، مسئولیت‌پذیری، یک تکلیف خشک اخلاقی محسوب نمی‌شود، بلکه سلوکی معنوی است که روابط انسان‌ها را به عبادتی پویا و پرثمر تبدیل می‌کند.

مسئولیت‌پذیری در فرد موحد نیز از شناخت توحید و عواطف انسانی سرچشمه می‌گیرد و در قالب رفتارهای هدفمند و اخلاقی متبلور می‌شود؛ زیرا او را از یک فرد منحصرأ وظیفه‌شناس یا قانون‌مدار متمایز می‌کند. او معتقد است خداوند به مسئولیت‌هایش جهت می‌دهد. کار کردن برای او نه فقط راه کسب درآمد، بلکه تکلیف الهی است. صداقت در معامله را نه فقط برای جلب اعتماد مشتری، بلکه اطاعت از فرمان خدا می‌بیند که: ﴿وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيزَانَ﴾ (انعام، ۱۵۲). کمک به دیگران را نه برای خودنمایی، بلکه



برای جلب رضایت خدا انجام می‌دهد؛ زیرا: ﴿وَمَا أَنْفَقْتُمْ مِّنْ شَيْءٍ فَهُوَ يُخْلِفُهُ﴾ (سبأ، ۳۹).

در این حالت، حتی اگر دیگران از او قدردانی نکنند و نتیجه مطلوب به دست نیاید، دل‌سرد نمی‌شود؛ زیرا رضایت خدا را ملاک قرار داده است. پابندی به مسئولیت‌پذیری، یک رویکرد کاربردی قابل ترویج در جامعه معاصر ایجاد می‌کند:

- در نظام حکمرانی: نهادینه کردن فرهنگ «پاسخ‌گویی و شفافیت» در تمام سطوح مدیریتی بر اساس الگوی قرآنی «امین بودن»؛
- در مشاغل مختلف: طراحی «منشور اخلاق حرفه‌ای» برای هر شغل (از پزشکی تا رانندگی) با استناد به آیات و روایات مربوط به امانت‌داری؛
- در اجتماع محلی: راه‌اندازی «پویش‌های مردمی مسئولیت‌پذیری» مانند «همسایه مهربان» یا «محله امانت».

فرد معتقد می‌داند مسئولیت‌پذیری در دنیای امروز ممکن است خسته‌کننده و طاقت‌فرسا باشد؛ اما چون در کنار تلاش بسیار، به خدا توکل می‌کند، نتیجه را نیز به او می‌سپارد. حتی با وجود شکست، دچار اضطراب و ترس نمی‌شود: ﴿وَمَنْ يَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ فَهُوَ حَسْبُهُ﴾ (طلاق، ۳) و در شرایطی که احساس مسئولیت او ضعیف شود، شناخت حاصل از اعتقادش به نظارت خدا، احساس و وجدان اخلاقی او را تقویت می‌کند. این نظارت، نظارت مبتنی بر آگاهی و حضور است، نه ترس و مؤاخذه؛ از این‌رو، مسئولیت‌پذیری او در خلوت و جلوت یکسان است و اگر در مسئولیت خود کوتاهی کند، مسیر توبه را برای خود باز می‌داند.^۱ درحالی‌که برای فرد غیرمعتقد، مسئولیت‌پذیری صرفاً یک قرارداد اجتماعی یا ویژگی شخصیتی است و اگر قانون و نظارتی در کار نباشد به راحتی نقض می‌شود؛ از این‌رو، همیشگی و دارای نظارت تقوایی نیست و امکان خیانت در شرایط خاص، مانند خلوت و نبود نظارت مادی (مثل دوربین، پلیس، مدیر و ناظر) در آن وجود دارد.

۱. ﴿إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا﴾ (زمر، ۵۳).



۲.۳.۲. پایبندی به عدالت و انصاف

عدالت یعنی برابری (ابن فارس، ۱۳۸۷، ج ۴: ص ۲۴۶) و دادن حق به صاحبان حق (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ۲۳۶) و حق، چیزی است که باید به صاحب حق داده شود؛ پس عدالت واجب است (مصباح یزدی، ۱۳۹۲، ج ۳: ص ۱۲۹).

شکل گیری زندگی اجتماعی از یک سو، منوط به دستیابی همه افراد به مصالح مادی و معنوی خود است و از سوی دیگر، قوام حقیقت حیات انسانی به شاخص عدالت است. عدالت، عام ترین مفهوم و قطعی ترین ارزش در زمینه اخلاق اجتماعی است و انکار ارزش آن، به انکار اصالت اخلاق برمی گردد (ر.ک: مصباح یزدی، ۱۳۸۰، ج ۳: صص ۴۳-۱۲۱)؛ تا جایی که عدالت و انصاف در معاشرت، نتیجه طبیعی باور به توحید معرفی می شود (طوسی، ۱۴۱۳ق، ج ۱: ص ۹۵).

زندگی افراد در جوامع بشری ظاهراً شکل یکسانی دارد و موحد و مشرک در پی تأمین نیازهای مادی خویش هستند؛ اما دو نوع نگرش کاملاً متفاوت در بین آنها حکم فرماست که روش ها را تغییر می دهد و اهداف زندگی افراد و حاکمان را در حیات اجتماعی متفاوت می کند. نگرش گروهی، توحیدی و نگرش عده ای مشرکانه است (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۰).

بینش و نگرش فرد معتقد به توحید، در برابری و دادن حق دیگران، توحیدی شده است؛ از این رو، با انگیزه توحیدی به احقاق حقوق دیگران در عمل می پردازد. عدالت ورزی او در نظام تکوین ریشه دارد و اساساً با حقیقت و اراده الهی شکل گرفته است: «بِالْعَدْلِ قَامَتِ السَّمَوَاتُ وَالْأَرْضُ» (ابن ابی جمهور، ۱۴۰۵ق، ج ۴: ص ۱۰۳) و مبنای آن یگانگی خدا و هدف آن تحقق برابری بر اساس دستورات خداوند و در نهایت، بندگی و قرب الهی است.

بر اساس آیه: ﴿إِنَّ اللَّهَ يُأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ﴾ (نحل، ۹۰)، اعتقاد به توحید در سه شکل برای فرد تجلی پیدا می کند: در نگاه که همه انسان ها به یک چشم، فارغ از

تفاوت‌های ظاهری دیده شوند (شوری، ۱۵؛ اعراف، ۲۹)؛ در گفتار که پرهیز از هرگونه تبعیض و پیش‌داوری در کلام است (انعام، ۱۵۲) و در رفتار که رعایت حقوق دیگران در عمل است (نساء، ۵۸؛ حجرات، ۹؛ بقره، ۲۸۲). به همین دلیل، نادیده گرفتن قسط و عدل، مخالفت با نظام طبیعی و اهمیت دادن به آن، هماهنگی با نظام هستی است.

با این نگاه، رعایت عدالت در معاشرت توحیدمحور، به حیطة زندگی اجتماعی مسلمانان محدود نمی‌شود و آنان باید با نامسلمانانی که به آن‌ها ستم نکرده‌اند، از هر نژاد و مذهب با عدالت رفتار کنند (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۱۹۴)؛ زیرا رعایت احکام و دستورات الهی که امری ثابت است، ملاک تشخیص عدالت است. تنها دلیل آن هم ارتباط عدل الهی از یک سو، با اصل ایمان به خدا و از سوی دیگر، با موضوع معاد و پاداش و جزاست؛ بدین ترتیب، بازتاب این اصل در مسائل اخلاقی قابل انکار نیست (مطهری، ۱۳۷۷، ص ۹).

در مقابل، عدالت غیر توحیدی (به عنوان فضیلت اجتماعی)، اصلی است که با تفکر لیبرالی غرب تناسب دارد و بر مبنای نظریه اخلاقی فلسفی (هیوم، میل، استورات و آدام اسمیت) تحت تأثیر منفعت گرایی است که توانسته در زمینه عدالت و ساختار اجتماعی تأثیرگذار باشد (ر.ک: رالز، ۱۳۸۶، صص ۹-۴۹)؛ لذا مبنای آن، مادی گرایی و انسان گرایی و هدف آن، رفاه دنیوی و برابری مادی، بدون توجه به جنبه معنوی آن است و به تناسب شرایط، نسبی و متغیر است.

تجلی اصل عدالت در تعالیم انبیا با هدف بعثت آنان هم سو است: ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا... لِيُقِيمُوا النَّاسَ بِالْقِسْطِ﴾ (حدید، ۲۵). حضرت شعیب علیه السلام با امر به رعایت کیل و وزن و نهی از کم فروشی، قیام برای رعایت عدالت اقتصادی را تکلیف عمومی قرار داد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۰، ص ۳۶۲) و فرمود: ﴿وَيَا قَوْمِ أَوْفُوا الْمِكْيَالَ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ﴾ (هود، ۸۵). از حضرت موسی علیه السلام به عنوان نماد مبارزه با بت‌های مادی نظیر گوساله سامری (طه، ۸۸؛ بقره، ۵۴) و ثروت فرعون (قصص، ۴)، و بت‌های اجتماعی نظیر نظام‌های طبقاتی، ظلم و بی عدالتی فرعون یاد شده است



(حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۷، ص ۳۴۹). قانون قصاص که آن حضرت برای بنی اسرائیل آورد^۱ و نفی نژادپرستی و دفاع از مظلوم (در ماجرای دفاع از مرد مستضعف بنی اسرائیلی در مقابل مرد قبطی قوم فرعون^۲) نشان‌دهنده بینش و گرایش ظلم‌ستیزی توحیدی و عدالت‌محوری حضرت در همه معضلاتی است که طی مسیر هدایت الهی دامن گیر ایشان شد. پایبندی به عدالت و انصاف، یک رویکرد کاربردی قابل ترویج در جامعه معاصر ایجاد می‌کند:

– در نظام قضایی: تلاش برای «عیب‌یابی و اصلاح قوانین» به‌منظور کاهش شکاف میان عدالت قضایی و عدالت اجتماعی؛
– در رسانه و هنر: تولید آثار هنری فاخر که «قیام برای قسط» را به‌عنوان یک ارزش دینی و ملی به تصویر بکشد؛
– در کنش اجتماعی: حمایت از «نهادهای مردمی نظارت بر عدالت» که به‌صورت مسالمت‌آمیز بر عملکرد نهادهای حاکمیتی نظارت دارند.
بنابراین، پایبندی به عدالت و انصاف، جزو محور کنشی و رفتاری اخلاق معاشرت توحیدی است. در جامعه امروز که با معضلاتی مانند شکاف طبقاتی، تبعیض و انتشار اخبار کذب در فضای مجازی روبه‌روست، بازتعریف عدالت، به‌عنوان یک برنامه عمل فردی و اجتماعی، ضرورتی انکارناپذیر است. راهکارهای مبارزاتی انبیا، مسیرهای عملی برای تبدیل این اصل دینی به رفتارهایی ملموس در جهان مدرن هستند.

۳.۲.۳. صبر و بردباری

صبر، بازداشتن نفس (ابن فارس، ۱۳۸۷، ج ۳، ص ۳۲۹) و خوشتن‌داری هنگام سختی‌هاست (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۴۷۴). استقامتی است در قلب که موجب می‌شود انسان

۱. ﴿وَكُتِبَتْ عَلَيْهِمْ فِيهَا أَنَّ النَّفْسَ بِالنَّفْسِ﴾ (مانده، ۴۵).

۲. ﴿فَوَكَزَهُ مُوسَى فَقَضَى عَلَيْهِ﴾ (قصص، ۱۵).



بتواند کنترل نفس خود را به دست گیرد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۱، ص ۱۴۱). قرآن کریم صبر را ایمان و عمل می‌داند. در اجتماع که تعارض منافع، تفاوت‌ها و آزارها وجود دارد، بدون صبر، پابندی به اصول اخلاق توحیدی ناممکن است. فضیلتی که جایگاه آن به منزله سر برای بدن است؛ امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «الصَّبْرُ فِي الْأُمُورِ بِمَنْزِلَةِ الرَّأْسِ مِنَ الْجَسَدِ» (مجلسی، ۱۳۶۲، ج ۷۴، ص ۶۸). استعانت از صبر، فرمان خدای متعال است: ﴿وَاسْتَعِينُوا بِالصَّبْرِ﴾ (بقره، ۴۵). اهمیت صبر فقط به خاطر رفع دشواری‌های زندگی نیست، بلکه به علّت صبغه توحیدی آن است؛ به نظر آیت‌الله جوادی آملی:

انسان صابر، سختی حادثه را از این جهت تحمل می‌کند که مدیر و مدبّر جهان بر اساس نظام احسن عمل می‌کند و سمت افعال خدا به سود مجموع است، نه جمیع؛ گاهی مصلحت شخص سانحه‌زده هماهنگ با مصلحت مجموع نظام است و زمانی نیست. صابر با بینش توحیدی، مصلحت شخصی خویش را قربانی مصلحت عمومی نظام آفرینش می‌کند؛ از این رو، صبر به منزله سر پیکر ایمان است (جوادی آملی، ۱۳۷۵، ج ۴، ص ۱۹۳). فرد موحد می‌داند فقیر محض است و تنها راه تقرب به خدا، اطاعت از اوست که صبر، مصداق آن است (جوادی آملی، ۱۳۷۵، ج ۴، ص ۱۶۲). عالی‌ترین مصداق صبر، پاسخ نیک دادن به بدی است: ﴿السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِأَتْيِي هِيَ أَحْسَنُ﴾ (مؤمنون، ۹۶).

انبیای الهی، به استناد آیه ﴿فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ﴾ (هود، ۱۱۲)، مصداق اتم این فضیلت هستند. قرآن کریم بارها از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌خواهد به صبر پیامبران اولوالعزم اقتدا کنند: ﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُوا الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ وَلَا تَسْتَعْجِلْ لَهُمْ﴾ (احقاف، ۳۵)؛ دستور به صبر در برابر اعتراضات و گفته‌های مشرکان درباره مبدء از نمونه‌های آن است: ﴿فَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ﴾ (ق، ۳۹) (جوادی آملی، ۱۳۹۵).

صبر حضرت ایوب علیه السلام در برابر ابتلائات^۱ (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ج ۱۷، ص ۲۱۱)، صبر حضرت یوسف علیه السلام بر آزار و زندان، صبر حضرت موسی علیه السلام بر ناسپاسی قوم بنی اسرائیل

۱. ﴿إِنَّا وَجَدْنَاهُ صَابِرًا﴾ (ص، ۴۴).



و صبر انبیایی چون اسماعیل، ادریس و ذوالکفل علیهم السلام در برابر محنت‌های بزرگ و بلاها، نمونه‌های شاخصی در همراهی صبر و اطاعت است که قطعاً جزو رفتار توحیدی آنان بوده است (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۷، ص ۹۴).

باور به توحید، این ینش را ایجاد می‌کند که در اجتماع پیچیده امروز، صبر و استقامت به‌عنوان کلیدی‌ترین فضیلت اخلاقی عمل می‌کند و زمینه‌ساز فضایل اخلاقی دیگر است و اعتقاد توحیدی را به گرایش و اخلاق اجتماعی به‌عنوان کنش ناشی از آن، تبدیل می‌کند. با این بیان، محور صبر، یک انتخاب آگاهانه، در مقابل واکنش نادرست است. صبر و بردباری، رویکردی کاربردی قابل ترویج در جامعه معاصر ایجاد می‌کند:

- در حوزه سلامت روان: ترویج «مهارت صبر» به‌عنوان یک راهبرد مقابله‌ای سالم در برابر بحران‌های زندگی، در قالب کارگاه‌های آموزشی؛

- در عرصه علمی و فناوری: ترویج فرهنگ «صبر و استقامت برای دستیابی به فناوری‌های راهبردی» و دوری از شتاب‌زدگی؛

- در گفتمان اجتماعی: تبدیل صبر از یک فضیلت منفعلانه به یک «قدرت فعال و راهبردی» برای پیشبرد اهداف کلان جامعه.

بنابراین، تعالیم انبیا صبر را عاملی برای تداوم رسالت و تحکیم پیوندهای اجتماعی نشان می‌دهد. در جامعه معاصر که با شتاب‌زدگی و تحریک‌پذیری روبه‌روست، بازیابی تعریف صبر، به‌عنوان یک قدرت کنشی و هوشمندانه، ضرورتی انکارناپذیر است؛ به همین دلیل، نیک‌اندیشی در امور، تقویت روابط اجتماعی و حل اختلافات را جایگزین توهین، تحقیر، تمسخر و خشونت کلامی می‌کند.

راهکارهای انبیا در موقعیت‌های متفاوت، مسیرهای عملی برای تبدیل این اصل دینی به رفتارهایی صحیح در جهان مدرن هستند.

نتیجه گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد توحید به عنوان یک نظام معنابخش، تنها به عرصه فردی محدود نیست و بالذات دارای پیامدهای اجتماعی عمیق است. یک الگوی ارتباط اجتماعی در صورتی موفق است که با ساختار فطری توحیدی انسان هم‌سو باشد. بعثت انبیا تنها الگوی فطری مناسب با این ساختار است؛ زیرا توحید، به عنوان مؤلفه اصلی دعوت انبیا، نقش مهمی در معاشرت اجتماعی آنان داشته است. تجلی توحید در اخلاق معاشرت در قالب یک فرایند سه سطحی (شناخت، عاطفه، کنش) صورت می‌پذیرد. این سه سطح، ارکان تحقق توحید در اجتماع هستند. جامعه‌ای که در آن کرامت ذاتی انسان‌ها مبنای قوانین است، عدالت‌مدار است. محبت الهی محرک او برای بروز محبت و همدلی با دیگران است. مسئولیت‌پذیری در برابر خدا، ضامن اجرای حقوق دیگران است و توکل، پشتوانه مبارزه با ظلم است که باید با صبر و استقامت همراه شود.

این پژوهش، یک الگوی عملیاتی برای خانواده‌ها، نظام‌های آموزشی و نهادهای فرهنگی ارائه می‌دهد تا با تمرکز هم‌زمان بر این سه سطح، نسلی را تربیت کنند که رفتار اجتماعی آنان، برآمده از عاطفه‌ای الهی و بینشی توحیدی باشد و روابط اجتماعی سالم و بهتری را در تعامل با دیگران داشته باشند. انجام پژوهش‌های میدانی و پیمایشی برای عملیاتی‌سازی مدل سه‌بعدی ارائه‌شده و تبدیل آن به شاخص‌های کمی، مانند طراحی پرسش‌نامه‌ای که سطح «عدالت‌ورزی به قصد قربت» یا «میزان مسئولیت‌پذیری اجتماعی با انگیزه دینی» را در یک جامعه نمونه بسنجد، ضروری به نظر می‌رسد.

فهرست منابع

* قرآن کریم.

* نهج البلاغه (صبحی صالح).

ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین. (۱۴۰۵ق). عوالی اللثالی الغریزیه فی الاحادیث الدینیة.

قم: مطبعة سید الشهدا علی شایسته.

ابن فارس، احمد. (۱۳۸۷). معجم المقایس اللغة. قم: پژوهشکده حوزه و دانشگاه.

ابن کثیر، اسماعیل. (۱۴۱۹ق). تفسیر القرآن العظیم (محقق: محمد حسین شمس الدین).

بیروت: دار الکتب العلمیه.

ابن منظور، محمد. (۱۴۱۴ق). لسان العرب (چاپ سوم). بیروت: دار صادر.

انصاریان، حسین. (بی تا). تفسیر حکیم. قم: دار العرفان.

پژوهشکده تحقیقات اسلامی سپاه پاسداران انقلاب اسلامی. (۱۳۸۷). معارف قرآن (چاپ

چهارم). تهران: اداره آموزش عقیدتی سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه.

تمیمی آمدی، عبد الواحد. (۱۳۶۶). تصنیف غرر الحکم و درر الکلم. قم: دفتر

تبلیغات اسلامی.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۵). تفسیر تسنیم (چاپ سوم). قم: اسراء.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۸۸). دروس تفسیر (تفسیر سوره مریم، جلسه ۲۶)، در: وبگاه بنیاد

بین المللی علوم و حیانی اسراء (<https://esra.ir>).

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۰). جامعه در قرآن (چاپ سوم). قم: اسراء.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۵). دروس تفسیر (تفسیر سوره ق، جلسه ۱۸)، در: وبگاه بنیاد

بین المللی علوم و حیانی اسراء (<https://esra.ir>).

حاجی رحیمی، طاهره؛ محیطی اردکانی، علی. (۱۴۰۱). تأثیر اعتقاد به توحید در خالقیت بر

اخلاق اجتماعی از منظر علامه مصباح یزدی. فصلنامه پژوهش نامه اخلاق، ۱۵ (۵۸)،

صص ۱۱۷-۱۳۴.





- حرانی، ابن شعبه. (۱۴۰۴ق). تحف العقول عن آل الرسول ﷺ (چاپ دوم). قم: جامعه مدرسین.
- حسینی خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۷). طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن (چاپ شانزدهم). تهران: انتشارات مؤسسه ایمان جهادی.
- حسینی همدانی، سید محمد. (۱۴۰۴ق). انوار درخشان (محقق: محمدباقر بهبودی). تهران: کتاب فروشی لطفی.
- حلبی، علی اصغر. (۱۳۶۶). دانشنامه عمومی. تهران: انتشارات مؤسسه پیک و ترجمه و نشر.
- خرمشاهی، بهاء‌الدین؛ انصاری، مسعود. (۱۳۷۶). پیام پیامبر. تهران: منفرد.
- خوانساری، جمال‌الدین. (۱۳۶۶). شرح بر غرر الحکم. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). لغت‌نامه (چاپ دوم). تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (۱۴۱۲ق). مفردات ألفاظ القرآن. لبنان، سوریه: دار العلم، الدار الشامیه.
- رالز، جان. (۱۳۸۶). از نظریه عدالت تا لیبرالیسم سیاسی (مترجم: احمد واعظی، چاپ دوم)، قم: بوستان کتاب.
- رسولی محلاتی، سید هاشم. (بی‌تا). ارشاد (چاپ دوم). تهران: اسلامیه.
- سیوطی، عبدالرحمان. (۱۴۰۴ق). الدر المنثور فی تفسیر المأثور. قم: کتابخانه مرعشی نجفی.
- صدوق، محمد بن علی. (۱۳۷۸ق). عیون أخبار الرضا ﷺ. تهران: جهان.
- طباطبایی، سید محمد حسین. (۱۴۱۷ق). المیزان فی تفسیر القرآن (چاپ دوم-پنجم). قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، اسماعیلیان.
- طبرسی، رضی‌الدین. (بی‌تا). مکارم الاخلاق (محقق: محمد الحسین الاعلمی). بی‌جا: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
- طبرسی، فضل. (۱۳۷۲). مجمع البیان فی تفسیر القرآن (محقق: محمدجواد بلاغی، چاپ سوم). تهران: ناصر خسرو.
- طبری، محمد. (۱۴۱۲ق). جامع البیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار المعرفة.



- طوسی، نصیرالدین. (۱۴۱۳ق). *اخلاق ناصری*. تهران: انتشارات علمیه اسلامیة.
- فخر رازی، محمد. (۱۴۲۰ق). *مفاتیح الغیب* (چاپ سوم). بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- فراهیدی، خلیل. (۱۴۰۹ق). *العین* (چاپ دوم). قم: هجرت.
- فیض کاشانی، محمد. (۱۴۱۵ق). *تفسیر صافی*. تهران: الصدر.
- فیومی، احمد. (بی تا). *المصباح المنیر فی غریب الشرح الکبیر للرافعی*. بیروت: مکتبه العلمیة.
- کاویانی، محمد؛ پناهی، علی احمد. (۱۳۹۵). *روان شناسی در قرآن* (چاپ ششم). قم: انتشارات حوزه و دانشگاه.
- مجتبوی، سید جلال الدین. (۱۳۷۷). *علم اخلاق اسلامی (ترجمه جامع السعادات)* (چاپ چهارم). تهران: حکمت.
- مجلسی، محمدباقر. (۱۳۶۲). *بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار*. بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- محمود، عبدالحلیم. (بی تا). *فی رحاب الـکون مع الانبیاء و الرسل* (چاپ سوم). بی جا: دار المعارف.
- مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۰). *فلسفه اخلاق* (محقق: احمد حسین شریفی). قم: مؤسسه انتشارات امیر کبیر.
- مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۸۲). *اخلاق در قرآن*. قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
- مصباح یزدی، محمدتقی. (۱۳۹۲). *اخلاق در قرآن* (چاپ دوم). قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۷۷). *زندگی جاوید و حیات اخروی*. تهران: صدرا.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۹۲). *آزادی معنوی* (چاپ پنجاه و هشتم). تهران: صدرا.
- معین، محمد. (۱۳۸۱). *فرهنگ فارسی*. تهران: فردوس.
- مغنیه، محمدجواد. (۱۴۲۴ق). *تفسیر الکاشف*. تهران: دار الکتب الإسلامیة.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۷). اخلاق در قرآن. قم: مدرسه الامام علی بن ابی طالب علیه السلام.
نراقی، احمد. (۱۳۷۷). معراج السعادة (چاپ پنجم). قم: هجرت.
نصرتی، شعبان. (۱۳۹۶). معنانشناسی قلب در قرآن. قم: فروغ فردا.





An Analysis of the Ethical Challenges of Triage: A Natural Law Perspective Against Utilitarian Approaches*

Sayyede Fatemeh Zahra Mohri¹  Sayyed Ahmad Fazeli² 

1-PhD student in Moral Philosophy, University of Qom, Qom, Iran
fz.mohri@stu.qom.ac.ir (corresponding author)

2-Associate Professor, Department of Moral Philosophy, University of Qom, Qom, Iran.
ahmad.fazeli@qom.ac.ir



Abstract

Triage in clinical medicine is commonly defined as the process of prioritizing patients when resources are scarce—a process typically interpreted through the lens of maximizing outcomes. This article, employing a philosophical–analytical approach, challenges the prevailing assumption and argues that the normative logic of triage is not necessarily reducible to utilitarianism. The methodology draws on conceptual analysis, examination of core principles in bioethics, and normative interpretation of standard decision-making scenarios in emergency settings. The findings indicate that the internal structure of triage aligns more closely with natural law theory. This is because triage decisions consider not only clinical outcomes (such as the probability of survival) but also the clinician’s intention, the moral limits of action, and the intrinsic value of human life. Case-based

*Cite this article: Mohri. F.Z. Fazeli. A(2026). An Analysis of the Ethical Challenges of Triage:A Natural Law Perspective Against Utilitarian Approaches. Journal in Applied Ethics Studies, 4(82), 45-71.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.71722.2039>.

▣ **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

▣**Received:**2025/ 05/14 •**Revised:** 2025/ 11/ 22 •**Accepted:**2025/11/ 2 •**Published online:**2026/ 02/ 14

analysis of difficult triage decisions shows that many of them can be coherently explained only through the principle of double effect, which distinguishes between intended harms and unavoidable side-effects in moral evaluation. The study concludes that triage can be interpreted consistently within a natural-law framework—a perspective that highlights the need to revise policy guidelines and clinical-ethics training to enhance both theoretical coherence and practical decision-making in crisis conditions.

Keywords

Triage; moral decision-making; natural law; utilitarianism; clinical ethics; principle of double effect.



دراسة الإشكاليات الأخلاقية في الفرز الطبي تركيزاً على نظرية القانون الطبيعي مقابل النفعية*

سيده فاطمه زهرا مهري آدراني^١ سيداحمد فاضلي^٢

١- طالبة الدكتوراه في قسم فلسفة الأخلاق، جامعة قم، قم، إيران (الكاتبة المسؤولة)

fz.mohri@stu.qom.ac.ir

٢- أستاذ مشارك في قسم فلسفة الأخلاق، جامعة قم، قم، إيران

ahmad.fazeli@qom.ac.ir

الملخص

يطلق الفرز الطبي أو الترياج في الطب، على عملية تقييم وتصنيف حالة المرضى في الظروف الطارئة، وهي عملية غالباً ما تفسّر ضمن نموذج معياري، يقوم على تعظيم المنافع والتناج. تأسيساً على ذلك، فتتوخى هذه الورقة البحثية، من خلال المقاربة التحليلية - الفلسفية، مساءلة هذا الافتراض السائد، واستكشاف أن البنية المعيارية في الترياج لا يقتصر بالضرورة على النفعية. تعتمد منهجية الدراسة على التحليل المفهومي وتقصّي مبادئ الأخلاقيات الحيوية،

* **الاستناد إلى هذه المقالة:** مهري آدراني، سيده فاطمه زهرا، فاضلي، سيداحمد (٢٠٢٤). دراسة الإشكاليات الأخلاقية في الفرز الطبي

تركيزاً على نظرية القانون الطبيعي مقابل النفعية. دراسات في الأخلاق التطبيقية، ٤ (٨٢)، صص ٤٥-٧١.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.71722.2039>.

□ نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلفون

□ تاريخ الاستلام: ۲۰۲۵/۰۵/۱۴ • تاريخ التعديل: ۲۰۲۵/۱۱/۲۲ • تاريخ القبول: ۲۰۲۵/۱۱/۲۳ • تاريخ الإصدار: ۲۰۲۶/۰۲/۱۴

مع التفسير المعياري لنماذج قياسية لاتخاذ القرار في الظروف الحرجة. تظهر النتائج أن الهيكل الداخلي للترياج يتوافق بدرجة أكبر مع مبادئ القانون الطبيعي؛ إذ إن هذا الأسلوب العلمي يهتمّ ليس فقط بنتائج العلاج كاحتمال البقاء، بل أيضا بالنية السريرية للطبيب والحدود الأخلاقية للفعل والقيمة الجوهرية للحياة الإنسانية. فإن التحليل القائم على الحالات للقرارات الصعبة في الترياج يكشف عن أن عددا كثيرا من هذه القرارات لا يتم تفسيرها إلا بالاعتماد على مبدأ الأثر المزدوج الذي يؤكد على ضرورة التمييز بين الفعل المقصود والنتائج غير المقصودة في سياق التقويم الأخلاقي. فتبيّن أيضا أن الترياج يمكن تفسيره بصورة متماسكة في إطار نظرية القانون الطبيعي، الأمر الذي يبرز الحاجة إلى إعادة النظر في صناعة السياسات العامة وتعليم الأخلاقيات السريرية، لتعزيز الاتساق النظري والعملي لعملية اتخاذ القرار في حالات الطوارئ.

الكلمات المفتاحية

الفرز الطبي أو الترياج، اتخاذ القرار الأخلاقي، القانون الطبيعي، النفعية، الأخلاق السريرية، مبدأ الأثر المزدوج.





بررسی مسائل اخلاقی تریاژ با تکیه بر نظریه قانون طبیعی در برابر فایده‌گرایی*

سیده فاطمه زهرا مهری آدریانی^۱ سیداحمد فاضلی^۲

۱- دانشجوی دکتری فلسفه اخلاق، دانشگاه قم، قم، ایران (نویسنده مسئول)

fz.mohri@stu.qom.ac.ir

۲- دانشیار گروه فلسفه اخلاق، دانشگاه قم، قم، ایران

ahmad.fazeli@qom.ac.ir

چکیده

تریاژ در پزشکی، به فرایند اولویت‌بندی بیماران در شرایط کمبود منابع، گفته می‌شود؛ فرایندی که معمولاً با رویکردی مبتنی بر بیشینه‌سازی پیامدها تفسیر می‌شود. این مقاله، با رویکرد تحلیلی فلسفی، پرسشی درباره این فرض متداول مطرح می‌کند و نشان می‌دهد منطق هنجاری تریاژ الزاماً به فایده‌گرایی تقلیل‌پذیر نیست. روش پژوهش مبتنی بر تحلیل مفهومی، واکاوی اصول اخلاق زیستی، و تفسیر هنجاری نمونه‌های استاندارد تصمیم‌گیری

* **استناد به این مقاله:** مهری آدریانی، سیده فاطمه زهرا، فاضلی، سیداحمد (۱۴۰۴). بررسی مسائل اخلاقی تریاژ با تکیه بر نظریه قانون طبیعی در برابر فایده‌گرایی. مطالعات اخلاق کاربردی، ۴(۸۲)، صص ۴۵-۷۱.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.71722.2039>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۲۴ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۹/۰۱ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵



در شرایط بحرانی است. یافته‌ها نشان می‌دهد ساختار درونی تریاژ با اصول قانون طبیعی هم‌خوانی بیشتری دارد؛ زیرا این نظام نه تنها به پیامدهای درمان (مانند احتمال بقا) توجه می‌کند، بلکه نیت بالینی پزشک، محدودیت‌های عمل و ارزش ذاتی حیات را جزء مؤلفه‌های تصمیم‌گیری می‌داند. تحلیل موردی تصمیمات دشوار در تریاژ آشکار می‌سازد که بسیاری از این تصمیمات تنها با اتکا بر اصل اثر مضاعف قابل تبیین‌اند؛ اصلی که تمایز میان عمد و پیامد ناگزیر را برای ارزیابی اخلاقی ضروری می‌سازد. نتیجه پژوهش آن است که تریاژ را می‌توان به نحوی منسجم در چهارچوب قانون طبیعی تفسیر کرد؛ تفسیری که لزوم بازنگری در سیاست‌گذاری‌ها و آموزش اخلاق بالینی را برای ارتقای انسجام نظری و عملی تصمیم‌گیری در شرایط اضطراری برجسته می‌کند.

کلیدواژه‌ها

تریاز، تصمیم‌گیری اخلاقی، قانون طبیعی، فایده‌گرایی، اخلاق بالینی، اصل اثر مضاعف.



مقدمه

در مواقع بحرانی، مانند شیوع بیماری‌های همه‌گیر و وقوع بلایای طبیعی و جنگ، سیستم بهداشتی اغلب با مسئله بودجه‌بندی منابع برای نجات جان بیماران روبه‌رو است. ونتیلاتورها، تخت‌های آی‌سی‌یو و داروهای حیاتی ممکن است کمیاب شوند و ارائه‌دهندگان مراقبت‌های بهداشتی مجبور می‌شوند تصمیم بگیرند چه کسی را در اولویت درمان قرار دهند؛ شرایطی که در زمان همه‌گیری کرونا، سراسر جهان با آن مواجه شد.

به فرایند اولویت‌بندی بیماران (بر اساس شدت بیماری) برای دریافت مراقبت‌های پزشکی در دنیای بهداشت، سلامت و درمان، «روش تریاژ»^۱ می‌گویند. تریاژ، به‌طور عمومی، به عمل مرتب‌سازی یا طبقه‌بندی افراد و منابع اشاره دارد. این واژه ابتدا در زمینه‌های تجاری برای مرتب کردن محصولات بر اساس کیفیت استفاده می‌شد؛ اما به سرعت معانی عمیق‌تری پیدا کرد.

ریشه‌های تریاژ مدرن به پزشکی نظامی و فعالیت‌های بارون دُومینیک ژان لاری^۲، جراح ارشد ارتش ناپلئون، بازمی‌گردد. او روش اولویت‌دهی به مجروحان را بر اساس نیاز (نه رتبه اجتماعی) اعمال کرد.

امروزه سیستم‌های مختلفی برای تریاژ در حوزه‌های میدانی و بیمارستانی وجود دارد. در سیستم‌های میدانی، بیماران بر اساس وضعیت تنفسی، گردش خون و سطح آگاهی با استفاده از برچسب‌های رنگی (قرمز برای موارد فوری، زرد برای تأخیر، سبز برای جراحات جزئی و سیاه برای موارد فوت‌شدنی) دسته‌بندی می‌شوند تا وضعیتشان در سریع‌ترین زمان ممکن تشخیص داده شود.



1. Triage.
2. Baron Dominique-Jean Larrey.



از سوی دیگر، سیستم‌های بیمارستانی نظیر ^۱ESI، ^۲ATS، ^۳CTAS و ^۴MTS از مقیاس‌های چندسطحی بهره می‌برند که بر اساس نیاز به مداخلات زودهنگام، تعداد منابع مورد نیاز و پایداری علائم حیاتی، بیماران را از سطح یک (بالاترین اولویت) تا سطح پنج (کمترین اولویت) طبقه‌بندی می‌کنند. به‌طور کلی، این دسته‌بندی‌ها هدف ارائه مراقبت به‌موقع و بهینه به بیماران، همراه با به‌حداکثر رساندن کارایی و استفاده بهینه از منابع درمانی را دنبال می‌کنند (Yancey & O'Rourke, 2025, pp. 2-4).

به‌طور کلی می‌توان معیارهای موجود برای اولویت‌بندی بیماران را به دو دسته تقسیم کرد:

۱. شدت بیماری و فوریت درمان: همان‌طور که گفته شد، شدت بیماری، نخستین معیار توجه به وضعیت بالینی بیماران است. کسانی که در صورت عدم مداخله فوری جان‌شان در خطر قرار می‌گیرد، معمولاً در اولویت بالاتری قرار می‌گیرند. باین حال، اگر وضعیت به‌اندازه‌ای وخیم باشد که احتمال نجات، ناچیز به نظر برسد، منابع به‌سوی بیمارانی هدایت می‌شود که احتمال نجاتشان بیشتر است (Briggs et al., 2023, pp. 350)؛
۲. پیش‌آگهی و کیفیت زندگی پس از درمان: دومین معیار مربوط به پیش‌بینی وضعیت بیمار پس از مداخله است. بیمارانی که احتمال بیشتری برای بهبود و بازگشت به زندگی با کیفیت مناسب دارند، در مقایسه با کسانی که پیش‌آگهی ضعیفی دارند، در اولویت قرار می‌گیرند. در پیوند اعضا نیز معمولاً این عامل نقشی تعیین‌کننده دارد (Briggs et al., 2023, p. 350).

هر دو معیار ارزیابی عملاً بر مبنای شانس بقا^۵ به اولویت‌بندی بیماران می‌پردازند. در دانش پزشکی، شانس بقا معمولاً بر اساس مجموعه‌ای از عوامل تعیین می‌شود که شامل:

۱. ترکیبی از شدت بیماری و منابع مورد نیاز (Emergency Severity Index).
۲. سیستم تریاژ استرالیا و نیوزیلند که برای تعیین زمان‌بندی درمان استفاده می‌شود (Australasian Triage Scale).
۳. سیستم تریاژ و شدت بیماری کانادا بر اساس شدت علائم و تهدید حیات بیمار (Canadian Triage and Acuity Scale).
۴. سیستم تریاژ منچستر بر اساس دستورالعمل‌های الگوریتمی برای علائم و نشانه‌ها (Manchester Triage System).
5. survival chance.



شدت بیماری یا آسیب^۱، علائم حیاتی و پایداری فیزیولوژیک^۲، بیماری‌های همراه^۳، واکنش اولیه به درمان^۴، نظام‌های نمره‌دهی^۵ (مانند SOFA^۶، APACHE II^۷، TRISS^۸ یا CFS^۹) و در نهایت، سن و وضعیت کلی بیمار^{۱۰} است.

بسیاری بر این باورند که نظام تریاژ، الگویی فایده‌گرایانه است که غایت خود را در بیشینه‌سازی تعداد جان‌های نجات‌یافته تعریف می‌کند (Vearrier & Henderson, 2021, pp. 47-49). البته به نظر می‌رسد تریاژ پیش از آنکه صرفاً مبنایی فایده‌گرایانه داشته باشد، بیشتر با دستگاه قانون طبیعی هم‌خوانی دارد و در موقعیت‌های تعارض، از اصل اثر مضاعف بهره می‌گیرد. در ادامه، تلاش خواهد شد ضمن تبیین این مدعا و تبیین تفاوت‌های میان تفسیر فایده‌گرایانه و تفسیر مبتنی بر قانون طبیعی، به برخی از مسائل اخلاقی پیش روی نظام اولویت‌بندی تریاژ پاسخ داده شود.

اصل قانون طبیعی

نظریه قانون طبیعی که به‌ویژه در فلسفه توماس آکویناس^{۱۱} (۱۲۲۵-۱۲۷۴م) مورد توجه قرار گرفته است، در این ایده ریشه دارد که انسان‌ها به‌طور طبیعی به سمت خوبی‌ها گرایش دارند و هدف از زندگی انسان، شکوفایی بهترین استعدادها و ظرفیت‌های فردی است. وی

1. severity of illness or injury.
2. physiological stability.
3. Comorbidities.
4. initial response to treatment.
5. scoring systems.
۶. ارزیابی متوالی نارسایی اندام‌ها (Sequential Organ Failure Assessment).
۷. ارزیابی فیزیولوژی حاد و سلامت مزمن، نسخه دوم (Acute Physiology and Chronic Health Evaluation II).
۸. ترکیبی از امتیاز آسیب‌دیدگی آناتومیک (ISS)، امتیاز فیزیولوژیک (RTS) و سن بیمار (Trauma and Injury Severity Score).
۹. مقیاس ناتوانی بالینی.

10. age and overall condition.
11. Thomas Aquinas.



استدلال می‌کند انسان‌ها از یک عقل طبیعی برخوردارند که آن‌ها را به سمت خیر سوق می‌دهد و این عقل می‌تواند راهنمای زندگی اخلاقی باشد. این مفهوم که اغلب به عنوان «شکوفایی انسان»^۱ از آن یاد می‌شود، در فلسفه اخلاق نقش اساسی دارد. از نظر آکویناس، اقدامات خوب، آن‌هایی هستند که با این هدف طبیعی هم‌سو شده، رفاه کلی افراد و جامعه را ارتقا می‌دهند (ST Ia IIae 94, 4; 94, 6).

در نظریه قانون طبیعی جدید، به مفهوم «خیرهای پایه»^۲ بسیار توجه شده است. خیرهای پایه به آن دسته از ارزش‌هایی گفته می‌شود که به خودی خود مطلوب و ارزشمندند، نه اینکه صرفاً وسیله‌ای باشند برای رسیدن به اهداف دیگر. این خیرها ذاتی، همگانی و قابل شناسایی برای همه انسان‌ها هستند و نقش بنیادین در قضاوت‌های اخلاقی دارند؛ به گونه‌ای که اعمال درست، آن‌هایی هستند که این خیرها را تحقق می‌بخشند یا از آن‌ها محافظت می‌کنند (Tollefsen, 2004, p. 32).

نمونه‌های معمول خیرهای اساسی شامل زندگی (حفظ حیات و سلامت جسم و روان)، دانش و فهم (تمایل به یادگیری و درک حقیقت)، دوستی و جامعه (روابط انسانی صادقانه و حمایت متقابل)، بازی و تفریح (تجربه شادی، زیبایی و خلاقیت) و پرستش یا معنویت (ارتباط با ارزش‌های روحانی یا دینی) است. علاوه بر این، این خیرها به دلیل اینکه به رفاه و شکوفایی انسانی می‌انجامند، برای افراد جذاب‌اند و انسان‌ها می‌دانند مشارکت در آن‌ها زندگی‌شان را بهبود می‌بخشد. به تعبیر جرمن گریسز^۳، نظریه‌های مبتنی بر خیرهای اساسی «بر اساس نظم‌دادن اعمال انسانی به‌سوی تحقق شکوفایی انسان» شکل گرفته‌اند (Tollefsen, 2004, p. 33).

این مفاهیم، پایه‌ای برای تصمیم‌گیری‌های اخلاقی دشوار (به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند اخلاق پزشکی، اتانازی و سقط‌جنین)، محسوب می‌شوند؛ برای مثال، آکویناس معتقد

1. human flourishing.
2. Basic Goods.
3. Germain Grisez.



است انسان‌ها، به عنوان موجوداتی اجتماعی، باید در جهت بهبود وضعیت دیگران و جامعه گام بردارند. احترام به کرامت انسان‌ها به این معناست که در حق هیچ کس نباید به طور غیرمنصفانه تبعیض صورت گیرد و همه باید فرصت شکوفایی داشته باشند؛ بنابراین، در جامعه‌ای که کرامت انسان‌ها حفظ می‌شود، فضای مناسبی برای شکوفایی اخلاقی و معنوی فراهم می‌آید. اما در برخی از مواقع ممکن است به نظر برسد که رفاه عمومی با کرامت انسانی در تضاد است؛ به ویژه زمانی که برای تأمین رفاه جامعه، نیاز است برخی حقوق یا آزادی‌های فردی محدود شوند (ST IIa IIae, q. 58, a. 5 & q. 57, a. 2).

رویکرد فایده گرایی

رویکرد کلاسیک فایده گرایی را جرمی بنتام^۱ بنیان گذاری کرد. این رویکرد دارای ویژگی‌های مشخص و قابل توجهی است؛ از جمله اینکه این رویکرد، فعل محور است؛ به این معنا که ارزش اخلاقی یک عمل، صرفاً از پیامدهای آن ناشی می‌شود و ارزش ذاتی خود فعل را به رسمیت نمی‌شناسد (وست، ۱۳۹۲، صص ۲۵۰-۲۵۱). به عبارت دیگر، خود فعل ذاتاً خوب یا بد محسوب نمی‌شود و ارزش آن وابسته به پیامدهایش است؛ به این ترتیب، یک عمل مانند صداقت، کمک به دیگران یا دروغ گفتن، صرفاً به دلیل ماهیتش ارزش اخلاقی ندارد، بلکه تنها زمانی عمل درست تلقی می‌شود که پیامدهای آن به بیشینه کردن لذت یا کاهش درد برای بیشترین افراد منجر شود. اگر پیامد عمل مثبت باشد، آن عمل اخلاقی و درست محسوب می‌شود و در غیر این صورت، نادرست است (West, 2000, pp. 74-77).

در پاسخ به نقدها و محدودیت‌های مطرح شده درباره فایده گرایی کلاسیک بنتام، دو رویکرد جایگزین توسعه یافته‌اند که تلاش می‌کنند برخی از کاستی‌های عمل گرایی صرف و تمرکز صرف بر لذت را برطرف کنند: فایده گرایی ترجیحی و فایده گرایی

1. Jeremy Bentham.



قاعده‌نگر. این رویکردها سعی دارند انعطاف و محدودیت‌های اخلاقی بیشتری به فایده‌گرایی اضافه کنند، بدون آنکه چهارچوب اصلی بیشینه‌سازی سود را رها کنند (اسمارت، ۱۳۹۲، صص ۲۶۱-۲۶۳).

در فایده‌گرایی ترجیحی، معیار اخلاقی اصلی، برآورده شدن ترجیحات و خواسته‌های افراد است، نه صرفاً توجه به لذت و درد. ارزش یک عمل بر این اساس سنجیده می‌شود که تا چه اندازه به تحقق ترجیحات واقعی و معقول افراد کمک می‌کند. این رویکرد تلاش می‌کند محدودیت‌های سودگرایی کلاسیک، مانند دشواری اندازه‌گیری لذت‌ها یا تمرکز صرف بر پیامدهای کمی را کاهش دهد و تمرکز بیشتری بر کیفیت و مشروعیت ترجیحات انسانی داشته باشد. بدین ترتیب، عمل اخلاقی زمانی درست است که ترجیحات سنجیده افراد را بیشینه کند، نه هر میل گذرا یا خودخواهانه‌ای را (Simões, 2013, pp. 128-129).

بر اساس فایده‌گرایی قاعده‌نگر، یک عمل، زمانی اخلاقی است که مطابق با قاعده‌ای باشد که اجرای آن بیشترین سود را برای جامعه ایجاد می‌کند. برخلاف سودگرایی کلاسیک بنّام که هر عمل را جداگانه و لحظه‌ای ارزیابی می‌کند، این رویکرد بر ایجاد قواعد عمومی و پایدار تمرکز دارد تا اجرای مکرر آن‌ها پیامدهای مثبت مداوم داشته باشد.

این روش، فشار تصمیم‌گیری لحظه‌ای و محاسبات پیچیده پیامدها را کاهش می‌دهد و امکان لحاظ کردن برخی از محدودیت‌ها و ارزش‌های ذاتی، مانند حقوق و شأن انسانی را فراهم می‌کند، درحالی‌که همچنان چهارچوب بیشینه‌سازی سود را حفظ می‌کند (Miller, 2012, pp. 148-150).

در هیچ‌یک از رویکردهای فایده‌گرایانه، عمل به‌خودی‌خود دارای ارزش ذاتی نیست؛ به همین دلیل، اگر در نظام تریاژ، بیماری کنار گذاشته شود، لزوماً عمل غیراخلاقی رخ نداده است؛ زیرا نجات جان انسان، به‌طور ذاتی، خیر محسوب نمی‌شود. براین اساس، در



فایده گرایی کلاسیک، بیشینه سازی لذت، معیار قرار می گیرد؛ در فایده گرایی ترجیحی، برآورده سازی بیشترین ترجیحات معقول افراد، ملاک است؛ و در فایده گرایی قاعده نگر، معیار، تبعیت از قواعدی است که در بلندمدت بیشترین سود اجتماعی را به همراه دارند.

در ادامه قصد داریم نشان دهیم تریاژ، به عنوان یکی از مهم ترین مصادیق تصمیم گیری اخلاقی در شرایط بحرانی، در پرتو دو رویکرد اصلی (فایده گرایی و نظریه قانون طبیعی) چگونه تفسیر می شود. مقایسه این دو دیدگاه آشکار خواهد کرد نظام تریاژ، برخلاف آنچه در نگاه نخست ممکن است به عنوان الگویی فایده گرایانه تلقی شود، در واقع بیشتر با مبانی نظریه قانون طبیعی هم خوانی دارد.

تریاز از منظر قانون طبیعی و فایده گرایی

فرض کنید در یک حادثه ترافیکی چهار بیمار (الف، ب، ج، د) به اورژانس منتقل می شوند و بیمارستان تنها سه دستگاه ونتیلاتور در اختیار دارد: بیمار «الف» (جوان ۲۵ ساله) در صورت استفاده از ونتیلاتور با احتمال ۹۰ درصد زنده می ماند و انتظار می رود حدود پنجاه سال دیگر عمر کند؛ بیمار «ب» (میان سال ۴۵ ساله) احتمال زنده ماندن ۷۰ درصدی دارد و در صورت بقا حدود سی سال عمر خواهد داشت؛ بیمار «ج» (سالمند هشتاد ساله با بیماری های زمینه ای) تنها ۱۰ درصد احتمال دارد زنده بماند و حتی در صورت بقا بیش از پنج سال عمر نخواهد کرد؛ بیمار «د» (جوانی که دچار تروما و آسیب شدید شده و به مراقبت طولانی نیاز دارد) ۵۰ درصد شانس بقا دارد و در صورت زنده ماندن حدود بیست سال دیگر زندگی خواهد کرد.

بیاید ابتدا این موقعیت را از منظر فایده گرایی کلاسیک بررسی کنیم. فایده گرایی کلاسیک تمرکز اصلی خود را بر حداکثرسازی منافع جمعی قرار می دهد و معیار سنجش عمل درست، بیشترین تعداد جان های نجات یافته است (Ghanbari, 2020, pp. 171–173).



از این دیدگاه، تخصیص منابع پزشکی باید به گونه‌ای انجام شود که مجموع جان‌های نجات یافته بیشینه شود؛ حتی اگر این به معنای قربانی کردن بیماری با احتمال بقای کمتر باشد. به بیان دیگر، در منطق فایده‌گرایانه، ارزش هر جان انسانی به‌تنهایی مطلق نیست و می‌توان آن را در مقابل منافع جمعی سنجید.

باین حال، پذیرش چنین رویکردی مستلزم چند پیش‌فرض اخلاقی است که سیستم‌های بهداشتی موجود معمولاً آن را نمی‌پذیرند؛ نخست، باید قبول کنیم جان انسان‌ها به‌خودی‌خود ارزش مطلق ندارند و می‌توان آن‌ها را فدای نجات دیگران کرد. دوم، باید امکان فداکردن یک نفر برای نجات چند نفر دیگر، از نظر اخلاقی پذیرفته شود. سوم، ممکن است تصور شود بیمارانی که حتی با دریافت مراقبت پزشکی احتمال بقای ضعیفی دارند، کمتر مورد توجه قرار گیرند تا منابع صرف بیمارانی شود که احتمال نجاتشان بیشتر است؛ برای مثال، در فرضی که چهار بیمار و سه ونتیلاتور موجود است، محاسبه فایده‌گرایانه بر اساس ترکیب احتمال بقا و سال‌های زندگی، نشان می‌دهد بیمارانی «الف» و «ب» (با احتمال بقا و سال‌های زندگی بیشتر) در اولویت قرار می‌گیرند. بیمار «د» با وجود احتمال بقای متوسط و سال‌های زندگی قابل توجه، می‌تواند گزینه سوم باشد. اما بیمار «ج»، به دلیل احتمال بقای بسیار ضعیف و سال‌های زندگی اندک، کنار گذاشته می‌شود. از منظر فایده‌گرایی کلاسیک، این نتیجه نه تنها غیراخلاقی تلقی نمی‌شود، بلکه دقیقاً همان تصمیم اخلاقی درست به شمار می‌آید؛ چراکه بیشترین سود جمعی را تضمین می‌کند.

اگر همین موقعیت را از منظر فایده‌گرایی ترجیحی بررسی کنیم، معیار بیشینه‌سازی سود دیگر صرفاً تعداد جان‌های نجات یافته یا سال‌های زندگی نیست، بلکه میزان تحقق ترجیحات معقول افراد در نظر گرفته می‌شود (مهدوی‌نژاد و زارع‌گنجارودی، ۱۳۹۴، ص ۱۱۷). در این رویکرد، هر بیمار، وزن مشخصی بر اساس ترجیحات معقول خود دارد؛ مثلاً میل به ادامه زندگی برای حمایت از خانواده یا نقش اجتماعی می‌تواند در محاسبه لحاظ شود. نتیجه نهایی همچنان نشان‌دهنده این است که ارزش جان به‌خودی‌خود تعیین‌کننده نیست؛ تصمیم بر اساس بیشینه‌سازی سود (ترجیحات معقول) گرفته می‌شود.



در رویکرد فایده گرایی قاعده‌نگر، تصمیم‌گیری مبتنی بر قاعده‌ای ثابت انجام می‌شود؛ مثل اینکه: «عملی اخلاقی است که در بلندمدت بیشترین سود را برای جامعه ایجاد کند». بر این مبنا می‌توان قاعده‌ای وضع کرد که: «اولویت با بیمارانی است که احتمال بقای بیشتری دارند و منابع پزشکی محدود را به کسانی اختصاص دهید که بیشترین اثر مثبت بلندمدت را بر جامعه دارند». در مثال ما، این قاعده به ترتیب بیمار «الف» و «ب» را در اولویت قرار می‌دهد و بیمار «د» به عنوان گزینه سوم انتخاب می‌شود. بیمار «ج»، با شانس بقای کمتر و اثر محدود بر سود کل، کنار گذاشته می‌شود. قاعده‌نگری در اینجا به جای محاسبه موردی، با یک چهارچوب ثابت عمل می‌کند؛ اما همان اصل فایده گرایی حفظ می‌شود (یعنی ارزش ذاتی جان انسان در نظر گرفته نمی‌شود و تمرکز بر بیشینه‌سازی سود کل است).

حال بیاید همین موقعیت را از منظر قانون طبیعی بررسی کنیم. بر اساس قانون طبیعی، حفظ جان انسان، خیر ذاتی است و هیچ‌کس نباید صرفاً به دلیل شانس بقای کمتر یا سن بیشتر از دسترسی به مراقبت محروم شود. تمرکز قانون طبیعی بر حفظ خیرهای اساسی انسان (مانند زندگی و سلامت) است و هر اقدام پزشکی باید به گونه‌ای انجام شود که این خیرها محترم شمرده شوند.

در مثال چهار بیمار و سه ونتیلاتور، قانون طبیعی پیشنهاد می‌کند تصمیم‌گیری بر اساس ارزش ذاتی هر بیمار انجام شود، نه صرفاً بر اساس بیشینه‌سازی جان‌های نجات‌یافته یا بهره‌وری جمعی؛ بنابراین، حتی اگر بیمار «ج» سالمند باشد و احتمال زنده ماندنش اندک باشد، همچنان حق دسترسی به مراقبت را دارد و کنار گذاشتن او به دلیل محاسبه سود کل، قابل قبول نیست. در مقابل، بیمار «الف»، «ب» و «د» نیز هر کدام حقوق ذاتی خود را دارند و تصمیم پزشک نباید صرفاً بر اساس میزان اثر بالقوه‌شان بر خیر جمعی باشد.

اگر تریاژ را بر اساس اصل فایده گرایی در نظر بگیریم، باید بپذیریم این رویکرد در شرایط خاص، ابایی از هدایت عامدانه کادر پزشکی به سوی ایجاد ضرر ندارد، در حالی که در سیستم تریاژ واقعی، پذیرش ضرر تنها زمانی قابل توجیه است که پیامدی ناخواسته داشته باشد (Stuchlik, 2022, pp. 7–10).



افزون بر این، در تریاژ، حفظ زندگی، ارزش ذاتی دارد و همان‌طور که در رویکرد قانون طبیعی نیز مشاهده می‌شود، این اصل یکی از ارکان بنیادین است.

در نهایت، اگرچه در برخی از موقعیت‌ها، چه تریاژ را فایده‌گرایانه در نظر بگیریم چه مبتنی بر قانون طبیعی، ممکن است به نتایج عملی مشابهی برسیم؛ اما به دلیل زیربنای فلسفی و زمینه متفاوت این دو رویکرد، مواردی نیز وجود دارد که می‌تواند تصمیم‌های عملی را متفاوت و حتی متعارض کند؛ برای نمونه، در شرایطی که بیمار «الف»، یک پزشک متخصص بیماری‌های عفونی است و احتمال دارد در آینده جان صدها نفر را نجات دهد و بیمار «ب»، فردی عادی با احتمال زنده ماندن بیشتر است، عمل بر اساس قانون طبیعی و فایده‌گرایی به نتایج متفاوتی منجر می‌شود. بر اساس قانون طبیعی، تصمیم‌گیری پزشک باید بر پایه ملاحظات پزشکی (مانند شدت بیماری، فوریت درمان، پیش‌آگهی و کیفیت زندگی پس از درمان) اتخاذ شود، نه بر اساس تأثیر بالقوه اجتماعی بیمار؛ بنابراین، اگر وضعیت پزشکی هر دو بیمار مشابه باشد، انتخاب بیمار «الف» صرفاً برای اینکه بتوان از طریق او جان افراد بیشتری را نجات داد، از منظر اخلاقی توجیه‌پذیر نیست.

از منظر قانون طبیعی، همان‌طور که آکویناس تأکید می‌کند، رفاه اجتماعی اهمیت دارد؛ اما تنها در صورتی که در چهارچوب شکوفایی انسانی و تحقق خیرهای بنیادین تحقق یابد. در نگرش فایده‌گرایانه، بیمار «الف»، به‌مثابه وسیله‌ای برای نجات جمع بیشتری از مردم در نظر گرفته می‌شود و بیمار «ب»، به دلیل ناکافی دانستن ظرفیت اجتماعی‌اش کنار گذاشته می‌شود. چنین رویکردی، انسان را از موجودی دارای شأن و غایت مستقل، به وسیله‌ای برای مقاصد دیگران تبدیل می‌کند.

این نگرش در شرایط بحرانی، از جمله وقوع جنگ یا بحران‌های گسترده، آشکارتر و مسئله‌سازتر می‌شود. در چنین موقعیت‌هایی ممکن است میان نجات مادر خود و یک فرمانده یا میان نجات یک پزشک و یک شهروند عادی، مقایسه‌ای بر اساس «کارکرد» یا «منفعت بالقوه» صورت گیرد یا در وضعیتی که جامعه به مهارت خاصی (مثلاً مکانیکی یا نجاری) نیاز حیاتی دارد، فایده‌گرایی ممکن است ترجیحاتی مبتنی بر «کارکرد اجتماعی



بالتوجه» اعمال کند. باین حال، حتی اگر این نوع معیار گذاری به بیشینه سازی سود جمعی منجر شود، از منظر شکوفایی انسانی و کرامت ذاتی فرد، پذیرفتنی نیست.

به این ترتیب، فلسفه و ماهیت پشت سیستم های تریاژ در بسیاری از دستورالعمل های بالینی، بر احترام به جان انسان به خودی خود و حفظ خیرهای اساسی او استوار است؛ فارغ از اینکه نتیجه محاسبات پیامدی چه باشد. این دیدگاه نشان می دهد در عمل، اخلاق پزشکی و تریاژ در بحران ها سعی می کنند هم زمان منابع محدود را بهینه استفاده کنند و در عین حال، حق ذاتی بیماران را رعایت کنند، بدون اینکه کسی عمداً قربانی دیگران شود.

باین حال، سیستم های تریاژ به دلیل محدودیت منابع و ضرورت تصمیم گیری فوری، بیماران را بر اساس شانس بقای آن ها اولویت بندی می کنند. به نظر می رسد همچنان اولویت بندی بر اساس شانس بقا، یک تضاد فلسفی ظریف با کرامت انسانی ایجاد می کند؛ هر چند در عمل از آن به عنوان ابزاری برای مدیریت منابع محدود در شرایط بحرانی استفاده می گردد. به عبارت دیگر، اگر از منظر قانون طبیعی، جان هر انسانی ارزش ذاتی دارد، پرسش این است که چگونه می توان کنار گذاشتن بیماری را صرفاً به دلیل احتمال بقای کمتر، توجیه کرد.

مسائل بازخوانی تریاژ بر اساس دیدگاه قانون طبیعی

مسئله اول:

پیش از پاسخ دادن به سؤال بالا بیان چند نکته ضروری است. اول آنکه در چهارچوب قانون طبیعی، نیت و هدف عمل، نقش تعیین کننده ای در ارزش اخلاقی آن دارد. انسان ها به واسطه بهره مندی از عقل طبیعی، به سوی خیرها هدایت می شوند و تحقق این خیرها مستلزم نیت آگاهانه است. به عبارت دیگر، موفقیت نهایی یک عمل تا حد زیادی با نیت فرد مرتبط است؛ یعنی عملی که با نیت خیر انجام شده باشد، از نظر اخلاقی ارزشمند محسوب می شود. به این ترتیب، ارزش اخلاقی عمل، بیشتر از نتیجه آن، به قصد و نیت آگاهانه ای وابسته است که عمل را هدایت می کند (Murphy, 2011, pp. 254-255).



دومین نکته، توجه به اصل اثر مضاعف است که آکویناس در بخش دوم از قسمت دوم کتاب جامع علم کلام^۱، ذیل سؤال ۶۴ و در مقاله هفتم مطرح می‌کند. او در این بخش به وضعیت‌هایی اشاره می‌کند که فردی ممکن است به نیت محافظت از خود، دست به عملی بزند که پیامد ناخواسته‌ای چون آسیب‌رساندن به دیگری دارد؛ مثال معروف او قاتلی است که در پی صدمه زدن به دیگری است؛ حال اگر کسی هنگام دفاع از خود مجبور به واکنش شود و به‌طور ناخواسته به مهاجم آسیب برساند، این عمل همچنان می‌تواند اخلاقاً مجاز باشد؛ زیرا هدف اصلی از عمل، محافظت از خود بوده است، نه آسیب‌زدن به دیگری. آکویناس نتیجه می‌گیرد اگر فرد کاری قانونی انجام دهد و همه اقدامات لازم برای جلوگیری از آسیب‌زدن را رعایت کند، در صورت مرگ ناخواسته دیگری، گناهی متوجه او نیست؛ اما در صورت احتیاط‌نکردن یا انجام کاری غیرقانونی، او مقصر است (ST IIa IIae, q. 64, a. 7).

آکویناس دریافت که برخی از اعمال ممکن است عواقب خوب و بد داشته باشند؛ لذا در سؤال ۶۴ کتاب، چهارچوبی اخلاقی برای موقعیت‌هایی تعیین کرد که در آن، عملی با نتایج خوب و بد می‌تواند از نظر اخلاقی مجاز تلقی شود:

اول اینکه خود عمل باید خوب یا از نظر اخلاقی خنثی باشد. به عبارت دیگر، عمل انجام شده نباید ذاتاً اشتباه باشد؛ برای مثال، تجویز یک داروی مسکن برای یک بیمار لاعلاج، ذاتاً اشتباه نیست؛

دوم اینکه قصد ما باید معطوف به اثر مثبت کار باشد؛ در مثال بالا اگر هدف پزشک از تجویز مسکن، تسکین درد باشد، عمل او اخلاقی است؛ حتی اگر دارو مرگ بیمار را تسریع کند؛

سوم اینکه اثر بد نباید وسیله‌ای برای رسیدن به اثر خوب باشد. در واقع، پیامد مضر نباید گامی ضروری برای دستیابی به نتیجه خوب باشد؛ برای مثال، قصد پزشک این نیست

1. Summa Theologica.



که باعث مرگ شود. اثر مستقیم دارو، تسکین درد است و مرگ، یک عارضه جانبی ناخواسته.

برای توجیه اثر منفی، باید دلیلی جدی وجود داشته باشد. به عبارت ساده تر، فایده ای که از عمل خوب به دست می آید باید بیشتر از ضررهای احتمالی آن باشد؛ یعنی اگر درمانی نجات بخش، عوارضی داشته باشد، تنها در صورتی می توان آن را توجیه کرد که فایده نجات بیمار، بیشتر از آسیب های احتمالی باشد.

اصل اثر مضاعف به ما اجازه می دهد اقداماتی را انجام دهیم که ممکن است به ضرر ناخواسته منجر شوند؛ برای نمونه، بین دو بیمار «الف» و «ب»، زمانی که احتمال زنده ماندن بیمار «الف» با استفاده از دستگاه ونتیلاتور بسیار زیاد است، پزشک باید تصمیم بگیرد دستگاه را به کدام بیمار اختصاص دهد. طبق اصل اثر مضاعف، اگر هدف پزشک، نجات بیمار «الف» باشد و این تصمیم به طور جانبی باعث شود بیمار «ب» بدون ونتیلاتور بماند و فوت کند، این انتخاب می تواند اخلاقاً قابل توجیه باشد، به شرط اینکه:

۱. پزشک عمداً بیمار «ب» را به مرگ محکوم نکرده باشد، بلکه تنها تصمیم به نجات بیمار «الف» گرفته باشد (حفظ حیات)؛

۲. مرگ بیمار «ب» نتیجه جانبی اجتناب ناپذیر باشد، نه یک وسیله عامدانه برای نجات بیمار «الف»؛

۳. پزشک موظف باشد تا حد ممکن آسیب رسیدن به بیمار «ب» را کاهش دهد، حتی اگر نمی تواند او را نجات دهد.

با توجه به این توضیحات، به پرسش اصلی باز می گردیم: اگر از منظر قانون طبیعی، جان هر انسانی دارای ارزش ذاتی است، چگونه می توان کنار گذاشتن بیماری را صرفاً به دلیل شانس بقای کم، توجیه کرد؟

پاسخ آن است که در قرائت مبتنی بر قانون طبیعی (در تریاز)، مقصود اصلی نجات جان بیماران است، نه کشتن یا نادیده گرفتن دیگران. تصمیم مزبور با استناد به اصل اثر مضاعف



در قانون طبیعی توجیه‌پذیر است؛ چراکه اساساً هیچ قصدی برای کشتن بیمار وجود ندارد و تصمیم‌ها به شیوه‌ای معقول و با هدف کمترین میزان آسیب گرفته می‌شوند (Woodward, 2001, pp. 7-8). در واقع تریاژ با هدف نجات زندگی، در چهارچوبی شفاف و با حفظ کرامت انسانی انجام می‌شود. همچنین، وقتی هدف نجات جان دیگری باشد و همه راه‌های کم‌ضررتر بررسی شده باشند، عملاً تصمیم‌گیری بر اساس اصولی صورت می‌گیرد که به کرامت انسانی احترام می‌گذارد.

در تریاژ، فرایند تصمیم‌گیری، اهمیت اساسی دارد. نادیده گرفتن بیماری که شانس بقای کمتری دارد، به‌خودی‌خود امری اخلاقاً پسندیده تلقی نمی‌شود، بلکه نوعی انتخاب میان «بد» و «بدتر» است که از سر ناچاری صورت می‌گیرد. در اینجا، همچنان به اصل بنیادین، یعنی حفظ کرامت انسانی و صیانت از زندگی، به‌عنوان خیر پایه توجه می‌شود؛ به همین دلیل، تصمیم به اولویت‌بندی بیماران دقیقاً برای پاسداشت همین کرامت و امکان بقا اتخاذ می‌شود؛ زیرا اگر چنین انتخابی صورت نگیرد، ممکن است در نهایت هر دو زندگی از دست برود.

مسئله دوم:

یکی از مهم‌ترین انتقادات به اصل اثر مضاعف به تمایز میان پیامد ناخواسته و قصد و نیت واقعی مربوط است. در دنیای واقعی و موقعیت‌های پیچیده پزشکی، تعیین این مرز دشوار است؛ برای مثال، در مسئله پیوند عضو، پزشک متخصص می‌داند اگر بیمار «الف» را بر اساس اولویت‌ها انتخاب کند، فرد «ب» از دست خواهد رفت. هرچند پزشک، مرگ شخص «ب» را مستقیماً قصد نکرده است، از آن آگاه است. این آگاهی، مرز میان قصد و پیامد پیش‌بینی‌شده را مبهم می‌کند و نشان می‌دهد اجرای دقیق اصل اثر مضاعف بسیار دشوار است؛ چراکه محدوده «نیت» و «دانش پیشین» در عمل اغلب غیرقابل تفکیک‌اند (Murphy, 2011, pp. 255-256).



در پاسخ باید گفت تمایز مهمی میان نیت و پیش‌بینی وجود دارد. پیش‌بینی به معنای باورداشتن به وقوع یک رویداد است؛ مثلاً وقتی کسی می‌گوید «من پیش‌بینی می‌کنم فردا باران خواهد بارید»، منظورش این است که بر اساس اطلاعات خود انتظار دارد چنین وضعیتی رخ دهد. در مقابل، نیت به معنای داشتن هدف یا خواست برای تحقق چیزی است و این هدف، عمل فرد را هدایت می‌کند؛ مثلاً وقتی کسی می‌گوید «من می‌خواهم فردا باران ببارد و به‌خاطر آن دعا می‌کنم یا تلاش می‌کنم»، نه تنها وقوع آن را باور دارد، بلکه عمداً عملی انجام می‌دهد تا این هدف محقق شود. به عبارت دیگر، پیش‌بینی نوعی باور درباره جهان است، درحالی‌که نیت شبیه یک خواسته یا هدف است که می‌کوشد جهان را به‌گونه‌ای تغییر دهد تا هدف تحقق یابد. از آنجا که «جهت» باور و خواسته یا تناسب آن‌ها با جهان متفاوت است، نیت و پیش‌بینی نیز از یکدیگر متمایز می‌شوند (Murphy, 2011, pp. 252-253).

موفقیت و ارزش اخلاقی یک عمل بر اساس نیت و وسایل انتخاب‌شده برای رسیدن به هدف تعیین می‌شود، نه صرفاً بر اساس پیامدهای پیش‌بینی‌شده. در مثال تریاژ، نیت پزشک نجات جان بیمار «الف» است و مرگ بیمار «ب» صرفاً پیامد پیش‌بینی‌شده‌ای است که وسیله‌ای برای هدف عمل انتخاب نشده است؛ بنابراین، آگاهی پزشک از این پیامد بد، به معنای قصد آن نیست و ارزش اخلاقی عمل را تحت‌تأثیر قرار نمی‌دهد (Murphy, 2011, p. 261).

این دیدگاه همچنین اصل انتشار نیت^۱ را نقد می‌کند. طبق این اصل، هر پیامد پیش‌بینی‌شده به نیت تبدیل می‌شود؛ حتی اگر برای رسیدن به هدف ضروری نباشد. فیلسوفان مدافع قانون طبیعی، همچون مارک مورفی^۲، این رویکرد را غیرمنطقی می‌دانند؛ زیرا در بسیاری از اعمال، پیامدهای پیش‌بینی‌شده صرفاً جانبی هستند و لزوماً هدف عمل محسوب نمی‌شوند؛ برای مثال، مورفی توضیح می‌دهد که برخی از فعالیت‌ها تنها زمانی

1. diffusiveness of intention.
2. Mark C. Murphy.



واقعاً لذت بخش هستند که فرد بدون قصد دریافت لذت از آن‌ها عمل کند؛ مانند کمک بی دریغ به دیگران. اگر فرد پیش‌بینی کند که انجام این کار باعث لذت خودش خواهد شد و این پیش‌بینی به نیت تبدیل شود، عمل دیگر بی‌غرض نخواهد بود و بنابراین، انجام آن به‌طور عقلانی ناممکن می‌شود (Murphy, 2011, pp. 256-258)؛ در نتیجه، حتی در شرایط بحرانی و پیچیده مانند تریاژ، آگاهی از پیامد بد به معنای قصد آن پیامد نیست. نیت اصلی پزشک همان نجات بیمار «الف» است و پیامد جانبی ناشی از انتخاب او، با اصول اخلاقی قانون طبیعی و اصل اثر مضاعف سازگار است. این تمایز کلیدی، امکان اجرای دقیق و اخلاقی این اصل را در عمل فراهم می‌کند.

مسئله سوم:

یکی از مفروضات اصل اثر مضاعف این است: تا وقتی نتیجه زیان‌بار، هدف اصلی عمل نباشد، انجام آن عمل از نظر اخلاقی قابل قبول است. با این حال، منتقدان معتقدند این دیدگاه می‌تواند بهانه‌ای شود برای توجیه اشتباهات اخلاقی؛ به‌طوری که افراد تنها با ادعای نیت خوب، از پذیرش مسئولیت پیامدهای منفی عمل خود شانه خالی می‌کنند (Stuchlik, 2022, pp. 21-23)؛ برای مثال، یک پزشک ممکن است بی‌توجهی و نادیده گرفتن یک بیمار را توجیه و ادعا کند قصدش نجات بیماری است که به احتمال زیاد زنده خواهد ماند، نه آسیب‌رساندن به دیگر بیماران. منتقدان استدلال می‌کنند این ادعا آسیب واقعی ایجادشده را کم‌اهمیت جلوه می‌دهد؛ در نتیجه، درحالی که قانون طبیعی و اصل اثر مضاعف، ابزارهای اخلاقی ارزشمندی ارائه می‌دهند، همچنان با مسائل عملی و نظری مهمی در امر مراقبت‌های بهداشتی مواجه‌اند.

برای پاسخ به این مسئله، فرض کنید دو تیرانداز قصد دارند به یک هدف شلیک کنند. تیرانداز اول، هنگام شلیک عمداً گلوله را از بدن یک فرد بی‌گناه عبور می‌دهد تا به هدف اصلی برسد؛ در این حالت، از فرد بی‌گناه به‌عنوان وسیله‌ای برای دستیابی به هدف تیرانداز



استفاده شده است. در مقابل، تیرانداز دوم می‌داند احتمال برخورد گلوله با شخص دیگری در مسیر رسیدنش به هدف وجود دارد؛ اما هیچ نیتی برای چنین عملی ندارد و مرگ احتمالی صرفاً پیش‌بینی شده است. در چنین شرایطی، پیامد منفی پیش‌بینی شده به‌خودی‌خود نمی‌تواند توجیه اخلاقی عمل باشد؛ آنچه اهمیت دارد، نیت تیرانداز است (Watt, 2005, pp. 238-239).

به‌طور مشابه، در شرایط تریاز، اگر پزشک عمداً تصمیم بگیرد به بیمار با شانس بقای کمتر بی‌توجه باشد و حتی اقدام‌های لازم برای بهبود وضعیت یا کاهش درد برای او انجام ندهد تا منابع خود را صرف بیماران با شانس بقای بیشتر کند، همانند تیرانداز اول عمل کرده است. در واقع، این رفتار، نقض اصل اثر مضاعف محسوب می‌شود؛ اما اگر پزشک صرفاً بداند که برخی از بیماران ممکن است بمیرند، بدون اینکه این مرگ، وسیله‌ای برای هدف او باشد، پیامد منفی تنها پیش‌بینی شده است (مشابه تیرانداز دوم) و به‌خودی‌خود توجیه‌کننده عمل نیست.



نتیجه گیری

در نظام پزشکی، همانند سایر نظام‌های حرفه‌ای نظیر مهندسی یا حقوق، مجموعه‌ای از قواعد و رویه‌ها وجود دارد که باید از حیث اخلاقی، قابل دفاع باشند. یکی از این قواعد، نظام تریاژ است که نقش تعیین کننده‌ای در تصمیم‌گیری‌های بالینی به‌ویژه در شرایط بحرانی دارد. باین حال، صرف کارآمدی عملی یک نظام، برای مشروعیت اخلاقی آن کافی نیست؛ از این رو، ضروری است تریاژ نیز در پرتو مبانی اخلاقی ارزیابی و در صورت نیاز، با ارزش‌های بنیادین انسانی منطبق گردد.

این پژوهش در پی آن بود که نخست نشان دهد نظام تریاژ به لحاظ اخلاقی، قابل دفاع است و در تصمیم‌گیری‌های پزشکی، نقض کننده کرامت انسانی نیست، و دوم آنکه میان رویکردهای مختلف اخلاقی، بیشترین سازگاری را با نظریه قانون طبیعی دارد. بر این اساس، انتقادهایی که از منظر فایده‌گرایی متوجه تریاژ می‌شود، از قوت لازم برخوردار نیستند؛ زیرا مبانی عملی و نیت‌محور تریاژ، در نهایت با اصول اخلاقی قانون طبیعی هم‌خوانی دارد.

تحلیل‌های انجام‌شده در این مقاله نشان می‌دهد تصمیمات تریاژ، اگرچه ظاهراً با منطق فایده‌گرایانه سازگارند، در عمل، بیشتر با اصول قانون طبیعی هم‌سو می‌شوند. بررسی موارد بالینی و استدلال‌های فلسفی مرتبط، مشخص کرد پزشکان هنگام مواجهه با منابع محدود، نه تنها به بیشینه کردن بقای بیماران توجه دارند، بلکه ارزش ذاتی هر جان انسانی را نیز مد نظر قرار می‌دهند. استفاده از اصل اثر مضاعف و تأکید بر نیت در تصمیم‌گیری نشان می‌دهد انتخاب کنار گذاشتن بیمار با شانس بقای اندک، غالباً نه به دلیل کم‌ارزشی او، بلکه به دلیل محدودیت‌های عملی و پیامدهای ناخواسته است. این یافته‌ها تأکید می‌کنند فهم عمیق نیت و پیامد عمل، اساس اخلاق بالینی را شکل می‌دهد و تصمیمات را قابل توجیه می‌کند.

علاوه بر این، بررسی تطبیقی بین دیدگاه فایده‌گرایانه و قانون طبیعی نشان داد بسیاری از اصول عملی تریاژ نمی‌توانند صرفاً با منطق محاسباتی فایده‌گرایی توجیه شوند. در عمل،

پزشکان محدودیت‌های عملی، عدالت و اصل رعایت کرامت انسانی را در نظر می‌گیرند و از این طریق، تصمیم‌ها از جنبه اخلاقی قابل دفاع می‌شوند. به بیان دیگر، تمرکز صرف بر بیشینه کردن سود یا تعداد جان‌های نجات یافته، بدون لحاظ کردن نیت و محدودیت‌های ذاتی عمل، تصویر ناقصی از اخلاق بالینی ارائه می‌دهد.





فهرست منابع

- وست، هنری (۱۳۹۲). پیامدگرایی. در: *دانشنامه فلسفه اخلاق* (پل. ادواردز؛ دونالد. ام. بورچرت، ویراستاران). (مترجم: انشاءالله رحمتی، صص ۲۴۹-۲۵۳). تهران: سوفیا.
- اسمارت، جی. جی. سی. (۱۳۹۲). فایده گرایی. در *دانشنامه فلسفه اخلاق* (پل. ادواردز؛ دونالد. ام. بورچرت، ویراستاران). (مترجم: انشاءالله رحمتی، صص ۲۶۱-۲۷۶). تهران: سوفیا.
- مهدوی نژاد، محمدحسین؛ زارع گنجاوودی، مرتضی. (۱۳۹۴). پشیمانی اخلاقی: بررسی فلسفی و روان شناختی. *پژوهش های مابعدالطبیعی*، ۲(۱)، صص ۱۱۵-۱۳۶.
- Aquinas, T. (1997). *Summa Theologica* (F. McDermott, Trans.). Christian Classics. (Original work published ca. 1274).
- Briggs, S. M., Cherian, D. T. & Rosales, A. C. (2023). Medical response to disasters. In J. Chambers (Ed.), *Field guide to global health & disaster medicine* (pp. 347-356). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-0-323-79412-1.00015-1>.
- Ghanbari, V., Ardalan, A., Zareiyan, A., Nejati, A., Hanfling, D. & Bagheri, A. (2020). Ethical prioritization of patients during disaster triage: A systematic review of current evidence. *Disaster Medicine and Public Health Preparedness*, 14(2), pp. 171-181. <https://doi.org/10.1017/dmp.2019.131>.
- Watt, Helen (2005). Beyond Double Effect: Side-Effects and Bodily Harm. In *Principles and Cases in Medical Ethics*, Chapter 10. Oxford: Oxford University Press.



- Miller, D. (2012). Rule utilitarianism. In P. Cripps & J. Millgram (Eds.), *The Cambridge Companion to Utilitarianism* (pp. 146–165). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CCO9781139096737.008>.
- Murphy, M. C. (2011). Intention, foresight and success. In D. S. Oderberg & T. Chappell (Eds.), *Human values: New essays on ethics and natural law* (pp. 252–266). Routledge.
- Tollefsen, C. (2004). Basic goods, practical insight and external reasons. In D. S. Oderberg & T. Chappell (Eds.), *Human values: New essays on ethics and natural law*. (pp. 32 –51). Palgrave Macmillan.
- Simões, M. C. (2013). Hare's preference utilitarianism. *Trans/Form/Ação, Marília*, 36(2), pp. 123–134. <https://doi.org/10.1590/S0101-31732013000200008>.
- Stuchlik, J. (2022). *Intention and wrongdoing: In defense of double effect*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781009030410>
- Vearrier, L. & Henderson, C. M. (2021). *Utilitarian principlism as a framework for crisis healthcare ethics*. Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/s10730-020-09400-2>.
- West, H. R. (2000). *An introduction to Mill's utilitarian ethics*. Macalester College.
- Woodward (2001). *The Philosophers' Debate: A Controversial Moral Principle*. University of Notre Dame Press.
- Yancey, C. C. & O'Rourke, M. C. (2025). *Emergency department triage*. In StatPearls [Internet]. StatPearls Publishing. Retrieved from [https:// www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK557583](https://www.ncbi.nlm.nih.gov/books/NBK557583).

Strengthening Green Innovation: The Role of Moral Capital and Stakeholder Pressure*

Zeianb Mohammadi¹  Morteza Mohsenzadeh²  Hossein Sadeghi³ 

1- PhD Student in Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
Mohammadize@ut.ac.ir

2- PhD Student in Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran,
morteza.mohsenza@ut.ac.ir

3- Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran. (Corresponding Author)
hosadeghi@ut.ac.ir



Abstract

The intensification of environmental challenges such as air pollution and water scarcity has increasingly driven organizations—particularly in Iran—toward green innovation. This systematic review, based on the analysis of sixty studies, examines the relationships among moral capital, green innovation, and stakeholder pressure. Moral capital, understood as a set of fundamental ethical values, operates at three levels: individual, social, and environmental. Green innovation encompasses both product dimensions (e.g., electric vehicles) and process dimensions (e.g., recycling initiatives). Stakeholder pressure, manifested at institutional, competitive, and societal levels, functions as a moderating factor in these relationships. The findings indicate

***Cite this article:** Mohammadi, Z; Mohsenzadeh, M; Sadeghi, H (2026). Strengthening Green Innovation: The Role of Moral Capital and Stakeholder Pressure, *Journal in Applied Ethics Studies*, 4(82), 73-120.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72773.2083>

 **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

 **Received:** 2025/09/03 •  **Revised:** 2025/11/01 •  **Accepted:** 2025/11/25 •  **Published online:** 2026/02/14

that most studies affirm a positive relationship between moral capital and green innovation; however, excessive pressure may lead to symbolic or superficial compliance behaviors. In the Iranian context, legal requirements and social pressures have encouraged heavy industries to adopt cleaner technologies. This review identifies conceptual gaps (the need for a three-dimensional conceptualization), methodological gaps (the need for longitudinal studies), and contextual gaps (the need for Iran-focused evidence), and proposes an integrated conceptual framework. Recommendations include developing context-sensitive measurement instruments, implementing ethical education programs, and formulating incentive-based policies. Overall, the results contribute to sustainable development efforts and help address local environmental challenges by enhancing organizational sustainability performance.

Keywords

Moral capital; green innovation; stakeholder pressure; sustainability; systematic review; Islamic jurisprudence; Iran.



تعزيز الابتكار الأخضر دور رأس المال الأخلاقي وضغوط أصحاب المصلحة*

زينب محمدی^١ مرتضی محسن زاده^٢ حسین صادقی^٣

١- طالب الدكتوراه في قسم ريادة الأعمال، جامعة طهران، إيران

Mohammadize@ut.ac.ir

٢- طالب الدكتوراه في قسم ريادة الأعمال، جامعة طهران، إيران

morteza.mohsenza@ut.ac.ir

٣- أستاذ مشارك في قسم ريادة الأعمال، جامعة طهران، إيران (الكاتب المسؤول)

hosadeghi@ut.ac.ir



تقویت نوآوری سبز: نقش سرمایه اخلاقی و فشار ذی نفعا



٢٥

الملخص

لقد دفع تفاقم المشاكل البيئية، بما ذلك تلوث الهواء وأزمة شح المياه، مختلف المنظمات وخاصة في إيران، إلى تبني الابتكار الأخضر. تستهدف هذه الورقة البحثية، من خلال نقد وتحليل زهاء ستين دراسة، تقصّي العلاقات بين رأس المال الأخلاقي والابتكار الأخضر وضغوط أصحاب المصلحة. يعمل رأس المال الأخلاقي، بوصفه منظومة من القيم الأساسية،

***الاستناد إلى هذه المقالة:** محمدی، زينب؛ محسن زاده، مرتضی؛ صادقی، حسین (٢٠٢٦). تعزيز الابتكار الأخضر دور رأس

المال الأخلاقي وضغوط أصحاب المصلحة، دراسات في الأخلاق التطبيقية، ٤ (٨٢)، صص ٧٣-١٢٠.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72773.2083>

□ نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلف.

□ تاريخ الاستلام: ٢٠٢٥/٠٩/٠٣ □ تاريخ التعديل: ٢٠٢٥/١١/٠١ □ تاريخ القبول: ٢٠٢٥/١١/٢٥ □ تاريخ الإصدار: ٢٠٢٦/٠٢/١٤



على ثلاثة مستويات: الفردي، والاجتماعي، والبيئي. أما الابتكار الأخضر، فيشتمل على الجوانب الإنتاجية، مثل السيارات الكهربائية، والإجرائية، مثل: إعادة التدوير؛ فيما تسهم ضغوط أصحاب المصلحة على المستويات المؤسسية والتنافسية والاجتماعية إسهاما معدّلا في هذه العلاقة. توصلت الدراسة إلى أن الغالبية الساحقة من الدراسات تؤكد العلاقة الإيجابية بين رأس المال الأخلاقي والابتكار الأخضر؛ في حين أن الضغوط المفرطة قد تؤدي إلى بعض السلوكيات الاستعراضية في هذا الميدان. ففي السياق الإيراني، قد أسهمت الالتزامات القانونية والضغوط الاجتماعية في توجيه الصناعات الثقيلة إلى اللجوء إلى التقنيات النظيفة. وكذلك، تسعى هذه الدراسة أن تحدّد الفجوات المفاهيمية (التعاريف الثلاثة الأبعاد)، والمنهجية (الحاجة إلى الدراسات الطولية)، والسياقية (التركيز على إيران)، وتقدّم إطارا موّحدا ومتكاملا ضمن نموذج مفاهيمي مقترح. وتشمل المقترحات تطوير الأدوات المحلية والتعليم الأخلاقي والسياسات التشجيعية. تسهم النتائج في تعزيز الاستدامة بما يتسق مع أهداف التنمية المستدامة وإزاحة المشاكل المحلية.

الكلمات المفتاحية

رأس المال الأخلاقي، الابتكار الأخضر، ضغوط أصحاب المصلحة، المراجعة المنهجية، الفقه الإسلامي، إيران.

تقویت نوآوری سبز: نقش سرمایه اخلاقی و فشار ذی نفعان*

زینب محمدی^۱ مرتضی محسن زاده^۲ حسین صادقی^۳

۱- دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Mohammadize@ut.ac.ir

۲- دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

morteza.mohsenza@ut.ac.ir

۳- دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

hosadeghi@ut.ac.ir



چکیده

تشدید معضلات زیست محیطی مانند آلودگی هوا و بحران کم آبی، سازمان ها را به ویژه در ایران، به سوی نوآوری سبز سوق داده است. این مرور نظام مند با تحلیل شصت مطالعه، روابط بین سرمایه اخلاقی، نوآوری سبز و فشار ذی نفعان را بررسی می کند. سرمایه اخلاقی، به عنوان مجموعه ای از ارزش های بنیادین، در سه سطح فردی، اجتماعی و محیطی عمل می کند. نوآوری سبز شامل ابعاد محصولی (مانند خودروهای برقی) و فرایندی (مانند بازیافت) است و فشار ذی نفعان در سطوح نهادی، رقابتی و اجتماعی، در این رابطه، نقش

* **استناد به این مقاله:** محمدی، زینب؛ محسن زاده، مرتضی؛ صادقی، حسین (۱۴۰۴). تقویت نوآوری سبز: نقش سرمایه اخلاقی و فشار ذی نفعان. مطالعات اخلاق کاربردی، ۴ (۸۲)، صص ۷۳-۱۲۰.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72773.2083>

نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۱۲ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۸/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۴ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۲/۲۵

تعدیل‌کننده دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد بیشتر مطالعات، رابطه مثبت بین سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز را تأیید کرده‌اند؛ هرچند فشار بیش از حد می‌تواند به رفتارهای نمایشی منجر شود. در ایران، الزامات قانونی و فشار اجتماعی، صنایع سنگین را به بهره‌گیری از فناوری‌های پاک سوق داده است. این پژوهش، شکاف‌های مفهومی (تعریف سه‌بعدی)، روش‌شناختی (نیاز به مطالعات طولی) و زمینه‌ای (تمرکز بر ایران) را شناسایی کرده و در قالب مدل مفهومی پیشنهادی، چهارچوبی یکپارچه ارائه می‌دهد. پیشنهادها شامل توسعه ابزار بومی، آموزش اخلاقی و سیاست‌های تشویقی است. نتایج، در راستای توسعه پایدار و رفع معضلات بومی، به تقویت پایداری کمک می‌کند.

کلیدواژه‌ها

سرمایه اخلاقی، نوآوری سبز، فشار ذی‌نفعان، پایداری، مرور نظام‌مند، فقه اسلامی، ایران.



مقدمه

تشدید معضلات زیست محیطی همچون آلودگی هوا، بحران کم آبی و انتشار گازهای گلخانه‌ای، سازمان‌ها را به‌ویژه در ایران به‌سوی راهکارهای پایدار سوق داده است. در تهران، شاخص کیفیت هوا طی سال‌های ۱۳۹۵ تا ۱۴۰۲ در بیش از صد روز در سال، در سطح ناسالم قرار داشته است (IQAir, 2025) و صنایع سنگین مانند فولاد و پتروشیمی بیش از ۶۰ درصد آلاینده‌های صنعتی کشور را تولید می‌کنند (ICCIMA¹, 2024). قرآن کریم، این تخریب را فساد در زمین می‌نامد: «ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ» (روم، ۴۱). آیت‌الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵) این فساد را شامل آلودگی هوا، آب، خاک، تخریب جنگل‌ها و اتلاف منابع می‌داند.

علامه طباطبایی (۱۳۶۲، ج ۱۶، ص ۳۱۲) نیز آن را خروج از تعادل طبیعی تفسیر می‌کند. این فشارها همراه با انتظارات جامعه، رسانه‌ها و نهادهای نظارتی، سازمان‌ها را ملزم به بازنگری در الگوهای تولید کرده است. نوآوری سبز به معنی توسعه محصولات و فرایندهایی با کمترین آثار زیست محیطی است که به‌عنوان راهبردی کلیدی برای جبران فساد و بازگرداندن تعادل به طبیعت مطرح می‌شود (Zhou et al., 2020; Enbaia et al., 2024).

با این حال، پذیرش این نوآوری تنها به فناوری وابسته نیست، بلکه سرمایه اخلاقی به‌عنوان محرک درونی رفتار مسئولانه، نقشی محوری در این تحول ایفا می‌کند.

پژوهش‌ها نشان می‌دهند سرمایه اخلاقی، به‌عنوان مجموعه‌ای از ارزش‌های پایدار مانند صداقت، امانت‌داری و عدالت، موجب می‌شود سازمان‌ها رفتارهای مفید برای محیط زیست را برگزینند. (Malja & Afrasiabi, 2025) امام علی (ع) می‌فرماید: «الأرض أمانة في أعناقكم» (نهج البلاغه، نامه ۳۱) و آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۲۱) تأکید



1. Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture.



می‌کند حفظ محیط‌زیست، امانت‌داری برای نسل‌های آینده است. علامه طباطبایی (۱۳۶۲، ج ۱۶، ص ۲۸۸) اخلاق را «ملکه نفسانی» می‌داند که انسان را به سوی خیر هدایت می‌کند. در غرب، سرمایه اخلاقی همانند اعتبار سازمان دیده می‌شود و نشان می‌دهد هرچه سازمان بیشتر عمل درست انجام دهد، در زمان مشکلات اعتبار و اعتماد بیشتری خواهد داشت (Godfrey, 2005; Sison, 2003, pp. 15-18).

این مفهوم با جو اخلاقی سازمان (Victor & Cullen, 1988)، شبکه‌های اجتماعی (Coleman, 1994, pp. 305–310) یا رهبری اخلاقی (Treviño et al., 2003) تفاوت دارد و تمرکز آن بر کیفیت تصمیم‌گیری اخلاقی در سه سطح فردی، اجتماعی و محیطی است. مطالعات نشان می‌دهند هنگامی که مشتریان، دولت یا رقبا فشار وارد می‌کنند، سازمان‌هایی که سرمایه اخلاقی قوی دارند، بهتر به سمت نوآوری سبز حرکت می‌کنند (Adomako & Tran, 2024; Yuguo et al., 2024).

قرآن کریم می‌فرماید: «وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا» (اعراف، ۵۶). آیت‌الله مکارم‌شیرازی (۱۳۹۸، ج ۶، ص ۴۱۲)، این فساد را شامل هرگونه تخریب محیط‌زیست می‌داند. امام‌علی (ع) در این باره می‌فرماید: «لَا تُضَيِّعُوا الْمَاءَ وَلَوْ كُنْتُمْ عَلَى نَهْرٍ جَارٍ» (نهج البلاغه، حکمت ۳۸). این اصول، سرمایه اخلاقی را به پل ارتباطی بین ایمان و عمل زیست‌محیطی تبدیل می‌کند. بدون سرمایه اخلاقی، سازمان‌ها ممکن است به رفتارهای نمایشی زیست‌محیطی روی آورند (Chen & Dagestani, 2023)؛ اما وقتی ارزش‌های اخلاقی درونی شده باشند، تصمیم‌گیران نه تنها به سود کوتاه‌مدت، بلکه به تأثیر بلندمدت رفتار خود بر نسل‌های آینده نیز فکر می‌کنند. در ایران، بازاریان یزدی که صداقت و امانت‌داری را ارزش اصلی می‌دانند، حاضرند هزینه بیشتری برای مواد اولیه سبز پردازند (Malja & Afrasiabi, 2025). این ارتباط دوسویه است و نوآوری سبز نیز سرمایه اخلاقی را تقویت می‌کند؛ چون سازمانی که محصول سبز تولید می‌کند، اعتبار اخلاقی بیشتری کسب می‌کند و این چرخه مثبت ادامه می‌یابد.



با وجود مطالعات انجام شده در این حوزه، شکاف‌های مهمی وجود دارد: نخست اینکه تعریف سرمایه اخلاقی یکپارچه نیست؛ در ایران بر ارزش‌های دینی تأکید می‌شود، اما در چین بر معنویت (Fang et al., 2025).

دوم اینکه ابزارهای سنجش، محدود و پراکنده‌اند؛ پرسش‌نامه جو اخلاقی (Victor & Cullen, 1988) فقط فضای سازمان را می‌سنجد و ابعاد سه‌گانه سرمایه اخلاقی را پوشش نمی‌دهد.

سوم اینکه داده‌های تجربی ما درباره ایران ناکافی است: با وجود فشارهای نهادی قوی، مطالعات کمی درباره بازارهای نوظهور انجام شده است (Rui & Lu, 2021). این خلأها، سیاست‌گذاری مبتنی بر شواهد را در ایران مختل کرده است.

این پژوهش، با رویکرد مرور نظام‌مند و بر اساس راهنمای PRISMA، به تحلیل رابطه بین سرمایه اخلاقی، نوآوری سبز و نقش تعدیل‌کننده فشار ذی‌نفعان می‌پردازد. پرسش‌های محوری پژوهش عبارت‌اند از:

۱. ابعاد مختلف سرمایه اخلاقی (فردی، اجتماعی و محیطی) چگونه بر نوآوری سبز (محصول و فرایند) تأثیر می‌گذارند؟
۲. فشار ذی‌نفعان (مشتریان، نهادها، سرمایه‌گذاران و جوامع محلی) چگونه رابطه سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز را تعدیل می‌کند؟

پیشینه و مرور ادبیات پژوهش

مفهوم‌شناسی نوآوری سبز

نوآوری سبز یعنی طراحی و اجرای محصولات، خدمات و فرایندهایی که مصرف منابع را کاهش داده، آلودگی را به حداقل می‌رسانند (Leal-Millán et al., 2020). اگرچه عبارت «نوآوری سبز» در قرآن و حدیث به صورت مستقیم نیامده (چون مفهومی مدرن است)، مضامین عمیق و فراوانی در منابع اسلامی وجود دارد که مستقیماً به اصول نوآوری سبز،



مسئولیت‌پذیری محیطی، محافظت از طبیعت، امانت‌داری زمین و نوآوری مسئولانه اشاره می‌کنند. این مضامین نه تنها با نوآوری سبز مطابق هستند، بلکه پیش‌نیاز اخلاقی و فقهی آن را تشکیل می‌دهند. قرآن کریم در آیه ۴۱ سوره روم، فساد در زمین را نتیجه عمل انسان می‌داند: ﴿ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ﴾. آیت‌الله مکارم‌شیرازی (۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵)، این فساد را شامل آلودگی هوا، آب، خاک، تخریب جنگل‌ها و هدردادن منابع دانسته و علامه طباطبایی (۱۳۶۲، ج ۱۶، ص ۳۱۲)، آن را خروج از تعادل طبیعی تفسیر کرده است؛ بنابراین، نوآوری سبز در چهارچوب اسلامی، وظیفه شرعی برای جبران فساد و بازگرداندن تعادل به طبیعت است.

در جدول ۱، نمونه‌هایی از آیات قرآن که مبین نوآوری سبز هستند، ارائه گردیده است:

آیه	متن	تفسیر برای نوآوری سبز
اعراف، ۵۶	﴿وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا﴾	(ممنوعیت فساد در زمین پس از اصلاح آن هرگونه آلودگی، تخریب جنگل و هدردادن منابع = فساد نوآوری سبز = اصلاح زمین)
روم، ۴۱	﴿ظَهَرَ الْفَسَادُ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ بِمَا كَسَبَتْ أَيْدِي النَّاسِ﴾	(فساد در خشکی و دریا نتیجه عمل انسان است). آلودگی هوا، آب و خاک = فساد سازمان‌ها مسئول جبران این فساد با فناوری سبز هستند.
اعراف، ۸۵	﴿وَيَقُومُ أَوْفُواً بِالْمِثَالِ وَالْمِيزَانَ بِالْقِسْطِ وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْوُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ﴾	(پیمانه و ترازو را با عدالت کامل کنید و از اجناس مردم نکاهید و در زمین [تبهکارانه]، فساد نورزید). فساد نورزیدن = آلوده‌نساختن زمین استفاده بهینه از منابع، کاهش ضایعات و بهینه‌سازی فرایندها = نوآوری فرایند سبز

جدول ۱. نمونه آیات قرآنی که مفهوم نوآوری سبز از آنان استنباط می‌گردد.

در جدول ۲، نمونه‌هایی از احادیث پیامبر مکرم اسلام ﷺ که می‌تواند مبین نوآوری سبز باشد، ارائه گردیده است:

حدیث	منبع	تفسیر برای نوآوری سبز
«لَا ضَرَرَ وَلَا ضِرَارَ»	وسائل الشیعة (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۲، ص ۲۹)	(نه ضرر زدن، نه ضرر رساندن) آلودگی صنعتی = ضرر به جامعه سازمان‌ها موظف به نوآوری بدون ضرر هستند.
«كُلُّ مُسْلِمٍ عَلَيْهِ أَنْ يَغْرِسَ نَخْلَةً أَوْ يَرْزَعَ زَرْعًا»	کنز العمال (متقی هندی، ۱۳۱۲ق، حدیث ۲۴۳۱۲)	(هر مسلمانی باید درخت بکارد یا زراعت کند). تشویق به احیای زمین نوآوری سبز = کاشت درخت، کشاورزی پایدار، استفاده از انرژی تجدیدپذیر
«النَّظَافَةُ مِنَ الْإِيمَانِ»	صحیح مسلم (مسلم بن حجاج، ۱۹۵۵م، کتاب الطهارة، باب فضل الوضوء، حدیث «النظافة من الإيمان»)	(پاکیزگی از ایمان است). کاهش آلودگی، مدیریت پس‌ماند و فرایندهای تمیز = نوآوری سبز

جدول ۲. نمونه احادیث پیامبر اسلام که مفهوم نوآوری سبز از آنان استنباط می‌گردد.



در جدول ۳، نمونه‌هایی از فرموده‌های امیرالمؤمنین (علیه السلام) می‌تواند مبین نوآوری سبز باشد، ارائه گردیده است:

سخن	منبع	تفسیر برای نوآوری سبز
«الأرض أمانة في أعناقكم»	نهج البلاغه، نامه ۳۱	(زمین امانتی در گردن شماست). (سازمان‌ها امانت‌دار زمین هستند). نوآوری سبز = ادای امانت
«لا تُضَيِّعُوا الْمَاءَ وَلَوْ كُنْتُمْ عَلَى نَهْرٍ جَارٍ»	نهج البلاغه، حکمت ۳۸	(آب را هدر ندهید، حتی اگر کنار رودخانه باشید). مدیریت منابع و کاهش مصرف آب در صنایع = نوآوری فرایند سبز

جدول ۳. نمونه‌هایی از نهج البلاغه که مفهوم نوآوری سبز از آنان استنباط می‌گردد.

در جدول ۴، نمونه‌هایی از فرموده‌های مراجع تقلید که می‌تواند مبین نوآوری سبز باشد، ارائه گردیده است:

مرجع تقلید	کتاب/ سخن	تفسیر برای نوآوری سبز
آیت الله مکارم شیرازی	اخلاق در قرآن، ج ۲	(حفظ محیط زیست از واجبات شرعی است). نوآوری سبز = واجب کفایی
آیت الله جوادی آملی	تفسیر موضوعی قرآن، ج ۵	(طبیعت آیینۀ خداست؛ تخریب آن شرک عملی است). نوآوری سبز = عبادت
آیت الله سیستانی	رساله توضیح المسائل	(تخریب محیط زیست حرام است). سازمان‌ها موظف به جبران تخریب محیط زیست با فناوری سبز هستند.

جدول ۴. نمونه‌هایی از کلام مراجع تقلید که مفهوم نوآوری سبز از آن‌ها استنباط می‌گردد.





نوآوری سبز، دو بعد اصلی دارد: نوآوری محصول سبز (مثل باتری‌های کم‌آلاینده در خودروهای برقی) و نوآوری فرایند سبز (مثل بهینه‌سازی زنجیره تأمین برای کاهش ضایعات) (Mintah Ampaw et al., 2025). از شصت مطالعه بررسی شده، ۸۲ درصد (۴۹ مطالعه) نشان دادند نوآوری سبز با کاهش مصرف انرژی، مدیریت پس‌ماند و بهبود کارایی، به اهداف توسعه پایدار کمک می‌کند (Wang, M. et al., 2021).

در ایران، صنایع سنگین مانند فولاد و پتروشیمی که بیش از ۶۰ درصد آلاینده‌های صنعتی را تولید می‌کنند (IQAir, 2025)، با فشارهای زیست‌محیطی و اجتماعی روبه‌رو هستند و نوآوری سبز را به‌عنوان راهکار اصلی پذیرفته‌اند (Malja & Afrasiabi, 2025).

باین‌حال، در پنج مطالعه گزارش شده در شرایط فشار مالی شدید، رابطه نوآوری سبز با عملکرد مالی، ضعیف است (Chen & Chang, 2013). البته این مطالعات عمدتاً بر جنبه‌های فنی تمرکز داشته و نقش عوامل اخلاقی در بسترهای در حال توسعه را کمتر بررسی کرده‌اند (Yuguo et al., 2024).

سرمایه اخلاقی در سازمان‌ها

سرمایه اخلاقی، مجموعه‌ای از ارزش‌های بنیادین مانند صداقت، مسئولیت‌پذیری و عدالت است که رفتارهای مسئولانه را در سطوح فردی، اجتماعی و محیطی تقویت می‌کند (Salimzadeh et al., 2025). در سنت اسلامی، اخلاق به معنی «خُلُق پسندیده» است که انسان را به‌سوی خیر هدایت می‌کند (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۱۵).

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «الْأَمَانَةُ تُصْلِحُ الْخَلْقَ وَتُصْلِحُ الْخُلُقَ؛ امانت‌داری، خلق و خوی را اصلاح می‌کند» (نهج البلاغه، نامه ۳۱). آیت‌الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵) تأکید می‌کند که مسئولیت‌پذیری در برابر جامعه و محیط‌زیست، از وظایف شرعی هر مسلمان است. علامه طباطبایی (۱۳۶۲، ج ۱۶، ص ۳۱۲) نیز اخلاق را «ملکه نفسانی» می‌داند



که تصمیم‌گیری را به‌سوی عدالت و خیر عمومی سوق می‌دهد. این دیدگاه‌ها نشان می‌دهند سرمایه اخلاقی در اسلام، پل ارتباطی بین فرد، جامعه و محیط‌زیست است. در کشورهای غربی، این مفهوم با عنوان ذخیره اعتبار اخلاقی شناخته می‌شود که در بحران از سازمان محافظت می‌کند (Godfrey, 2005; Sison, 2003, pp. 18–20). سرمایه اخلاقی از مفاهیم مشابهی مثل سرمایه اجتماعی، اقلیم اخلاقی و رهبری اخلاقی متمایز است. سرمایه اجتماعی بر شبکه‌های روابط تمرکز دارد (Coleman, 1994, pp. 305–310)، اقلیم اخلاقی، جو سازمان را می‌سازد (Victor & Cullen, 1988) و رهبری اخلاقی بر رفتار رهبران تأکید دارد (Treviño et al., 2003)، درحالی که سرمایه اخلاقی بر کیفیت تصمیم‌گیری اخلاقی و ایجاد ارزش پایدار تمرکز دارد و ابعاد سه‌گانه آن عبارت‌اند از:

۱. فردی: صداقت و مسئولیت‌پذیری شخصی؛
 ۲. اجتماعی: شفافیت و ارزش‌های مشترک؛
 ۳. محیطی: تاب‌آوری و خودکنترلی در شرایط سخت (Malja & Afrasiabi, 2025; Mishra & Aithal, 2023).
- در جامعه اسلامی، اخلاق در کار و تجارت از اصول فقهی است. آیت‌الله سیستانی (۱۴۳۰ق، ص ۴۲۱) در رساله توضیح المسائل می‌گوید: «تجارت باید با صداقت و امانت‌داری باشد و فریب‌دادن مشتری، حرام است».
- آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۲۱) نیز تأکید می‌کند که مسئولیت‌پذیری در برابر محیط‌زیست از مصادیق امانت‌داری الهی است. این اصول، سرمایه اخلاقی را به یک وظیفه شرعی و اجتماعی تبدیل می‌کنند.
- اما مسئله اصلی، شعاری‌ماندن اصول اخلاقی است. در بسیاری از سازمان‌ها، ارزش‌های اخلاقی در سیاست‌گذاری‌ها و تصمیم‌گیری‌ها در نظر گرفته نمی‌شوند و این امر، اعتماد کارکنان و ذی‌نفعان را تضعیف می‌کند (Babaloe et al., 2025). سازمان‌ها برای تقویت



سرمایه اخلاقی باید سیاست‌های شفاف اخلاقی تدوین کنند، فرهنگ سازمانی مبتنی بر ارزش‌های اسلامی و انسانی ایجاد کنند، ساختارهای نظارتی مؤثر داشته باشند و آموزش‌های مداوم اخلاقی ارائه دهند (Davoudzadeh moghaddam et al., 2024). در غیر این صورت، با کاهش بهره‌وری، ترک خدمت و تضعیف اعتبار سازمان مواجه می‌شوند (Shirvani et al., 2024).

امام خمینی علیه السلام می‌فرماید: «اگر اخلاق در جامعه نباشد، همه چیز از بین می‌رود» (خمینی، ۱۳۷۸، ج ۱۸، ص ۴۵۲). این کلام، ضرورت سرمایه اخلاقی را به عنوان اساس پایداری سازمانی و اجتماعی نشان می‌دهد.

ارتباط سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز

سرمایه اخلاقی با تقویت فرهنگ سازمانی مسئولانه، پذیرش نوآوری سبز را تسهیل می‌کند (Mintah Ampaw et al., 2025; Enbaia et al., 2024). این ارتباط از دیدگاه اسلامی نیز تأیید می‌شود؛ امام علی علیه السلام می‌فرماید: «مَنْ أَدَّى الْأَمَانَةَ وَاجْتَنَّبَ الْخِيَانَةَ فَقَدْ أَحْسَنَ الْعَمَلِ؛ کسی که امانت‌داری کند و از خیانت پرهیزد، بهترین عمل را انجام داده است» (نهج البلاغه، نامه ۳۱). این اصل، سازمان‌ها را به سمت نوآوری سبز مسئولانه هدایت می‌کند؛ یعنی توسعه محصولات که نه تنها سودآور، بلکه امانت‌دار منابع طبیعی باشند. آیت الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵) تأکید می‌کند که حفظ محیط‌زیست از مصادیق امانت‌داری الهی است. در ایران، بازاریان سنتی یزد، با تکیه بر همین ارزش‌های فقهی، حاضرند هزینه بیشتری برای مواد اولیه سبز پردازند و این رفتار، نوآوری فرایند سبز را تقویت می‌کند (Malja & Afrasiabi, 2025).

از شصت مطالعه بررسی شده، ۸۲ درصد (۴۹ مطالعه) رابطه مثبت بین سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز (محصول و فرایند) را تأیید کردند (Imran et al., 2023). باید گفت این ارتباط، دوسویه است:



- نوآوری سبز → سرمایه اخلاقی: ارزش‌هایی مانند عدالت و مسئولیت‌پذیری، سازمان را به کاهش آلاینده‌گی و مصرف منابع ترغیب می‌کند؛
- سرمایه اخلاقی → نوآوری سبز: تولید محصول سبز، اعتبار اخلاقی سازمان را افزایش داده، چرخه مثبت ایجاد می‌کند.

برای مثال، در بازار سنتی یزد، بازاریانی که صداقت در معامله را رعایت می‌کنند، از مواد اولیه سبز استفاده می‌کنند و این عمل، هم نوآوری محصول سبز را تقویت می‌کند و هم اعتبار اخلاقی آن‌ها را افزایش می‌دهد (Malja & Afrasiabi, 2025). آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۲۱) می‌گوید: «حفظ محیط‌زیست، امانت‌داری برای نسل‌های آینده است». این دیدگاه فقهی، سرمایه اخلاقی را به پل ارتباطی بین ایمان، عمل و پایداری تبدیل می‌کند.

بااین‌حال، پنج مطالعه نشان دادند در شرایط فشار مالی شدید، منافع کوتاه‌مدت ممکن است این رابطه را تضعیف کند (Chen & Chang, 2013)؛ برای مثال، سازمان‌هایی که برای بقا در بازار رقابت می‌کنند، ممکن است به جای نوآوری سبز، به رفتارهای نمایشی زیست‌محیطی روی آورند (Chen & Dagestani, 2023). اما در جاهایی مانند ایران که فشار نهادی کم است، نقش سرمایه اخلاقی بیشتر از قوانین عمل می‌کند (Malja & Afrasiabi, 2025).

امام خمینی علیه السلام می‌فرماید: «اگر اخلاق در جامعه نباشد، همه چیز از بین می‌رود» (خمینی، ۱۳۷۸، ج ۱۸، ص ۴۵۲). این کلام نشان می‌دهد بدون سرمایه اخلاقی، نوآوری سبز نیز به شعار تبدیل می‌شود.

نقش فشار ذی‌نفعان در نوآوری سبز

فشار ذی‌نفعان (نهادی، رقابتی و اجتماعی)، سازمان‌ها را به نوآوری سبز سوق می‌دهد (Eesley & Lenox, 2006; Adomako & Tran, 2024). از شصت مطالعه بررسی‌شده،



۷۵ درصد (۴۵ مطالعه) نشان دادند فشارهای نهادی (مانند قوانین زیست محیطی) و اجتماعی (مانند رسانه‌ها) عملکرد سبز را بهبود می‌بخشند (Yadav et al., 2017).

این فشارها در منابع اسلامی نیز ریشه دارند؛ قرآن کریم می‌فرماید: ﴿وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ يَنْتَهُم﴾ (شورا، ۳۸) و امام علی علیه السلام تأکید می‌کند: «الناس بأمرائهم أشبه منهم بأبائهم» (نهج البلاغه، نامه ۵۳).

این اصول، مشورت با جامعه و پاسخ‌گویی به مردم را واجب می‌کند. در ایران، فشار اجتماعی از سوی مردم، رسانه‌ها و نهادهای دینی، سازمان‌ها را به جبران فساد در زمین ملزم می‌کند (روم، ۴۱؛ مکارم شیرازی، ۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵).

در ویتنام، فشار ذی‌نفعان، «کسب و کارهای کوچک و متوسط»^۱ را به نوآوری سبز هدایت کرده است (Sun et al., 2025). در ایران نیز فشار نهادی از سوی سازمان حفاظت محیط‌زیست و فشار اجتماعی از سوی فعالان زیست محیطی، صنایع را به بهینه‌سازی فرایندها و کاهش آلاینده‌گی واداشته است (IQAir, 2025). آیت‌الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۲، ص ۲۱۸) می‌گوید: «هر مسلمانی موظف است از طبیعت حفاظت کند و این وظیفه، در قالب فشار اجتماعی و نهادی نیز اعمال می‌شود». این دیدگاه، فشار ذی‌نفعان را به تکلیف شرعی تبدیل می‌کند.

با این حال، سه مطالعه به خطر رفتارهای نمایشی زیست محیطی در اثر فشار بیش از حد اشاره کرده‌اند (Chen & Dagestani, 2023). امام علی علیه السلام هشدار می‌دهد: «من أظهر خلاف ما يبطن فقد أفسد في الأرض» (نهج البلاغه، حکمت ۱۰۳). این کلام، نمایش سبز را مصداق فساد در زمین می‌داند.

آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۴۵) نیز تأکید می‌کند: «هر عملی که ظاهرش سبز باشد اما باطنش تخریب، شرک عملی است»؛ بنابراین، فشار ذی‌نفعان باید با سرمایه اخلاقی همراه باشد تا از نمایش به عمل واقعی تبدیل شود.

1.SMEs.

طبقه‌بندی ذی‌نفعان (اولیه و ثانویه) در بسترهای پیچیده، مانند مگا پروژه‌های عمرانی ایران، همچنان به بررسی نیاز دارد (Eesley & Lenox, 2006). فقه اسلامی، ذی‌نفعان را به ذوی‌الحقوق (صاحبان حق) اولیه و ثانویه تقسیم می‌کند:

- اولیه: کارکنان، مشتریان و دولت (حقوق مستقیم)؛
- ثانویه: جامعه، محیط‌زیست و نسل‌های آینده (حقوق غیرمستقیم).

آیت‌الله سیستانی (۱۴۳۰ق، مسئله ۲۸۳۴) می‌گوید: «حفظ حقوق نسل‌های آینده از واجبات است». این دیدگاه، فشار ذی‌نفعان ثانویه (مانند فعالان محیط‌زیست) را در ایران تقویت می‌کند.

تعامل فشار ذی‌نفعان و سرمایه اخلاقی

مطالعات نشان داده‌اند فشار ذی‌نفعان، به‌عنوان تعدیل‌کننده، رابطه سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز را تقویت می‌کند (Baah et al., 2021). از شصت مطالعه بررسی‌شده، ۶۵ درصد (۳۹ مطالعه) نشان دادند ترکیب سرمایه اخلاقی و فشار ذی‌نفعان به نوآوری پایدار منجر می‌شود (Adomako & Tran, 2024).

این تعامل در چهارچوب اسلامی نیز تأیید می‌شود؛ قرآن کریم می‌فرماید: «وَأْمُرْهُمْ شُورَىٰ يَبْنِيهِمْ» (شورا، ۳۸) و امام علی علیه السلام تأکید می‌کند: «فَإِنَّ أَحْسَنَ الْأُمُورِ أَوْسَطُهَا» (نهج البلاغه، نامه ۵۳). این اصول، اعتدال در فشار و مشورت با جامعه را واجب می‌کند. فشار ذی‌نفعان در ایران، از سوی نهادهای دینی، فعالان محیط‌زیست و مردم، سازمان‌ها را به نوآوری سبز واقعی واداشته است (Malja & Afrasiabi, 2025).

در کشور غنا، فشار ذی‌نفعان، این رابطه را تقویت کرده است (Mintah Ampaw et al., 2025). در ایران نیز فشار اجتماعی از سوی مردم و فشار نهادی از سازمان حفاظت محیط‌زیست، صنایع را به بهینه‌سازی فرایندها و کاهش آلاینده‌گی هدایت می‌کند (IQAir, 2025). آیت‌الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۲، ص ۲۱۹) می‌فرماید: «فشار اجتماعی برای



حفظ محیط زیست، مصداق امر به معروف و نهی از منکر است». این دیدگاه، فشار ذی نفعان را به وظیفه شرعی تبدیل می کند.

باین حال، فشار بیش از حد، ممکن است به رفتارهای نمایشی زیست محیطی منجر شود (Chen & Dagestani, 2023). امام علی علیه السلام در حکمت ۱۰۳ نهج البلاغه هشدار می دهند: «من أظهر خلاف ما یبطن فقد أفسد فی الأرض».

آیت الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۴۵) نیز تأکید می کند: «نمایش سبز بدون عمل، شرک عملی است». سرمایه اخلاقی در این شرایط، سپر پیشگیری از نمایش است؛ زیرا سازمانی که امانت دار زمین باشد (روم، ۴۱)، زیر فشار نیز عملش واقعی است، نه نمایشی.

فقه اسلامی، فشار ذی نفعان را به حقوق متقابل تقسیم می کند:

- ذی نفعان اولیه (کارکنان و مشتریان): حق شفافیت و عدالت؛
 - ذی نفعان ثانویه (جامعه، محیط زیست و نسل های آینده): حق حفاظت و پایداری.
- آیت الله سیستانی (۱۴۳۰ق، مسئله ۲۸۳۴) در این خصوص می فرماید: «حفظ حقوق نسل های آینده از واجبات است». این دیدگاه، فشار ذی نفعان ثانویه را در ایران به محرک اصلی نوآوری سبز تبدیل می کند.

روش شناسی

این پژوهش با رویکرد مرور نظام مند و بر اساس راهنمای PRISMA انجام شد (Moher et al., 2009) تا از این طریق به شناسایی، ارزیابی و ترکیب نظام مند ادبیات موجود در حوزه رابطه سرمایه اخلاقی، نوآوری سبز و فشار ذی نفعان بپردازد.

این مرور برای پاسخ به این سؤالات طراحی شد:

- (۱) ابعاد سه گانه سرمایه اخلاقی (فردی: صداقت، اجتماعی: شفافیت، محیطی: امانت داری زمین) چگونه بر نوآوری سبز (محصول و فرایند) تأثیر می گذارند؟

۲) فشار ذی‌نفعان (مشتریان، نهادها، سرمایه‌گذاران و جوامع محلی) چه نقشی (مستقیم یا تعدیل‌کننده) در رابطه بین سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز ایفا می‌کند؟

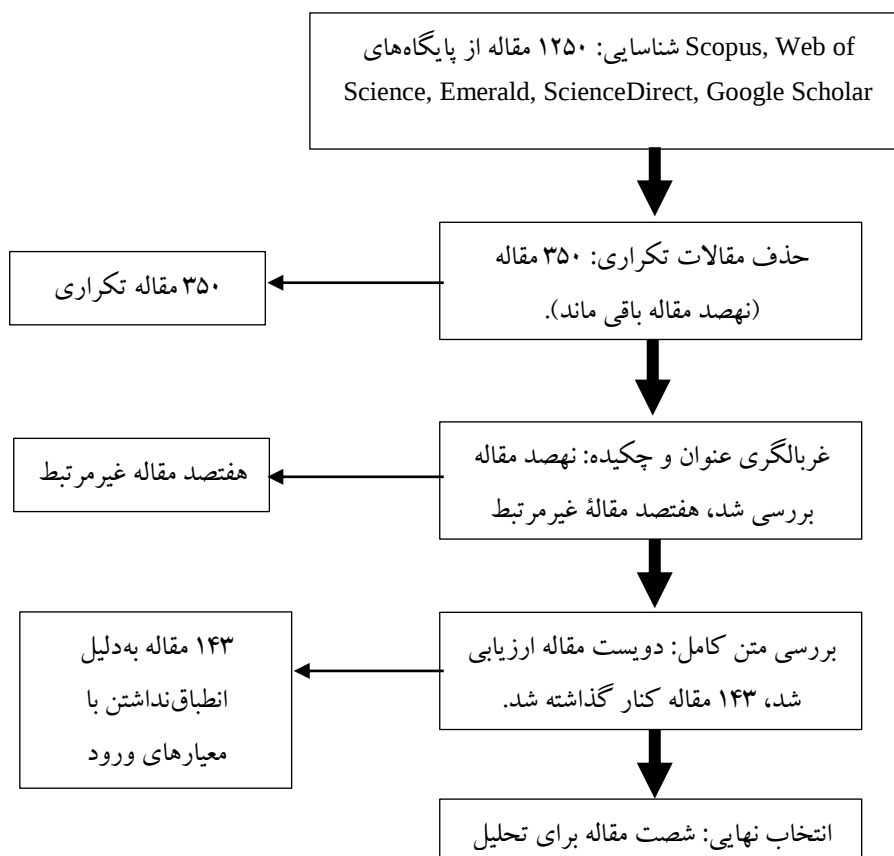
جست‌وجوی مقالات در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۵م و به زبان‌های انگلیسی و فارسی انجام شد تا به‌روزترین و مرتبط‌ترین مطالعات پوشش داده شوند. از کلیدواژه‌های زیر با ترکیب عبارات منطقی (AND, OR) استفاده شد که در جدول ۵ ارائه شده‌اند:

فارسی	انگلیسی
«سرمایه اخلاقی» OR «اخلاق سازمانی»	"Ethical Capital" OR "Moral Capital" OR "Organizational Ethics"
«نوآوری سبز» OR «نوآوری زیست‌محیطی»	"Green Innovation" OR "Eco-Innovation"
«فشار ذی‌نفعان» OR «فشار نهادی»	"Stakeholder Pressure" OR "Institutional Pressure"

جدول ۵. کلیدواژه‌های جست‌وجو



فرایند غربالگری مقالات در شکل ۱ ارائه گردیده است:



شکل ۱. نمودار PRISMA فرایند غربالگری مقالات



ارزیابی کیفیت و تحلیل داده‌ها

کیفیت شصت مطالعه با «برنامه مهارت‌های ارزیابی انتقادی»^۱ (CASP, 2018) برای بررسی کیفی و با «ابزار ارزیابی خطر سوگیری (نسخه دوم)»^۲ (Sterne et al., 2019) برای بررسی کمی ارزیابی شد: ۵۱ مطالعه با کیفیت عالی و متوسط، و نه مطالعه با کیفیت ضعیف (که به دلیل ارتباط موضوعی حفظ شدند).

داده‌ها را دو پژوهشگر مستقل استخراج و با تحلیل مضمونی در نرم‌افزار NVivo کدگذاری کردند. سپس، مضامین کلیدی زیر استخراج گردید:

- سرمایه اخلاقی: سه گانه (فردی: صداقت؛ اجتماعی: شفافیت؛ محیطی: امانت‌داری طبیعت)؛
- فشار ذی‌نفعان: نهادی، رقابتی و اجتماعی؛
- نوآوری سبز: محصول و فرایند.

توافق ارزیاب‌ها $K=0.82$ بود و اختلافات با اجماع رفع شد. یافته‌ها در جداول ترکیبی و چهارچوب مفهومی (شکل ۲) ادغام گردید تا روابط، تعدیل‌کننده‌ها و شکاف‌ها مشخص شود (Siddaway et al., 2019).

یافته‌های پژوهش

در این بخش، نتایج کلیدی تحلیل مضمونی شصت مطالعه منتخب با استفاده از نرم‌افزار NVivo ارائه می‌شود.

سرمایه اخلاقی به عنوان منبع راهبردی

سرمایه اخلاقی، مجموعه‌ای از ارزش‌های بنیادین، باورها و هنجارهای سازمانی است که رفتارها را بر پایه صداقت، انصاف و امانت‌داری هدایت می‌کند (Newman et al., 2017;)

1. Critical Appraisal Skills Programme (CASP).
2. RoB 2.



(Mishra & Aithal, 2023). همان‌طور که امام علی علیه السلام در نامه ۳۱ نهج البلاغه می‌فرماید: «الأمانة تُصْلِحُ الخَلْقَ وَتُصْلِحُ الخَلْقَ». این سرمایه در سه سطح عمل می‌کند. از ۵۱ مطالعه باکیفیت، ۴۲ مطالعه (۸۲ درصد) این سطوح را تأیید کردند. در جدول ۶ مضمون‌های یافته‌شده در این سه سطح به همراه مثال ارائه گردیده است.

سطح	مضمون	یافته کلیدی	مثال
فردی	صداقت، انصاف، فضیلت فردی	تصمیم‌گیری‌های اخلاقی تر و رهبری مبتنی بر فضیلت (Imran et al., 2023; Mishra & Aithal, 2023; Wang & Hackett, 2016; Sison, 2003)	گزارش‌دهی صادقانه زیست‌محیطی در شرکت‌های ایرانی (Malja & Afrasiabi, 2025)؛ رهبری اخلاقی و تغییر سازمانی (Imran et al., 2023)؛ رهبری فضیلت‌مدار (Wang & Hackett, 2016)؛ اهمیت فضیلت در رهبری (Sison, 2003)
		سرمایه اخلاقی فردی، رفتار سازمانی را هدایت می‌کند و سرمایه معنوی به عنوان مکمل آن سبب پایداری در رفتار می‌گردد. (Sufi et al., 2024; Akgül & Özkan, 2024; Zohar & Marshall, 2004)	سکوت کارکنان در برابر رفتارهای غیراخلاقی (Sufi et al., 2024)؛ ابزار سنجش سرمایه اخلاقی در ترکیه (Akgül & Özkan, 2024)
اجتماعی	شفافیت، ارزش‌های مشترک	انسجام سازمانی و اعتماد اجتماعی در سطح اجتماعی رضایت شغلی را تقویت می‌کند. (Malja & Afrasiabi, 2025; Newman et al., 2017; Victor & Cullen, 1988; Treviño et al., 2003; Weaver et al., 2003)	تعاملات شفاف در بازار سنتی یزد (Malja & Afrasiabi, 2025)؛ جو اخلاقی سازمانی (Victor & Cullen, 1988)؛ رهبری اخلاقی مدیران (Treviño et al., 2003)؛ برنامه‌های اخلاقی سازمانی (Weaver et al., 2003)



سطح	مضمون	یافته کلیدی	مثال
		Weaver et al., 1999; Maak, 2007; Murshed et al., (2023)	al., 1999؛ سرمایه اجتماعی و انسجام (Maak, 2007)
		سرمایه اخلاقی در جامعه تجاری Ratnapala, 2003; Puchkov) (& Kholodkov, 2025	سرمایه اخلاقی و جامعه تجاری و CSR (Ratnapala, 2003) فرهنگ سازمانی پایدار Puchkov & Kholodkov,) (2025
محیطی	تاب آوری، خودتنظیمی، مسئولیت محیطی	پایداری بلندمدت و نوآوری سبز Chithambo et al., 2024;) Enbaia et al., 2024; Sun et al., 2025; Guo et al., 2020; Rui & Lu, 2021; Singh et al., 2022; Zhang & Zhu, (2019	بازيافت در پروژه های عمرانی ایران (Enbaia et al., 2024)؛ گزارش داوطلبانه گازهای گلخانه ای (Chithambo et al., 2024)؛ فشار ذی نفعان و پایداری (Sun et al., 2025)؛ اخلاق محیطی و نوآوری سبز (Guo et al., 2020)؛ فشار ذی نفعان و نوآوری سبز در آسیا (Rui & Lu, 2021)؛ قابلیت های پویا در SMEs (Singh et al., 2022)؛ یادگیری سازمانی و نوآوری سبز (Zhang & Zhu, 2019)
		نهادهای و فشارهای محیطی Scott, 2014; Silva et al.,) (2019	نقش نهادها در تغییر سازمانی (Scott, 2014)؛ انتظارات ذی نفعان در سنجش عملکرد پایدار (Silva et al., 2019)

جدول ۶. مضمون های یافته شده در سه سطح سرمایه اخلاقی

بااین حال، پنج مطالعه (Baah et al., 2020; Baah et al., 2021; Kassinis & Vafeas, 2006; Sarkis et al., 2010; D'Souza et al., 2022) رابطه ضعیف یا غیرمعناداری را در صنایع گرفتار فشار مالی شدید گزارش کردند. آیت‌الله مکارم شیرازی (۱۳۹۸، ج ۲، ص ۲۱۵) تأکید می‌کند: «فشار مالی نباید امانت‌داری را تضعیف کند». این سرمایه، فرهنگ سازمانی را به یادگیری مستمر و پذیرش فناوری‌های پاک سوق می‌دهد. مطالعات در خصوص ابزارهای سنجش استاندارد سرمایه اخلاقی محدودند (Victor & Cullen, 1988) و این پژوهش، چهارچوبی برای توسعه ابزارهای سنجش این سرمایه، مخصوصاً به صورت بومی و مبتنی بر فقه در ایران، پیشنهاد می‌کند.

نوآوری سبز: ابعاد و پیش‌ران‌ها

نوآوری سبز، توسعه محصولات و فرایندهایی است که مصرف انرژی، آلاینده‌گی و ضایعات را کاهش می‌دهد (Zhou et al., 2020). قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا» (اعراف، ۵۶). از ۵۱ مطالعه، ۴۴ مطالعه، دو بُعد اصلی را تأیید کردند که در جدول ۷ همراه با مثال ارائه گردیده است:

منبع	مثال	بُعد/پیش‌ران
Wang, M. et al., 2021	خودروهای برقی با باتری کم‌آلاینده	محصول سبز
Cai & Li, 2018	محصولات سبز در صنایع چین	
Chen & Chang, 2013 Wang, H. et al., 2021	توسعه محصولات سبز با رهبری تحول‌آفرین	



منبع	مثال	بُعد/پیش‌ران
Barforoush et al., 2021	محصولات سبز برای مزیت رقابتی	فرایند سبز
Wang, M. et al., 2021	بهینه‌سازی زنجیره تأمین در صنایع غذایی	
Zhou et al., 2020	نوآوری فرایند سبز در زنجیره تأمین پایدار	
Borghesi et al., 2015 Yadav et al., 2017	کاهش آلاینده‌گی در صنایع تولیدی	
Mishra, 2017	مدیریت سبز منابع انسانی	
Kumar Mittal & Singh Sangwan, 2013	موانع تولید سبز در صنایع	
Singh et al., 2022; Rui & Lu, 2021; Zhang & Zhu, 2019	فشار ذی‌نفعان و نوآوری سبز	پیش‌ران‌ها
Abbas & Khan, 2023; Wang et al., 2022; Enbaia et al., 2024	فرهنگ سازمانی سبز و نوآوری	
Abbas & Khan, 2023	دانش سبز و عملکرد نوآوری	
Adomako & Tran, 2024; Provasnek et al., 2017	همکاری محیطی و نوآوری مسئولانه	
Mintah Ampaw et al., 2025; Malja & Afrasiabi, 2025	سرمایه اخلاقی و نوآوری سبز	
Lee, 2011; Kassinis & Vafeas, 2006	فشار نهادی و سیاست‌های زیست‌محیطی	
Bhandari & Yasunobu, 2009; Maak, 2007	سرمایه اجتماعی و نوآوری سبز	
Grant, 2021	نوآوری سبز بخشی از مزیت رقابتی پایدار	

جدول ۷. ابعاد نوآوری سبز



با بررسی های انجام شده معلوم گردید پیش ران ها به دو دسته تقسیم می شوند:

- درون سازمانی: سرمایه اخلاقی و حمایت مدیریت؛
 - برون سازمانی: قوانین و تقاضای مشتری (Guo et al., 2020; Lyu et al., 2024).
- در کشور غنا، فشار مشتریان «کسب و کارهای کوچک و متوسط»^۱ را به نوآوری سبز واداشت (Mintah Ampaw et al., 2025).

اما سه مطالعه نشان دادند در بسترهای با زیرساخت ضعیف، پیش ران های برون سازمانی تأثیر محدودی دارند (Chen & Dagestani, 2023).

این در حالی است که آیت الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۲۱) می گوید: «حفظ محیط زیست، امانت داری برای نسل های آینده است»؛ پس باید به تقویت زیرساخت ها در کشور توجه شود.

فشار ذی نفعان به عنوان تسهیل کننده تغییر

فشار ذی نفعان، سازمان ها را به نوآوری سبز هدایت می کند (Adomako & Tran, 2024). از ۵۱ مطالعه، ۴۵ مطالعه، سه نوع فشار را شناسایی کرده اند که در جدول ۸، مثال هایی از آن ها ارائه گردیده است:

منبع	مثال	نوع فشار
Sarkis et al., 2010; Borghesi et al., 2015; Lee, 2011; Kassinis & Vafeas, 2006; Silva et al., 2019; Scott, 2014	قوانین زیست محیطی و سیاست های انتشار	نهادی
Cai & Li, 2018; Yadav et al., 2017; Zhang & Zhu, 2019; Barforoush et al., 2021; Le, 2022; Hayat & Qingyu, 2024	تقاضای مشتریان و فشار بازار	رقابتی
Khan, 2024; Eesley & Lenox, 2006; D'Souza et al., 2022; Sun et al., 2025; Guo et al., 2020; Enbaia et al., 2024; Silva et al., 2019	فشار رسانه ها و فعالان محیط زیست	اجتماعی

جدول ۸. انواع فشار ذی نفعان

1. SMEs.



مدل ایزلی و لنوکس (Eesley & Lenox, 2006) نشان می‌دهد ذی‌نفعانی که از قدرت و مشروعیت زیادی برخوردارند (مانند سازمان حفاظت محیط‌زیست ایران) بیشترین تأثیر را دارند. قوانین جدید کاهش آلودگی، صنایع سنگین را به نوآوری سبز واداشته است (IQAir, 2025)؛ اما سه مطالعه هشدار دادند فشار بیش از حد، ممکن است به رفتارهای نمایشی منجر شود (Chen & Dagestani, 2023) که این نه تنها در حفظ محیط زیست مؤثر نیست و اثر مخرب دارد، در دین اسلام نیز تقبیح شده است؛ امام علی علیه السلام در این خصوص فرموده‌اند: «من أظهر خلاف ما یبطن فقد أفسد فی الأرض» (نهج البلاغه، حکمت ۱۰۳). در جدول ۹، خلاصه‌ای از یافته‌های کلیدی مطالعات منتخب ارائه شده است:

منبع	متغیرهای اصلی	یافته کلیدی
Kaptein, 2008	رفتارهای غیراخلاقی، فشار ذی‌نفعان	فشار ذی‌نفعان می‌تواند رفتارهای غیراخلاقی را کاهش دهد؛ اما در شرایط مالی سخت، اثر ضعیف دارد.
Paine, 1994	یکپارچگی سازمانی، سرمایه اخلاقی	مدیریت مبتنی بر یکپارچگی، سرمایه اخلاقی را تقویت می‌کند و اعتماد ذی‌نفعان را افزایش می‌دهد.
Porter & Kramer, 2011	ارزش مشترک، فشار اجتماعی	ایجاد ارزش مشترک، فشار اجتماعی را به فرصت نوآوری سبز تبدیل می‌کند.
Smith, 2007	مزیت رقابتی، CSR	مسئولیت اجتماعی و فشار رقابتی، مزیت سبز پایدار ایجاد می‌کند.
Maak, 2007	رهبری مسئولانه، سرمایه اجتماعی	رهبری مسئولانه سرمایه اجتماعی را تقویت و فشار اجتماعی را به انسجام تبدیل می‌کند.
Weaver et al., 1999	برنامه‌های اخلاقی، فشار نهادی	برنامه‌های اخلاقی سازمانی، فشار نهادی را به رفتار سبز پایدار هدایت می‌کنند.



منبع	متغیرهای اصلی	یافته کلیدی
Oware & Iddrisu, 2022	سیاست‌های CSR، اجباری	تغییر سیاست CSR از داوطلبانه به اجباری، فشار نهادی را افزایش می‌دهد و نوآوری سبز را تقویت می‌کند.
Lee, 2011	نهادها، فشار ترکیبی	ترکیب فشار نهادی و اجتماعی، راهبردهای CSR و نوآوری سبز را شکل می‌دهد.
Silva et al., 2019	انتظارات ذی‌نفعان، سنجش عملکرد	انتظارات ذی‌نفعان در سنجش عملکرد پایدار، فشار نهادی را به ابزار ارزیابی تبدیل می‌کند.
Borghesi et al., 2015	تجارت انتشار، نوآوری محیطی	سیاست‌های انتشار نهادی، نوآوری محیطی را تحریک می‌کنند؛ اما در صنایع سنگین، رابطه ضعیف است.
Falcone, 2020	مالی سبز، فشار نهادی	سرمایه‌گذاری مالی سبز، فشار نهادی را به فرصت نوآوری سبز تبدیل می‌کند.
Yadav et al., 2017	عملکرد محیطی، فشار رقابتی	فشار رقابتی مشتریان، عملکرد محیطی و مزیت سبز پایدار ایجاد می‌کند.
Zhang & Zhu, 2019	یادگیری سازمانی، فشار رقابتی	فشار رقابتی و یادگیری سازمانی، نوآوری سبز را تقویت می‌کنند.
Provasnek et al., 2017	مشارکت ذی‌نفعان، نوآوری سبز	مشارکت فعال ذی‌نفعان، نوآوری سبز و مجوز اجتماعی فعالیت‌ها را تقویت می‌کند.
Enbaia et al., 2024	اخلاق محیطی، فرهنگ سازمانی	فرهنگ سازمانی سبز، فشار اجتماعی را به نوآوری پایدار تبدیل می‌کند.

منبع	متغیرهای اصلی	یافته کلیدی
Sun et al., 2025	فشار ذی نفعان، پایداری	فشار ذی نفعان، اجرای رویه های پایدار را در صنایع مختلف تقویت می کند.
Schumacher & Wasieleski, 2013	نهادینه سازی نوآوری اخلاقی	تصمیم گیری های اخلاقی باید در فرایند نوآوری ادغام شوند.

جدول ۹. یافته های کلیدی

مدل مفهومی پیشنهادی

مدل مفهومی پیشنهادی (شکل ۲)، تعامل سرمایه اخلاقی، فشار ذی نفعان و نوآوری سبز را نشان می دهد. این مدل با اقتباس از دو پژوهش (Mintah Ampaw et al., 2025; Malja & Afrasiabi, 2025) طراحی شده و روابط زیر را ترسیم می کند:

متغیرها:

- فشار ذی نفعان: شامل فشارهای نهادی (قوانین)، رقابتی (مشتریان و رقبا)، و اجتماعی (رسانه ها و سازمان های مردم نهاد)^۱ (Adomako & Tran, 2024)؛
- سرمایه اخلاقی: ابعاد فردی (صداقت)، اجتماعی (شفافیت مجازی)، و محیطی (تاب آوری) (Mishra & Aithal, 2023; Newman et al., 2017)؛
- نوآوری سبز: شامل محصول سبز (مثل باتری های کم آلاینده) و فرایند سبز (مثل بازیافت) (Wang, M. et al., 2021).

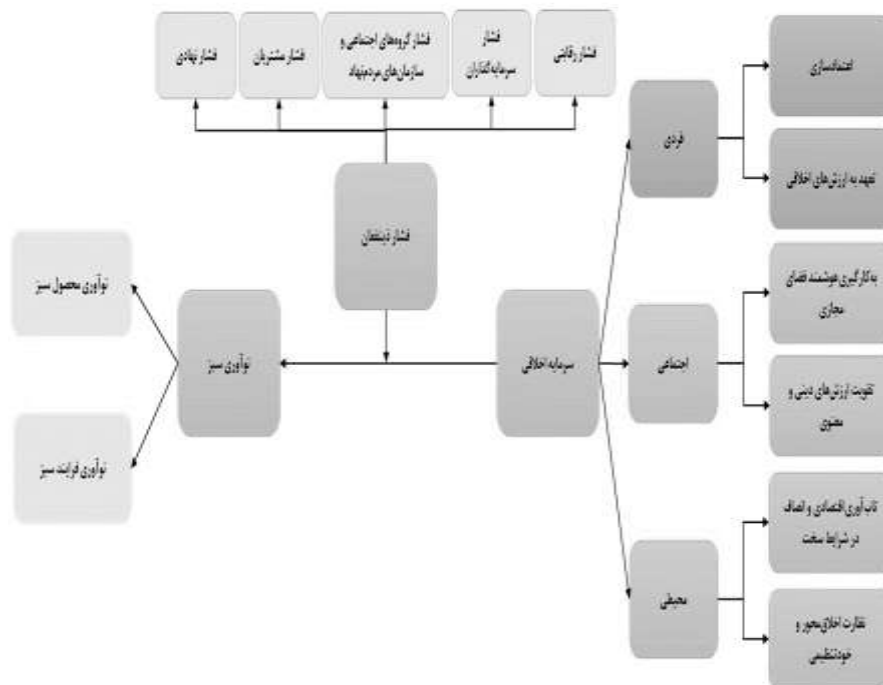


1. NGOs

روابط:

- فشار ذی‌نفعان به‌طور مستقیم و به‌عنوان تعدیل‌کننده، سرمایه اخلاقی را تقویت می‌کند (فلش مستقیم و تعدیلی در شکل ۱)؛
 - سرمایه اخلاقی با تقویت فرهنگ سازمانی، نوآوری سبز را تسهیل می‌کند (فلش میانجی).
 - فشار بیش از حد، ممکن است به رفتارهای نمایشی منجر شود که باید با سرمایه اخلاقی متعادل شود (Chithambo et al., 2024).
- این مدل نشان می‌دهد هم‌افزایی سرمایه اخلاقی و فشار ذی‌نفعان، مقاومت سازمانی را کاهش می‌دهد و پایداری را تقویت می‌کند؛ به‌ویژه در ایران که فشارهای اجتماعی در حال افزایش است. این مدل با ترکیب شواهد و تمرکز بر بسترهای در حال توسعه، چهارچوبی برای تحقیقات تجربی و سیاست‌گذاری سبز ارائه می‌دهد.





شکل ۲. مدل مفهومی تحقیق با اقتباس از دو پژوهش
(Mintah Ampaw et al., 2025; Malja & Afrasiabi, 2025)





بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد نوآوری سبز در ایران، وظیفه شرعی، راهبرد ملی، سرمایه اخلاقی، سپر پیشگیری از فساد و محرک پایداری می‌باشد و فشار ذی‌نفعان، اگر با اخلاق درونی همراه باشد، چرخه مثبت ایجاد می‌کند.

مدل مفهومی (شکل ۲)، نقشه راهی برای سازمان‌ها، سیاست‌گذاران و پژوهشگران است. با اجرای پیشنهادها، ایران می‌تواند از بازارهای سنتی یزد تا صنایع پتروشیمی، الگویی برای جهان اسلام در حفظ امانت زمین باشد. آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۵، ج ۵، ص ۳۲۱) می‌گوید: «حفظ محیط‌زیست، امانت‌داری برای نسل‌های آینده است». این پژوهش، گامی به‌سوی تمدن نوین و پایدار اسلامی است.

این مرور نظام‌مند با تحلیل شصت مطالعه منتخب (بر اساس راهنمای PRISMA) نشان داد سرمایه اخلاقی و فشار ذی‌نفعان، نوآوری سبز را تقویت می‌کنند؛ اما این رابطه پویا، بستر محور و نیازمند تعادل است. سرمایه اخلاقی، به‌عنوان منبع راهبردی، از طریق ابعاد سه‌گانه (فردی: صداقت؛ اجتماعی: شفافیت؛ محیطی: امانت‌داری زمین) عمل می‌کند و نوآوری سبز (محصول و فرایند) را تسهیل می‌کند (Mishra & Aithal, 2023; Malja & Afrazi, 2025). فشار ذی‌نفعان (نهادی، رقابتی، اجتماعی) به‌عنوان تعدیل‌کننده، این رابطه را تقویت می‌کند؛ اما فشار بیش از حد، ممکن است به رفتارهای نمایشی منجر شود (Chen & Dagestani, 2023). مدل مفهومی تحقیق (شکل ۲) با شاخص‌های عملیاتی (صداقت در گزارش‌دهی، قوانین کاهش آلودگی، محصولات کم‌آلاینده) و چهارچوب یکپارچه، پیشنهادی ارائه می‌دهد که بر اساس آن، هم‌افزایی اخلاق و فشار برای پایداری شکل می‌گیرد.

در ایران، آلودگی هوا در کلان‌شهرها (مثلاً بیش از صد روز ناسالم در تهران) (ICCIMA, 2024) و آلاینده‌گی صنایع سنگین (ایجاد بیش از ۶۰ درصد آلاینده‌ها) (IQAir, 2025)، سازمان‌ها را به جبران فساد در زمین واداشته است. آیت‌الله مکارم‌شیرازی (۱۳۹۸، ج ۱۷، ص ۱۲۵) در این خصوص تأکید کرده‌اند که «حفظ محیط‌زیست، واجب



کفایی است». فشار اجتماعی از سوی فعالان محیط زیست، رسانه‌ها و نهادهای دینی و اعمال قوانین زیست محیطی، صنایع را به فناوری‌های پاک و بازیافت سوق داده است (Enbaia et al., 2024). بازاریان یزدی، با توجه به امانت‌داری شرعی، مواد اولیه سبز را ترجیح می‌دهند (Malja & Afrasiabi, 2025). این یافته‌ها نشان می‌دهند سرمایه اخلاقی در ایران، پل ارتباطی بین ایمان و عمل زیست محیطی است.

این پژوهش شکاف‌های مفهومی، روش‌شناختی و زمینه‌ای را پر کرد. شکاف مفهومی با تعریف سه بعدی مبتنی بر فقه («الأرض أمانة في أعناقكم» (نهج البلاغه، نامه ۳۱)) و تمایز از جو اخلاقی برطرف شد. برای رفع شکاف روش‌شناختی، انجام مطالعات طولی پیشنهاد می‌شود و در خصوص شکاف زمینه‌ای پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های بیشتری در ایران با رویکرد فرهنگ ایرانی اسلامی انجام شود.

با وجود محدودیت‌ها (ناهمگونی مطالعات، کمبود داده‌های ایرانی و پراکندگی ابزارها)، پیشنهادهایی عملی به سازمان‌ها و سیاست‌گذاران ارائه می‌گردد:

- آموزش اخلاقی بر اساس نهج البلاغه در صنایع تولیدی؛
- ایجاد کمیته‌های مشترک ذی‌نفعان برای تبدیل فشار به نوآوری؛
- معافیت مالیاتی برای فناوری‌های پاک؛
- نظارت شفاف برای جلوگیری از نمایش سبز.

پیشنهاد‌های پژوهشی شامل توسعه ابزار بومی، مطالعات طولی در پتروشیمی و تحلیل تطبیقی درباره ایران و چین است. این اقدامات، نوآوری سبز را در راستای اقدام اقلیمی (مقابله با تغییرات اقلیمی و کاهش پیامدهای آن)^۱ و مسائل بومی (مانند آلودگی تهران) تقویت خواهند کرد.

1. SDG13.

فهرست منابع

*قرآن کریم.

*نهج البلاغه.

جوادى آملی، عبدالله. (۱۳۹۵). تفسیر موضوعی قرآن (ج ۵: محیط زیست). قم: مرکز نشر اسراء.

حر عاملی، محمد بن حسن. (۱۴۰۹ق). وسائل الشیعة. قم: مؤسسه آل البيت لإحياء التراث. خمینی، روح الله. (۱۳۷۸). صحیفه امام. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته الله علیه.

سیستانی، سید علی. (۱۴۳۰ق). توضیح المسائل. قم: دار الفکر.

طباطبائی، سید محمد حسین. (۱۳۶۲). المیزان فی تفسیر القرآن. قم: دفتر انتشارات اسلامی.

کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران: دار الکتب الإسلامية.

متقی هندی، علی بن حسام الدین. (۱۳۱۲ق). کنز العمال فی سنن الاقوال و الأفعال. بیروت: مؤسسه الرسالة.

مسلم بن حجاج، القشیری النیشابوری. (۱۹۵۵م). صحیح مسلم (کتاب الطهارة). بیروت: دار إحياء التراث العربي.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۸). اخلاق در قرآن. قم: مدرسه امام علی بن ابی طالب علیه السلام.

مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۹۸). تفسیر نمونه. تهران: دار الکتب الإسلامية.

Abbas, J. & Khan, S. M. (2023). Green knowledge management and organizational green culture: An interaction for organizational green innovation and green performance. *Journal of Knowledge Management*, 27(7), pp. 1852–1870. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2022-0156>.

Adomako, S. & Tran, M. D. (2024). Environmental collaboration, responsible innovation, and firm performance: The moderating role of



stakeholder pressure. *Business Strategy and the Environment*, 31(4), pp. 1695-1704. <https://doi.org/10.1002/bse.2977>.

Akgül, Ö. S. & Özkan, H. (2024). *Moral sermaye ölçeği: geçerlik ve güvenirlik çalışması*. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 13(79), pp. 95-112.

Baah, C., Jin, Z. & Tang, L. (2020). Organizational and regulatory stakeholder pressures friends or foes to green logistics practices and financial performance: Investigating corporate reputation as a missing link. *Journal of Cleaner Production*, 247, p. 119125. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119125>.

Baah, C., Opoku-Agyeman, D., Acquah, I. S. K., Agyabeng-Mensah, Y., Afum, E., Faibil, D. & Abdoulaye, F. A. M. (2021). Examining the correlations between stakeholder pressures, green production practices, firm reputation, environmental and financial performance: Evidence from manufacturing SMEs. *Sustainable Production and Consumption*, 27, pp. 100–114. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2020.10.015>.

Babaloe, A., Zarandi, H. M. & Kamyabi, M. (2025). Development of a Structural Model for Predicting Organizational Performance of Bank Employees in Western Tehran Branches Based on Career Path Resilience and Psychological Capital: The Mediating Role of Professional Ethics. *Ijimb*, 5(1), pp. 176-183. <https://doi.org/10.61838/kman.ijimb.5.1.18>.

Barforoush, N., Etebarian, A., Naghsh, A. & Shahin, A. (2021). Green innovation a strategic resource to attain competitive advantage.





International Journal of Innovation Science, 13(5), pp. 645–663.
<https://doi.org/10.1108/IJIS-10-2020-0180>.

Bhandari, H. & Yasunobu, K. (2009). What is social capital? A comprehensive review of the concept. *Asian Journal of Social Science*, 37(3), pp. 480–510. <https://doi.org/10.1163/156853109X436847>.

Borghesi, S., Cainelli, G. & Mazzanti, M. (2015). Linking emission trading to environmental innovation: Evidence from the Italian manufacturing industry. *Research Policy*, 44(3), pp. 669–683. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2014.10.014>.

Cai, W. & Li, G. (2018). The drivers of eco-innovation and its impact on performance: Evidence from China. *Journal of Cleaner Production*, 176, pp. 110–118. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.109>.

Chen, P. & Dagestani, A. A. (2023). Greenwashing behavior and firm value—From the perspective of board characteristics. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(5), pp. 2330–2343. <https://doi.org/10.1002/csr.2488>.

Chen, Y. S. & Chang, C. H. (2013). The determinants of green product development performance: Green dynamic capabilities, green transformational leadership, and green creativity. *Journal of Business Ethics*, 116(1), pp. 107–119. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1452-x>.

Chithambo, L., Tingbani, I., Agyapong, G. A. & Gyapong, E. (2024). Corporate voluntary greenhouse gas reporting: Stakeholder pressure and the mediating role of the chief executive officer. *Business Strategy and the Environment*, 29(4), pp. 1666–1683.

Coleman, J. S. (1994). *Foundations of social theory*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Critical Appraisal Skills Programme (CASP). (2018). CASP Qualitative Checklist. In: <https://casp-uk.net/casp-tools-checklists>.

Davoudzadeh moghaddam, A., Jafarinia, S., Hassanpoor, A. & Vakili, Y. (2024). Workforce Diversity in Organizations: A Systematic Review with an Emphasis on Iranian Organizations. *International Journal of Innovation Management and Organizational Behavior (IJIMOB)*, 4(1), pp. 149-156. <https://doi.org/10.61838/kman.ijimob.4.1.18>.

D'Souza, C., Ahmed, T., Khashru, M. A., Ahmed, R., Ratten, V. & Jayaratne, M. (2022). The complexity of stakeholder pressures and their influence on social and environmental responsibilities. *Journal of Cleaner Production*, 358, p. 132038. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132038>.

Eesley, C. & Lenox, M. J. (2006). Firm responses to secondary stakeholder action. *Strategic Management Journal*, 27(8), pp. 765–781. <https://doi.org/10.1002/smj.536>.

Enbaia, E., Alzubi, A., Iyiola, K. & Aljuhmani, H. Y. (2024). The interplay between environmental ethics and sustainable performance: Does organizational green culture and green innovation really matter? *Sustainability*, 16(23), p. 10230. <https://doi.org/10.3390/su162310230>.

Falcone, P. M. (2020). Environmental regulation and green investments: The role of green finance. *International Journal of Green Economics*, 14(2), pp. 159–173. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2020.108853>.





- Fang, L., Yu, Z. & Zhang, X. (2025, February 1). Does moral human capital promote corporate social responsibility? *SSRN Electronic Journal*. Advance online publication. <https://doi.org/10.2139/ssrn.5176707>
- Godfrey, P. C. (2005). The relationship between corporate philanthropy and shareholder wealth: A risk management perspective. *Academy of Management Review*, 30(4), pp. 777–798. <https://doi.org/10.5465/amr.2005.18378878>.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary strategy analysis*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Gulati, R., & Wohlgezogen, F. (2023). Can purpose foster stakeholder trust in corporations? *Strategy Science*, 8(2), pp. 270–287. <https://doi.org/10.1287/stsc.2023.0180>.
- Guo, Y., Wang, L. & Yang, Q. (2020). Do corporate environmental ethics influence firms' green practice? The mediating role of green innovation and the moderating role of personal ties. *Journal of Cleaner Production*, 266, p. 122054. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122054>.
- Hayat, K. & Qingyu, Z. (2024). The synergistic effects of green innovation strategies on sustainable innovative performance with the mediation of green innovative competitive advantage. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 31(5), pp. 4172–4189. <https://doi.org/10.1002/csr.2823>.
- Imran, M. K., Sarwar, A., Fatima, T. & Iqbal, S. M. J. (2023). I value ethics, do you? An employee-oriented perspective on ethical leadership and

- organizational change. *Evidence-based HRM*, 11(4), pp. 577–593.
<https://doi.org/10.1108/EBHRM-02-2022-0041>.
- IQAir (2025). *Tehran Air Quality Index (AQI) and Iran Air Pollution*.
 Retrieved from <https://www.iqair.com>.
- Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture (ICCIMA).
 (2024). *Low-carbon pathways for Iran petrochemical industry*. Tehran:
 ICCIMA.
- Kaptein, M. (2008). Developing a measure of unethical behavior in the
 workplace: A stakeholder perspective. *Journal of Management*, 34(5), pp.
 978–1008. <https://doi.org/10.1177/0149206308318614>.
- Kassinis, G. & Vafeas, N. (2006). Stakeholder pressures and environmental
 performance. *Academy of Management Journal*, 49(1), pp. 145–159.
<https://doi.org/10.5465/amj.2006.20785799>.
- Khan, H. A. A. (2024). Corporate social responsibility and stakeholder
 management: A social science approach. *Global Journal of Econometrics
 and Finance*, 2(1), pp. 13–25. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10528764>
- Kumar Mittal, V. & Singh Sangwan, K. (2013). Assessment of hierarchy and
 inter-relationships of barriers to environmentally conscious
 manufacturing adoption. *World Journal of Science, Technology and
 Sustainable Development*, 10(4), pp. 297–307. <https://doi.org/10.1108/WJSTSD-04-2013-0020>.
- Le, T. T. (2022). How do corporate social responsibility and green
 innovation transform corporate green strategy into sustainable firm





performance? *Journal of Cleaner Production*, 362, p. 132228. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2022.132228>.

Leal-Millán, A., Leal-Rodríguez, A. L. & Albort-Morant, G. (2020). Green innovation. In: *Encyclopedia of creativity, invention, innovation and entrepreneurship* (pp. 1082–1089). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-15347-6_301.

Lee, M. D. P. (2011). Configuration of external influences: The combined effects of institutions and stakeholders on corporate social responsibility strategies. *Journal of Business Ethics*, 102(2), pp. 281–298. <https://doi.org/10.1007/s10551-011-0814-0>.

Lyu, C., Peng, C., Yang, H., Li, H. & Gu, X. (2024). Integrating external stakeholders for improvement in green innovation performance: Mediating roles of green knowledge integration capability and green innovative behavior. *Sustainable Development*, 32(4), pp. 3367–3381. <https://doi.org/10.1002/sd.2978>.

Maak, T. (2007). Responsible leadership, stakeholder engagement, and the emergence of social capital. *Journal of Business Ethics*, 74(4), pp. 329–343. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9510-5>.

Malja, S. N. & Afrasiabi, H. (2025). Perceptions of moral capital by marketers: A grounded theory study in Yazd traditional market. *Asian Journal of Business Ethics*, 14(1), pp. 153–175. <https://doi.org/10.1007/s13520-024-00215-6>.

- Mintah Ampaw, E., Osei-Tutu, O., Adu-Sackey, A., Gyamerah, S., Essah, B. O., Nana-Ampaw, D. & Eduafo, S. (2025). Assessing the nexus between organizational sustainability ethics and green innovation: The role of stakeholder pressure among firms in Ghana. *Society and Business Review*, 20(2), pp. 201–222. <https://doi.org/10.1108/SBR-04-2024-0065>.
- Mishra, K. & Aithal, P. S. (2023). Building ethical capital through human resource. *International Journal of Management, Technology, and Social Sciences (IJMTS)*, 8(3), pp. 1–15. <https://doi.org/10.47992/IJMTS.2581.6012.0283>.
- Mishra, P. (2017). Green human resource management: A framework for sustainable organizational development in an emerging economy. *International Journal of Organizational Analysis*, 25(5), pp. 762–788. <https://doi.org/10.1108/IJOA-11-2016-1079>.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J. & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *PLoS Medicine*, 6(7), e1000097. <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>.
- Murshed, F., Cao, Z., Savitskie, K. & Sen, S. (2023). Ethical CSR, organizational identification, and job satisfaction: Mediated moderated role of interactional justice. *Social Justice Research*, 36(1), pp. 75–102. <https://doi.org/10.1007/s11211-023-00410-6>.
- Newman, A., Round, H., Bhattacharya, S. & Roy, A. (2017). Ethical climates in organizations: A review and research agenda. *Business Ethics Quarterly*, 27(4), pp. 475–512. <https://doi.org/10.1017/beq.2017.23>.





- Oware, K. M. & Iddrisu, A. A. (2022). Moral capital of CSR and firm performance: Does a shift from voluntary to mandatory policy matter in an Indian context? *Society and Business Review*, 17(1), pp. 3–21. <https://doi.org/10.1108/SBR-04-2021-0062>.
- Paine, L. S. (1994). Managing for organizational integrity. *Harvard Business Review*, 72(2), pp. 106–117.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), pp. 62–77.
- Prabakaran, M. (2024). The field of ethical capital. Available at SSRN. <https://doi.org/10.2139/ssrn.4748291>.
- Provasnek, A. K., Sentic, A. & Schmid, E. (2017). Integrating eco-innovations and stakeholder engagement for sustainable development and a social license to operate. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(3), pp. 173–185. <https://doi.org/10.1002/csr.1406>.
- Puchkov, O. & Kholodkov, Y. (2025). Corporate social responsibility as a factor in the formation of corporate culture: Mechanism for ensuring sustainability and adaptability. *Journal of Sustainable Business and Management*, 3(1), pp. 45–60. <https://doi.org/10.56578/jsbm030104>
- Ratnapala, S. (2003). Moral capital and commercial society. *The Independent Review*, 8(2), pp. 213–233.
- Rui, Z. & Lu, Y. (2021). Stakeholder pressure, corporate environmental ethics and green innovation. *Asian Journal of Technology Innovation*, 29(1), pp. 70–86. <https://doi.org/10.1080/19761597.2020.1783563>.

- Salimzadeh, H., Taghipourian, M. J., Farrokh Seresht, B., Gilanipour, J. (2025). Modeling Moral Capital in Government Organizations: A Meta-Synthesis Approach to Moral Excellence. *Journal of Management, Education and Development in the Digital Age*, 2(1), pp. 29-42.
- Sarkis, J., Gonzalez-Torre, P. & Adenso-Diaz, B. (2010). Stakeholder pressure and the adoption of environmental practices: The mediating effect of training. *Journal of Operations Management*, 28(2), pp. 163–176. <https://doi.org/10.1016/j.jom.2009.10.001>.
- Schumacher, E. G. & Wasieleski, D. M. (2013). Institutionalizing ethical innovation in organizations: An integrated causal model of moral innovation decision processes. *Journal of Business Ethics*, 113(1), pp. 15–37. <https://doi.org/10.1007/s10551-012-1277-7>.
- Scott, W. R. (2014). *Institutions and organizations: Ideas, interests and identities* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Shirvani, T., Omid, A. & Safari, S. (2024). Compilation of Organizational Virtue Model based on Professional Ethics and Organizational Justice of Employees of Sports and Youth Departments of Chaharmahal and Bakhtiari Province. *Human Resource Management in Sports*, 11(1), pp. 113-130. <https://doi.org/10.22044/shm.2023.13653.2584>.
- Siddaway, A. P., Wood, A. M. & Hedges, L. V. (2019). How to do a systematic review: A best practice guide for conducting and reporting narrative reviews, meta-analyses, and meta-syntheses. *Annual Review of Psychology*, 70, pp. 747–770. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010418-102803>.





- Silva, S., Nuzum, A. K. & Schaltegger, S. (2019). Stakeholder expectations on sustainability performance measurement and assessment: A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 217, pp. 204–215. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.01.203>.
- Singh, S. K., Del Giudice, M., Chiappetta Jabbour, C. J., Latan, H. & Sohal, A. S. (2022). Stakeholder pressure, green innovation, and performance in small and medium-sized enterprises: The role of green dynamic capabilities. *Business Strategy and the Environment*, 31(1), pp. 500–514. <https://doi.org/10.1002/bse.2906>.
- Sison, A. J. G. (2003). *The moral capital of leaders: Why virtue matters*. Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
- Smith, A. D. (2007). Making the case for the competitive advantage of corporate social responsibility. *Business Strategy Series*, 8(3), pp. 186–195. <https://doi.org/10.1108/17515630710684187>.
- Sterne, J. A. C., Savović, J., Page, M. J., Elbers, R. G., Blencowe, N. S., Boutron, I., ... & Higgins, J. P. T. (2019). RoB 2: A revised tool for assessing risk of bias in randomised trials. *BMJ*, 366, p. 14898. <https://doi.org/10.1136/bmj.l4898>.
- Sufi, A. F., Raja, U., & Butt, A. N. (2024). Impact of Peer Unethical Behaviors on Employee Silence: The Role of Organizational Identification and Emotions. *Journal of Business Ethics*, 1-19. <https://doi.org/10.1007/s10551-023-05397-x>.

- Sun, G., Sulemana, I. & Agyemang, A. O. (2025). Examining the impact of stakeholders' pressures on sustainability practices. *Management Decision*, 63(2), pp. 123–140. <https://doi.org/10.1108/MD-06-2024-0987>.
- Treviño, L. K., Brown, M. & Hartman, L. P. (2003). A qualitative investigation of perceived executive ethical leadership: Perceptions from inside and outside the executive suite. *Human Relations*, 56(1), pp. 5–37. <https://doi.org/10.1177/0018726703056001448>.
- Victor, B. & Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), pp. 101–125. <https://doi.org/10.2307/2392857>.
- Wang, G. & Hackett, R. D. (2016). Conceptualization and measurement of virtuous leadership: Doing well by doing good. *Journal of Business Ethics*, 137(2), pp. 321–345. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2571-4>
- Wang, H., Khan, M. A. S., Anwar, F., Shahzad, F., Adu, D. & Murad, M. (2021). Green innovation practices and its impacts on environmental and organizational performance. *Frontiers in Psychology*, 11, p. 553625. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.553625>.
- Wang, M., Li, Y., Li, J. & Wang, Z. (2021). Green process innovation, green product innovation and its economic performance improvement paths: A survey and structural model. *Journal of Environmental Management*, 297, p. 113282. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.113282>.
- Wang, S., Abbas, J., Sial, M. S., Álvarez-Otero, S. & Cioca, L. I. (2022). Achieving green innovation and sustainable development goals through





green knowledge management: Moderating role of organizational green culture. *Journal of Innovation & Knowledge*, 7(4), p. 100272. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100272>.

Weaver, G. R., Treviño, L. K. & Cochran, P. L. (1999). Corporate ethics programs as control systems: Influences of executive commitment and environmental factors. *Academy of Management Journal*, 42(1), pp. 41–57. <https://doi.org/10.5465/256873>.

Yadav, P. L., Han, S. H. & Kim, H. (2017). Sustaining competitive advantage through corporate environmental performance. *Business Strategy and the Environment*, 26(3), pp. 345–357. <https://doi.org/10.1002/bse.1921>.

Yuguo, J., Ampaw, M. E., Asante, D., Hongyan, W. & Essilfie, G. (2024). Green innovation dynamics in Chinese manufacturing enterprises: A new institutional and stakeholder theory inquiry. *Environment, Development and Sustainability*, 26(8), pp. 20467–20489. <https://doi.org/10.1007/s10668-023-03456-2>.

Zhang, F. & Zhu, L. (2019). Enhancing corporate sustainable development: Stakeholder pressures, organizational learning, and green innovation. *Business Strategy and the Environment*, 28(6), pp. 1012–1026. <https://doi.org/10.1002/bse.2298>.

Zhou, M., Govindan, K. & Xie, X. (2020). How fairness perceptions, embeddedness, and knowledge sharing drive green innovation in sustainable supply chains: An equity theory and network perspective to

achieve sustainable development goals. *Journal of Cleaner Production*,
260, p. 121031. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.120950>.
Zohar, D. & Marshall, I. (2004). *Spiritual capital: Wealth we can live by*.
San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.



An Analysis of Ethical Tensions in Religious Preaching on Social Media Based on the Fourfold Pillars of Preaching*

Hossein Hajizadeh¹  Hossein Hajipour²  Mohammad Mirzaei³ 

1- PhD Candidate in Islamic Education (Ethics Specialization), University of Islamic Sciences, Qom, Iran.

09381889336hz@gmail.com

2- Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Islamic Azad University, Yadegar-e-Imam Khomeini (RAH) Branch, Shahr-e-Ray, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Hosseinhajipour@iau.ir

3- Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Islamic Azad University, Yadegar-e-Imam Khomeini (RAH) Branch, Shahr-e-Ray, Tehran, Iran. mmirzaei180@iau.ir



Abstract

Religious preaching on social media has gained significant importance due to the breadth of its audience and the communicative opportunities it affords; at the same time, it faces numerous ethical issues and conflicts. The main problem addressed in this study is the examination of ethical conflicts in religious preaching on social media and the provision of practical and ethical solutions for resolving them.

*Cite this article: Hajizadeh, H; Hajipour, H; Mirzaei, M (2026). An Analysis of Ethical Tensions in Religious Preaching on Social Media Based on the Fourfold Pillars of Preaching, Journal in Applied Ethics Studies, 4(82), 121-157. <https://doi.org/1022081/jf.2025.72052.2056>.

■ **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

■ **Received:** 2025/06/08 • **Revised:** 2025/10/14 • **Accepted:** 2025/10/17 • **Published online:** 2026/02/14

The aim of the research is to identify conflicts related to the pillars of preaching—namely the preacher, the audience, the message, and the medium—and to formulate solutions grounded in applied ethics and the intelligent management of these conflicts. The research method is descriptive–analytical and is based on a review of the relevant literature and an analysis of ethical issues in religious preaching on social media. The findings indicate the presence of tensions such as the necessity of preachers’ presence on social media versus the risk of addiction, the diversity of audiences’ tastes and needs, the tension between message transparency and the protection of privacy, and the conflict between engagement with foreign social media platforms and the principle of avoiding the domination of adversarial forces. The proposed solutions include purposeful and goal-oriented presence, organizational and collective action among preachers, specialization, a return to fundamental human principles, separating private life from public communication, supporting domestic social media platforms, and holding the government accountable through constructive advocacy. These findings can provide effective guidance for planning religious preaching in social media environments.

Keywords

religious preaching; cyberspace; ethical conflict; applied ethics; domestic social media platforms.





دراسة تحليلية للمآزق الأخلاقية للدعوة الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء أركان الدعوة الأربعة*

حسين حاجي زاده^۱ • حسين حاجي پور^۲ • محمد ميرزاىي^۳

- ۱- طالب الدكتوراه في قسم المعارف الإسلامية، جامعة المعارف الإسلامية، قم، إيران
09381889336hz@gmail.com
- ۲- أستاذ مساعد في قسم المعارف الإسلامية، جامعة آزاد الحرة - وحدة يادگار إمام خميني عليه السلام، شهرري، طهران، إيران
(الكاتب المسؤول)
Hosseinhajipour@iau.ir
- ۳- أستاذ مساعد في قسم المعارف الإسلامية، جامعة آزاد الحرة - وحدة يادگار إمام خميني، شهرري، طهران، إيران
mmirzaei180@iau.ir

الملخص

تحظى الدعوة الدينية بأهمية متزايدة في شبكات التواصل الاجتماعي، بالنظر لاتساع نطاق الجمهور المستهدف وتنوع فرص التواصل والتفاعل، غير أنها في الوقت نفسه تعاني من الكثير من المشاكل والتعارضات الأخلاقية. من هذا المنطلق، تتمثل إشكالية البحث في

***الاستناد إلى هذه المقالة:** حاجي زاده، حسين؛ حاجي پور، حسين؛ ميرزاىي، محمد (۲۰۲۶). دراسة تحليلية للمآزق الأخلاقية للدعوة الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي في ضوء أركان الدعوة الأربعة. دراسات في الأخلاق التطبيقية، ۴ (۸۲)، صص ۱۲۱-۱۵۷.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72052.2056>.

نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلفون

تاريخ الاستلام: ۲۰۲۵/۰۶/۰۸ • تاريخ التعديل: ۲۰۲۵/۱۰/۱۴ • تاريخ القبول: ۲۰۲۵/۱۰/۱۷ • تاريخ الإصدار: ۲۰۲۶/۰۲/۱۴





دراسة وتحليل التعارضات الأخلاقية للدعوة الدينية في شبكات التواصل الاجتماعية، مع تقديم الحلول العملية والأخلاقية لمعالجتها. يهدف البحث إلى كشف الحجاب عن التعارضات ذات الصلة بأركان الدعوة، المتمثلة في الداعي، والمتلقي، والرسالة، والوسيلة، فضلا عن تقديم آليات مناسبة في ضوء الأخلاق التطبيقية وإدارة هذه التعارضات الموجودة بشكل ذكي. ينتهج هذا البحث المنهج الوصفي - التحليلي، معتمدا على تقصي القضايا والمشاكل الأخلاقية في الدعوة الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي. تظهر النتائج وجود عدد من التعارضات، من أبرزها: ضرورة حضور الدعاة في شبكات التواصل الاجتماعي أمام مخاطر الإدمان، وتنوع أذواق المتلقين واحتياجاتهم، والتعارض بين شفافية الرسالة وضرورة صون الخصوصية، علاوة على التعارض بين الحضور في شبكات التواصل الاجتماعي الأجنبية ومبدأ تجنب الخضوع لهيمنة العدو. يقترح البحث مجموعة من الحلول، من أهمها: الحضور الهادف والمخطط، وتعزيز العمل المؤسسي للدعاة، وتبني مبدأ التخصص، والعودة إلى القيم الإنسانية، والفصل بين الحياة الخاصة والشؤون الاجتماعية في إيصال الرسالة، ودعم شبكات التواصل الاجتماعي الوطنية، والمطالبة من الدولة. إذن، فهذه النتائج يمكن أن توفر إطارا إرشاديا فاعلا لتخطيط الدعوة الدينية في شبكات التواصل الاجتماعي.

الكلمات المفتاحية

الدعوة الدينية، الفضاء الافتراضي، التعارض الأخلاقي، الأخلاق التطبيقية، شبكات التواصل الاجتماعي الوطنية.



تحلیل تراحیمات اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی بر اساس ارکان چهارگانه تبلیغ*

حسین حاجی‌زاده^۱ • حسین حاجی‌پور^۲ • محمد میرزایی^۳

۱- دانشجوی دکتری رشته مدرسی معارف اسلامی (گرایش اخلاق)، دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران.

09381889336hz@gmail.com

۲- استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران (نویسنده

مسئول). Hosseinhajipour@iau.ir

۳- استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد یادگار امام خمینی (ره) شهرری، تهران، ایران.

mmirzaei180@iau.ir

چکیده

تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی، به دلیل گستردگی مخاطبان و فرصت‌های ارتباطی، اهمیت زیادی یافته است؛ اما هم‌زمان، با مسائل و تعارض‌های اخلاقی متعددی روبه‌روست. مسئله اصلی این پژوهش، بررسی تعارض‌های اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی و ارائه راهکارهای عملی و اخلاقی برای رفع آن‌هاست. هدف پژوهش، شناسایی تعارض‌های

* **استناد به این مقاله:** حاجی‌زاده، حسین؛ حاجی‌پور، حسین؛ میرزایی، محمد (۱۴۰۴). تحلیل تراحیمات اخلاقی تبلیغ دینی در

شبکه‌های اجتماعی بر اساس ارکان چهارگانه تبلیغ، مطالعات اخلاق کاربردی، ۴ (۸۲)، صص ۱۲۱-۱۵۷.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72052.2056>.

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمی قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۱۸ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۵ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵



مربوط به ارکان تبلیغ (مبلغ، مخاطب، پیام و ابزار) و تدوین راهکارهای مبتنی بر اخلاق کاربردی و مدیریت هوشمندانه این تعارض‌هاست. روش تحقیق توصیفی تحلیلی و مبتنی بر بررسی ادبیات و تحلیل مسائل اخلاقی در تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد تعارضاتی مثل ضرورت حضور مبلغان در شبکه‌های اجتماعی در برابر خطر اعتیاد، تنوع ذائقه‌ها و نیازهای مخاطبان، تعارض شفافیت پیام با حفظ حریم خصوصی و تضاد حضور در شبکه‌های اجتماعی بیگانه با اصل پرهیز از سلطه دشمن وجود دارد. راهکارهای پیشنهادی شامل حضور هدفمند، کار تشکیلاتی مبلغان، تخصص‌گرایی، بازگشت به اصول انسانی، تفکیک زندگی خصوصی از امور اجتماعی در پیام‌رسانی، حمایت از شبکه‌های اجتماعی داخلی و مطالبه‌گری از دولت است. این نتایج می‌تواند راهنمایی کارآمد برای برنامه‌ریزی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی باشد.

کلیدواژه‌ها

تبلیغ دینی، فضای مجازی، تعارض اخلاقی، اخلاق کاربردی، شبکه‌های اجتماعی داخلی.



مقدمه

در عصر کنونی که شبکه‌های اجتماعی به بخش جدایی‌ناپذیری از زیست روزمره انسان‌ها تبدیل شده‌اند، تبلیغ دینی نیز ناگزیر باید به‌طور فعال و مؤثر در این فضا گسترش یابد. ویژگی‌های منحصربه‌فرد شبکه‌های اجتماعی از جمله گستره وسیع مخاطبان، سرعت انتقال اطلاعات، امکان تعامل دوسویه و بستر گسترده تولید و باز نشر شبهات، موجب شده مبلّغان دینی، بیش از پیش نیازمند شناخت دقیق این فضا و الزامات آن باشند. در این میان، اخلاق تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی، یکی از عرصه‌های بنیادین و البته نسبتاً مغفول است. کم‌توجهی به این عرصه می‌تواند به کاهش اثربخشی پیام دینی و بروز آسیب‌های فردی و اجتماعی منجر شود.

یکی از مهم‌ترین مسائل تبلیغ دینی در این بستر، ظهور تعارض‌های اخلاقی میان عناصر مختلف تبلیغ (مبلّغ، مخاطب، پیام، ابزار و محیط شبکه‌های اجتماعی) است. مبلّغ ممکن است در مواجهه با شرایط گوناگون، در تصمیم‌گیری میان دو وظیفه اخلاقی یا میان یک وظیفه اخلاقی و مصلحت عملی، دچار تردید شود. اصلاح این وضعیت، نیازمند نگاهی نظام‌مند برای تحلیل تعارض‌ها و یافتن راه‌حل‌های متناسب با آموزه‌های دینی و عقلانی است.

در همین راستا، رویکرد اخلاق کاربردی، به‌عنوان شاخه‌ای از دانش اخلاق که به حل تعارض‌ها و بررسی مصادیق عینی و موقعیت‌مند مسائل اخلاقی می‌پردازد، می‌تواند بستر مناسبی برای تحلیل مسائل مربوط به تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی فراهم آورد؛ لذا پرسش اصلی این پژوهش آن است که نقش اخلاق کاربردی در مواجهه با تعارض‌های اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی چیست و چگونه می‌توان از این طریق، راهکارهای مبتنی بر تعالیم دینی و عقلانی برای برون‌رفت از تعارض‌ها ارائه کرد.

مروری بر پیشینه پژوهش نشان می‌دهد تاکنون تحقیقات گوناگونی درباره تبلیغ دینی و شبکه‌های اجتماعی صورت گرفته است؛ برای نمونه می‌توان به کتاب‌ها و مقاله‌های زیر اشاره کرد:





روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی (کاویانی، ۱۳۸۴)؛ دین و مبانی ارتباطات (بیات، ۱۳۹۴)؛ آسیب‌شناسی تبلیغ دینی با تأکید بر مخاطبان جوان (حسینی آقایی مقدم و صدیق‌اورعی، ۱۳۹۴)؛ روش سخنرانی دینی (ملانوری و همکاران، ۱۳۹۵)؛ «روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در شبکه‌های اجتماعی» (آهنک و اتحاد، ۱۳۹۷)؛ «الگوهای راهبردی تبلیغ و ترویج معارف قرآنی در شبکه‌های اجتماعی» (میرموسوی، ۱۳۹۹)؛ «الزامات و سازوکارهای تبلیغ دینی روحانیون در شبکه‌های اجتماعی» (آخوندیان، ۱۴۰۰)؛ «آسیب‌شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش‌های دینی در شبکه‌های اجتماعی» (محسن‌زاده، ۱۳۹۷).

نوآوری مقاله حاضر در آن است که با بهره‌گیری از چهارچوب نظری اخلاق کاربردی، تعارض‌های اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی را بررسی کرده، راه‌حلهایی برای برون‌رفت از این وضعیت ارائه می‌دهد. این تحلیل در پی آن است که مبلغان دینی را برای تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در موقعیت‌های پیچیده شبکه‌های اجتماعی توانمند سازد و الگویی عقلانی و دینی برای مواجهه با این مسائل فراهم آورد.

به‌طور کلی، با توجه به گسترش چشمگیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در جوامع اسلامی و لزوم حضور اثربخش مبلغان در این بستر، ضرورت انجام پژوهشی که بتواند مبنایی اخلاقی و نظام‌مند برای تصمیم‌گیری‌های تبلیغی در مواجهه با مسائل اخلاقی ارائه دهد، روشن است. مقاله حاضر، گامی در جهت پاسخ‌دهی به این ضرورت و تبیین نقش اخلاق کاربردی در تقویت تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی است.

این پژوهش از نظر ساختار و رویکرد، مطالعه‌ای توصیفی تحلیلی محسوب می‌شود. رویکرد توصیفی در این چهارچوب وظیفه دارد به‌طور دقیق و نظام‌مند، تعارضات و تراحمات اخلاقی ناشی از تقاطع تبلیغ دینی و شبکه‌های اجتماعی را در قالب ارکان چهارگانه تبلیغ (مبلغ، مخاطب، پیام و ابزار) شناسایی و دسته‌بندی کند. مرحله توصیفی بر گردآوری دقیق داده‌ها از منابع مشخص استوار است.



در ادامه، بخش تحلیلی پژوهش، وظیفه تبیین ماهیت این تعارضات و ارائه راه‌حل‌های عملی و نظام‌مند را بر عهده دارد. این تحلیل‌ها باید کاملاً بر اساس چهارچوب نظری مستحکم اخلاق کاربردی هدایت شوند. این تلفیق، تضمین می‌کند نتایج صرفاً وصف‌کننده مسائل نیستند، بلکه به سمت تجویز راه‌حل‌های اخلاقی کارآمد حرکت می‌کنند.

داده‌های این پژوهش، از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای نظام‌مند در استخراج مفاهیم کلیدی و شواهد مرتبط با هریک از اضلاع تعارضات، گردآوری شده است و جامعه پژوهش شامل قرآن، کتب معتبر روایی شیعه، متون اخلاق کاربردی و فلسفه اخلاق، منابع تخصصی تبلیغی و رسانه‌ای و منابع مرتبط با آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی است که هدفمند انتخاب شده‌اند.

توضیح بیشتر درباره جامعه پژوهش آنکه چون محتوای مقاله بر اخلاق کاربردی و تعارضات تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی متمرکز است، جامعه پژوهش در اینجا شامل دو سطح اصلی است که سطح اول یعنی منابع دینی از جمله قرآن، روایات و اخلاق کاربردی، چهارچوب‌های مفهومی و نظری پژوهش را تأمین می‌کنند و علاوه بر تعیین معیارهای صحت پیام دینی، مبنای چهارچوب تحلیلی هستند.

سطح دوم یعنی جامعه محتوایی و مصادیق کاربردی شامل منابعی است که مستقیماً محل استخراج تعارضات و مسائل مورد نظر هستند و بر اساس برخی از مقالات علمی پژوهشی مرتبط با تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی و آسیب‌شناسی شبکه‌های اجتماعی تدوین یافته‌اند.

ابزار گردآوری داده‌ها، مشاهده و تحلیل محتوای اسنادی با رویکرد کیفی است؛ روایی یافته‌ها از طریق اعتبار محتوایی، یعنی انطباق مفاهیم استخراجی با چهارچوب نظری اخلاق کاربردی و آموزه‌های دینی و پایایی از طریق مثلث‌سازی منابع و بازبینی مستمر داده‌ها و کدهای استخراجی، تضمین شده است.



۱. تعارض تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی با احتمال اعتیاد

در تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی، تعارض‌های اخلاقی مختلفی وجود دارد که مبلغان با آن‌ها روبه‌رو می‌شوند؛ ضرورت تبلیغ دینی از یک سو و احتمال اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی از سوی دیگر، از مهم‌ترین این تعارض‌هاست که احتمال اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی را با عوارض آن می‌توان از مطالعات و تحقیقات متعددی به دست آورد که نشان داده‌اند سازوکارهای اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی مانند ترشح دوپامین و تقویت رفتارهای تکراری مانند اعتیادهای سنتی است (رسولی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۶۶۶).

از منظر اخلاقی، مبلغ دینی اگر علاوه بر امکان ضرر شخصی، به‌طور ناخواسته با طراحی محتوای بیش از حد جذاب یا استفاده از تکنیک‌های مهندسی توجه، مثل تکرار پیام و الگوریتم‌های تقویت تعامل، مخاطبان را به سمت رفتارهای اعتیادآور سوق دهد، مسئولیت اخلاقی متوجه اوست. بنا بر اهمیت این تعارض که فراگیری جهانی دارد و با لحاظ اینکه مبلغ دینی، مسئولیت مضاعف دارد و افزون بر انتقال پیام دینی، موظف است از آسیب‌رسانی به مخاطب نیز جلوگیری کند، پردازش این تعارض اخلاقی، ضرورتی دوچندان دارد.

توضیح بیشتر آنکه تبلیغ دینی از جمله وظایف مبلغان دین است که با پیشرفت ابزارهای ارتباطی و فناوری‌های نوین، روش‌های متنوعی برای انجام آن فراهم شده است. شبکه‌های اجتماعی در عرصه‌های نوین تبلیغ، امکانات گسترده‌ای برای انتقال معارف دینی در اختیار مبلغان قرار داده‌اند و بهره‌گیری مؤثر از این امکانات به تحقق اهداف تبلیغی منجر می‌شود.

با این حال، تبلیغ مؤثر در شبکه‌های اجتماعی مستلزم آشنایی دقیق با ویژگی‌ها و نیازمندی‌های آن است. مبلغ در این محیط، دیگر با شمار محدودی از مخاطبان آشنا و ثابت مواجه نیست، بلکه باید پیام‌هایی متناسب با قالب‌های خاص شبکه‌های اجتماعی طراحی کند (حسینی‌آقایی مقدم و صدیق‌اورعی، ۱۳۹۴، ص ۴۳).



این امر مستلزم صرف زمان و تلاش قابل توجه برای رصد، تحلیل و تنظیم محتوا بر اساس نیازهای روز کاربران است. همچنین، شبکه‌های اجتماعی، به دلیل برخورداری از ظرفیت‌های بصری، صوتی و هنری، ابزار قدرتمندی برای جذب مخاطب‌اند و مبلغ باید از این ظرفیت‌ها به‌درستی بهره گیرد تا پیام دینی مؤثر منتقل شود. از سوی دیگر، شبکه‌های اجتماعی نه تنها بستری برای تبلیغ، بلکه عرصه‌ای است که فرصت‌ها و تهدیدات فراوانی در آن وجود دارد. یکی از آسیب‌های اجتماعی مهم در این فضا، اعتیاد به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی است که به عنوان یکی از معضلات نوظهور جهانی شناخته می‌شود. اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی به معنی استفاده مفرط و مهارنشده از این فضا است؛ آسیبی که موجب بروز اختلال در فعالیت‌های مختلف فرد می‌شود و پیامدهای منفی روانی و جسمانی به دنبال دارد (یعقوبی و همکاران، ۱۳۹۸).

مطالعات روان‌شناسی نشان می‌دهد اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی از منظر فیزیولوژیکی، مشابه اعتیاد به مواد مخدر است و افزایش ترشح هورمون‌هایی مانند دوپامین^۱ در مغز موجب ایجاد احساس لذت و رغبت مکرر به استفاده از اینترنت می‌شود (کهوند، ۱۳۹۵، ص ۲۸۲). کاهش تعاملات اجتماعی واقعی، احساس اضطراب و خشم در زمان قطع دسترسی و افت عملکرد فرد در حوزه‌های مختلف زندگی است (کهوند، ۱۳۹۵، ص ۲۸۱-۲۸۲؛ جعفری، ۱۳۹۸).

با توجه به نیاز مبلغان دینی به صرف زمان زیاد برای فعالیت مؤثر در شبکه‌های اجتماعی و از طرفی، ویژگی‌های اعتیادآور این فضا، تعارض اخلاقی قابل توجهی برای آنان ایجاد می‌شود. از یک سو، مبلغ موظف است برای تحقق هدف مقدس تبلیغ دینی، وقت و نیروی خود را به فعالیت در این فضا اختصاص دهد و از سوی دیگر، این اختصاص وقت ممکن است موجب اعتیاد او به شبکه‌های اجتماعی گردد که خود امری غیراخلاقی و آسیب‌زا است. در این شرایط، مبلغ دچار تضادی می‌شود که ارائه راه‌حلی منطقی و اخلاقی

1. Dopamine.



برای آن، ضروری به نظر می‌رسد؛ زیرا رها کردن تبلیغ به معنی ترک وظیفه دینی است و ادامه دادن فعالیت بدون مدیریت صحیح، ممکن است به بروز آسیب‌های روانی و اجتماعی بینجامد.

برای رفع تعارض یادشده، راه‌حل‌هایی مبتنی بر حضور هوشمندانه در شبکه‌های اجتماعی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های کارگروهی و تشکیلاتی، پیشنهاد و تحلیل شده است.

۱.۱. راهکار تمرکز بر حضور هوشمندانه مبلغان دینی

نخستین راه‌حل برای رفع تعارض یادشده، حضور هوشمندانه در شبکه‌های اجتماعی است. طبق تعبیر مشهور مارشال مک‌لوهان^۱، «نخست انسان ابزارها را می‌سازد و سپس این ابزارها ایند که انسان را می‌سازند» (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۷۹)؛ از همین رو، لازم است مبلغان دینی همان‌طور که نیت والایی در تبلیغ دینی دارند، حضور هوشمندانه‌ای در تولید محتوا و ارائه آن به مخاطبان و کاربران داشته باشند؛ به گونه‌ای که نه تنها خود دچار این آسیب نشوند، بلکه با آگاهی‌دادن به مخاطبان، به نوبه خود از اعتیاد آن‌ها نیز به فضای مجازی جلوگیری کنند.

تمرکز بر حضور هوشمندانه به معنی تولید محتوا و ارائه آگاهانه و هدفمند است؛ به گونه‌ای که هم کارایی تبلیغی حفظ شود و هم سلامت روانی مخاطبان به خطر نیفتد. این رویکرد بر اصول آگاهی تبلیغ دیجیتال، مسئولیت‌پذیری رسانه‌ای و تعادل محتوای دیجیتال مبتنی است؛ یعنی مبلغ دینی در شبکه‌های اجتماعی، نه تنها مسئول انتقال پیام دینی است، بلکه مسئول پیشگیری از آسیب‌های روانی و اجتماعی ناشی از مصرف رسانه برای کاربران است؛ ضمن آنکه استفاده از شبکه‌های اجتماعی باید متعادل باشد تا به جای ایجاد وابستگی، به تعمیق ایمان بینجامد.

1. Marshal McLuhan.



طراحی محتوای متعادل و غیراعتیادآور، آموزش هم‌زمان و هوشمندانهٔ سواد رسانه‌ای به مخاطبان در پیام‌های تبلیغی، استفاده از پلتفرم‌های کم‌خطرتر و نظارت و بازخوردگیری مستمر، راهکارهای عملی برای تمرکز بر حضور هوشمندانه در تبلیغ دینی هستند. در کنار کاربست این راهکارها، در طراحی محتوای متعادل و غیراعتیادآور باید به مهارت‌هایی نظیر پرهیز از مهندسی توجه، استفاده نکردن از روش‌های تحریک بیش از حد، تأکید بر کیفیت محتوا (به جای کمیت تعامل)، رعایت استانداردهای اخلاقی تولید محتوا و پرهیز از شعارزدگی و هیجان‌کاذب توجه کرد و در آموزش هم‌زمان و هوشمندانهٔ سواد رسانه‌ای به مخاطبان (در کنار ارائهٔ محتوای تبلیغی)، باید از مهارت‌هایی مثل آگاهی‌بخشی ضمنی دربارهٔ سازوکارهای اعتیادآور، معرفی ابزارهای مدیریت زمان و ترویج الگوی مصرف آگاهانه بهره گرفت. انتقال بخشی از فعالیت‌ها به رسانه‌های کمترتحریک‌کننده و انتقال برخی محتواها از اینستاگرام و تلگرام به وبگاه‌های اختصاصی و پادکست‌ها، راهکاری عملی است که بر استفاده از پلتفرم‌های کم‌خطرتر استوار است؛ همچنین، بررسی میزان درگیری مخاطبان با محتوا، استفاده از آمارهای تحلیلی مثل نرخ تعامل و مدت زمان ماندگاری برای تشخیص رفتارهای اعتیادگونه، گفت‌وگوی مستقیم با مخاطبان و انجام نظرسنجی‌های دوره‌ای دربارهٔ تأثیر محتوا بر سبک زندگی دیجیتال، از جمله مهارت‌های نظارت و بازخوردگیری مستمر هستند (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، صص ۱۷۸-۱۸۰).

با وجود مسائل و تهدیدهای متعددی که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، اگر ورود به این فضا با انگیزه‌های ارزشی و برای یادگیری و تبلیغ آگاهانه باشد، می‌توان آن را به بستری برای ارتقای علمی و رشد اخلاقی تبدیل کرد؛ چنان‌که پژوهشگران بسیاری از ظرفیت‌های اینترنت برای تسریع و تسهیل تحقیقات علمی بهره می‌گیرند یا در دوران شیوع بیماری کرونا، بسیاری از مراکز علمی ناگزیر به انتقال فعالیت‌های آموزشی خود به شبکه‌های اجتماعی شدند و از همان آغاز، بسیاری از نشست‌ها، کلاس‌ها و همایش‌ها در این بستر برگزار گردید (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۰).



ذکر این نکته هم مهم است که اگرچه جذابیت‌های متنوع شبکه‌های اجتماعی می‌تواند مبلغ را به‌سوی مطالب مختلف سوق دهد، اما با پرهیز از کنجکاوی در محیط‌های ناشناخته، می‌توان این حضور را با مدیریت و هدفمندی غنا بخشید و از افتادن در مسیرهای انحرافی جلوگیری کرد. کنجکاوی، استعداد ذاتی انسان است که او را به کشف حقیقت سوق می‌دهد و اگر به‌درستی هدایت شود، موجب رشد و تعالی خواهد شد. البته این میل طبیعی باید مهار و در مسیر شناخت مفید به کار گرفته شود، نه آنکه در قالب پرسه‌زنی‌های بی‌هدف در شبکه‌های اجتماعی مصرف گردد. مرز اخلاقی کنجکاوی، دستیابی به دانشی است که به رشد انسان و مصلحت او بینجامد و گرنه تجسس‌ها و کنجکاوی‌هایی که به دیدن محتوای غیراخلاقی، ترویج تمسخر، غیبت، تهمت، فحاشی یا تأیید رفتارهای هنجارشکنانه منجر می‌شود، نه تنها بی‌فایده، بلکه غیراخلاقی و زیان‌بار است (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۷۹).

۲.۱. فعالیت گروهی و هم‌افزایی تشکیلاتی

یکی دیگر از راهکارهای مؤثر برای رفع تعارض‌های اخلاقی در عرصه تبلیغ دینی، بهره‌گیری از کار تشکیلاتی و فعالیت‌های گروهی است. کار تشکیلاتی به معنی نظام‌مند شدن فعالیت‌ها، تقسیم وظایف، ایجاد ارتباطات منسجم و حرکت زنجیره‌ای در راستای اهداف مشخص می‌باشد (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۱). تفاوت بنیادین کار تشکیلاتی با کار جمعی در این است که در فعالیت جمعی، افراد معمولاً برای کسب منافع شخصی مشارکت می‌کنند؛ اما در کار تشکیلاتی، اعضای یک مجموعه حول یک آرمان مشترک به توافق می‌رسند و در مسیر تحقق آن، از خود گذشتگی و ایثار در پیش می‌گیرند. مقام معظم رهبری بر اهمیت کار تشکیلاتی تأکید کرده، می‌فرمایند: «کار باید تشکیلاتی باشد؛ هیچ کاری بدون تشکیلات پیش نمی‌رود. انقلاب اسلامی ایران هم بدون تشکیلات پیش نرفت و پیروز نشد» (حسینی‌خامنه‌ای، ۲۷ بهمن ۱۳۶۰).



در متون دینی، اعم از قرآن و روایات معصومان علیهم‌السلام، بر اهمیت کار گروهی و تشکیلاتی بسیار تأکید شده است. در این منابع به همکاری گروهی برای اصلاح جامعه، تحقق وحدت و انسجام، استجابت دعا و یادگیری معارف دینی اهمیت داده شده است (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، صص ۱۸۲-۱۸۳). از جمله مصادیق مهم کار گروهی در آموزه‌های دینی، امر به معروف و نهی از منکر است که بدون تردید، اثرگذاری آن در صورت فعالیت منظم و هماهنگ جمعی، بسیار بیشتر می‌شود. قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (آل عمران، ۱۰۴). از آیه شریفه، لزوم نظام‌مند بودن تبلیغ دین فهمیده می‌شود و واژه «أُمَّةٌ» نشان‌دهنده ضرورت تشکیل گروهی منسجم است که با برنامه‌ریزی جمعی، مردم را به سوی خیر دعوت کنند. در فضای مجازی، این امر به معنی تقسیم وظایف مبلغان است که باید به تولید محتوا در فضای مجازی، مدیریت شبکه‌ها و پاسخ‌گویی به شبهات بپردازند تا هم از اعتیاد فردی جلوگیری شود و هم اثربخشی تبلیغ افزایش یابد. حضور گروهی، بار روانی و زمانی تبلیغ را کاهش می‌دهد و تعارض اخلاقی مورد نظر را تا اندازه‌ای رفع می‌کند.

همچنین، قرآن کریم بر ضرورت اتحاد و انسجام امت اسلامی تأکید دارد: ﴿وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا﴾ (آل عمران، ۱۰۳). از آنجا که تأکید آیه شریفه بر وحدت و هم‌بستگی در انجام امور دینی است، در تبلیغ مجازی می‌توان با ایجاد شبکه‌های ارتباطی بین مبلغان، از موازی‌کاری و اتلاف منابع جلوگیری کرد. این رویکرد، نه تنها بار مسئولیت را توزیع می‌کند، بلکه با کاهش حضور انفرادی در فضای مجازی، خطر اعتیاد مبلغان و مخاطبان را کم می‌کند؛ به تعبیر مختصر، هماهنگی جمعی، محتوا را هدفمند و متعادل می‌سازد.

در روایات نیز کار گروهی، عاملی برای اجابت دعا معرفی شده است؛ امام صادق علیه‌السلام می‌فرماید: «ما اجتمع أربعة رهط قط على أمر واحد فدعوا الله إلا تفرقوا عن



إِجَابَةً؛ هیچ گاه چهار نفر برای هدفی گرد هم نیامدند و به درگاه خدا دعا نکردند، مگر آنکه با اجابت آن دعا از هم جدا شدند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۴۸۷).

این حدیث نشان می‌دهد کار گروهی، زمینه اجابت الهی را فراهم می‌سازد. در تبلیغ مجازی، فعالیت گروهی مبلغان دینی نه تنها اثرگذاری پیام را افزایش می‌دهد، بلکه با محدود کردن زمان حضور فردی در فضای مجازی، از افتادن مبلغان و مخاطبان در دام اعتیاد دیجیتال جلوگیری می‌کند. کار گروهی، مسئولیت اخلاقی تبلیغ را نیز به صورت جمعی تقسیم می‌کند.

از دیگر عرصه‌های مهم کار گروهی در آموزه‌های دینی، حوزه آموزش و یادگیری است. قرآن می‌فرماید: ﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ﴾ (توبه، ۱۰۲). این آیه بر تخصصی شدن تبلیغ در قالب گروه‌های کاری تأکید دارد؛ بنابراین، در فضای مجازی، مبلغان می‌توانند بر اساس توانمندی‌های خود، تقسیم کار کنند.

این رویکرد از یک سو، کیفیت محتوا را ارتقا می‌دهد و از سوی دیگر، با کاهش فشار کاری بر مبلغان، احتمال فرسودگی روحی یا اعتیاد آنان را کم می‌کند. داستان حضرت موسی علیه السلام و درخواست ایشان از خداوند برای کمک گرفتن از برادرش هارون در تبلیغ دین، شاهدی دیگر بر ارزش همکاری و همیاری در انجام رسالت‌های الهی است: ﴿وَاجْعَلْ لِّيَ وَزِيرًا مِّنْ أَهْلِي. هَارُونَ أَخِي. اشْدُدْ بِهِ أَزْرِي. وَأَشْرِكْهُ فِي أَمْرِي﴾ (طه، ۲۹-۳۲). این آیات، الگویی برای مدیریت تشکیلاتی تبلیغ ارائه می‌دهند؛ چون حضرت موسی علیه السلام مسئولیت هدایت را به تنهایی نمی‌پذیرد و خواهان همکاری هارون می‌شود. در تبلیغ مجازی نیز مبلغان باید با تشکیل گروه‌های مکمل مانند نویسنده، ویراستار و گرافیک فعالیت کنند تا ضمن جذابیت محتوا، حضور هریک از اعضای گروه در شبکه‌های اجتماعی کنترل گردد. این روش، تعارض بین ضرورت تعامل مبلغ و معضل اعتیاد به فضای مجازی را برطرف می‌کند.



براین اساس، مبلغان دینی نباید به تنهایی عهده‌دار تمامی فعالیت‌های مرتبط با تبلیغ دین در فضای حقیقی و مجازی شوند، بلکه لازم است با رویکرد تشکیلاتی وارد عرصه شوند. گام نخست در این راستا، شناسایی افرادی هم‌فکر و هم‌دغدغه است. پس از شناسایی چنین افرادی می‌توان با توجه به توانمندی، علاقه و استعداد هر عضو، به تقسیم وظایف پرداخت (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۳)؛ برای مثال، گروهی از اعضا مسئول رصد شبهات و نیازهای مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی باشند، گروهی دیگر به استنباط پاسخ‌ها از منابع دینی بپردازند و گروهی نیز وظیفه بسته‌بندی و انتشار محتوای متناسب با ظرفیت‌ها و اقتضائات شبکه‌های اجتماعی را بر عهده بگیرند.

چنین تقسیم کاری، افزون بر افزایش بهره‌وری و جلوگیری از اتلاف وقت، زمینه تبلیغ مؤثرتر را فراهم می‌سازد و از درگیر شدن مفرط مبلغان با شبکه‌های اجتماعی که ممکن است به نوعی وابستگی غیراخلاقی منجر شود نیز پیشگیری می‌کند؛ زیرا در این روش، هر فرد تنها بخشی از فرایند تبلیغ را مدیریت می‌کند و از تمرکز افراطی و خستگی روانی مصون می‌ماند.

۲. تعارض نیازها، فهم‌ها و ذائقه‌های متنوع در مخاطب

تعارض نیازها، فهم‌ها و ذائقه‌های متنوع مخاطبان از جمله تعارض‌هایی است که ممکن است در تبلیغ مجازی رخ دهد. توضیح بیشتر آنکه یکی از ویژگی‌های برجسته شبکه‌های اجتماعی، تازگی و سرعت زیاد تحولات در آن است. برخلاف گذشته که فناوری‌ها با روندی کند تغییر می‌کردند، امروزه پیش از آنکه کاربران با یک فناوری خو بگیرند، فناوری نوینی جایگزین آن می‌شود؛ برای نمونه، تا دو دهه پیش، ابزارهای ارتباطی عمدتاً به تلفن‌های ثابت و همراه منحصر بودند؛ اما اکنون اینترنت با هزینه‌ای کمتر، امکان برقراری ارتباط صوتی و تصویری مطلوب را در اختیار عموم قرار داده است. رؤیایی که در دهه هفتاد خورشیدی درباره دسترسی عمومی به اینترنت ماهواره‌ای مطرح بود، اکنون



در حال تحقق است و به زودی امکان اتصال به اینترنت برای همگان در هر نقطه از جهان فراهم خواهد شد.

ورود شبکه‌های اجتماعی به زیست جهان مردم، انقلابی در عرصه ارتباطات و تعاملات رقم زده و موجب چندبرابری سرعت گسترش اطلاعات و فناوری‌های نوین شده است؛ در نتیجه، جهانی موازی با جهان واقعی شکل گرفته که در آن کاربران نه تنها دریافت‌کننده منفعل اطلاعات نیستند، بلکه به عنوان کنشگران فعال، در گسترش سخت‌افزارها، نرم‌افزارها و محتوای شبکه‌های اجتماعی نقش‌آفرینی می‌کنند.

باین حال، کاربران، حتی آگاه‌ترین آن‌ها، نمی‌توانند با شتاب تغییرات شبکه‌های اجتماعی هماهنگ شوند. سرعت زیاد تولید و انتشار داده‌ها به گونه‌ای است که پیام‌ها گاهی ظرف چند دقیقه، تازگی و اعتبار خود را از دست می‌دهند. در چنین شرایطی، استفاده هوشمندانه از این فضا مستلزم توجه صرف به اطلاعات ضروری و پرهیز از غرق شدن در سیلاب داده‌ها و هیجانات ناشی از آن است (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۵).

در این میان، مبلغان دینی با مشکلات مضاعفی مواجه‌اند؛ زیرا شبکه‌های اجتماعی با ساختاری مبتنی بر تازگی، ذائقه‌سازی و نیازآفرینی، زمینه را برای مواجهه‌ای پیچیده با مخاطبان فراهم کرده و کاربران تحت تأثیر سیاست‌گذاری‌های کلان شرکت‌های مالک پلتفرم‌ها قرار دارند و به مرور به توصیه‌ها و پیشنهادهای این شرکت‌ها اعتماد می‌کنند؛ به این ترتیب، الگوریتم‌های موتورهای جست‌وجو در شبکه‌های اجتماعی، نتایج جست‌وجوها را نه بر اساس خواست واقعی کاربران، بلکه بر اساس منافع خاص سیاسی و اقتصادی خود تنظیم می‌کنند؛ چنان‌که شواهد آماری نشان می‌دهد نتایج جست‌وجوی کاربران ایرانی در پلتفرم‌هایی چون یوتیوب، با خواسته‌های جریان‌های خاصی نظیر صهیونیسم بین‌المللی، تطابق دارد (کهنوند، ۱۳۹۵، ص ۲۸۴).

این فرایند، به مرور زمان، مخاطبان را با ذائقه‌ها و نیازهایی مواجه می‌سازد که برخاسته از خواست واقعی آن‌ها نیست، بلکه به نوعی تحمیل شده و ساخته شده به دست قدرت‌های



رسانه‌ای است. در چنین فضایی، مخاطب نه تنها در معرض تغییرات پیاپی قرار دارد، بلکه خود نیز در مسیر مصرف و بازتولید دائم اطلاعات، به‌طور مستمر، در حال تجربه‌ی ذائقه‌های جدید است؛ از این‌رو، هر کاربر به مجموعه‌ای از خواسته‌ها و تمایلات متغیر تبدیل می‌شود که تشخیص و پاسخ‌گویی به آن‌ها برای مبلغان دینی بسیار دشوار است.

مسئله مهم آن است که بیش از نیمی از جمعیت جهان از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند و هریک با ذائقه، سلیقه و زمینه فرهنگی متفاوتی وارد این فضا می‌شوند. اگر مبلغ دینی بخواهد تبلیغ مؤثر و موفق‌تری در این بستر داشته باشد، ناگزیر باید متناسب با این ذائقه‌های متنوع، پیامی قابل درک، جذاب و در عین حال، اصیل ارائه کند. در غیر این صورت، پیام دینی‌اش بی‌اثر یا کم‌اثر خواهد بود؛ زیرا مخاطب، محتوایی را که با نیاز و دغدغه‌اش سازگار نباشد، نادیده می‌گیرد (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۶).

بنابراین، مبلغان دینی در معرض تعارضی اخلاقی قرار می‌گیرند؛ از یک سو، تولید محتوای دینی باید بر مبنای اصول و شاخص‌های اخلاقی مبتنی بر ارزش‌های الهی صورت گیرد و از سوی دیگر، توجه به ذائقه و نیاز مخاطب، امری اجتناب‌ناپذیر است (مخاطبی که ذائقه‌اش همواره در حال تغییر و بازتعریف است). اگر مبلغ به این تغییرات بی‌توجه باشد، از اصل اخلاقی رعایت نیاز و اقتضای مخاطب غفلت کرده است (حاجی‌پور، ۱۳۹۹، صص ۱۸۴-۱۸۹؛ حاجی‌پور و صادقی، ۱۳۹۷، ص ۲۶؛ حاجی‌پور و مولوی، ۱۴۰۱) و اگر بخواهد خود را با تمامی این تغییرات همراه سازد، عملاً توانایی پاسخ‌گویی دقیق و وفادارانه به تعالیم دینی را از دست می‌دهد.

پرسش اصلی این است که در چنین وضعیتی، تهیه محتوای دینی باید بر اساس کدام معیار باشد و ذائقه کدام مخاطب باید مبنای عمل قرار گیرد؟ این مسئله به‌وضوح نشان‌دهنده یک تنگنای اخلاقی در فرایند تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی است.

پژوهش پیش رو بر آن است تا راه‌حلی اخلاق‌مدارانه برای رفع این تعارض ارائه کند؛ راه‌حلی که به مبلغان دینی امکان دهد هم به اقتضائات اخلاقی مخاطب‌شناسی پایبند بمانند



و هم اصول اصیل دین را بدون هیچ تحریفی حفظ کنند. دو راهکار اساسی برای رفع تعارض در مواجهه با مخاطب وجود دارد که شامل رویکرد تخصص گرایی در تبلیغ و بازگشت به اصول مشترک انسانی است.

۲. ۱. راهکار تخصص گرایی

یکی از مهم ترین راهکارها برای رفع تعارض تبلیغ دینی در شبکه های اجتماعی با نظر به مخاطب، تخصص گرایی است؛ مفهومی که می توان از آن با تعبیر «تعیین جامعه هدف»، «تعیین دامنه شمول مخاطبان»، «تعیین محور تبلیغ» و «تمرکز بر گروه مخاطب خاص» یاد کرد. تخصص گرایی که امروزه یکی از لوازم اجتناب ناپذیر زندگی اجتماعی مدرن شناخته می شود، اصلی عقلایی و مبتنی بر ضرورت های عقلی و تجربی در حوزه کارآمدی اجتماعی است. دلیل عقلانی اصل آن است که انسان به خاطر محدودیت عمر، توان فکری و ظرفیت علمی نمی تواند در تمامی حوزه های معرفتی صاحب نظر و کارشناس باشد؛ بنابراین، عقل سلیم اقتضا می کند هر کس در یک یا چند حوزه تخصص یابد و جامعه از خدمات تخصصی وی بهره مند شود. بدین سان با تقسیم تخصص ها میان اعضای جامعه، مجموع نیازهای عمومی پوشش داده خواهد شد.

این راهبرد عقلانی، پشتوانه قرآنی دارد؛ در قرآن کریم آمده: «قَالَ اجْعَلْنِي عَلَى خَزَائِنِ الْأَرْضِ إِنِّي حَفِيظٌ عَلِيمٌ»؛ [یوسف] گفت: مرا بر خزاین این سرزمین بگمار که من نگهبانی دانا هستم» (یوسف، ۵۵). حضرت یوسف علیه السلام در این آیه برای تصدی مسئولیت مالی مصر، دو ویژگی خود را برمی شمرد: امانت داری و دانایی. مفسران، مراد از «علم» را در این آیه، علم تخصصی دانسته اند؛ زیرا ورود به هر عرصه ای بدون داشتن دانش و مهارت لازم نمی تواند نتیجه مطلوبی به همراه داشته باشد؛ بنابراین، این آیه مؤیدی بر ضرورت تخصص گرایی در پذیرش مسئولیت های اجتماعی است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۰، ص ۱۰). کاربست اصل تخصص گرایی در تبلیغ دینی در شبکه های اجتماعی دو نمود مشخص دارد:



نخست آنکه تخصص گرایی در ارتباط با خود مخاطب تعریف می‌شود؛ به این معنا که مبلغان دینی با توجه به گستردگی مخاطبان شبکه‌های اجتماعی که از لحاظ سن، جنس، تحصیلات، دغدغه‌ها و گرایش‌های فکری بسیار متنوع‌اند، می‌توانند با تعیین جامعه مخاطب خاص، دایره فعالیت خود را مشخص و متمرکز کنند. این تعیین حدود به مبلغ امکان می‌دهد ضمن شناخت دقیق نیازها و ذائقه‌های آن گروه خاص، محتوایی متناسب و هدفمند تولید کند؛ بدین ترتیب، هم مخاطب احساس می‌کند نیاز و سلیقه‌اش درک شده است و هم مبلغ در حوزه‌ای مشخص و مطالعه‌شده فعالیت می‌کند.

دوم آنکه تخصص گرایی ناظر به اندیشه و موضوع تبلیغ است؛ به این معنا که مبلغ دینی می‌تواند حوزه تبلیغ خود را بر اساس نوعی اندیشه یا جریان فکری خاص تنظیم کند؛ اعم از آنکه رویکردی اثباتی و ترویجی به یک عقیده اصیل داشته باشد یا رویکردی سلبی به یک اندیشه انحرافی. در این رویکرد نیز با محدودسازی حوزه فعالیت تبلیغی، امکان تمرکز، تحلیل عمیق‌تر و تعامل مؤثرتر با مخاطبانی که درگیر یا علاقه‌مند به آن موضوع خاص‌اند، فراهم می‌گردد (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۸۷).

در مجموع، تخصص گرایی در تبلیغ دینی، نه تنها یک ضرورت معرفتی، بلکه راهکاری برای کاهش تعارضات اخلاقی در مواجهه با تنوع بی‌پایان مخاطبان در شبکه‌های اجتماعی است.

۲.۲. راهکار بازگشت به اصول مشترک انسانی

راه حل دوم در مواجهه با تعارض‌ها و تفاوت‌های مخاطبان، بازگشت به اصول و ریشه‌های مشترک انسانی است؛ توضیح اینکه خدای متعال در انسان‌ها، عناصر و ویژگی‌های مشترکی قرار داده که هیچ کس از آن‌ها بی‌بهره نیست، هرچند ممکن است شدت و ضعف آن‌ها در افراد متفاوت باشد. این ویژگی‌های مشترک را می‌توان با تعبیر «فطری» معرفی کرد.



در لغت، «فطرت» به معنی شکافتن، گشودن، ایجاد و ابداع آمده است (زبیدی، ۱۴۱۴ق، ج ۷، ص ۳۵۰؛ ابن فارس، ۱۴۰۴ق، ج ۴، ص ۵۱۰؛ راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۶۴۰) و در اصطلاح، به سرشت خاص انسانی اطلاق می‌شود که مبتنی بر نوع آفرینش انسان است.

امور فطری نیز به اموری گفته می‌شود که خلقت انسان اقتضای آن‌ها را دارد و میان تمام انسان‌ها مشترک است (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ج ۱۲، ص ۲۴). امور فطری ویژگی‌هایی دارند که آن‌ها را از سایر امور متمایز می‌سازد: نخست آنکه اموری اکتسابی نیستند، بلکه در خلقت ریشه دارند؛ دوم آنکه در عموم افراد وجود دارند؛ سوم آنکه قابل تبدیل یا تحویل به چیزی دیگر نیستند، اگرچه شدت و ضعف در آن‌ها وجود دارد.

خداوند در آیه ۳۰ سوره روم به ویژگی سوم اشاره می‌کند: «فَطَرَتِ اللَّهُ النَّاسَ الْآدَمِيَّةَ فَطَرَهَا اللَّهُ عَلَى نَفْسِهِ لَا تَبْدِيلَ لِمَا خَلَقَ اللَّهُ»؛ «این است فطرت خدا که مردم را بر آن آفریده و در آفرینش خدا تبدیلی نیست» (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ج ۱۲، ص ۲۴). قرآن کریم با بهره‌گیری از همین زبان فطرت با انسان‌ها سخن گفته است. آیت‌الله جوادی آملی در این باره می‌نویسد:

چون قرآن مجید به منظور هدایت همگان تنزل یافته، همه انسان‌هایی که در پهنه زمین و گستره زمان به سر می‌برند، از نور رهنمود آن برخوردار خواهند شد... تنها زبانی که جهان گسترده بشریت را هماهنگ می‌کند، زبان فطرت است که فرهنگ مشترک انسان‌هاست (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ج ۱، ص ۳۵۳).

براین اساس، مبلغان دینی باید از این ظرفیت فطری بهره بگیرند. آنان می‌توانند در میان کثرت سلاقی و نیازهای مخاطبان، به جست‌وجوی نقاط اشتراک پردازند و برنامه‌های تبلیغی خود را بر اساس همین اصول تنظیم کنند.

در این صورت، اثربخشی تبلیغ دینی تضمین می‌شود؛ زیرا همه انسان‌ها به‌طور طبیعی به این امور گرایش دارند.



نکته مهم آنکه دشمنان دین نیز از این ظرفیت فطری استفاده می‌کنند؛ البته با ایجاد انحراف در این گرایش‌های طبیعی به مسیرهای باطل. آن‌ها تلاش می‌کنند با بهره‌گیری از همین نیازهای درونی، اهداف شوم خود را دنبال کنند (کهنوند، ۱۳۹۵، ص ۱۵۷)؛ برای مثال، یکی از ویژگی‌های فطری انسان، خداجویی و خداپرستی است. قرآن به این حقیقت اشاره دارد: «وَإِذْ أَخَذَ رَبُّكَ مِن بَنِي آدَمَ مِنْ ظُهُورِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَأَشْهَدَهُمْ عَلَى أَنْفُسِهِمْ أَلَسْتُ بِرَبِّكُمْ قَالُوا بَلَى شَهِدْنَا»؛ «خداوند از بنی آدم عهد گرفت و آنان را بر خود گواه ساخت که آیا من پروردگار شما نیستم؟ گفتند: آری، گواهی می‌دهیم» (اعراف، ۱۷۲).

دشمنان با بهره‌برداری از همین ویژگی، انسان را به‌سوی خرافات، توهمات و ادیان ساختگی سوق می‌دهند و این گرایش طبیعی را به بیراهه می‌کشانند. نکته درخور توجه آن است که دنیای غرب، از شبکه‌های خبری دینی مانند «پرس‌تی‌وی» یا «المنار» احساس خطر بیشتری می‌کند تا از شبکه‌های صرفاً دینی غیرسیاسی در فضای مجازی؛ درحالی‌که شبکه‌های مربوط به فِرَق و ادیان ساختگی را تحمل می‌کند (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۹۱).

نمونه‌ای دیگر از امور فطری، غریزه جنسی است. این میل طبیعی، ابزاری برای تداوم نسل بشر است. قرآن کریم می‌فرماید: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً»؛ «از نشانه‌های اوست که برای شما از جنس خودتان همسرانی آفرید تا به آنان آرامش یابید و میان شما مودت و رحمت قرار داد» (روم، ۲۱). در این آیه، هم به وجود میل جنسی اشاره شده و هم مسیر درست ارضای آن (یعنی ازدواج) تبیین گردیده است. بااین‌حال، دشمنان با انحراف این میل طبیعی، انحطاطی اخلاقی را به بشر تحمیل کرده‌اند؛ به‌گونه‌ای که برخی از جوامع، انحرافاتی چون هم‌جنس‌گرایی، زنا و دگرباشی را نیز جزو مسیرهای مشروع یا قابل‌قبول معرفی کرده‌اند!



۳. تعارض شفافیت پیام با نقض حریم خصوصی

تعارض شفافیت پیام با نقض حریم خصوصی، یکی دیگر از تعارض‌های تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی است. در توضیح تعارض مورد نظر باید گفت تنظیم پیام، تابع اصولی اخلاقی است که این اصول باید به‌طور دقیق رعایت شود. یکی از این اصول، شفافیت پیام است؛ اصلی بنیادین که بر مبلّغان دینی واجب است به آن توجه داشته باشند. بی‌توجهی به این اصل، به معنی ارتکاب فعلی غیراخلاقی است. شفافیت در پیام به دو بُعد قابل تقسیم است:

نخست، شفافیت در ارائه فکر، عقیده، ایده یا محتوای دینی. مبلّغ در این بُعد صرفاً در پی استخراج، تنظیم و نشر محتوای دینی است؛ دوم، شفافیت در مقام دفاع، نقد و روشنگری. مبلّغ در این بُعد به‌مثابه حافظ فرهنگ دینی و انقلابی، به‌منظور دفاع یا ارزیابی عملکرد افراد یا نهادهای مختلف، پیام یا محتوایی را تولید می‌کند. مبحث حاضر به بُعد دوم شفافیت ناظر است؛ زیرا در بُعد اول، نبود شفافیت به فعل غیراخلاقی منجر می‌شود، ولی در بُعد دوم، خود شفافیت ممکن است به نقض اخلاق منجر شود؛ به‌خصوص زمانی که با حریم خصوصی دیگران تلاقی پیدا می‌کند.

از سویی، مبلّغان دینی موظف‌اند در فرایند تولید و انتشار پیام، اصل شفافیت را رعایت کنند و اهمیت آن در اقناع و اثرگذاری مخاطب بر کسی پوشیده نیست. از سوی دیگر، همین شفافیت ممکن است به نقض حریم خصوصی افراد منجر شود و تعارضی اخلاقی پدید آورد. این تعارض، زمانی پررنگ‌تر می‌شود که شفاف‌سازی متوجه اشخاص یا نهادهای شناخته‌شده باشد؛ زیرا در چنین مواردی، پیامدهای اجتماعی و رسانه‌ای به‌مراتب گسترده‌تر از حالتی است که شفاف‌سازی متوجه اشخاص عادی باشد.

در واقع، وقتی شفاف‌سازی درباره شخصیتی فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، ورزشی یا حتی مذهبی باشد، افشای زوایای خصوصی زندگی او ممکن است بازتاب گسترده‌ای پیدا کند و مبلّغ را در معرض این تعارض اخلاقی قرار دهد: اگر شفاف‌سازی کند، ممکن است



به نقض حریم خصوصی متهم شود و اگر از شفاف‌سازی پرهیز کند، ممکن است به پنهان‌کاری یا صداقت‌نداشتن در پیام‌رسانی متهم شود (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۹۳).

نکته مهم آن است که گاه شفافیت، در مقام دفاع از مواضع دینی، به نوعی پاسخ نقضی شباهت پیدا می‌کند؛ بدین معنا که مبلغ برای بی‌اعتبار ساختن ادعای شخص یا نهادی، به افشای تناقض‌های رفتاری او می‌پردازد؛ برای نمونه، شخصی از ساده‌زیستی سخن می‌گوید، ولی خود به رفاه‌زدگی مشهور است؛ در چنین شرایطی مبلغ برای روشنگری، ممکن است تصاویری از زندگی تجملاتی او منتشر کند تا سخنش برای مخاطب بی‌اعتبار شود. در اینجا مخاطره اصلی آن است که چنین شفاف‌سازی‌هایی، مرز حریم خصوصی را درنورد و مبلغ را در مظان ارتکاب فعل غیر اخلاقی قرار دهد.

در فضای مجازی، گستره حریم خصوصی به مراتب پیچیده‌تر و گسترده‌تر است. طبق یکی از تعاریف، حریم خصوصی شامل اطلاعات و ارتباطات شخصی افراد است. این اطلاعات ممکن است شامل موارد زیر باشد:

- نام و نام‌خانوادگی، تاریخ و محل تولد، وضعیت تأهل، مشخصات خانواده و فرزندان؛
- اطلاعات مالی و بانکی، اطلاعات پزشکی، تحصیلی و شغلی، و محل کار و سکونت؛
- عکس‌ها، فیلم‌ها، صداها، عقاید و باورهای فرد؛
- پست الکترونیکی، رمزهای عبور و حتی عادات رفتاری.

ارتباطات شخصی نیز بخشی از حریم خصوصی به شمار می‌روند؛ از جمله هر نوع پیام یا تماس با دیگران به هر شکل ممکن.

در نتیجه، حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی را می‌توان چنین تعریف کرد: حفظ اطلاعات و ارتباطات شخصی کاربران از دید عموم و جلوگیری از هرگونه سوءاستفاده از این داده‌ها (خان‌محمدی و شاملی، ۱۳۹۵). براین اساس، مبلغان دینی ممکن است در مسیر شفاف‌سازی، ناآگاهانه یا آگاهانه، حریم خصوصی افراد را نقض کنند. برخی از مصادیق رایج این نقض حریم عبارت‌اند از:



- ورود به منافع و مصالح شخصی مانند انتشار نام یا تصویر افراد یا ارائه اطلاعات حساس؛
 - تجاوز به حریم خلوت افراد از طریق تجسس، تحسس، شنود یا نمایش تصاویر در حالت نامناسب؛
 - افشای عمومی حقایق خصوصی (حتی با فرض صحت آن‌ها) صرفاً به منظور تخریب یا نقد؛
 - ایجاد بدبینی در افکار عمومی با استفاده از توهین، غیبت، تهمت یا تحقیر فرد.
- در چنین شرایطی، اگر شفافیت به بهای نقض حریم خصوصی حاصل شود، نه تنها تبلیغ دینی کارآمد نخواهد بود، بلکه در میان مدت یا بلندمدت، باعث کاهش اعتماد عمومی، زوال سرمایه اجتماعی و افت اثرگذاری تبلیغ خواهد شد؛ زیرا اصول اخلاقی، اموری فطری و قابل درک برای عموم‌اند و تخطی از آن‌ها به نام دین، برای مخاطبان قابل قبول نخواهد بود.

۳. ۱. راهکار تمایز قائل شدن بین نقد عملکرد شخصی و هتک حرمت

در مواجهه با تعارض ناشی از شفاف سازی پیام در عرصه تبلیغ دینی، راهکار اصلی آن است که مبلغان دینی در طول تبیین و تبلیغ، بین نقد عملکرد با هتک حرمت تمایز قائل باشند؛ یعنی مواضع علنی شخص را از حریم خصوصی او متمایز بدانند و بین آنچه مربوط به خود شخص و حیطه زندگی خصوصی اوست، با ادعاها، مواضع و عملکردهای علنی او فرق بگذارند. ورود به حیطه خصوصی افراد نه تنها نقض اخلاقی حریم شخصی آنان است، بلکه می تواند نتایج معکوس در پذیرش پیام دینی داشته باشد؛ بنابراین، مبلغان موظف‌اند از تمرکز بر امور شخصی افراد، نظیر اطلاعات جسمانی، محل سکونت، نامه‌ها، تلفن همراه، رایانه، مکان‌های خصوصی اجاره شده مثل هتل یا کشتی و حتی فعالیت‌های حرفه‌ای که قانوناً جزو حریم خصوصی محسوب می‌شوند، پرهیز کنند و در عوض، تمرکز خود را بر نقد و تحلیل اندیشه‌ها، مواضع و کنش‌های علنی آنان قرار دهند (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۹۶).



این اصل شامل همگان می‌شود؛ خواه دوستان و هم‌فکران، خواه مخالفان و دشمنان فکری. چنین رویکردی را می‌توان از سخن امام صادق علیه السلام در بیان توصیه‌های لقمان به پسرش نیز استنباط کرد: «كَانَ فِيمَا أَوْصَى بِهِ لُقْمَانُ ابْنَهُ... لِيَكُنْ مِمَّا تَسْلَحُ بِهِ عَلَى عَدُوِّكَ... الْمُمَاسَحَةُ وَ إِبْغَالُ الرِّضَا عَنْهُ... فَيَبْذُرَ لَهُ مَا فِي نَفْسِكَ فَيَتَأَهَّبَ لَكَ؛ لقمان به پسرش وصیت کرد... از جمله سلاح‌هایی که باید در برابر دشمن داشته باشی... نرم‌خویی و اظهار رضایت به اوست... تا آنچه در دل داری برایش آشکار شود و [در نتیجه] برای مقابله با تو آماده گردد» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۶۸۸).

طبق روایت، اظهار نرمش و خوش‌رفتاری در برابر دشمن، نوعی راهبرد عقلانی و اخلاقی برای حفظ موضع و پیشگیری از واکنش‌های تند و بی‌ثمر است؛ چه رسد به ورود غیرمجاز به حریم خصوصی او که نه تنها پیام‌دینی را بی‌اثر می‌کند، بلکه موجب لجابت بیشتر طرف مقابل و واکنش‌های تخریبی می‌گردد. روایت به سه محور کلیدی نرم‌خویی، اظهار رضایت ظاهری و آماده‌سازی طرف مقابل در تبلیغ دینی اخلاق‌محور اشاره دارد که هر سه محور به رفع تعارض شفافیت پیام با نقض حریم خصوصی کمک می‌کنند. نرم‌خویی و تأکید بر رفتار محترمانه حتی با مخالفان، بدون ورود به حریم خصوصی آنان، مخصوصاً در شبکه‌های اجتماعی، به معنی نقد اندیشه‌ها با ادبیات علمی و بدون توهین و افشای زندگی خصوصی یک شخصیت مخالف است. اظهار رضایت ظاهری و إعلان الرضا به معنی تأیید افکار مخالف نیست، بلکه نشان‌دادن حسن نیت برای کاهش تنش است. در تطبیق مسئله با تبلیغ دینی در مناظرات مجازی، با عباراتی مانند «نظر شما قابل تأمل است»، می‌توان فضای گفت‌وگو را باز کرد. آماده‌سازی طرف مقابل نیز بدین معناست که مخاطب احساس کند مورد احترام است تا آمادگی بیشتری برای پذیرش حقایق پیدا کند.

بنابراین، روایت نشان می‌دهد حتی با دشمن نیز باید اخلاقی رفتار کرد و این همان مرز بین نقد عملکرد علنی و هتک حرمت است. این رویکرد در سیره اهل بیت علیهم السلام نیز مشهود



است؛ امام سجاد علیه السلام در واقعه اسارت و انتقال به شام، در برابر یزید و در سخت‌ترین شرایط، بدون ورود به مسائل خصوصی، با بیانی خردمندانه و متین حقیقت را روشن کردند. ایشان در خطبه معروف خود در مجلس یزید، با استناد به اذان، نسب خود را به پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله گوشزد کردند و بدون هتک حرمت یا افشای امور شخصی، مشروعیت یزید را رد کردند. همین اقدام موجب بیداری وجدان‌های خفته و حتی اعتراض برخی از غیرمسلمانان حاضر در مجلس گردید (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۳۹).

نکته پایانی آنکه در موارد استثنایی، اگر در حریم خصوصی شخصیتی، مسئله‌ای وجود داشته باشد که دارای پیامدهای جدی برای جامعه اسلامی باشد، مبلغان باید آن را نه از طریق افشاگری عمومی، بلکه از راه‌های قانونی و اخلاقی پیگیری کنند؛ بدین معنا که با رعایت مراتب امر به معروف و نهی از منکر، موضوع را به مسئولان ذی‌ربط اطلاع دهند تا بررسی و رسیدگی شود. افشای عمومی چنین مسائلی در فضای مجازی، علاوه بر تضعیف اعتماد عمومی، ممکن است به ایجاد بدبینی به حاکمیت نیز بینجامد؛ امری که خلاف مصلحت جامعه اسلامی و اخلاق تبلیغ است (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۱۹۹).

۴. تعارض حضور در شبکه‌های اجتماعی بیگانه با پرهیز از سلطه دشمن

تعارض حضور در شبکه‌های اجتماعی بیگانه با پرهیز از سلطه دشمن، یکی از تعارض‌های دیگر است که در سطح ابزار پیام مطرح می‌گردد. توضیح آنکه در عصر حاضر، جهاد تبیین و تبلیغ دینی برای مبلغان بیش از گذشته اهمیت یافته است؛ به‌ویژه با تأکید رهبر معظم انقلاب مبنی بر اینکه جهاد تبیین، فریضه‌ای قطعی، فوری و واجب بر همگان است (حسینی خامنه‌ای، ۱۹ بهمن ۱۴۰۰)، وظیفه مبلغان در این عرصه مضاعف گشته است. از منظر اخلاقی نیز ایفای نقش فعال در مقابله با شبهات، شایعات و تحریفات در فضای مجازی، امری لازم و مستند به منابع دینی است.



ضرورت تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی در آموزه‌های قرآن ریشه دارد: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (آل عمران، ۱۰۴). قرآن به صراحت وظیفه دعوت به خیر و نهی از منکر را بر دوش گروهی از مؤمنان قرار می‌دهد. با توجه به اینکه فضای مجازی، محیطی آکنده از آلودگی‌های فکری و اخلاقی است، می‌توان فعالیت مبلغان را در این بستر، مصداق بارز اجرای این فرمان الهی دانست. علاوه بر این، طبق احادیث بسیاری که از پیامبر اکرم (ص) و ائمه معصومین (علیهم‌السلام) نقل شده است، ایشان به جایگاه رفیع تعلیم و تعلم اشاره دارند. از این منظر، شبکه‌های اجتماعی با وجود مشکلاتی که دارند، ظرفیت مهمی برای ترویج آموزه‌های دینی و علمی فراهم می‌کنند. افزون بر این، مفاهیمی همچون خیرخواهی، حمایت از مؤمنان و شفاف‌سازی که در منابع دینی بر آن‌ها تأکید شده است، مستندی دیگر برای تأیید حضور مبلغان در این عرصه محسوب می‌شود.

اما از سوی دیگر، اصل اخلاقی پرهیز از سلطه دشمن، مسئله‌ای اساسی در برابر حضور در شبکه‌های اجتماعی بیگانه است. مطالعات متعدد حاکی از آن است که بسیاری از پلتفرم‌های مجازی با مالکیت و مدیریت جریان‌های وابسته به قدرت‌های استکباری و سرمایه‌داران سلطه‌طلب فعالیت می‌کنند (کهند، ۱۳۹۵، صص ۳۰-۴۵).

هدف اصلی این قدرت‌ها، تسلط بر افکار عمومی، تغییر هویت فرهنگی جوامع و در نهایت، سلطه نرم بر کشورهاست (حسینی خامنه‌ای، ۱۵ بهمن ۱۳۸۱). رسانه‌ها، ابزار اصلی آنان برای القای ارزش‌ها، سبک زندگی و تحلیل‌های سیاسی و اجتماعی مطلوبشان است. این سلطه‌خواهی صرفاً فرهنگی نیست، بلکه ممکن است ابعاد امنیتی، اقتصادی و اطلاعاتی نیز پیدا کند؛ از این رو، پرهیز از قرار گرفتن در معرض چنین سلطه‌ای، یک اصل اخلاقی ضروری برای مبلغان دینی است. در صورت نادیده گرفتن این اصل، فعالیت در چنین فضاهایی می‌تواند از منظر اخلاق اسلامی، عملی ضد اخلاقی تلقی شود (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۲۰۱).



در نتیجه، مبلغان دینی از یک سو، موظف‌اند در شبکه‌های اجتماعی برای انجام رسالت دینی و مقابله با انحرافات حضور فعال داشته باشند و از سوی دیگر، ملزم به رعایت اصل پرهیز از سلطه دشمن هستند.

این تقابل، تعارضی اخلاقی از نوع تعارض ابزاری را شکل می‌دهد که یافتن راه‌حل برای آن، نیازمند بررسی دقیق‌تر معیارهای تقدم و راهکارهای میان‌بر برای تقلیل تعارض است. پرسش اصلی آن است که وظیفه اخلاقی مبلغ در چنین وضعیت دوگانه‌ای چیست و کدام اصل باید در اولویت قرار گیرد.

۴. ۱. راهکار استفاده از شبکه‌های امن و رعایت قوانین و مقررات

برای یافتن راه‌حل تعارض تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی بیگانه، ابتدا باید به مقدمات مهمی توجه شود؛ نخستین مقدمه، مسئله آزادی عمل مبلغان است. در برخی از محیط‌ها افراد می‌توانند آزادانه پیام خود را به مخاطبان برسانند؛ اما در شبکه‌های اجتماعی بیگانه، آزادی عمل مبلغان محدود است و گاه به دلیل شرایط محیط یا سیاست‌های صاحبان این شبکه‌ها، امکان حذف پیام یا حتی حذف خود مبلغ وجود دارد. نمونه‌هایی از این محدودیت‌ها، واکنش شبکه‌های اجتماعی بیگانه در قبال نامه‌های مقام معظم رهبری به جوانان اروپا یا صفحات انقلابیون بحرین و فلسطین است که نشان‌دهنده دشواری و مخاطرات تبلیغ در چنین فضاهایی است (کهنوند، ۱۳۹۵، ص ۴۰۲).

مقدمه دوم، اهمیت حفظ امنیت اخلاقی مبلغ است. در سیره معصومین علیهم‌السلام آمده هیچ‌کس نباید امنیت اخلاقی خود را به‌خاطر اصلاح دیگران به خطر بیندازد. در برخی از شبکه‌های اجتماعی بیگانه، به‌طور غیرارادی، تصاویر و محتوای غیراخلاقی ارسال می‌شود که ممکن است موجب فساد اخلاقی مبلغ شود. حضرت علی علیه‌السلام در مواجهه با کوفیان نافرمان تأکید کردند اصلاح دیگران نباید با تباه کردن نفس مبلغ همراه باشد (نهج البلاغه، خطبه ۶۹).



مقدمه سوم، حفظ جان خود و دیگران است و این یکی از اصول مهم اخلاقی و شرعی است؛ مبلغان دینی حق ندارند به بهانه تبلیغ، جان خود یا دیگران را به خطر اندازند. تجربه تاریخی تبلیغ ائمه اطهار (علیهم‌السلام) در دوران حکومت بنی‌امیه و بنی‌عباس نیز این نکته را تأیید می‌کند. با توجه به اینکه شبکه‌های اجتماعی بیگانه، رصدگاه دشمنان است و هرآنچه در آن منتشر می‌شود، زیر نظر دشمنان و محل سوءاستفاده آنان است، تبلیغ در چنین فضایی باید با دقت و تأمل بسیار همراه باشد. نمونه‌ای از سوءاستفاده دشمنان را می‌توان در اعترافات جنایت کار وهابی، عبدالمالک ریگی، مشاهده کرد که با پخش فیلم‌های توهین‌آمیز علیه اهل سنت، نیروهای خود را برای عملیات‌های تروریستی تحریک می‌کرد (فجری و کهنود، ۱۳۹۹، ص ۵۰).

مقدمه چهارم، اصل اخلاقی «هدف، وسیله را توجیه نمی‌کند» است. در تاریخ انبیا و اولیای الهی نمی‌توان نمونه‌ای یافت که آنان برای تبلیغ دین از وسایل فاسد و ناپسند استفاده کرده باشند. خداوند در قرآن هشدار می‌دهد پیامبر نباید به خاطر جلب توجه مردم، از راه‌هایی غیر حقیقی و ناسالم بهره گیرد (اسراء، ۷۴-۷۵). شهید مطهری نیز بر این نکته تأکید دارد که ایمان و حقیقت، امکان مدهانه و مماشات را نمی‌پذیرد؛ بنابراین، حتی اگر هدف تبلیغ دینی مقدس باشد، نمی‌توان از وسایل نامناسب مانند شبکه‌های اجتماعی بیگانه استفاده کرد که سبب سلطه و نفوذ دشمنان می‌شوند (مطهری، ۱۳۸۴، ج ۱۶، صص ۱۲۹-۱۳۰).

نتیجه تحلیل مقدمات بالا آن است که به دلیل نبود آزادی عمل کامل، تهدید امنیت اخلاقی مبلغان، خطر جانی برای آنان و دیگر کاربران و همچنین، با توجه به اصل «هدف، وسیله را توجیه نمی‌کند»، شبکه‌های اجتماعی بیگانه، ابزاری نامناسب و ضد اخلاقی برای تبلیغ دینی به شمار می‌روند؛ بنابراین، مبلغان دینی باید رویکرد خود را درباره تبلیغ در این فضا تغییر دهند و با آمادگی کامل و شناخت کامل از شرایط وارد این عرصه شوند. به تعبیر دیگر، بهترین راهکار برای مبلغان دینی، پرهیز از حضور بی‌برنامه و ناآگاهانه در شبکه‌های



اجتماعی بیگانه، استفاده از شبکه‌های امن و مورد اعتماد، رعایت قوانین و مقررات و پایبندی به قوانین کشور، آمادگی و شناخت شرایط برای هرگونه حضور در شبکه‌های اجتماعی است؛ بنابراین، تغییر رویکرد آن است که مبلغان در رویکرد خود به تبلیغ در شبکه‌های بیگانه بازنگری و روش‌های مؤثرتری را انتخاب کنند. این کار، ضمن حفظ امنیت مبلغان و کاربران، به تقویت اعتماد عمومی و اثربخشی پیام‌های دینی کمک شایانی خواهد کرد.

عده‌ای ممکن است استدلال کنند اگر مبلغان دینی در این شبکه‌ها حضور نداشته باشند، دشمنان، فضای تبلیغ را تسخیر می‌کنند؛ اما با توجه به سوءاستفاده‌های گسترده دشمنان، استفاده هدفمند از ربات‌های هوشمند برای جهت‌دهی هشتگ‌ها، حذف هدفمند پیام‌های مربوط به نظام اسلامی و ایجاد فضای خودتحقیری و ناامیدی، شبکه‌های اجتماعی بیگانه به بستر سلطه فکری و فرهنگی دشمنان تبدیل شده‌اند؛ بنابراین، حضور مبلغان دینی در چنین محیطی به معنی تأیید ذهنیت کاربران درباره این شبکه‌هاست و نمی‌تواند مانع فعالیت دشمنان شود (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۲۰۶).

نکته پایانی و تأییدکننده این دیدگاه، مسئله فیلترینگ این شبکه‌ها از سوی دولت اسلامی است که با هدف محافظت از جامعه و ایجاد اینترنتی امن‌تر و سالم‌تر انجام می‌شود؛ فیلترینگ هوشمند می‌تواند همچون آنتی‌ویروس عمل کند؛ یعنی مانع ورود نرم‌افزارهای مخرب و صفحات غیراخلاقی شود و از بزهکاری سایبری و سرقت اطلاعات شخصی جلوگیری کند.

از نظر اخلاقی، مبلغان دینی موظف‌اند قانون را رعایت کنند و حضور در شبکه‌های اجتماعی مسدودشده، هرچند به منظور تبلیغ دینی باشد، اقدامی ضد اخلاقی و بی‌اعتنایی به قانون است. علاوه بر این، تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی مسدودشده، اثرگذاری مطلوب را نخواهد داشت؛ زیرا پیام تبلیغی، زمانی مؤثر است که مخاطب آن را بپذیرد و بین گفتار و رفتار مبلغ هماهنگی وجود داشته باشد. وقتی کاربران به خاطر نقض قانون از سوی مبلغ



دچار تناقض ذهنی می‌شوند، پیام مورد نظر به درستی منتقل نمی‌شود و اثرگذاری خود را از دست می‌دهد.

بنابراین بهترین راهکار برای تبلیغ دینی در شرایط کنونی این است که مبلغان با درک شرایط، از ورود بی‌برنامه و ناآگاهانه به شبکه‌های اجتماعی بیگانه خودداری کنند و به جای آن تلاش کنند با روش‌هایی متناسب با فضای فرهنگی و قانونی کشور و با بهره‌گیری از شبکه‌های امن‌تر و مورد اعتماد به ترویج معارف دینی بپردازند. این رویکرد، علاوه بر حفظ امنیت اخلاقی و جانی مبلغان و مخاطبان، به تقویت اعتماد عمومی و اثرگذاری بهتر پیام‌های دینی کمک می‌کند (حاجی‌زاده، ۱۴۰۲، ص ۲۰۸).

جدول ۱. تعارض‌ها و راهکارها

رکن	تعارض / مسئله اصلی	پیامدهای تعارض	راهکار اخلاقی و عملی پیشنهاد شده
مبلغ	احتمال اعتیاد به فضای مجازی برای مبلغان و کاربران	خستگی روانی، وابستگی به شبکه‌ها	تمرکز بر حضور هوشمندانه کار گروهی و تشکیلاتی
مخاطب	ذائقه‌ها و نیازهای متنوع و متغیر مخاطبان	از بین رفتن اثرگذاری پیام، نادیده گرفتن محتوا	تخصص‌گرایی بازگشت به اصول مشترک انسانی
پیام	شفافیت پیام و نقض حریم خصوصی	بی‌اخلاقی یا متهم شدن به پنهان کاری یا افشای زندگی شخصی افراد	تمایز قائل شدن بین نقد عملکرد شخصی و هتک حرمت
ابزار	حضور در شبکه‌های اجتماعی بیگانه با پرهیز از سلطه دشمن	آسیب‌پذیری اطلاعات، وابستگی فرهنگی	استفاده از شبکه‌های امن و رعایت قوانین و مقررات



نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف واکاوی تعارض‌های اخلاقی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی، با بهره‌گیری از رویکرد توصیفی تحلیلی و بر اساس چهار رکن بنیادین تبلیغ (یعنی مبلّغ، مخاطب، پیام و ابزار) انجام شد. یافته‌ها نشان داد هریک از این ارکان با مسائل اخلاقی ویژه‌ای مواجه‌اند که غفلت از مدیریت آن‌ها، تأثیراتی جدی بر اثربخشی و مشروعیت تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی می‌گذارد.

در رکن مبلّغ، مهم‌ترین مسئله، تعارض ضرورت صرف زمان کافی برای حضور در شبکه‌های اجتماعی با تعامل مؤثر در این شبکه‌ها و خطر وابستگی یا اعتیاد رفتاری به فضای مجازی است. راهکار پیشنهادی، طراحی برنامه حضور هدفمند، پایش مستمر زمان مصرف و تقویت کار تشکیلاتی مبلّغان برای توزیع بهینه وظایف تبلیغی است. این راهکار، افزون بر حفظ سلامت روانی مبلّغ، کیفیت پیام‌های ارائه‌شده را بهبود می‌بخشد.

در رکن مخاطب، پویایی و تغییر دائم نیازها، علایق و ذائقه‌های فرهنگی کاربران و ضرورت مدیریت متکی بر داده، شناخت دقیق سلايق و درک ویژگی‌های فرهنگی اجتماعی گروه‌های هدف را دوچندان کرده است. بازگشت به اصول انسانی مشترک نظیر کرامت، احترام و حق انتخاب آگاهانه می‌تواند از ورود به فضای رقابتی ناسالم یا پیگیری صرفاً سوگیرانه جلوگیری کند.

در رکن پیام، تعارض میان شفافیت و حفظ حریم خصوصی، از مهم‌ترین ملاحظات اخلاقی است. بهره‌گیری از خط‌مشی‌های مشخص در تفکیک حیطه‌های عمومی و خصوصی، پرهیز از افشای اطلاعات حساس و تمرکز بر پیام‌های ارزش‌محور به جای محتواهای شخصی‌محور، از الزامات مهم است.

در رکن ابزار، مسئله تعارض استفاده از شبکه‌های اجتماعی خارجی (که با نفوذ قدرت‌های بیگانه و طبق سیاست‌های آن‌ها اداره می‌شوند) با اصل پرهیز از سلطه دشمن مطرح می‌شود. پیشنهاد این پژوهش، اولویت‌دادن به حضور مؤثر در بسترهای داخلی امن،



در کنار استفاده هوشمندانه و حداقلی از پلتفرم‌های خارجی برای رسیدن به مخاطبان بیشتر است.

علاوه بر یافته‌های اصلی، این مطالعه با فراهم کردن امکان استنتاج چند نکته کاربردی، بر ضرورت تمرکز بر راهکارهای عملی تأکید دارد:

۱. تدوین منشور اخلاق حرفه‌ای تبلیغ در فضای مجازی برای رفع ابهام و جلوگیری از برداشت‌های شخصی مبلغان از مرزهای اخلاقی؛
 ۲. آموزش سواد رسانه‌ای دینی و ارتقای توانایی مبلغان و مخاطبان در تشخیص محتوای معتبر از گمراه کننده؛
 ۳. توجه به پیامدهای بلندمدت و در نظر گرفتن تأثیرات روانی و فرهنگی‌ای که ممکن است تبلیغ فعلی بر نسل‌های آینده بگذارد؛
 ۴. توسعه سامانه‌های پایش هوشمند برای سنجش اثرگذاری و پیشگیری فعالانه از بروز بحران‌های اخلاقی در شبکه‌های اجتماعی؛
 ۵. ترویج الگوی تعاملی و استفاده از تعامل دوطرفه به جای مدل خطابه‌ای و توجه حقیقی به بازخوردهای کاربران برای تقویت اعتمادسازی.
- نتیجه نهایی آنکه در مجموع، با پایبندی به اصول اخلاقی و تلفیق این راهکارهای عملی و فرهنگی در ساختار تبلیغی، شبکه‌های اجتماعی علاوه بر آنکه می‌توانند ابزاری کارآمد و اثربخش باشند، می‌توانند به مرجع الهام‌بخش فرهنگ‌سازی اخلاقی تبدیل گردند.
- این یافته‌ها باید مبنای طراحی سیاست‌ها و برنامه‌ریزی کلان فرهنگی قرار گیرد تا دامنه نفوذ و مقبولیت پیام‌های دینی در شبکه‌های اجتماعی، به صورت پایدار و سالم گسترش یابد.



فهرست منابع

*قرآن کریم.

*نهج البلاغه (صبحی صالح).

ابن فارس، احمد. (۱۴۰۴ق). معجم مقاییس اللغة (مصحح: عبدالسلام محمد هارون). قم:

مکتب الإعلام الإسلامی.

جعفری، افشین. (۱۳۹۸). تحلیلی بر آسیب‌های اجتماعی؛ اعتیاد به اینترنت و اعتیاد به کار.

فصلنامه مطالعات فقه اقتصادی، ۱ (۳)، صص ۱۳۰-۱۴۷.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۸). تفسیر موضوعی قرآن کریم. قم: اسراء.

حاجی پور، حسین. (۱۳۹۹). شاخص‌های اخلاقی اقناع و تبلیغ دینی. قم: انصاریان.

حاجی پور، حسین؛ مولوی، عیسی. (۱۴۰۱). الگوی اصول اخلاقی رسانه در تبلیغ دینی.

فصلنامه پژوهش‌نامه اخلاق، ۵۶، صص ۷-۳۰.

حاجی پور، حسین؛ صادقی، هادی. (۱۳۹۷). طراحی الگوی شاخص‌های اخلاقی در

کاربست شیوه‌های اقناع در مسائل دینی. فصلنامه معرفت فرهنگی/اجتماعی، ۳۴،

صص ۲۳-۴۳.

حاجی زاده، حسین. (۱۴۰۲). اخلاق کاربردی تبلیغ دینی در شبکه‌های اجتماعی برحسب

ارکان مختلف تبلیغ (مبلغ، مخاطب، پیام، ابزار). قم: امتداد حکمت.

حسینی آقایی مقدم، سید محمدتقی؛ صدیق اورعی، غلامرضا. (۱۳۹۴). آسیب‌شناسی تبلیغ

دینی با تأکید بر مخاطبان جوان. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

حسینی خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۶۰). مصاحبه با روزنامه اطلاعات، ۲۷ بهمن. پایگاه

اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای، در:

<https://farsi.khamenei.ir>

حسینی خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۸۱). بیانات در دیدار با مدیران صداوسیما، ۱۵ بهمن. پایگاه

اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای، در:

<https://farsi.khamenei.ir>



حسینی خامنه‌ای، سید علی. (۱۴۰۰). بیانات در دیدار با فرماندهان و کارکنان نیروی هوایی و پدافند هوایی ارتش، ۱۹ بهمن. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای، در:

<https://farsi.khamenei.ir>

خان‌محمدی، کریم؛ شاملی، علی‌اکبر. (۱۳۹۵). اخلاق اسلامی حریم خصوصی در شبکه‌های اجتماعی سایبر (با تأکید بر واتس‌آپ). فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی، ۱۴، صص ۸۰-۱۰۳.

راغب اصفهانی، حسین. (۱۴۱۲ق). مفردات ألفاظ القرآن (مصحح: عدنان داوودی صفوان). بیروت: دار القلم.

رسولی، سمیه؛ بنارکی خرمی، آناهیتا؛ حسینی سروری، سید حسن. (۱۴۰۲). مقایسه عصب‌شناختی اعتیاد به رسانه‌های اجتماعی و مواد مخدر، تحقیقات علوم رفتاری، ۴، صص ۶۶۵-۶۷۹.

زبیدی، محمد. (۱۴۱۴ق). تاج العروس من جواهر القاموس (مصحح: علی شیری). بیروت: دار الفکر.

فجری، محمد مهدی؛ کهوند، محمد. (۱۳۹۹). پرتگاه‌های حقیقی در فضای مجازی: تأملی بر گناهان در بستر فضای مجازی. قم: انتشارات مهر امیرالمؤمنین (علیه السلام).
کلینی، محمد. (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران: دار الکتب الاسلامیه.

کهوند، محمد. (۱۳۹۵). شبکه عنکبوتی. قم: مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه، نشر ذکر.
مطهری، مرتضی. (۱۳۸۴). مجموعه آثار استاد شهید مطهری. تهران: صدرا.
مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۴). تفسیر نمونه. تهران: دار الکتب الاسلامیه.

یعقوبی، حسن؛ یوسفی، رحیم؛ امین‌زاده، محمد. (۱۳۹۸). ارتباط فعالیت‌های اجتماعی و ورزش‌های گروهی با میزان اعتیاد به فضای مجازی. فصلنامه مطالعات روان‌شناسی ورزشی، ۲۹، صص ۲۰۳-۲۱۸.



A Comparative Analysis of Moral Development and Moral Responsibility from the Perspectives of Developmental Psychology, Deontological Ethics, and Islamic Innate Ethics: Designing an Applied Model for Adolescent Moral Education*

Mohammad Tabarsi¹  Mortaza Tabatabaei² 

- 1- PhD candidate in Moral Philosophy, University of Religions and Denominations, Qom, Iran (Corresponding Author)
mohammad.tabarsi@urd.ac.ir
- 2- Assistant Professor of Moral Philosophy, University of Religions and Denominations, Qom, Iran
morteza.tab64@gmail.com



Abstract

his study adopts an analytical-comparative approach to examine the relationship between moral development and moral responsibility within three major theoretical traditions: developmental psychology (with particular emphasis on the theories of Jean Piaget and Lawrence Kohlberg), deontological ethics (grounded in Immanuel Kant's practical philosophy), and Islamic innate ethics (drawing on the views of 'Allāmah Tabataba'i and Ayatollah Jawadi Amoli). The primary objective of the

*Cite this article: Tabarsi, M; Tabatabaei, M (2026). A Comparative Analysis of Moral Development and Moral Responsibility from the Perspectives of Developmental Psychology, Deontological Ethics, and Islamic Innate Ethics: Designing an Applied Model for Adolescent Moral Education, *Journal in Applied Ethics Studies*, 4(82), 159-198.
<https://doi.org/1022081/jf.2025.72653.2079>.

▣ **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

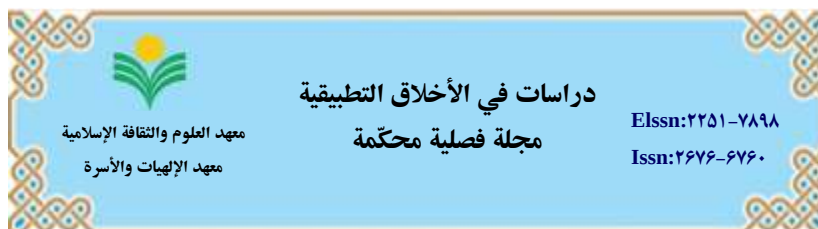
▣ **Received:** 2025/09/06 • **Revised:** 2025/10/14 • **Accepted:** 2025/10/16 • **Published online:** 2026/02/14

research is to design an applied model for adolescent moral education through the integration of the theoretical foundations of these traditions. The findings indicate that each school is based on a distinct conceptual priority: developmental psychology regards moral responsibility as the outcome of cognitive-social development; Kantian ethics presents responsibility as a prerequisite for moral development; and Islamic ethics conceives responsibility as rooted in divine fiṭrah (innate disposition) and guided by revelation. The novelty of the study lies in synthesizing these perspectives and proposing a three-level model comprising cognitive-social development, rational autonomy, and the guidance of spiritual fiṭrah. By integrating external methods of moral education with processes of internalization, this model provides both a theoretical and practical framework for cultivating a responsible, morally committed, and discerning adolescent generation.

Key words

moral development; moral responsibility; developmental psychology; Kantian deontology; Islamic innate ethics; applied model; adolescence.





دراسة مقارنة للنمو والمسؤولية الأخلاقية في ضوء مدارس علم النفس التنموي، وأخلاق الواجب، الأخلاق الفطرية الإسلامية: تصميم نموذج تطبيقي لتربية المراهقين أخلاقياً*

محمد طبرسي^۱ ● مرتضى طباطبائي^۲

۱- طالب الدكتوراه في قسم فلسفة الأخلاق، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران (الكاتب المسؤول)

mohammad.tabarsi@urd.ac.ir

۲- أستاذ مساعد في قسم فلسفة الأخلاق، جامعة الأديان والمذاهب، قم، إيران

Email: morteza.tab64@gmail.com

الملخص

تسعى هذه الورقة البحثية، من خلال المنهج التحليلي -المقارن، إلى تسليط الضوء على العلاقة بين النمو الأخلاقي والمسؤولية الأخلاقية، في ضوء ثلاث النظريات البارزة التي تتمثل في: علم النفس التنموي تركيزاً على نظريات بياجيه وكولبرغ، وأخلاق الواجب على أساس الفلسفة الكانطية العملية، والأخلاق الفطرية الإسلامية استناداً إلى آراء العلامة الطباطبائي

***الاستناد إلى هذه المقالة:** طبرسي، محمد؛ طباطبائي، مرتضى (۲۰۲۶). دراسة مقارنة للنمو والمسؤولية الأخلاقية في ضوء مدارس علم النفس التنموي، وأخلاق الواجب، الأخلاق الفطرية الإسلامية: تصميم نموذج تطبيقي لتربية المراهقين أخلاقياً. دراسات في الأخلاق التطبيقية، ۴(۸۲)، ۱۵۹-۱۹۸.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.72653.2079>.

□ نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلف.

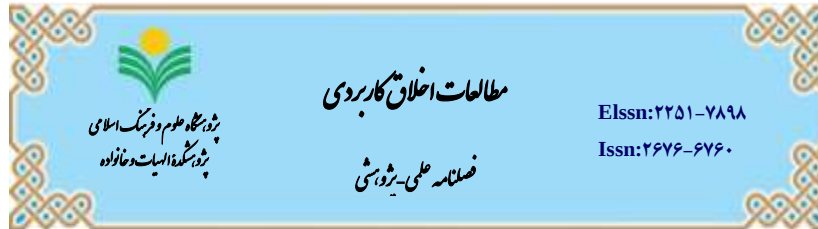
□ تاريخ الاستلام: ۲۰۲۵/۰۹/۰۶ □ تاريخ التعديل: ۲۰۲۵/۱۰/۱۴ □ تاريخ القبول: ۲۰۲۵/۱۰/۱۶ □ تاريخ الإصدار: ۲۰۲۶/۰۲/۱۴

وآية الله جوادى الأملى. يهدف هذا البحث إلى تصميم نموذج تطبيقي فاعل لتربية المراهقين أخلاقياً، من خلال دمج المبادئ النظرية لهذه المدارس الثلاث. لقد أظهرت النتائج أن كل مدرسة تبتني على أساس مفهوم أخلاقي خاص بها. فعلم النفس التنموي يؤكد على أن المسؤولية الأخلاقية نابعة من النمو المعرفي - الاجتماعي؛ في حين أن الفلسفة الكانطية تصف المسؤولية بالشرط المسبق للنمو الأخلاقي؛ وأما المدرسة الإسلامية، فترى أن المسؤولية تنبثق عن الفطرة الإلهية والهداية الوحيانية. تكمن جدة الدراسة في الجمع بين هذه الرؤى الثلاث، لتقديم نموذج ثلاثي المستويات، يشمل النمو المعرفي - الاجتماعي، والاستقلالية العقلانية، وهداية الفطرة الروحية. يسعى هذا النموذج أن يوفر بنية تحتية نظرية وعملية لتنمية جيل مسؤول وأخلاقي وبصير، وذلك من خلال دمج المناهج الخارجية واستبطان الأخلاق.

الكلمات المفتاحية

النمو الأخلاقي، المسؤولية الأخلاقية، علم النفس التنموي، أخلاق الواجب عند كانط، الأخلاق الفطرية الإسلامية، النموذج التطبيقي، المراهق.





تحلیل تطبیقی رشد و مسئولیت اخلاقی از منظر مکاتب روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی اخلاقی و اخلاق فطری اسلامی: طراحی مدل کاربردی تربیت اخلاقی و نوجوانان*

محمد طبرسی^۱ مرتضی طباطبایی^۲

۱- دانشجوی دکتری فلسفه اخلاق، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (نویسنده مسئول).

mohammad.tabarsi@urd.ac.ir

۲- استادیار گروه فلسفه اخلاق، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران.

morteza.tab64@gmail.com

چکیده

پژوهش حاضر، با رویکرد تحلیلی تطبیقی، به بررسی نسبت میان رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی در سه سنت نظری برجسته پرداخته است؛ این سه سنت عبارت‌اند از: روان‌شناسی رشد (با تمرکز بر نظریات پیازه و کولبرگ)، وظیفه‌گرایی اخلاقی (بر پایه فلسفه عملی کانت) و اخلاق فطری اسلامی (با استناد به آرای علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی آملی).

***استناد به این مقاله:** طبرسی، محمد؛ طباطبایی، مرتضی (۱۴۰۴). تحلیل تطبیقی رشد و مسئولیت اخلاقی از منظر مکاتب روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی اخلاقی و اخلاق فطری اسلامی: طراحی مدل کاربردی تربیت اخلاقی و نوجوانان. مطالعات اخلاق کاربردی، ۴(۸۲)، صص ۱۵۹-۱۹۸.

<https://doi.org/10.22081/jf.2025.72653.2079>.

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۶/۱۵ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۴ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵

هدف اصلی پژوهش، طراحی الگویی کاربردی برای تربیت اخلاقی نوجوانان با تلفیق مبانی نظری این مکاتب است. یافته‌ها نشان می‌دهد هر مکتب، تقدم مفهومی متفاوتی را مبنا قرار داده است: روان‌شناسی رشد، مسئولیت اخلاقی را نتیجه رشد شناختی اجتماعی می‌داند؛ کانت، مسئولیت را پیش شرط رشد اخلاقی معرفی می‌کند؛ اسلام، مسئولیت را برخاسته از فطرت الهی و هدایت وحیانی می‌داند. نوآوری پژوهش در ترکیب این دیدگاه‌ها و ارائه مدلی سه‌سطحی است که شامل رشد شناختی اجتماعی، خودآیینی عقلانی و هدایت فطرت معنوی می‌شود. این مدل، با تلفیق روش‌های بیرونی و درونی‌سازی اخلاق، زیرساختی نظری و عملی برای پرورش نسلی مسئول، اخلاق‌مدار و بصیر فراهم می‌سازد.

کلیدواژه‌ها

رشد اخلاقی، مسئولیت اخلاقی، روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانت، اخلاق فطری اسلامی، مدل کاربردی، نوجوان.





مقدمه

رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری، از ارکان اساسی تربیت انسان در تمامی فرهنگ‌ها و نظام‌های اخلاقی هستند. در دنیای امروز، با پیچیدگی‌های روابط اجتماعی، پیشرفت فناوری و بحران‌های هویتی نوجوانان، اهمیت این دو مفهوم بیشتر شده است. مسئولیت‌پذیری، نه تنها یک مهارت اجتماعی، بلکه مفهومی چندبُعدی با جنبه‌های فلسفی، روان‌شناختی و معنوی است.

با وجود هم‌پوشانی رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی، میان آن‌ها تفاوت‌هایی نیز وجود دارد. رشد اخلاقی شامل مؤلفه‌هایی چون ادراک، داوری، تصمیم‌گیری و رفتار اخلاقی است، درحالی‌که مسئولیت‌پذیری به مبانی مستقلی مانند مفهوم مسئولیت اخلاقی وابسته است. دیدگاه‌های مختلفی در این زمینه وجود دارد:

- برخی با دیدگاه جبرگرایانه، مسئولیت اخلاقی را رد می‌کنند، اما رشد در ادراک اخلاقی را ممکن می‌دانند؛

- عده‌ای معتقدند کودک توانایی داوری اخلاقی دارد، اما مسئولیت‌پذیری تنها در دوران بلوغ معنا پیدا می‌کند و بنابراین، رشد اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری مقدم است؛

- گروهی دیگر بر این باورند که شأن انسانی خود منشأ مسئولیت است و هر سطحی از ادراک اخلاقی در هر سن، مستلزم نوعی مسئولیت‌پذیری اخلاقی است.

با توجه به این دیدگاه‌های متنوع، پرسشی که مطرح می‌شود این است که رابطه میان رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری اخلاقی چگونه تعریف می‌شود؟ آیا رشد اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری مقدم است یا بالعکس؟ پاسخ به این پرسش در مکاتب مختلف متفاوت است:

- روان‌شناسی رشد (پیاژه و کولبرگ)، رشد اخلاقی را پیش‌نیاز مسئولیت‌پذیری می‌داند؛

- وظیفه‌گرایی کانت، مسئولیت اخلاقی را شرط اساسی رشد اخلاقی می‌شناسد؛



• اخلاق فطری اسلامی، مسئولیت را ریشه‌دار در فطرت الهی انسان می‌داند که با پرورش آن، رشد اخلاقی تحقق می‌یابد.

در مجموع، این مقاله در پی اثبات این مدعاست که رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی، دو مرحله متوالی، مرتبط و لازم و ملزوم در مسیر کمال اخلاقی محسوب می‌شوند. تحلیل مستقل و در عین حال، مرتبط این دو مفهوم، می‌تواند مدلی دقیق‌تر و غنی‌تر از فرایند تحول اخلاقی انسان ارائه کند. براین اساس، سؤالات پژوهش حاضر عبارت‌اند از:

• سؤال اصلی:

چگونه می‌توان رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی نوجوانان را بر اساس دیدگاه‌های روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانت و اخلاق فطری اسلامی تبیین کرد؟

• سؤالات فرعی:

۱. فرایند رشد اخلاقی و رابطه آن با مسئولیت اخلاقی از منظر روان‌شناسی رشد چگونه تبیین می‌شود؟
 ۲. این رابطه در مکتب وظیفه‌گرایی کانت چگونه تعریف می‌شود؟
 ۳. دیدگاه اخلاق فطری اسلامی درباره این رابطه چیست؟
 ۴. نقاط اشتراک و افتراق این سه مکتب در تبیین رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی چیست؟
 ۵. چگونه می‌توان با تلفیق این دیدگاه‌ها به الگویی جامع برای تربیت اخلاقی نوجوانان دست یافت؟
 ۶. ویژگی‌های مدل کاربردی نهایی برای تقویت مسئولیت اخلاقی نوجوانان چیست؟
- این پژوهش از نوع نظری است و با رویکرد تطبیقی تحلیلی انجام شده است. هدف آن، بررسی و مقایسه سه مکتب نظری و کاربردی (روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانتی و



اخلاق فطری اسلامی) در تبیین رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری نوجوانان است. گردآوری داده‌های پژوهش به صورت کتابخانه‌ای و از طریق تحلیل متون پایه و منابع معتبر صورت گرفته است. منابع اصلی شامل آثار نظریه‌پردازان اصلی هر مکتب، از جمله ژان پیاژه، لارنس کولبرگ، ایمانوئل کانت، علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی آملی و همچنین پژوهش‌های علمی مرتبط در حوزه‌های روان‌شناسی، فلسفه اخلاق و تعلیم و تربیت بوده است.

در مرحله تحلیل، از روش تطبیق فلسفی بهره گرفته شده است؛ بدین معنا که مفاهیم کلیدی هر مکتب (مانند رشد اخلاقی، مسئولیت اخلاقی، خودآیینی، فطرت و وظیفه) استخراج، مقایسه و تحلیل مفهومی شده‌اند. سپس، با بررسی نقاط اشتراک و افتراق این دیدگاه‌ها، تلاش شده است الگویی تلفیقی و جامع برای تقویت مسئولیت اخلاقی نوجوانان طراحی شود. این روش، امکان بررسی عمیق مفاهیم نظری در سه سنت فکری متفاوت و ارائه چهارچوبی نوآورانه برای کاربرد در حوزه تربیت اخلاقی را فراهم می‌سازد. کاستی‌هایی که ضرورت انجام چنین پژوهشی را نشان می‌دهد، عبارت‌اند از:

۱. نبود مدل جامع: بیشتر پژوهش‌های پیشین، رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی را به صورت جداگانه بررسی کرده‌اند و تحلیل رابطه این دو در چهارچوب تطبیقی کمتر مورد توجه قرار گرفته است؛

۲. نیاز به الگوی تربیتی بومی و کاربردی: یافته‌های این پژوهش می‌تواند مبنایی برای طراحی برنامه‌های تربیتی هم‌سو با فرهنگ اسلامی ایرانی باشد؛

۳. پاسخ به مسائل نوین تربیتی: در عصر نسبی‌گرایی اخلاقی، تلفیق دیدگاه‌های روان‌شناختی، فلسفی و دینی می‌تواند راهکارهای عملی برای تقویت مسئولیت‌پذیری نوجوانان ارائه دهد.

پیش از این، با رویکردهای گوناگون، پژوهش‌هایی درباره رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی صورت گرفته است؛ از جمله در غرب، پژوهش‌های پیاژه (Piaget, 1965) و



کولبرگ (Kohlberg, 1981) بر مراحل رشد اخلاقی تأکید دارند، اما از بُعد فطری و معنوی غفلت کرده‌اند یا در بین اندیشمندان اسلامی کسانی چون علامه طباطبائی (۱۳۷۴) و آیت‌الله جوادی آملی (۱۳۹۰)، مسئولیت اخلاقی را مبتنی بر فطرت می‌دانند؛ البته کمتر به مقایسه این نظریه با نظریه‌های غربی پرداخته‌اند. افزون بر این، شماری از پژوهشگران (قائم، ۱۳۹۰؛ افروز، ۱۳۹۳) به ابعاد روان‌شناختی مسئولیت‌پذیری اشاره کرده‌اند، اما الگویی یکپارچه ارائه نداده‌اند. با توجه به این پیشینه، نوآوری پژوهش حاضر را می‌توان در موارد زیر خلاصه کرد:

۱. تلفیق سه مکتب نظری: این پژوهش، نخستین مطالعه‌ای است که به صورت نظام‌مند، دیدگاه‌های روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانت و اخلاق اسلامی را مقایسه می‌کند؛
۲. ارائه الگوی تلفیقی: الگوی پیشنهادی بر سه پایه رشد شناختی اجتماعی، خودآیینی عقلانی و فطرت الهی استوار است؛
۳. تبیین رابطه دیالکتیکی رشد و مسئولیت: برخلاف دیدگاه‌های یک‌سویه، این پژوهش نشان می‌دهد رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی در تعامل پویا با یکدیگر قرار دارند. در نهایت، این پژوهش با پرکردن شکاف نظری موجود و ارائه مدلی کاربردی، گامی مؤثر در جهت طراحی الگوهای تربیتی بومی برمی‌دارد؛ الگویی که هم از دستاوردهای علوم تجربی بهره می‌برد و هم بر مبانی فلسفی دینی استوار است.

۱. چهارچوب نظری

۱.۱. تعریف مفاهیم

۱.۱.۱. مکتب روان‌شناسی رشد (با تأکید بر نظریات پیاژه و کولبرگ)

روان‌شناسی رشد، به‌ویژه در حوزه تحول اخلاقی، بر این فرض استوار است که فهم و داوری اخلاقی انسان در فرایندی تدریجی و مرحله‌ای تکامل می‌یابد. پیاژه با بررسی رشد شناختی کودکان نشان داد توانایی درک قواعد اخلاقی از خودمحوری



به سمت دیگر محوری حرکت می‌کند. کلبرگ این دیدگاه را بسط داد و مراحل شش‌گانه‌ای برای رشد قضاوت اخلاقی ترسیم کرد که از اطاعت صرف از قوانین تا دستیابی به اصول اخلاقی جهان‌شمول ادامه دارد (Piaget, 1965, pp. 196-210; Kohlberg, 1981, p.409).

۱.۱.۲. مکتب وظیفه‌گرایی اخلاقی (با تأکید بر نظریه کانت)

وظیفه‌گرایی اخلاقی کانت بر این اصل بنیادین استوار است که ارزش عمل نه در پیامدهای آن، بلکه در پایبندی به تکلیف و قانون اخلاقی نهفته است. کانت با طرح «امر نمای مطلق»، اخلاق را مستقل از منافع شخصی یا نتایج بیرونی تعریف می‌کند و ملاک عمل درست را عقل عملی و قابلیت تعمیم‌پذیری آن برای همه انسان‌ها می‌داند (Kant, 1997, pp. 30-32).

۱.۱.۳. مکتب اخلاق فطری اسلامی (با تأکید بر آرای علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی‌آملی)

در حکمت اسلامی، اخلاق بر مبنای فطرت الهی انسان تبیین می‌شود؛ بدین معنا که گرایش‌های اخلاقی در نهاد آدمی در سرشت الهی او ریشه دارند. علامه طباطبایی در تفسیر المیزان بر پیوند میان فطرت، عقل و وحی در کشف خیر و شر اخلاقی تأکید می‌کند و آیت‌الله جوادی‌آملی با توسعه این دیدگاه، اخلاق را ذاتی وجود انسان و ناظر به سیر او در مسیر کمال و قرب الهی می‌داند. براین اساس، وظیفه اخلاقی نه صرفاً قراردادی یا عقلانی محض، بلکه ریشه‌دار در سرشت و هدایت الهی انسان است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۲۷۰؛ جوادی‌آملی، ۱۳۹۰، ص ۱۳۴).

این مقاله در نام‌گذاری مکتب اخلاقی فطری اسلام، به دنبال محدود کردن رشد اخلاقی به بُعد صرفاً فطری نیست، بلکه قصد دارد خاستگاه و بنیان متافیزیکی رشد اخلاقی در اندیشه اسلامی را که همان فطرت الهی انسان است، برجسته سازد؛ هر چند عقل (به عنوان ابزار معرفت) و وحی (به عنوان هادی) هر دو شکوفاکننده فطرت هستند.

۱.۱.۴. نوجوان (تعریف بنیادین در پرتو سه مکتب نظری)

نوجوانی، به عنوان مرحله‌ای حساس و بنیادین از زندگی انسان، در مکاتب مختلف روان‌شناسی و فلسفه اخلاق، تعاریف متنوعی دارد:

• در روان‌شناسی رشد (به‌ویژه طبق دیدگاه‌های پیاژه و کولبرگ)، نوجوانی مرحله گذار از تفکر عینی به تفکر انتزاعی است (Piaget, 1972, p. 114). فرد در این دوره، توانایی استدلال منطقی، تفکر فرضی قیاسی و قضاوت اخلاقی در سطوح بالاتر را پیدا می‌کند (Kohlberg, 1981, p. 409). نوجوان در این چهارچوب، فردی در حال رشد شناختی و

اخلاقی است که می‌تواند از قواعد بیرونی به اصول درونی‌شده اخلاقی برسد؛

• در مکتب وظیفه‌گرایی کانت، نوجوان، سوژه اخلاقی در حال تکوین معرفی می‌شود که باید از تمایلات شخصی فراتر رود و بر اساس اصل «امر مطلق» عمل کند (Kant, 1997, p. 52). در این نگاه، نوجوان با پیروی از قانون عقلانی، آزادی اخلاقی خود را کشف می‌کند؛

• در اخلاق فطری اسلامی، نوجوانی، مرحله بروز گرایش‌های فطری مانند میل به حقیقت، عدالت و کمال است. فرد در این دوره نیازمند هدایت صحیح برای شکوفایی این گرایش‌هاست (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۸۳؛ جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۵۷). نوجوان در این مکتب، انسانی است که در مرحله برانگیختگی فطرت الهی قرار دارد و توانایی درک عقلانی و شهودی ارزش‌های اخلاقی و دینی را یافته است.

۱.۲.۲. مقولات پایه‌ای مبحث

۱.۲.۱. رشد اخلاقی

رشد اخلاقی، یکی از ابعاد اصلی شخصیت انسان است که به فرایند شکل‌گیری درک فرد از درست و نادرست، ارزش‌ها، اصول اخلاقی و مسئولیت‌های اجتماعی اشاره دارد (Kohlberg, 1981, p. 315). در جوامع معاصر که با معضلاتی مانند زیاده‌خواهی، ظلم و



غرور مواجه‌اند، اهمیت این بُعد از رشد، دوچندان شده است؛ زیرا تقویت مبانی اخلاقی می‌تواند نقش مهمی در مقابله با این بحران‌ها ایفا کند (Narvaez & Lapsley, 2009, pp. 140-141).

فرایند رشد اخلاقی از دوران کودکی آغاز می‌شود و در نوجوانی به‌طور چشمگیری گسترش می‌یابد؛ چراکه نوجوانان با موقعیت‌های پیچیده‌تر اخلاقی روبه‌رو می‌شوند و توانایی آنان در استدلال و حل تعارضات ارزشی افزایش می‌یابد (Santrock, 2018, p. 103).

نظریه‌پردازانی چون ژان پیاژه و لارنس کولبرگ، رشد اخلاقی را در قالب مراحل مشخصی تبیین کرده‌اند؛ پیاژه نشان داد کودکان ابتدا در سطح «اخلاق دگرپیروانه» عمل می‌کنند و به تدریج به «اخلاق خودپیروانه» می‌رسند (Piaget, 1965, p. 134).

کولبرگ نیز رشد اخلاقی را در سه سطح (پیش‌قراردادی، قراردادی و پس‌قراردادی) و شش مرحله توضیح داد که در مراحل پیشرفته، فرد تصمیمات خود را بر اساس اصول درونی عدالت و برابری اتخاذ می‌کند (Kohlberg, 1981, pp. 409-412).

در دوران نوجوانی، رشد اخلاقی با ابعاد شناختی، هیجانی و اجتماعی در تعامل است. نوجوانان در این دوره، ارزش‌های خانوادگی و اجتماعی را بازنگری می‌کنند و در پی کشف هویت اخلاقی مستقل هستند.

عوامل مؤثری مانند هم‌سالان، رسانه‌ها، نهادهای تربیتی و سبک فرزندپروری، در شکل‌گیری باورهای اخلاقی نقش دارند. پرورش صحیح رشد اخلاقی در این دوران می‌تواند زیربنای مسئولیت اخلاقی و تصمیم‌گیری‌های اخلاقی در بزرگسالی باشد؛ ازاین‌رو، آموزش اخلاق در خانواده، مدرسه و جامعه، جایگاهی محوری در هدایت نوجوانان به‌سوی بلوغ اخلاقی دارد.



۱.۲.۲. مسئولیت‌پذیری

مسئولیت‌پذیری یعنی پاسخ‌گویی فرد در قبال افعال و تصمیمات فردی و اجتماعی (قائمی، ۱۳۹۰، ص ۲۳).

در حوزه حقوقی، این مفهوم به تعهد قهری یا اختیاری فرد در برابر دیگری اشاره دارد (جعفری‌لنگرودی، ۱۳۹۵، ص ۴۵). از منظر روان‌شناسی تربیتی، مسئولیت‌پذیری با توانایی تصمیم‌گیری آگاهانه در چهارچوب هنجارهای اجتماعی و فرهنگی مرتبط است (افروز، ۱۳۹۳، ص ۵۲).

پژوهش‌های جدید نشان می‌دهند مسئولیت‌پذیری، ویژگی‌ای اکتسابی است، نه ارثی (Brown, 2001, p. 18). در روان‌شناسی مثبت‌گرا، این ویژگی یکی از شاخص‌های مهم رشد شخصیت محسوب می‌شود و بر خودکارآمدی، مدیریت هیجانی و موفقیت تحصیلی نوجوانان تأثیر مثبت دارد (Lavy, 2020, pp. 580–581)؛ همچنین، محیط‌های تربیتی مانند خانواده، مدرسه و جامعه، از طریق تعامل با والدین، معلمان و هم‌سالان، نقش مهمی در شکل‌گیری این ویژگی ایفا می‌کنند (Trzesniewski & Donnellan, 2014, pp. 615–616).

در فلسفه اسلامی، انسان به واسطه برخورداری از اختیار و اراده، موجودی مسئول و پاسخ‌گو تلقی می‌شود؛ این ویژگی، او را به مقام خلافت الهی و کمال انسانی می‌رساند (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۱۱۲).

قرآن کریم بر مسئولیت‌پذیری انسان تأکید دارد: «وَقِفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ» (صافات، ۲۴). این آیه نشان‌دهنده لزوم پاسخ‌گویی انسان در برابر اعمالش است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۳۴۸).

در مجموع، مسئولیت‌پذیری، مفهومی چندوجهی است که هم در سنت اسلامی و هم در روان‌شناسی معاصر، جایگاه برجسته‌ای دارد.



۱.۲.۳. مسئولیت اخلاقی

با توجه به اینکه مسئولیت‌پذیری اخلاقی و ارتقای آن در عامل‌های اخلاقی، ابتدائاً نیازمند تعریف و تحلیل خود مفهوم مسئولیت است و اینکه اساساً حدود و ثغور مسئولیت اخلاقی کدام است و چنین مسئولیتی از چه افرادی و با چه توانایی‌هایی انتظار می‌رود، در ادامه ابتدا دیدگاه‌های مختلف را در این زمینه بررسی می‌کنیم:

۱.۲.۳.۱. تحلیل مفهومی در دو منظر ناسازگارگرایی و سازگارگرایی

مسئولیت اخلاقی، یکی از مفاهیم بنیادی در فلسفه اخلاق و نظریه کنش انسانی است و چنین تعریف می‌شود: قابلیت انتساب اخلاقی یک عمل به فاعل و پاسخ‌گویی فرد در قبال پیامدهای رفتارش. این مفهوم با اختیار انسان، رابطه‌ای مستقیم دارد (Fischer & Ravizza, 1998, pp. 12-17).

در فلسفه اخلاق، فیلسوفانی چون کانت، مسئولیت اخلاقی را بر پایه وظیفه و عقل عملی تعریف کرده‌اند. از دیدگاه آنان، عمل اخلاقی تنها زمانی ارزشمند است که از روی تعهد به قانون اخلاقی و نه به‌خاطر انگیزه‌های بیرونی انجام شود (Kant, 1997, p. 29). در سنت اخلاق اسلامی، متألهانی چون علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی آملی، مسئولیت اخلاقی را فرایندی فطری و الهی می‌دانند که انسان از طریق تزکیه نفس، اطاعت از وحی و تقوا به آن دست می‌یابد. تحقق این مسئولیت نشان‌دهنده بلوغ اخلاقی و رشد فضایل درونی است (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۲۷۱؛ جوادی آملی، ۱۳۸۵، ص ۱۴۲).

در مبحث اختیار، دو دیدگاه فلسفی مهم مطرح است:

- ناسازگارگرایی: پیروان این دیدگاه بر این باورند که اگر همه‌چیز از پیش تعیین شده باشد؛ یعنی اگر قوانین طبیعت به همراه گذشته جهان، به‌طور کامل آینده را تعیین کنند، اعمال ما نتیجه اجتناب‌ناپذیر آن عوامل اند و ما «قدرت انجام متفاوتی» نداریم؛ در این صورت، انتخاب ما آزاد نیست و مسئولیت اخلاقی معنا ندارد (van Inwagen, 1983, p. ...).



16). برای مسئولیت اخلاقی، سه شرط لازم است: اختیار، آگاهی، و کنترل بر عمل (Fischer & Ravizza, 1998, pp. 12–17).

• سازگارگرایی: پیروان این دیدگاه معتقدند حتی با پذیرش جبرگرایی، می‌توان مسئولیت اخلاقی را حفظ کرد. در این دیدگاه، اختیار در چهارچوب علی و طبیعی تعریف می‌شود و انسان می‌تواند در عین پذیرش جبر، همچنان مسئول اعمال خود باشد (McKenna & Coates, 2019).

بنابراین، در ادبیات فلسفی دو موضع عمده قابل تشخیص است: یکی، ناسازگارگرایان یعنی کسانی که جبرگرایی و مسئولیت اخلاقی را متضاد می‌دانند و در صورت پذیرش جبر، مسئولیت اخلاقی را رد می‌کنند و دیگری، سازگارگرایان یعنی کسانی که با تعریف ویژه‌ای از اختیار و مسئولیت، تلاش می‌کنند آن را با جبرگرایی سازگار کنند.

۱.۲.۳. تحلیل فلسفی مسئولیت اخلاقی

پرسش اساسی فلسفی دربارهٔ مسئولیت اخلاقی این است که چه زمانی می‌توان یک فاعل اخلاقی را مسئول دانست و چرا.

در سنت فلسفی غرب، سه رویکرد برجسته در پاسخ به این پرسش شکل گرفته است که هریک از منطری خاص به چستی و چرایی مسئولیت اخلاقی می‌نگرند: ۱) نظریهٔ شایستگی یا استحقاق؛ ۲) نظریهٔ پاسخ‌گوپذیری؛ ۳) نظریهٔ نگرش‌های واکنشی.^۳ در ادامه، هریک از این سه رویکرد به اختصار معرفی می‌شوند.

۱) نظریهٔ شایستگی یا استحقاق: این رویکرد بر این اصل بنیادین استوار است که فرد تنها زمانی سزاوار ستایش یا سرزنش است که عملی را آزادانه و با ارادهٔ اخلاقی انجام داده باشد. نمایندهٔ کلاسیک این رویکرد، ایمانوئل کانت است که مسئولیت اخلاقی را بر پایهٔ

1. Desert-Based Theories.

2. Accountability Theories.

3. Reactive Attitudes Theories.



عقل عملی و خودآیینی^۱ تعریف می‌کند. به باور کانت، ارزش اخلاقی عمل به نیت فاعل بستگی دارد، نه به پیامدهای بیرونی، و ارادهٔ نیک تنها فضیلتی است که ارزش مطلق دارد (Kant, 1997, pp. 55-57). بنابراین، مسئولیت اخلاقی در این دیدگاه، تحقق انتخاب آگاهانه و ویژگی‌های درونی شایستهٔ فاعل است، نه صرفاً نتایج رفتاری یا فشارهای اجتماعی؛

۲) نظریهٔ پاسخ‌گوپذیری: این رویکرد، مسئولیت اخلاقی را در بستر روابط اجتماعی و پاسخ‌گو بودن فاعل به معیارهای اخلاقی جامعه می‌داند. والاس و واتسون بر این باورند که فرد زمانی مسئول اخلاقی است که در معرض پاسخ‌طلبی دیگران قرار گیرد و توانایی توضیح و توجیه اعمال خود را داشته باشد (Wallace, 1994, p. 105; Watson, 1996, p. 228). این دیدگاه تأکید می‌کند که مسئولیت اخلاقی تنها به ارادهٔ فاعل محدود نمی‌شود، بلکه با تعاملات اجتماعی، نهادها و انتظارات دیگران پیوند خورده است؛

۳) نظریهٔ نگرش‌های واکنشی: استراوسون این رویکرد را با تمرکز بر احساسات میان‌فردی و واکنش‌های طبیعی انسانی معرفی کرد. در این نظریه، مسئولیت اخلاقی از خلال خشم، رنجش، قدردانی و بخشش شکل می‌گیرد، نه به صورت یک ویژگی مستقل فاعل یا یک ساختار اخلاقی بیرونی (Strawson, 2008, p. 7). به عبارت دیگر، تعیین مسئولیت اخلاقی از طریق نگرش‌های واکنشی ما به رفتار دیگران ممکن می‌شود و اهمیت اصلی آن در نقش روابط انسانی و تجربه‌های عاطفی میان‌فردی است.

۱.۲.۳. تفکیک و نسبت‌سنجی دو مفهوم مسئولیت‌پذیری و مسئولیت اخلاقی

با وجود شباهت‌های لغوی و مفهومی، تمایز تحلیلی میان مسئولیت‌پذیری و مسئولیت اخلاقی ضروری است؛ تمایزی که محور اصلی این پژوهش است.

1. Autonomy.



مسئولیت اخلاقی، مفهومی بنیادین و متافیزیکی است که به قابلیت انتساب عمل به فاعل مختار، آگاه و دارای کنترل اشاره دارد و شرط لازم برای ستایش یا سرزنش اخلاقی است.

این مفهوم به بُعد هستی‌شناختی انسان به‌عنوان کنشگر اخلاقی می‌پردازد (دانش، ۱۴۰۲).

مسئولیت‌پذیری، تجلی عملی، اکتسابی و اجتماعی مسئولیت اخلاقی است و به توانایی یا آمادگی فرد برای پاسخ‌گویی و پذیرش پیامدهای رفتار خود در چهارچوب نهادهای حقوقی، تربیتی و اجتماعی اشاره دارد.

این ویژگی، یک فضیلت رفتاری اجتماعی است که در ظرفیت بنیادین مسئولیت اخلاقی ریشه دارد (امیر و سفیری، ۱۳۹۸، ص ۹۲).

به عبارت دیگر، مسئولیت اخلاقی، شرط لازم و متافیزیکی است، درحالی‌که مسئولیت‌پذیری، ظهور رشدیافته و عملی آن شرط محسوب می‌شود. تمرکز این مقاله بر تحلیل متافیزیکی و هنجاری مسئولیت اخلاقی است.

از نکات مهم، تبیین نحوه ارتباط این دو مفهوم است. مسئولیت‌پذیری در اخلاق نظری به پرسش‌هایی چون «چه کسی مسئول است؟» و «چرا انسان باید پاسخ‌گو باشد؟» می‌پردازد. در این چهارچوب، انسان موجودی مختار و آگاه تلقی می‌شود که در برابر اعمال خود مسئول است (Kant, 1997, pp. 52-55).

در مقابل، مسئولیت اخلاقی در اخلاق کاربردی مطرح می‌شود و به رفتارهای واقعی انسان‌ها در مواجهه با مسئولیت‌هایشان می‌پردازد.

مسئولیت‌پذیری نیز به عرصه عمل تعلق دارد و به چگونگی پذیرش مسئولیت اخلاقی در زندگی روزمره اشاره دارد. تحقق مسئولیت‌پذیری مستلزم تربیت اخلاقی، نهادسازی اجتماعی و ایجاد انگیزه‌های درونی برای کنش اخلاقی است (امیر و سفیری، ۱۳۹۸، ص ۹۵).



۲. فرایند رشد اخلاقی از منظر سه مکتب

۱. مکتب روان‌شناسی رشد

مکتب روان‌شناسی رشد با آثار ژان پیاژه و شاگردش لارنس کولبرگ شناخته می‌شود. پیاژه با آزمایش‌های روان‌شناختی دریافت که کودکان دو نوع استدلال اخلاقی دارند (Piaget, 1965, p. 196):

الف) اخلاق دگرآیین^۱: در سنین چهار تا ده، کودکان قوانین را مطلق می‌دانند، بر پیامد عمل تمرکز دارند، از مجازات می‌ترسند و قدرت بزرگ‌ترها را می‌پذیرند. عدالت در این مرحله، امری ثابت و بیرونی تلقی می‌شود (Piaget, 1965, p. 196)؛

ب) اخلاق خودآیین^۲: از حدود ده‌سالگی به بعد، کودکان درک می‌کنند که قوانین توافقی‌اند و قابل تغییر. قضاوت اخلاقی بر اساس نیت و نتیجه عمل صورت می‌گیرد و عدالت متقابل اهمیت می‌یابد (Piaget, 1965, p. 196).

پیاژه در مشاهدات خود دریافت کودکان خردسال در پاسخ به پرسش‌هایی مانند «اگر دروغ بگوئیم چه می‌شود؟»، بیشتر به تنبیه بیرونی اشاره می‌کنند، درحالی‌که نوجوانان بر وجدان و پیامدهای درونی تأکید دارند (Piaget, 1965, p. 318).

برخلاف فروید که بر روابط والد-کودک و احساسات تمرکز داشت، پیاژه بر شناخت، عدالت و روابط هم‌سالان تأکید می‌کرد. او در فصل چهارم کتاب *روان‌شناسی کودک* نیز اخلاق واقع‌گرا (دگرآیین) و اخلاق خودهنجاری (خودآیین) را در قالب عملیات ملموس و روابط میان‌فردی توضیح می‌دهد (پیاژه، ۱۳۶۶، ص ۲۵۳).

در مرحله‌ای که منشأ اخلاق، عوامل بیرونی است، کودکان، خطا و تنبیه را وابسته می‌دانند و پس از اشتباه، اضطراب و انتظار مجازات دارند.

در مقابل، نوجوانان معتقدند مجازات تنها در صورت کشف جرم و وجود شواهد رخ می‌دهد. لارنس کولبرگ، با توسعه دیدگاه‌های پیاژه، رشد اخلاقی را مبتنی بر استدلال

1. Heteronomous Morality.
2. Autonomous Morality.

اخلاقی دانست و نظریه خود را در سه سطح و شش مرحله تدوین کرد (Kohlberg, 1981, pp. 17-45):

• سطح ۱: پیش‌قراردادی^۱

- مرحله ۱: اجتناب از تنبیه - تمرکز بر پیامد؛
- مرحله ۲: نفع شخصی و مبادله - رفتار اخلاقی به دلیل دریافت پاداش یا مزیت شخصی؛

• سطح ۲: قراردادی^۲

- مرحله ۳: انتظار دیگران - کسب تأیید و جذب محبت دیگران؛
- مرحله ۴: قانون و وظیفه - رعایت قوانین برای حفظ نظم اجتماعی و کسب احترام؛

• سطح ۳: پس‌قراردادی^۳

- مرحله ۵: قرارداد اجتماعی - درک انعطاف‌پذیری و عدالت قوانین؛
- مرحله ۶: اصول اخلاقی جهانی - عمل بر اساس اصول اخلاقی درونی، حتی در صورت مغایرت با قوانین رسمی.

۲.۲. مکتب وظیفه‌گرایی (اخلاق قانونی عقلانی) کانت

رشد اخلاقی، در سنت کانتی، مفهومی بنیادین است که با خودآیینی و آزادی اراده، ارتباط مستقیم دارد. کانت، اخلاق را مبتنی بر عقل عملی می‌داند و بر این باور است که ارزش اخلاقی هر عمل، نه بر اساس پیامدهای آن، بلکه بر اساس نیت فاعل و اطاعت او از قانون

1. Pre-conventional.
2. Conventional.
3. Post-conventional.





اخلاقی استوار است. از دیدگاه کانت، عمل اخلاقی زمانی ارزش دارد که از روی تعهد به قانون اخلاقی و به قصد انجام وظیفه انجام شود، نه به دلیل انگیزه‌های بیرونی یا خواسته‌های شخصی (Kant, 1997, p. 55).

در فرایند رشد اخلاقی، انسان به تدریج توانایی خودآیینی را توسعه می‌دهد؛ یعنی قدرت تصمیم‌گیری مستقل مبتنی بر عقل عملی و شناخت تکلیف اخلاقی. به بیان کانت، «هیچ چیز در جهان و بیرون از جهان نمی‌تواند بی‌قید و شرط خوب دانسته شود، مگر اراده نیک» (Kant, 1997, p. 65).

این اصل نشان می‌دهد رشد اخلاقی نه صرفاً به بلوغ شناختی یا آموزش محیطی، بلکه به توسعه فضایل درونی و اراده اخلاقی وابسته است.

۳.۲. رشد اخلاقی از منظر مکتب اخلاقی فطری اسلام

در دیدگاه اسلامی، رشد اخلاقی، یکی از بنیادی‌ترین ابعاد تربیت انسان است که بر پایه وظیفه‌گرایی الهی، فطرت پاک و تزکیه نفس استوار است. انسان بر اساس فطرت الهی خود، توانایی تشخیص حق و باطل را دارد و این ظرفیت با تربیت، عمل صالح و هدایت و حیانی شکوفا می‌شود (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۸۳). آیات قرآن، مانند «فَالْهَمَّهَا فَجُورَهَا وَتَقْوَاهَا» (شمس، ۸) و «فِطَرَتِ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا» (روم، ۳۰)، بر الهام خیر و شر در فطرت انسان و آغاز رشد اخلاقی از درون تأکید دارند.

علامه طباطبایی، رشد اخلاقی را در بستر توحید و معاد معنا می‌کند و هدف نهایی آن را قرب إلى الله می‌داند (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۲۷۱). آیت‌الله جوادی آملی نیز این رشد را فرایندی چندبعدی می‌داند که شامل شعور فطری، تمرین عملی فضایل و کسب معرفت عقلانی و نقلی است. او تأکید دارد تکرار رفتارهای اخلاقی و مراقبت‌های تربیتی، فضایل را در انسان تثبیت می‌کند و اخلاق را از سطح ترس و امید به سطح بصیرت و شناخت درونی ارتقا می‌دهد (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۵۷).



در این مکتب، رشد اخلاقی تنها به شناخت عقلانی یا عوامل بیرونی محدود نمی‌شود، بلکه ترکیبی از باورهای درونی، انتخاب‌های آگاهانه، تزکیه نفس و تربیت اجتماعی است. قرآن نیز با آیه «وَقِفُّهُمْ إِنَّهُمْ مَسْئُولُونَ» (صافات، ۲۴) بر مسئولیت‌پذیری انسان در برابر خداوند و دیگران تأکید دارد؛ همچنین، در نهج البلاغه (خطبه ۱۹۷) بر ضرورت مراقبت اخلاقی و پرهیز از رذایل تأکید شده است. فرایند رشد اخلاقی در این مکتب بر سه عامل اساسی استوار است:

الف) فطرت انسانی: زمینه ذاتی تشخیص حق و باطل (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۸۳)؛
 ب) تمرین عملی و تربیت: تثبیت فضایل از طریق تکرار و مراقبت (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۵۷)؛

ج) هدایت عقلانی و وحیانی: بهره‌گیری از قرآن، سنت و عقل برای تنظیم رفتار.

تأکید بر واژه «فطری» به معنی انحصار رشد اخلاقی در بُعد ذاتی نیست، بلکه برای برجسته‌سازی بنیان متافیزیکی آن در اندیشه اسلامی است. در این چهارچوب، فطرت به عنوان زمینه اولیه، عقل به عنوان ابزار رسیدن به کمال اخلاقی و وحی به عنوان هادی عمل می‌کنند. رشد اخلاقی از شناخت ابتدایی نیک و بد آغاز می‌شود، به درونی‌سازی فضایل می‌رسد و در نهایت، به اخلاق عملی مبتنی بر بصیرت و شناخت الهی منتهی می‌شود.

۳. تحلیل رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری در سه مکتب

سؤال اصلی این مقاله درباره تحلیل رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی و نیز ادراک این قضیه است که کدام مقوله اصل و دیگری فرع است؛ آیا نخست باید رشد اخلاقی در نوجوان اتفاق بیفتد تا او مسئولیت‌پذیر شود یا بالعکس مسئولیت‌پذیری شرط تحقق رشد اخلاقی در وی است یا این مسئله باید به صورت دیگری ادراک شود؟ در پاسخ به این سؤال، رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی، از منظر سه مکتب تحلیل می‌گردد:



۳.۱. مکتب روان‌شناسی رشد

در نظریه ژان پیاژه، قضاوت اخلاقی کودکان در ابتدا بر اساس پیامدهای رفتار شکل می‌گیرد؛ تا حدود شش‌هفت‌سالگی، کودکان بیشتر به تنبیه یا پاداش توجه دارند و مسئولیت اخلاقی را بر مبنای نتیجه عمل ارزیابی می‌کنند. با افزایش سن (هشت‌نه‌سالگی به بعد)، درک نیت و هدف رفتار وارد قضاوت اخلاقی می‌شود. این تحول مرحله‌ای نشان می‌دهد رشد اخلاقی پیش‌نیاز مسئولیت‌پذیری است؛ نوجوان باید توانایی فهم نیت‌ها، قوانین توافقی و عدالت متقابل را کسب کند تا بتواند مسئولانه عمل کند.

از منظر تربیتی، این مرحله بر رشد درک اخلاقی و پرورش قوه داوری نوجوان تمرکز دارد. در نظریه کولبرگ، رشد اخلاقی در مراحل قراردادی و پس‌قراردادی معنا پیدا می‌کند؛ جایی که نوجوان مسئولیت فردی را نه به خاطر ترس از تنبیه، بلکه با درک وظیفه اجتماعی و اصول عدالت به عهده می‌گیرد. در این سطوح، رفتار اخلاقی در داوری مستقل و ارزش‌مدار ریشه دارد و به قانون یا تأیید دیگران وابسته نیست (Crain, 1985, pp. 118-136).

در مجموع، آموزه‌های روان‌شناسی رشد نشان می‌دهند رشد اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری مقدم است؛ نوجوان باید ابتدا مراحل رشد شناختی و اخلاقی را طی کند تا آمادگی لازم برای پذیرش مسئولیت‌های فردی، اجتماعی و اخلاقی را پیدا کند.

۳.۲. مکتب وظیفه‌گرایی کانت

در نظریه کانت، برخلاف روان‌شناسی رشد، مسئولیت اخلاقی، پیش‌نیاز رشد اخلاقی محسوب می‌شود. نوجوان تنها زمانی می‌تواند رشد اخلاقی واقعی داشته باشد که توانایی درک وظیفه، عمل بر اساس اراده آزاد و رعایت اصول اخلاقی را یافته باشد (Kant, 1997, pp. 55-56). رشد اخلاقی در این دیدگاه، نه بر اساس ترس یا تأیید اجتماعی، بلکه بر پایه عقل عملی و خودآیینی تحقق می‌یابد. با این حال، برای جلوگیری از بروز خطا،



باید میان دو نوع تقدم در خوانش کانت تمایز قائل شد (در این مفهوم که مقصود از رشد اخلاقی، داشتن قضاوت اخلاقی است یا متصف شدن به فضایل اخلاقی؟). دو نوع تقدم در خوانش کانت عبارت‌اند از:

۱. تقدم مفهومی (هنجاری):

- مسئولیت اخلاقی بر پایه خودآیینی عقلانی و قابلیت انتساب فعل استوار است؛
- «وظیفه» یعنی عمل به قانون از سر احترام که از اراده آزاد و عقلانی نشئت می‌گیرد؛
- فضیلت اخلاقی نزد کانت، نتیجه مسئولیت‌پذیری است نه پیش شرط آن؛
- نتیجه: در سطح نظری، مسئولیت اخلاقی مقدم است و رشد فضیلت وظیفه‌ای پسینی است.

۲. تقدم تربیتی (تکوینی):

- در تربیت نوجوان، رشد عقلانی و اخلاقی مقدم است تا فرد به خودآیینی و مسئولیت‌پذیری برسد؛
- کودک تا رسیدن به عقل عملی، مسئولیت اخلاقی کامل ندارد؛
- هدف تربیت، رساندن فرد به استقلال عقلانی از طریق انضباط، فرهنگ و اخلاقی‌سازی است (Kant, 1997, pp. 27-31).
- این تعارض ظاهری را می‌توان چنین جمع‌بندی کرد: در سطح نظری، مسئولیت اخلاقی مقدم است؛ در سطح تربیتی، رشد اخلاقی مقدم است؛ هر دو دیدگاه در چهارچوب فلسفه کانت قابل جمع‌اند.

تحقیقات معاصر نیز این رویکرد را تأیید می‌کنند؛ او نیل و وود تأکید دارند آموزش اخلاقی مؤثر باید بر پرورش قدرت تصمیم‌گیری اخلاقی، خودآگاهی، تحلیل عقلانی و اراده مستقل تمرکز داشته باشد، نه صرفاً آموزش قواعد یا پیامدها (O'Neill, 1989, pp. 112-118; Wood, 2008, pp. 45-52).



در جمع‌بندی، برای دستیابی به یک فرایند جامع نظری و کاربردی، سطح نظری کانت در مسئولیت اخلاقی، مبنای بحث قرار می‌گیرد؛ یعنی مسئولیت اخلاقی، پیش شرط رشد اخلاقی است. فرد باید ابتدا خود را متعهد به قانون اخلاقی بداند و پاسخ‌گوی رفتارهایش باشد. این مسئولیت‌پذیری، زمینه‌ساز رشد اخلاقی درونی، عقل‌محور و پایدار خواهد شد.

۳.۳. مکتب اخلاق فطری اسلام

در مکتب اخلاق فطری اسلام، انسان موجودی مختار، آگاه و مسئول معرفی می‌شود که توان پاسخ‌گویی به رفتارها، نیت‌ها و نقش‌های اجتماعی خود را دارد. این مسئولیت‌پذیری، نه صرفاً یک الزام بیرونی، بلکه نتیجه پرورش فطرت الهی و وجدان درونی انسان است. به بیان دیگر، باید فطرت اخلاقی روشن شود تا مسئولیت اخلاقی و سپس، رشد اخلاقی تحقق یابد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۱۸۴؛ جوادی‌آملی، ۱۳۸۵، ص ۲۷۱).

بر اساس آموزه‌های قرآن و سنت، مسئولیت اخلاقی انسان در سه سطح قابل تحلیل است: مسئولیت در برابر خداوند، مسئولیت در برابر خود و مسئولیت در برابر جامعه (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۲۰۳).

انسان با بهره‌مندی از عقل و فطرت الهی، ابتدا خود را می‌شناسد و ارزش‌ها را درونی می‌سازد. این خودسازی، زمینه‌پذیرش مسئولیت اخلاقی است؛ زیرا فرد تنها زمانی می‌تواند پاسخ‌گو باشد که توان تشخیص اعمال شایسته و ناپسند را داشته باشد (جوادی‌آملی، ۱۳۸۵، ص ۲۷۳).

رشد اخلاقی در این مکتب، فرایندی مستمر و درونی است که از پرورش فطرت آغاز می‌شود و با تحقق مسئولیت اخلاقی تکمیل می‌گردد. نوجوانی، دوره‌ای حساس برای پرورش خودآگاهی، تشخیص نیت‌ها و ارزش‌های اخلاقی و آموزش پذیرش مسئولیت‌های فردی و اجتماعی است. مسئولیت اخلاقی در اینجا آمادگی درونی برای عمل



بر اساس عدالت، تقوا، همدلی و تعهد اجتماعی است (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۲۰۳؛ جوادی آملی، ۱۳۸۵، صص ۲۷۱-۲۷۳).

اصل اول در تربیت اسلامی، روشن سازی معرفت فطری انسان است. این مرحله که در متون عرفانی مرحله «بیداری» نامیده می شود، زمینه ساز قیام الله و مسئولیت پذیری اخلاقی عمیق است. توضیح دقیق تر به شرح زیر است:

۱. مسئولیت اخلاقی بر فطرت مبتنی است: انسان فطرتاً مختار است و با عقل و وجدان الهی، توان تشخیص خیر و شر را دارد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۱۸۴؛ جوادی آملی، ۱۳۸۵، ص ۲۷۱). ابتدا باید این ظرفیت درونی فعال شود تا مسئولیت اخلاقی درک و پذیرفته شود؛

۲. رشد اخلاقی، نتیجه پرورش فطرت و پذیرش مسئولیت است: با نضج فطرت توحیدی و آگاهی از وظایف اخلاقی، مسئولیت اخلاقی شکل می گیرد و زمینه ساز رشد اخلاقی بالفعل می شود. این رشد شامل تصمیم گیری مستقل، درونی سازی ارزش ها و عمل بر اساس عدالت و تقواست (جوادی آملی، ۱۳۸۵، ص ۲۷۳)؛

۳. رویکرد تربیتی اسلام بر فطرت و خودسازی تأکید دارد: آموزش بیرونی، بدون پرورش فطرت، مسئولیت اخلاقی پایدار ایجاد نمی کند. در نوجوانی، تقویت معرفت فطری و وجدان اخلاقی اولویت دارد (طباطبایی، ۱۳۸۶، ص ۲۰۳).

در جمع بندی موارد بالا باید گفت در مکتب اخلاق فطری اسلام، رشد اخلاقی و مسئولیت اخلاقی، رابطه ای سلسله مراتبی دارند؛ ابتدا پرورش فطرت و معرفت اخلاقی قرار دارد، سپس مسئولیت اخلاقی شکل می گیرد و در نهایت، رشد اخلاقی تحقق می یابد.

تربیت فطری توحیدی نوجوانان با تأکید بر آگاهی درونی، زمینه ساز مسئولیت پذیری عمیق و رشد اخلاقی (به معنای قضاوت صحیح و پرورش فضایل اخلاقی) است.



۴. بررسی تطبیقی

۴.۱. تطبیق مبانی نظری سه مکتب

• روان‌شناسی رشد (پیاژه و کولبرگ): اخلاق، محصول فرایندهای شناختی اجتماعی است. کودک (و نوجوان) ابتدا اخلاق را در قالب قوانین بیرونی و پیامدها می‌فهمد، سپس با رشد عقلانی و اجتماعی به مرحله‌ای می‌رسد که نیت، عدالت و ارزش‌های درونی را مبنای داوری اخلاقی قرار می‌دهد. در این رویکرد، رشد اخلاقی بر مسئولیت‌پذیری اخلاقی مقدم است؛

• وظیفه‌گرایی کانتی: کانت، ریشه اخلاق را در عقل عملی و اراده آزاد می‌داند. ارزش عمل، نه در پیامد آن، بلکه در نیت و اراده نیک فاعل است. از این منظر، مسئولیت اخلاقی اصالت دارد و رشد اخلاقی بر پایه عمل به تکلیف و اراده آزاد شکل می‌گیرد؛

• اخلاق فطری اسلامی (با تأکید بر آرای علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی آملی): اخلاق و مسئولیت در سرشت انسان نهاده شده است. گرایش به خیر و تشخیص حسن و قبح افعال در فطرت او قرار دارد؛ اما این گرایش نیازمند پرورش، هدایت عقلانی و تربیت الهی است تا بالفعل شود. در این نگاه، مسئولیت اخلاقی ذاتی است؛ اما رشد اخلاقی در گرو پرورش و بیدارسازی فطرت می‌باشد.

۴.۲. نقاط اشتراک

الف) اهمیت دوران نوجوانی: هر سه مکتب بر این باورند که نوجوانی مرحله حساسی برای شکوفایی اخلاق و مسئولیت‌پذیری است؛

ب) نقش عقل و استدلال: عقل و قوه داوری در همه مکاتب جایگاهی بنیادی دارد؛ هرچند با تفسیرهای متفاوت (عقل عملی در نظریه کانت، عقل شناختی در روان‌شناسی رشد و عقل فطری در اسلام)؛



ج) ضرورت آموزش و تمرین: رشد اخلاقی بدون هدایت، تمرین و تربیت امکان‌پذیر نیست (هر سه مکتب این نکته را پذیرفته‌اند).

۳.۴. نقاط افتراق

الف) مبنای اخلاق

- روان‌شناسی رشد ← رشد شناختی و اجتماعی؛
- کانت ← عقل عملی و وظیفه؛
- اسلام ← فطرت الهی همراه با عقل و وحی.

ب) رابطه مسئولیت و رشد:

- روان‌شناسی رشد ← رشد مقدم بر مسئولیت؛
- کانت ← مسئولیت مقدم بر رشد (البته در تقدم مفهومی (هنجاری))؛
- اسلام ← مسئولیت ذاتی و همزاد انسان، اما ظهور و کمال آن نیازمند رشد و تربیت.

ج) نقش جامعه و احساسات:

- روان‌شناسی رشد ← جامعه و روابط اجتماعی عامل اصلی ارتقا؛
- کانت ← تأثیر جامعه و احساسات حداقلی؛
- اسلام ← جامعه، عقل و وحی همه با هم نقش‌آفرین‌اند.

د) درونی یا بیرونی‌بودن اخلاق:

- روان‌شناسی رشد ← گرایش بیشتر به عوامل بیرونی (تربیت، قوانین، تعامل اجتماعی)؛
- کانت ← تأکید بر درونی‌بودن اخلاق (اراده نیک و خودآیینی)؛
- اسلام ← ترکیب دو جنبه درونی و بیرونی، با تأکید بر درونی‌بودن و فطرت انسان.

۴.۴. تحلیل تطبیقی

سه مکتب روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانتی و اخلاق فطری اسلامی، رابطه «رشد» و «مسئولیت» را به گونه‌ای متفاوت تعریف می‌کنند: روان‌شناسی رشد، مسئولیت را نتیجه رشد تدریجی توانایی‌های شناختی و اجتماعی می‌داند؛ وظیفه‌گرایی کانتی، مسئولیت را از ابتدا بر عهده انسان عاقل می‌گذارد (فارغ از رشد اخلاقی)؛ اخلاق فطری اسلامی، مسئولیت را ریشه‌دار در فطرت و عهد الهی می‌داند که با تربیت و تزکیه رشد می‌کند.

در نتیجه، هر مکتب رویکرد متفاوتی در آموزش اخلاق دارد: روان‌شناسی رشد بر ایجاد محیط مناسب برای رشد قضاوت اخلاقی تأکید دارد؛ وظیفه‌گرایی کانتی بر آموزش عقلانی وظیفه و عدالت تمرکز می‌کند؛ و اخلاق فطری اسلامی بر پرورش معنویت و تزکیه نفس و تقویت فطرت انسان تأکید دارد.



۴.۵. جدول مقایسه سه مکتب در باب رشد مسئولیت اخلاقی نوجوان

مکتب	اصل پایه	رابطه مسئولیت و رشد اخلاقی	ویژگی‌های کلیدی	کاربرد تربیتی برای نوجوان
روان‌شناسی رشد (پیازه و کولبرگ)	رشد شناختی و اخلاقی نوجوان	رشد اخلاقی بر مسئولیت اخلاقی مقدم است؛ نوجوان ابتدا باید ظرفیت درک نیت‌ها و اصول عدالت را بیاموزد و سپس، مسئولیت‌پذیر شود.	تمرکز بر مراحل رشد شناختی و داوری اخلاقی مستقل، توجه به نیت و همکاری اجتماعی	تربیت نوجوانان با تمرکز بر توسعه قضاوت اخلاقی، درک نیت‌ها، همکاری، عدالت متقابل؛ مسئولیت‌پذیری پس از رشد اخلاقی طبیعی شکل می‌گیرد.
وظیفه‌گرایی کانتی	اصل وظیفه و اراده نیک	مسئولیت اخلاقی اصل است؛ رشد اخلاقی، نتیجه و فرع تحقق مسئولیت بر اساس وظیفه و عقل عملی است؛ البته در تقدم مفهومی (هنجاری) نه تقدم تربیتی (تکوینی) کانت.	اخلاق مبتنی بر انتخاب آگاهانه و خودآیینی، ارزش ذاتی اراده نیک، مستقل از پیامدها	تمرکز بر پرورش قوه تصمیم‌گیری اخلاقی، خودآگاهی و عمل بر اساس وظیفه؛ مسئولیت‌پذیری محور تربیت است و رشد اخلاقی از آن ناشی می‌شود.
اخلاق فطری اسلامی (علامه طباطبایی و آیت‌الله جوادی آملی)	پرورش فطرت و روشن‌سازی وجدان درونی	رشد اخلاقی، فرع و محصول مسئولیت اخلاقی و پرورش فطرت است؛ ابتدا فطرت روشن می‌شود، سپس، مسئولیت اخلاقی و در ادامه، رشد اخلاقی تحقق می‌یابد.	مسئولیت در برابر خدا، خود و جامعه؛ خودسازی و درونی‌سازی ارزش‌ها؛ آمادگی نوجوان برای پذیرش مسئولیت	تربیت نوجوانان با تمرکز بر آموزش سه بُعد شناختی، عاطفی و معنوی؛ پرورش فطرت و وجدان اخلاقی برای ایجاد مسئولیت‌پذیری و رشد اخلاقی.





۴.۶. الگوی تربیتی رشد مسئولیت اخلاقی نوجوانان (بر اساس رویکرد تلفیقی سه مکتب)

مطالعه تطبیقی حاضر نشان می‌دهد برای تبیین رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری در نوجوانان، باید از ظرفیت‌های سه مکتب اصلی بهره گرفت: روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانتی و اخلاق فطری اسلامی.

هریک از این مکاتب قوت‌ها و محدودیت‌هایی دارند: روان‌شناسی رشد، مراحل شناختی و اجتماعی را به‌خوبی توضیح می‌دهد، اما از بُعد معنوی غافل است؛ کانت بر خودآیینی و وظیفه تأکید دارد، اما تعاملات اجتماعی و تربیت تدریجی را کم‌رنگ می‌بیند؛ اخلاق فطری اسلامی، با تأکید بر فطرت و وحی، پشتوانه‌ای معنوی و وجودی ارائه می‌دهد، اما نیازمند تبیین‌های بیشتر در سطح روان‌شناسی رشد و برنامه‌ریزی آموزشی است. براین اساس، رویکرد تلفیقی اقتضا می‌کند رشد مسئولیت اخلاقی نوجوان ابعاد زیر را در بر بگیرد:

۱. بُعد رشد شناختی و اجتماعی (پیاژه و کولبرگ): برای ایجاد ظرفیت درک قوانین، عدالت و نیت. آموزش‌ها باید متناسب با مراحل رشدی نوجوان طراحی شوند و فرصت تجربه، گفت‌وگو و حل مسئله اخلاقی فراهم گردد؛

۲. بُعد خودآیینی و عقل عملی (کانت): برای شکل‌دهی به اراده آزاد و مسئولیت‌پذیری واقعی. تربیت اخلاقی باید نوجوان را به تصمیم‌گیری بر اساس اصول عقل عملی و وظیفه اخلاقی هدایت کند، نه صرفاً به نتایج یا فشار اجتماعی؛

۳. بُعد فطرت الهی و هدایت وحیانی (اسلام): برای بیداری وجدان اخلاقی، معنا و جهت‌گیری غایی. نوجوان باید با سرمایه‌های فطری خود مانند گرایش به عدالت و معنویت آشنا شود و آن‌ها را در پرتو هدایت وحی و سیره معصومان شکوفا کند.

الگوی تلفیقی پیشنهادی با ترکیب این سه سطح نظری و عملی، چهارچوبی جامع و کارآمد برای تربیت اخلاقی نوجوانان ارائه می‌دهد؛ الگویی که مسئولیت‌پذیری را از سطح عادت یا قرارداد فراتر برده، به عمق وجودی و الهی آن پیوند می‌زند.



۵. بررسی نتایج کاربردی مکاتب (بر اساس رویکرد تلفیقی)

۵.۱. راهکارهای کاربردی مکتب روان‌شناسی رشد

بر اساس نظریهٔ پیاژه، نوجوان، زمانی واجد مسئولیت اخلاقی می‌شود که توانایی درک نیت‌ها، عدالت دوسویه و قوانین مبتنی بر توافق را کسب کرده باشد (Piaget, 1965, pp. 196-210).

در همین راستا، کولبرگ نیز تأکید می‌کند در مراحل پیشرفته‌تر رشد اخلاقی، نوجوانان رفتار خود را نه بر پایهٔ ترس از تنبیه یا جلب تأیید دیگران، بلکه با تکیه بر اصول درونی، وظیفه‌مداری و عدالت‌خواهی ارزیابی می‌کنند (Crain, 1985, pp. 118-123)؛ از این رو، مسئولیت‌پذیری اخلاقی در نوجوانان مستلزم رشد قضاوت اخلاقی، تقویت استقلال فکری و درک عمیق ارزش‌های اجتماعی است؛ یعنی تنبیه، پاداش، تأیید و احترام مراجع بیرونی، افراد را به تدریج به تحول و درونی‌شدن اخلاق هدایت می‌کند.

راهکارهای عملی:

۱. آموزش تفکر اخلاقی از طریق گفت‌وگو و تحلیل موقعیت‌های پیچیده: استفاده از داستان‌ها، فیلم‌ها یا معماهای اخلاقی برای تمرین داوری و تحلیل نیت‌ها و پیامدها؛
۲. تقویت استقلال فکری و ارزش‌مداری: ایجاد فضای آزاد برای بیان دیدگاه‌های اخلاقی شخصی و آموزش احترام به تفاوت‌های ارزشی؛
۳. ترویج عدالت‌خواهی و مسئولیت اجتماعی: مشارکت نوجوانان در فعالیت‌های داوطلبانه و آموزش مفاهیم عدالت و وظیفه‌مداری؛
۴. بازخورد اخلاقی به جای تنبیه صرف: تمرکز بر گفت‌وگو دربارهٔ دلایل رفتار و ارزش‌های پشت آن، به جای مجازات مستقیم.



۵.۲. راهکارهای کاربردی مکتب وظیفه‌گرایی اخلاق

بر اساس نظریه اخلاقی کانت، تربیت اخلاقی نوجوانان نباید بر اساس شرطی‌سازی رفتاری یا تأیید اجتماعی باشد، بلکه باید بر پایه تقویت عقل عملی، خودآیینی و تمرین مسئولیت اخلاقی طراحی شود؛ بنابراین، در برنامه‌های آموزش اخلاقی باید به نوجوانان فرصت داده شود تا تصمیمات اخلاقی را بر اساس عقل و اراده آزاد اتخاذ کنند، نه صرفاً به‌خاطر پاداش یا ترس از تنبیه (Kant, 1997, pp. 55–56).

راهکارهای عملی:

۱. نوجوانان با مفاهیم وظیفه، قانون اخلاقی و احترام به انسان (به‌مثابه غایت) آشنا شوند؛ البته این آشنایی باید با ایجاد انگیزه‌ها و نشان‌دادن پیامدهای مثبت مسئولیت‌پذیری در زندگی همراه باشد؛
۲. فضای تربیتی به‌گونه‌ای باشد که انتخاب‌های اخلاقی آزادانه و مسئولانه تمرین شوند؛
۳. مربیان اخلاقی، به‌جای کنترل بیرونی، بر رشد درونی عقل و وجدان اخلاقی تأکید کنند؛ این بخش باید با مدل «فبک» یا همان فلسفی‌اندیشیدن درباره گزاره‌های اخلاقی انجام شود. باید نوجوان را به تفکر درباره خوبی یا بدی مسئولیت‌پذیری واداشت؛
۴. آموزش اخلاقی از سنین آغاز شود که نوجوان توانایی درک مفاهیم انتزاعی و عقلانی را دارد (تقریباً از دوازده‌سالگی به بعد، مطابق با بلوغ شناختی)؛
۵. در مرحله آخر، تمرین عملی با قبول مسئولیت‌ها در تصمیم‌گیری مستقل و تحلیل پیامدهای آن.

۵.۳. راهکارهای کاربردی مکتب اخلاق فطری

در مکتب اخلاق فطری اسلام، رشد اخلاقی نوجوانان باید بر پایه پرورش فطرت الهی، عقل عملی و مسئولیت‌پذیری درونی طراحی شود.



برخلاف دیدگاه‌های روان‌شناسی رشد که مسئولیت اخلاقی را نتیجه رشد شناختی می‌دانند، در این مکتب، رشد اخلاقی محصول شکوفایی فطرت و پذیرش مسئولیت در سه سطح فردی، اجتماعی و الهی است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۱۸۴؛ جوادی آملی، ۱۳۸۵، ص ۲۷۱).

راهکارهای عملی:

۱. فطرت‌محوری: تربیت باید زمینه بروز فطرت اخلاقی را فراهم کند، نه اینکه ارزش‌ها را تحمیل کند. والدین و مربیان باید به رعایت حلال و حرام پایبند باشند تا فطرت پاک الهی از همان کودکی در وجود نوجوان حفظ شود؛
۲. عقل‌گرایی: آموزش اخلاق با استدلال عقلی و قرآنی همراه باشد تا نوجوان قدرت تشخیص اخلاقی بیابد؛
۳. انتخاب آزاد و مسئولانه: نوجوان باید فرصت تجربه مسئولیت در موقعیت‌های واقعی را داشته باشد؛
۴. الگوپذیری اخلاقی: بهره‌گیری از سیره پیامبر ﷺ و اهل بیت علیهم‌السلام و نیز رفتار مربی به عنوان الگوهای عملی؛
۵. نیت‌سازی و درونی‌سازی ارزش‌ها: تأکید بر چرایی رفتار اخلاقی برای پایداری و عمق‌بخشی به تربیت؛
۶. سه‌گانه مسئولیت اخلاقی: تربیت باید آموزش مسئولیت‌پذیری در برابر خدا، خود و جامعه را به صورت متوازن در بر داشته باشد؛
۷. مرحله‌مندی تربیت: برنامه‌ها باید متناسب با رشد شناختی، عاطفی و اجتماعی نوجوان طراحی شوند؛
۸. تربیت در صحنه: برنامه‌ریزی فعالیت‌های عملیاتی برای تربیت در صحنه‌های اجتماعی با رنگ معنوی، مانند اردوهای جهادی یا خدمات داوطلبانه.



۵.۴. مدل جامع کاربردی مکاتب

الف) مرحله شناختی و اجتماعی (بر اساس روان‌شناسی رشد):

- استفاده از روش‌های گفت‌وگو، بازی‌های اخلاقی، و تحلیل موقعیت‌های اجتماعی؛
- آموزش مراحل رشد اخلاقی (پیش‌قراردادی، قراردادی، پس‌قراردادی) به صورت غیرمستقیم.

ب) مرحله عقلانی و وظیفه‌محور (بر اساس نظریه کانت):

- آموزش مفاهیم وظیفه، قانون اخلاقی و احترام به انسان به مثابه غایت؛
- تمرین تصمیم‌گیری اخلاقی بر اساس عقل عملی و اراده آزاد؛

ج) مرحله فطری و معنوی (بر اساس اخلاق فطری اسلام):

- پرورش خودشناسی، نیت‌سازی و درونی‌سازی ارزش‌ها؛
- آموزش مسئولیت اخلاقی در سه سطح (در برابر خدا، خود و جامعه)؛
- بهره‌گیری از سیره پیامبر ﷺ و اهل بیت علیهم‌السلام به عنوان الگوهای اخلاقی.



نتیجه‌گیری

این پژوهش نشان داد رابطه رشد اخلاقی و مسئولیت‌پذیری در نوجوانان، از منظر سه مکتب روان‌شناسی رشد، وظیفه‌گرایی کانتی و اخلاق فطری اسلامی، به شیوه‌های متفاوتی تبیین می‌شود:

• روان‌شناسی رشد:

رشد شناختی و اجتماعی، پیش‌نیاز مسئولیت‌پذیری اخلاقی است. نوجوان با عبور از مراحل رشد شناختی به توانایی قضاوت اخلاقی و پذیرش مسئولیت دست می‌یابد.

• وظیفه‌گرایی کانتی:

مسئولیت اخلاقی، تقدم مفهومی دارد؛ یعنی فرد تنها زمانی رشد اخلاقی واقعی دارد که بتواند با عقل عملی، وظیفه اخلاقی را تشخیص بدهد و با اراده آزاد بر اساس آن عمل کند. این دیدگاه بر تقدم هنجاری مسئولیت نسبت به رشد تربیتی تأکید دارد.

• اخلاق فطری اسلامی:

مسئولیت اخلاقی در فطرت الهی انسان ریشه دارد. با پرورش عقل، وجدان و گرایش‌های فطری، هم رشد اخلاقی و هم مسئولیت‌پذیری شکوفا می‌شوند. فطرت، نقش زمینه‌ای دارد؛ اما رسیدن به کمال اخلاقی نیازمند عقل فعال و هدایت وحیانی است. تربیت اخلاقی در این مکتب، فرایندی درونی، پیوسته و مبتنی بر خودشناسی و نیت‌سازی است که به‌سوی کمال انسانی پیش می‌رود.

بررسی تطبیقی این سه مکتب نشان داد روان‌شناسی رشد به بُعد شناختی مرحله‌ای توجه دارد، کانت بر بُعد عقلانی وظیفه‌مدار تأکید می‌کند و اسلام بر بُعد معنوی فطری تمرکز دارد.



الگوی تلفیقی پیشنهادی این پژوهش، رشد مسئولیت اخلاقی نوجوان را بر سه پایه اصلی بنا می‌نهد:

۱. رشد شناختی اجتماعی: تقویت توانایی استدلال، تحلیل موقعیت‌های اخلاقی و تعامل اجتماعی؛
 ۲. خودآیینی عقلانی: تصمیم‌گیری مبتنی بر اصول عقل عملی، وظیفه‌گرایی و احترام به قانون اخلاقی؛
 ۳. بیداری و هدایت فطرت معنوی: درونی‌سازی ارزش‌های الهی، پرورش وجدان اخلاقی و الگوگیری از سیره پیامبر اسلام ﷺ و اهل بیت علیهم‌السلام.
- این مدل، با بهره‌گیری از روش‌های بیرونی (تشویق و تنبیه) و درونی (نیت‌سازی، عقلانیت اخلاقی و پرورش فطرت)، بستری فراهم می‌کند برای تربیت نوجوانانی که نه تنها اصول اخلاقی را درک می‌کنند، بلکه با اراده آزاد، عقل روشن و ایمان درونی به آن پایبند می‌مانند. در نهایت، این الگو ضمن وفاداری به مبانی نظری سه مکتب، در عرصه تربیت عملی نیز قابلیت اجرا دارد و می‌تواند مبنای طراحی برنامه‌های آموزشی و پرورشی در مدارس، خانواده‌ها و نهادهای تربیتی باشد. در عصر حاضر که تربیت اخلاقی با معضلات متعددی مواجه است، این مدل، راهکاری متوازن، عمیق و مؤثر برای پرورش انسان‌های مسئول، اخلاق‌مدار و خودآگاه ارائه می‌دهد.



فهرست منابع

*قرآن کریم.

*نهج البلاغه (مترجم: محمد دشتی).

افروز، غلامعلی. (۱۳۹۳). روان‌شناسی تربیتی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

امیر، مهدی؛ سفیری، نرگس. (۱۳۹۸). اخلاق در تربیت اجتماعی. تهران: انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

پیاژه، ژان. (۱۳۶۶). روان‌شناسی کودک (مترجم: زینت توفیق). تهران: نشر نی.

جعفری لنگرودی، محمدجعفر. (۱۳۹۵). مبانی مسئولیت حقوقی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۸۵). معرفت و معنویت. قم: اسراء.

جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۰). تفسیر موضوعی قرآن کریم: مبادی اخلاق در قرآن. قم: اسراء.

دانش، جواد. (۱۴۰۲). مفهوم‌شناسی مسئولیت اخلاقی، فصلنامه نقد و نظر، ۲۸ (۱۱۲)، صص ۵۶-۳۲.

DOI: 10.22081/jpt.2024.68601.2109

طباطبائی، سید محمدحسین. (۱۳۷۴). المیزان فی تفسیر القرآن (ج ۱۷). قم: دفتر انتشارات اسلامی.

طباطبائی، سید محمدحسین. (۱۳۸۶). المیزان فی تفسیر القرآن (ج ۱). قم: جامعه مدرسین.

قائمی، علی. (۱۳۹۰). مسئولیت‌پذیری و تربیت دینی. قم: بوستان کتاب.

مطهری، مرتضی. (۱۳۷۴). انسان و سرنوشت. تهران: صدرا.

Brown, H. (2001). *Responsibility and learning*. New York: HarperCollins.

Crain, W. C. (1985). *Theories of development: Concepts and applications*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.



- Fischer, J. M. & Ravizza, M. (1998). *Responsibility and control: A theory of moral responsibility*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kant, I. (1996). *The Metaphysics of Morals* (Translated by M. Gregor). Cambridge University Press.
- Kant, I. (1997). *Groundwork of the metaphysics of morals* (Translated by M. Gregor). Cambridge: Cambridge University Press.
- Kohlberg, L. (1981). *The philosophy of moral development: Moral stages and the idea of justice*. San Francisco: Harper & Row.
- Lavy, S. (2020). A review of character strengths interventions in twenty-first-century schools: Their importance and how they can be fostered. *Applied Research in Quality of Life*, 15(2), pp. 573–596. <https://doi.org/10.1007/s11482-018-9700-6>
- McKenna, M. & Coates, D. J. (2019). “Compatibilism”. In *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (E. N. Zalta, Ed., Winter 2019 Edition, 56 (3), pp. 233-246).
- Narvaez, D. & Lapsley, D. K. (2009). *Moral personality, identity, and character: An integrative framework*. New York: Psychology Press.
- O'Neill, O. (1989). *Constructions of reason: Explorations of Kant's practical philosophy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Piaget, J. (1965). *The moral judgment of the child* (Translated by M. Gabain). New York: Free Press.
- Piaget, J. (1972). *The psychology of the child*. New York: Basic Books.
- Santrock, J. W. (2018). *Adolescence* (16th edition). New York: McGraw-Hill Education.

- Strawson, P. F. (2008). *Freedom and resentment and other essays*. London: Routledge.
- Trzesniewski, K. H. & Donnellan, M. B. (2014). Development of self-regulation across the life span. In *Handbook of developmental psychology* (Vol. 2, pp. 601–621). New York: Wiley.
- Van Inwagen, P. (1983). *An Essay on Free Will*. Oxford: Clarendon Press.
- Wallace, R. J. (1994). *Responsibility and the moral sentiments*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Watson, G. (1996). Two faces of responsibility. *Philosophical Topics*, 24(2), pp. 227–248.
- Wood, A. W. (2008). *Kantian ethics*. Cambridge: Cambridge University Press.



From Moral Disintegration to Family Re-creation: A Jurisprudential–Ethical Study on Reviving the Principle of Family Stability^{*}

Nadali Zekavatmand¹  Siamak Baharlooee²  Hossein-Ali Amini³ 

1- PhD Candidate, Islamic Jurisprudence and Fundamentals of Law, Islamic Azad University, Najafabad Branch, (Corresponding Author)

zakavatmand@iau.ac.ir

2- Supervisor, Faculty Member, Islamic Azad University, Khorasgan Branch,
Siamak.baharluee@ase.ui.ac.ir

3-Advisor, Faculty Member, Islamic Azad University, Najafabad Branch,
hossinaliamini@iau.ir



Abstract

The institution of the family, in facing the moral challenges of the modern world—including extreme individualism, moral relativism, the weakening of gender roles, and the crisis of family commitment—has encountered structural threats. This study, aiming to revive the principle of family stability within the Islamic jurisprudential–legal framework, seeks to introduce this concept not merely as an ethical recommendation but as a strategic principle of Islamic applied ethics, one capable of being translated into social policymaking. Employing a descriptive–analytical method and drawing upon authoritative

***Cite this article:** Zekavatmand, N; Baharlooee, S; Amini, H.A (2026). From Moral Disintegration to Family Re-creation: A Jurisprudential–Ethical Study on Reviving the Principle of Family Stability, *Journal in Applied Ethics Studies*, 4(82), 199-230
<https://doi.org/1022081/jf.2025.71593.2036>

 **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Isfahan, Iran). ***Type of article:** Research Article

 **Received:** 2025/05/20  **Revised:** 2025/08/23  **Accepted:** 2025/09/02  **Published online:** 2026/02/14

jurisprudential, legal, and exegetical sources, the research first defines the jurisprudential nature of the principle of family stability and then analyzes its functions in addressing contemporary moral issues such as declining responsibility and rising divorce rates. The findings indicate that this principle, grounded in concepts such as affection (*mawadda*), mercy (*rahma*), and fidelity to covenant (*wafā' bi-l-'ahd*), can contribute to the reconstruction of the family institution. Through a comparative analysis of international documents and the views of contemporary Islamic thinkers, the study proposes a three-layered model—jurisprudential, legal, and cultural—for institutionalizing this principle within the legal system of the Islamic Republic of Iran. The innovation of this research lies in its multidimensional theoretical elucidation of the principle of stability and in offering practical strategies for ethical social policymaking.

Keywords

family stability, Islamic applied ethics, family jurisprudence, modern moral issues, institutionalization of ethics, cultural policies.





من انهيار الأخلاق إلى إعادة بناء الأسرة: دراسة فقهية - أخلاقية في سياق إحياء مبدأ المتانة*

نادعلی ذکاوتمند^۱ سیامک بهارلویی^۲ حسینعلی امینی^۳

۱- طالب الدكتوراه في قسم الفقه ومبادئ القانون الإسلامي، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة نجف آباد (الكاتب المسؤول)

zakavatmand@iau.ac.ir

۲- عضو الهيئة التدريسية، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة خوراسكان

Siamak.baharluee@ase.ui.ac.ir

۳- عضو الهيئة التدريسية، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة نجف آباد

hossinaliamini@iau.ir

الملخص

لطالما واجهت مؤسسة الأسرة سلسلة تحديات وتهديدات بنوية في سياق القضايا الأخلاقية التي يشهدها العالم الحديث، بما في ذلك النزعة الفردية المتطرفة، والنسبية القيمية، وتضاؤل الأدوار الجندرية، وتفاقم الالتزام الأسري. انطلاقاً من ذلك، فتهدف هذه الورقة البحثية إلى إحياء مبدأ متانة الأسرة في النظام الفقهي - القانوني الإسلامي، وتتوخى استجلاء هذا المفهوم

***الاستناد إلى هذه المقالة:** ذکاوتمند، نادعلی؛ بهارلویی، سیامک؛ امینی، حسینعلی (۲۰۲۶). من انهيار الأخلاق إلى إعادة بناء

الأسرة: دراسة فقهية - أخلاقية في سياق إحياء مبدأ المتانة. دراسات في الأخلاق التطبيقية، ۴ (۸۲)، صص ۱۹۹ - ۲۳۰.

<https://doi.org/1022081/jf.2025.71593.2036>

□ نوع المقال: بحثي؛ الناشر: مركز الدعوة الإسلامية في حوزة قم (معهد العلوم والثقافة الإسلامية، أصفهان، إيران) © المؤلف.

□ تاريخ الاستلام: ۲۰۲۵/۰۵/۲۰ • تاريخ التعديل: ۲۰۲۵/۰۸/۲۳ • تاريخ القبول: ۲۰۲۵/۰۹/۰۲ • تاريخ الإصدار: ۲۰۲۶/۰۲/۱۴



ليس فقط كوصية أخلاقية، بل كأصل إستراتيجي في ميدان الأخلاق التطبيقية الإسلامية، يمتلك القدرة على أن يلعب دورا بارزا في صنع السياسات الاجتماعية. تروم هذه الدراسة، متتبعة المنهج الوصفي - التحليلي، وبالاتماد على المصادر الفقهية والقانونية والتفسيرية الموثوق بها، أن تسلط الضوء على الماهية الفقهية لمبدأ متانة الأسرة، وتتناول بالتحليل وظائفه في سياق مواجهة القضايا المعاصرة، بما في ذلك تراجع المسؤولية، وزيادة معدلات الطلاق. أظهرت النتائج أن هذا المبدأ بالاعتماد على مفاهيم جوهرية، مثل: المودة، والرحمة، والولاء والوفاء بالعهد، يمكن أن يسهم إسهاما بالغيا في إعادة بناء مؤسسة الأسرة. كما قدمت الدراسة، من خلال التحليل المقارن للوثائق الدولية وآراء المفكرين الإسلاميين المعاصرين، نموذجا ثلاثي الطبقات: فقهيا، وقانونيا، وثقافيا، من أجل ترسيخ هذا المبدأ في النظام القانوني للجمهورية الإسلامية الإيرانية. تمكن جدة الدراسة في التبيين النظري المتعدد الأبعاد لمبدأ المتانة وتقديم حلول عملية لصياغة السياسات الاجتماعية.

الكلمات المفتاحية

متانة الأسرة، الأخلاق التطبيقية الإسلامية، فقه الأسرة، القضايا الأخلاقية الحديثة، ترسيخ الأخلاق، السياسات الثقافية.





از فروپاشی اخلاق تا بازآفرینی خانواده؛ مطالعه‌ای فقهی اخلاقی در احیای اصل استحکام*

نادعلی ذکاوتمند^۱ سیامک بهارلویی^۲ حسینعلی امینی^۳

۱- دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران. (نویسنده مسئول).

zakavatmand@iau.ac.ir

۲- دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان، خوراسگان، ایران.

Siamak.baharluee@ase.ui.ac.ir

۳- استاد دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد، نجف آباد، ایران.

hossinaliamini@iau.ir

چکیده

نهاد خانواده در مواجهه با مسائل اخلاقی جهان مدرن، شامل فردگرایی افراطی، نسبی گرایی ارزشی، تضعیف نقش‌های جنسیتی و بحران تعهد خانوادگی، با تهدیدات ساختاری مواجه شده است. این پژوهش با هدف احیای اصل استحکام خانواده در نظام فقهی حقوقی اسلام، درصدد است این مفهوم را نه تنها به عنوان یک توصیه اخلاقی، بلکه به مثابه اصلی راهبردی در اخلاق کاربردی اسلامی را که قابلیت تبدیل شدن به

* **استناد به این مقاله:** ذکاوتمند، نادعلی؛ بهارلویی، سیامک؛ امینی، حسینعلی (۱۴۰۴). از فروپاشی اخلاق تا بازآفرینی خانواده؛ مطالعه‌ای فقهی اخلاقی در احیای اصل استحکام. مطالعات اخلاق کاربردی، ۴ (۸۲)، صص ۱۸۹-۲۳۰.

<https://doi.org/10.22081/jf.2025.71593.2036>

نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، اصفهان، ایران) © نویسندگان

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۳۰ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۶/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۱ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۱۱/۲۵



سیاست‌گذاری اجتماعی دارد، معرفی کند. این مطالعه با روش توصیفی تحلیلی و بهره‌گیری از منابع معتبر فقهی، حقوقی و تفسیری، ابتدا چیستی فقهی اصل استحکام خانواده را تبیین و سپس، کارکردهای آن را در مواجهه با مسائل مدرن، از جمله کاهش مسئولیت‌پذیری و افزایش طلاق، تحلیل کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد این اصل با تکیه بر مفاهیمی چون مودت، رحمت و وفای به عهد می‌تواند به بازسازی نهاد خانواده کمک کند. این پژوهش با تحلیل تطبیقی اسناد بین‌المللی و آرای متفکران اسلامی معاصر، الگویی سه‌لایه (فقهی، حقوقی، فرهنگی) برای نهادینه‌سازی این اصل در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران ارائه کرده است. نوآوری پژوهش در تبیین نظری چندساحتی اصل استحکام و ارائه راهکارهای عملی برای سیاست‌گذاری اجتماعی است.

کلیدواژه‌ها

استحکام خانواده، اخلاق کاربردی اسلامی، فقه خانواده، مسائل اخلاق مدرن، نهادینه‌سازی اخلاق، سیاست‌های فرهنگی.



مقدمه

در دهه‌های اخیر، اخلاق مدرن با تکیه بر فردگرایی افراطی، نسبی‌گرایی ارزشی، آزادی مطلق انتخاب و تضعیف تعهدات اجتماعی، نهاد خانواده را به‌عنوان بنیادی‌ترین ساختار اجتماعی متزلزل کرده است (بک و بک-گرنهایم، ۱۳۸۱، ص ۱۰۴).

این تحولات به افزایش نرخ طلاق، فروپاشی عاطفی، خشونت پنهان خانوادگی و بحران در نقش‌های والدینی در بسیاری از جوامع، از جمله ایران، منجر شده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱، ص ۵). در چنین بستری، بازخوانی آموزه‌های فقهی و اخلاقی اسلام برای احیای نهاد خانواده، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

مفهوم استحکام خانواده که در متون اسلامی با واژگانی چون سکینه، مودت، رحمت، معاشرت به معروف و وفای به عهد تبیین شده، راهکاری بنیادین برای مقابله با این مسائل ارائه می‌دهد (روم، ۲۱).

نهاد خانواده در نظام اسلامی، سنگ بنای تمدن اخلاقی و بستر تربیت دینی و اخلاقی افراد است (مطهری، ۱۳۸۹، ص ۳۳۴).

با این حال، در ادبیات معاصر فقه و حقوق خانواده، مفهوم استحکام خانواده یا به‌صورت توصیه‌های اخلاقی غیرالزام‌آور مطرح شده یا به قواعدی اجرایی محدود تقلیل یافته است (کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۱۵۰).

این خلأ نظری و کاربردی، بازتعریف استحکام خانواده را به‌مثابه یک اصل فقهی اخلاقی با ظرفیت سیاست‌گذاری اجتماعی ضروری می‌سازد. پژوهش حاضر تلاش دارد با تکیه بر منابع معتبر فقهی و حقوقی، این اصل را به‌عنوان راهبردی برای بازآفرینی خانواده در برابر فروپاشی اخلاق مدرن معرفی کند.

اگرچه مطالعات متعددی به مسائل خانواده از منظر فقهی یا حقوقی پرداخته‌اند (مانند محمدقلی‌ها، ۱۳۹۵، ص ۹۵؛ فرح‌زادی و ابراهیمی، ۱۳۹۹، ص ۱۲۲)؛ اما کمتر پژوهشی استحکام خانواده را به‌صورت یک اصل جامع فقهی اخلاقی با رویکردی میان‌رشته‌ای و





ناظر به مسائل مدرن بررسی کرده است. این پژوهش با ترکیب تحلیل فقهی، حقوقی و فرهنگی، خلأ موجود را پر کرده، الگویی عملی برای نهادینه‌سازی این اصل ارائه می‌دهد.

اهداف تحقیق عبارت‌اند از:

۱. تبیین چیستی و ماهیت فقهی اخلاقی اصل استحکام خانواده به‌عنوان یک اصل راهبردی؛
 ۲. تحلیل کارکردهای اصل استحکام خانواده در مواجهه با مسائل اخلاق مدرن، مانند فردگرایی و نسبی‌گرایی ارزشی؛
 ۳. ارائه الگویی سه‌لایه (فقهی، حقوقی، فرهنگی) برای نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده در نظام اخلاق کاربردی جمهوری اسلامی ایران.
- پرسش‌هایی که در این تحقیق پاسخ داده می‌شوند، عبارت‌اند از:

۱. ماهیت فقهی اخلاقی اصل استحکام خانواده چیست و چگونه در نظام اسلامی تبیین می‌شود؟
 ۲. اصل استحکام خانواده چگونه می‌تواند به مقابله با مشکلات برآمده از اخلاق مدرن کمک کند؟
 ۳. چه الگویی برای نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده در نظام حقوقی و فرهنگی ایران قابل ارائه است؟
- این پژوهش، ابتدا چیستی اصل استحکام خانواده را تبیین، سپس کارکردهای آن را در تقابل با مشکلات مدرن تحلیل می‌کند و در نهایت، با بررسی دیدگاه متفکران اسلامی معاصر و تحلیل تطبیقی اسناد بین‌المللی، الگویی سه‌لایه برای نهادینه‌سازی این اصل ارائه می‌دهد.

نوآوری پژوهش در بازتعریف استحکام خانواده به‌مثابه یک اصل حاکم فقهی اخلاقی و طراحی الگوی اجرایی ناظر به سیاست‌گذاری فرهنگی، آموزشی و حقوقی است.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش با رویکرد توصیفی تحلیلی انجام شده است. در بخش توصیفی، ابتدا مفهوم استحکام خانواده از منظر فقهی، حقوقی و اخلاقی با استناد به منابع معتبر اسلامی (قرآن کریم، احادیث، تفاسیر و آثار فقهی کلاسیک و معاصر) و همچنین، منابع حقوقی (قوانین مدنی ایران و اسناد بین‌المللی) شناسایی و تبیین شده است.

در بخش تحلیلی، کارکردهای این اصل در مواجهه با مسائل اخلاق مدرن (فردگرایی، نسبی‌گرایی ارزشی، تضعیف نقش‌های جنسیتی و بحران تعهد) بررسی گردیده و با تحلیل تطبیقی دیدگاه‌های متفکران اسلامی معاصر و اسناد بین‌المللی، الگویی برای نهاده‌سازی آن پیشنهاد شده است.

داده‌های پژوهش از طریق مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده‌اند. منابع اولیه شامل متون فقهی (مانند قواعد الاحکام علامه حلی و احکام خانواده آیت‌الله مکارم شیرازی)، تفاسیر قرآنی (تفسیر المیزان علامه طباطبائی) و احادیث معتبر (کافی کلینی و وسائل الشیعه شیخ حر عاملی) بوده‌اند. منابع ثانویه نیز شامل مقالات علمی، پایان‌نامه‌ها و کتب مرتبط با اخلاق کاربردی و حقوق خانواده (مانند آثار استاد مطهری، محقق داماد و حکمت‌نیا) هستند.

تحلیل داده‌ها با استفاده از رویکرد کیفی و استدلالی انجام شده است. در این فرایند، ابتدا مفاهیم کلیدی (مانند استحکام، مودت، رحمت و تعهد) از متون استخراج و سپس با مسائل اخلاق مدرن تطبیق داده شده‌اند. در نهایت، با بهره‌گیری از اصول فقهی (مانند وفای به عهد، لاضرر) و تحلیل تطبیقی، الگویی سه‌لایه (فقهی، حقوقی، فرهنگی) برای نهاده‌سازی اصل استحکام خانواده طراحی گردیده است.

این روش‌شناسی، امکان تبیین نظری و ارائه راهکارهای عملی برای احیای اصل استحکام خانواده را در نظام اخلاق کاربردی جمهوری اسلامی ایران فراهم ساخته است.





پیشینه پژوهش

برخی از مطالعات فقهی به جنبه‌های نظری استحکام خانواده پرداخته‌اند؛ اما کمتر آن را به‌عنوان یک اصل راهبردی بررسی کرده‌اند. فرحزادی و ابراهیمی (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «بازپژوهی استنباط احکام خانواده با توجه به اصل استحکام خانواده»، نقش این اصل را به‌عنوان معیاری در فرایند اجتهاد تحلیل کرده‌اند. باین‌حال، این پژوهش به مسائل اخلاق مدرن توجه کافی نداشته است. همچنین، در کتاب *احکام خانواده در پرتو فقه اسلامی* (مکارم شیرازی و علیان‌نژاد، ۱۳۹۳)، نویسندگان با استناد به قواعد فقهی مانند لاضرر و وفای به عهد، به کارکرد اجرایی احکام خانواده پرداخته‌اند؛ اما تحلیل تقابل استحکام خانواده با اخلاق مدرن مغفول مانده است.

در حوزه حقوقی، محمدقلی‌ها (۱۳۹۵) در پایان‌نامه خود با عنوان *اصل تحکیم خانواده و ظرفیت‌سنجی علم حقوق در تحقق آن*، ظرفیت‌های قانون حمایت خانواده را بررسی کرده است. باین‌حال، در این پژوهش، تمایز نظری میان اصل و قاعده تبیین نشده و به تحلیل‌های اخلاقی کاربردی کمتر توجه شده است. همچنین، یآوری و یاقوتی (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «اصول حاکم بر سلامت و تحکیم بنیان خانواده»، مفاهیمی مانند احترام متقابل و عدالت را تحلیل کرده‌اند؛ اما استحکام خانواده را صرفاً به‌عنوان یک مؤلفه اخلاقی دیده و جنبه‌های ساختاری فقهی آن را نادیده گرفته‌اند.

در حوزه اخلاق و تربیت، در کتاب *بهشت خانواده* (مصطفوی، ۱۳۹۴) به ابعاد عاطفی و تربیتی خانواده پرداخته و توصیه‌هایی برای حفظ مودت ارائه شده است؛ اما کتاب از تحلیل فقهی ساختاری بی‌بهره است. محمدی (۱۴۰۰) در پایان‌نامه خود با عنوان *نظام حقوق زن در خانواده از منظر فقه شیعه*، بر حقوق متقابل زوجین تمرکز داشته و استحکام خانواده را به‌عنوان یک اصل اخلاقی مستقل بررسی نکرده است.

پیشینه پژوهش نشان می‌دهد اگرچه مطالعات فقهی، حقوقی و اخلاقی متعددی به مسائل خانواده پرداخته‌اند، اما نبودن رویکردی جامع و میان‌رشته‌ای برای تبیین استحکام



خانواده، به عنوان یک اصل راهبردی، خلأیی است که این پژوهش می‌کوشد آن را پر کند.

۱. چیستی‌شناسی فقهی اصل استحکام خانواده

یکی از مباحث بنیادین در حوزه فقه خانواده، شناخت ماهیت مفاهیمی است که بیش از آنکه به عنوان احکام جزئی به کار روند، نقش هدایتگر و ساختاری در استنباط احکام و تنظیم روابط اجتماعی دارند. مفهوم «استحکام خانواده» از جمله این مفاهیم است که در دهه‌های اخیر، به‌ویژه با بروز بحران‌های اخلاقی در جامعه معاصر، مورد توجه فقه‌پژوهان، قانون‌گذاران و اندیشمندان اخلاق کاربردی قرار گرفته است.

در آموزه‌های اسلامی، خانواده نخستین نهاد اجتماعی است که محل تکوین شخصیت اخلاقی، تربیت دینی، نظم اجتماعی و تحقق عدالت عاطفی معرفی می‌شود. قرآن کریم با عبارت ﴿وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا وَجَعَلَ بَيْنَكُمْ مَوَدَّةً وَرَحْمَةً﴾ (روم، ۲۱)، بر عنصر آرامش، مودت و رحمت به عنوان پایه‌های روابط خانوادگی تأکید می‌کند. این سه مؤلفه، عناصر هویتی یک خانواده مستحکم در نگاه اسلامی هستند. علامه طباطبایی (۱۴۰۱، ج ۱۶: ص ۳۴۵)، ضمن تفسیر این آیه، بر اهمیت مودت و رحمت در خانواده تأکید می‌کند؛ هرچند عبارت «فقه اسلامی» به طور مستقیم در این بخش ذکر نشده است.

از دیدگاه فقهی، «اصل» به معنای یک بنیان فراگیر و هادی است که قواعد مختلف می‌توانند ذیل آن معنا یابند. محقق داماد، در تعریف اصل فقهی، آن را مبنایی می‌داند که احکام متعددی بر آن مبتنی‌اند، در حالی که «قاعده» تنها در موارد معین کاربرد دارد (محقق داماد، ۱۳۹۷، ص ۱۱۲).

بر این مبنا، اگر استحکام خانواده را یک اصل بدانیم، نقش آن در اجتهاد، قانون‌گذاری و اخلاق‌ورزی فردی و اجتماعی، بنیادین است.



در مقابل، برخی از فقه‌پژوهان، مفهوم استحکام خانواده را در مقام قاعده در نظر می‌گیرند؛ قاعده‌ای که در موضوعات مشخصی چون نفقه، وفای به عهد و منع ضرر حضور می‌یابد و دامنه محدودی دارد (کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۶۸). باین حال، شواهد متعدد قرآنی^۱ و روایی^۲ نشان می‌دهد استحکام خانواده، صرفاً یک قاعده اجرایی نیست، بلکه نقش هدایتگر و اصولی در نظام حقوقی اسلام دارد. از منظر اصول فقه اسلامی، اصل استحکام خانواده، چند ویژگی بنیادین دارد:

الف) گستره شمول: این اصل در سراسر احکام مرتبط با ازدواج، طلاق، حضانت، حقوق متقابل زوجین، حق مسکن، نفقه و حتی در آیین رسیدگی قضایی کاربرد دارد (مکارم شیرازی و علیان‌نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۵۷)؛

ب) پایه‌گذاری هنجاری: استحکام خانواده در آموزه‌های دینی، با مفاهیمی همچون عدل، تعاون، تعهد، محبت و غیرت مثبت، پیوند دارد و نهاد خانواده را نه تنها از نظر قانونی، بلکه از حیث اخلاقی تعریف می‌کند (مصطفوی، ۱۳۹۴، ص ۲۰۲)؛

ج) پشتوانه روایی و قرآنی گسترده: احادیث متعددی بر این اصل دلالت دارند؛ از جمله این فرمایش پیامبر ﷺ: «مَا بُنِيَ فِي الْإِسْلَامِ بِنَاءٌ أَحَبُّ إِلَيَّ اللَّهُ مِنَ التَّزْوِيجِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵: ص ۳۲۸) که تأسیس خانواده را محبوب‌ترین ساختار در اسلام معرفی می‌کند؛

د) ایفای نقش در سیاست‌گذاری‌های اجتماعی: اصل استحکام می‌تواند مانند اصل عدالت یا اصل کرامت انسانی، در تدوین قوانین خانواده و راهبردهای فرهنگی مورد استفاده قرار گیرد (حکمت‌نیا، ۱۳۹۹، ص ۴۱).

در منابع فقهی کلاسیک نیز گرچه عنوان «استحکام خانواده» به صراحت وجود ندارد، اما مضامین آن در باب «الاحکام المتعلقة بالنکاح والطلاق» آشکار است؛ برای نمونه، علامه

۱. مانند آیه ۲۱ سورة روم.

۲. مانند حدیث «مَا بُنِيَ فِي الْإِسْلَامِ بِنَاءٌ أَحَبُّ إِلَيَّ اللَّهُ مِنَ التَّزْوِيجِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵: ص ۳۲۸).



حلی، بر حسن معاشرت و رعایت مصالح خانواده تأکید دارد و حفظ رابطه زوجیت را در موارد شک و اختلاف توصیه می‌کند (حلی، ج ۲: ص ۵۰۶).

حتی برخی از صاحب‌نظران غربی نیز در تحلیل‌های اخلاق اجتماعی به ضرورت حفظ بنیان خانواده اشاره کرده‌اند؛ برای نمونه، چارلز تیلور، فروپاشی اخلاق خانوادگی را بخشی از بحران هویت مدرن می‌داند که تنها با بازگشت به هنجارهای مشترک قابل ترمیم است (تیلور، ۱۳۹۴، ص ۵۱۸).

با این توضیح، روشن می‌شود که تحلیل استحکام خانواده به مثابه یک «اصل»، ظرفیت‌های گسترده‌ای برای مواجهه با بحران‌های اخلاقی معاصر فراهم می‌سازد؛ چراکه این اصل، هم در سطح نظری (فقه و اصول) و هم در سطح اجرایی (قوانین مدنی و حمایتی) قابلیت بروز دارد.

براین اساس، پژوهش حاضر تلاش دارد در گام‌های بعدی، استحکام خانواده را در تعامل با مسائل اخلاق مدرن تحلیل کند و راهکارهای عملی مبتنی بر آن ارائه دهد.

۲. استحکام خانواده در مواجهه با مسائل اخلاق مدرن

تحولات اخلاقی در جهان معاصر، با تغییر در بنیان‌های ارزشی همراه بوده است. اخلاق مدرن، برخلاف اخلاق سنتی اسلامی، در بسیاری از موارد مبتنی بر فردمحوری، نسبی‌گرایی ارزشی، نفی اقتدار سنتی و تجلیل از آزادی بی‌حدومرز است. این تحولات، مستقیماً نهاد خانواده را هدف قرار داده و آن را از یک ساختار مبتنی بر تعهد و تکلیف، به یک قرارداد عاطفی موقت تقلیل داده‌اند.

در این بستر، مفهوم استحکام خانواده که در آموزه‌های اسلامی به عنوان یک اصل اخلاقی فقهی معرفی شده، بیش از پیش نیازمند بازتعریف و نهادینه‌سازی در عرصه‌های اجتماعی، حقوقی و فرهنگی است.



۱.۲. فردگرایی و زوال مسئولیت‌پذیری خانوادگی

یکی از ویژگی‌های اخلاق مدرن، اصالت فرد و ترجیح خواست شخصی بر منافع جمعی یا خانوادگی است.

این رویکرد سبب شده مسئولیت‌پذیری در قبال همسر، فرزند و نهاد خانواده، به‌عنوان نوعی محدودیت در نظر گرفته شود. در مقابل، آموزه‌های فقه اسلامی، خانواده را محل مسئولیت متقابل می‌داند؛ چنان‌که در حدیثی آمده است: «كُلُّكُمْ رَاعٍ وَكُلُّكُمْ مَسْئُولٌ عَنْ رَعِيَّتِهِ» (نهج‌البلاغه، حکمت ۳۴۹).

فقه اسلامی در احکام مربوط به نفقه، حضانت و حقوق متقابل زوجین، بر مسئولیت‌های متقابل تأکید دارد، نه صرفاً حقوق فردی؛ بنابراین، اصل استحکام خانواده، در مواجهه با موج فردگرایی، ارزش مسئولیت‌پذیری را بازتعریف و نهادینه می‌سازد (مکارم شیرازی و علیان‌نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۷۰).

۲.۲. نسبی‌گرایی اخلاقی و بحران معیارها

نسبی‌گرایی اخلاقی که از مؤلفه‌های اخلاق پست‌مدرن است، قائل به نبود ارزش‌های ثابت و جهان‌شمول است. در این رویکرد، مفاهیمی مانند وفاداری زناشویی، حیا، قوامیت و نقش والدین، ساختارهایی کهنه و قابل بازنگری تلقی می‌شوند.

این نگاه اساساً پایه‌های استحکام خانواده را که بر ثبات ارزش‌ها استوار است، متزلزل می‌سازد. در مقابل، فقه اسلامی بر قواعدی پایدار و ارزش‌مدار در حوزه خانواده تأکید می‌کند. وفای به عهد^۱، وفاداری زناشویی و عدالت رفتاری، از جمله این اصول‌اند (کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۶۹)؛ بدین ترتیب، اصل استحکام خانواده در فقه، در مقابل اخلاق نسبی‌گرا، تکیه‌گاهی برای حفظ معیارهای اخلاقی قابل اعتماد ایجاد می‌کند.

۱. «أَوْفُوا بِالْعُقُودِ» (مانده، ۱).



۳.۲. تضعیف نقش‌های جنسیتی و سردرگمی کارکردی

یکی دیگر از نتایج اخلاق مدرن، ابهام در نقش‌های جنسیتی در خانواده است. گفتمان‌های افراطی دربارهٔ برابری جنسیتی، هرگونه تقسیم وظایف مبتنی بر تفاوت طبیعی و نقش اجتماعی را نفی می‌کنند؛ در نتیجه، روابط خانوادگی، به جای تکمیل نقش‌ها، به رقابت نقش‌ها تبدیل شده است.

فقه اسلامی، ضمن پذیرش اصل کرامت انسانی زن و مرد، به تفاوت نقش‌ها باور دارد. مسئولیت مالی مرد، تأکید بر عاطفهٔ مادری و مدیریت مشترک در خانواده، الگویی است که نه بر تبعیض، بلکه بر تکمیل و تعادل وظایف مبتنی است (حکمت‌نیا، ۱۳۹۹، ص ۶۸؛ طباطبایی، ۱۴۰۱، ص ۲۶۲). استحکام خانواده در این چهارچوب، نه با حذف نقش‌ها، بلکه با هماهنگی آن‌ها تضمین می‌شود.

۴.۲. بحران تعهد و افزایش طلاق

آمارهای رسمی در ایران نشان می‌دهد طلاق به یکی از مهم‌ترین تهدیدات نهاد خانواده تبدیل شده است. در سال ۱۴۰۰، از هر سه ازدواج، یکی به طلاق منجر شده است (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۱). این بحران، نه تنها یک مسئلهٔ حقوقی، بلکه یک مسئلهٔ اخلاقی و اجتماعی است؛ زیرا نشان‌دهندهٔ کاهش تعهد و صبر و تحمل در زندگی مشترک است.

در متون اسلامی، ازدواج، محبوب‌ترین بنا نزد خداوند معرفی شده است: «ما بُنِيَ فِي الْإِسْلَامِ بِنَاءً أَحَبُّ إِلَى اللَّهِ مِنَ التَّرْوِيجِ» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵: ص ۳۲۸) و طلاق، از اعمالی است که خشم الهی را در پی دارد: «أَبْغَضُ الْحَلَالِ إِلَى اللَّهِ الطَّلَاقُ» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵: ص ۲۵۰). اصل استحکام خانواده بر پایهٔ همین آموزه‌ها، تحمل، اصلاح و گفت‌وگو را به جای جدایی توصیه می‌کند.

حاصل آنکه در مواجهه با اخلاق مدرن که ساختار خانواده را متزلزل ساخته است، اصل استحکام خانواده در فقه اسلامی، نه تنها یک مبنای فقهی، بلکه راهبردی اخلاقی و



تمدنی برای بازسازی جامعه است. این اصل، مسئولیت پذیری، وفاداری، نقش پذیری و تعهد را به مثابه ارزش های بنیادین ترویج می دهد و در سیاست گذاری های فرهنگی و حقوقی می توان از آن بهره برداری کرد.

۳. مبنای فقهی اخلاقی اصل استحکام خانواده؛ از قاعده به سیاست راهبردی

در نظام فکری اسلام، اصول فقهی و اخلاقی، نه تنها در استنباط احکام فردی، بلکه در طراحی ساختارهای کلان اجتماعی نیز کاربرد دارند. اصل استحکام خانواده نیز از جمله مفاهیمی است که ظرفیت آن برای ایفای نقش راهبردی در نظام قانون گذاری، آموزش و سیاست فرهنگی، تاکنون کمتر به صورت منسجم تحلیل شده است. پرسش اساسی آن است که آیا استحکام خانواده می تواند از یک مفهوم اخلاقی فقهی، به سیاستی راهبردی در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران تبدیل شود؟ در این بخش تلاش می شود با استناد به منابع فقهی، مبانی نظری این امکان واکاوی گردد.

۳.۱. از توصیه اخلاقی تا قاعده فقهی

ممکن است عده ای استحکام خانواده را صرفاً توصیه ای اخلاقی یا هنجاری تلقی کنند؛ مانند رعایت محبت، گذشت یا صبر در روابط زوجین. باین حال، بازخوانی آموزه های فقهی نشان می دهد این مفهوم در بستر قواعد الزام آور حقوقی نیز قابل پیگیری است. قواعدی همچون «حرمة الإضرار»، «لزوم الوفاء بالعقود» و «اصل عدالت» همگی ابزارهایی برای تحقق استحکام خانواده اند (محقق داماد، ۱۳۹۷، ص ۹۵؛ مکارم شیرازی و علیان نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۷۸). در آیاتی نظیر ﴿وَعَاشِرُوهُنَّ بِالْمَعْرُوفِ﴾ (نساء، ۱۹) و ﴿إِمْسَاكُ بِمَعْرُوفٍ أَوْ تَسْرِخٍ بِإِحْسَانٍ﴾ (بقره، ۲۲۹) بر این قواعد تأکید شده است. این دستورات فراتر از اخلاق توصیه ای، جنبه الزامی یافته و مبنای قضاوت و الزام در احکام طلاق، نفقه و سوء معاشرت محسوب می شوند.



۳.۲. تبدیل اصل استحکام به سیاست اجتماعی

اگر اصل استحکام خانواده در فقه، کارکرد راهبردی داشته باشد، برای تبدیل شدن به یک «اصل سیاست گذار» نیز قابلیت دارد. در نظام های حقوقی مدرن، مفاهیمی همچون «اصل مصلحت کودک» یا «اصل برابری فرصت ها» به عنوان اصول فرابخشی مورد استفاده اند. مشابه این فرایند را می توان برای اصل استحکام خانواده نیز در نظر گرفت. حکمت نیا (۱۳۹۹، ص ۸۲) پیشنهاد می دهد در سیاست های حقوق خانواده باید از سطح قواعد فقهی به سمت تدوین اصول راهبردی حرکت کرد. این فرایند می تواند شامل موارد زیر باشد:

۱. الزام مشاوره قبل از طلاق؛
۲. آموزش های اجباری پیش از ازدواج؛
۳. جرم انگاری آسیب زننده به کیان خانواده (مانند ترک انفاق و خشونت های عاطفی)؛
۴. تدوین شاخص های استحکام خانواده در قانون گذاری فرهنگی.

۳.۳. مصادیق تحقق اصل استحکام در سیاست های حقوقی ایران

در دستورالعمل سیاست های کلی نظام خانواده (مصوب ۱۳۹۵/۰۹/۰۶ توسط رهبر معظم انقلاب اسلامی)، بندهایی مانند تقویت بنیان خانواده، بازتعریف نقش زن و مرد و ممانعت از فروپاشی خانواده، به صراحت به اصل استحکام ارجاع داده شده اند. این نشان می دهد ساختار کلان نظام جمهوری اسلامی ایران، اصل استحکام خانواده را به عنوان یک راهبرد سیاستی، به رسمیت شناخته است. در مواد متعددی از قانون مدنی و قانون حمایت خانواده نیز گرایش به حفظ پیوند زوجیت در اولویت قرار گرفته است؛ برای نمونه:

- ماده ۲۵ قانون حمایت خانواده (۱۳۹۱): الزام دادگاه به ارجاع زوجین به داوری؛
- ماده ۱۱۳۳ قانون مدنی: امکان محدود ساختن حق طلاق با شروط ضمن عقد؛
- ماده های ۱۱۰۲ و ۱۱۰۳ قانون مدنی: تأکید بر حسن معاشرت و همکاری زوجین.



این موارد نشان می‌دهند نظام حقوقی ایران، بدون تصریح به عنوان «اصل استحکام»، در عمل، بخشی از اقتضائات آن را در قانون‌گذاری لحاظ کرده است (کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۷۵).

۳.۴. لزوم ارتقای فقه خانواده به سطح اخلاق اجتماعی

اگر فقه خانواده صرفاً در محدوده احکام خصوصی باقی بماند، نمی‌تواند به تنهایی در برابر طوفان‌های اخلاق مدرن مقاومت کند. تبدیل اصل استحکام به اصل راهبردی، نیازمند عبور از سطح فردی به سطح اجتماعی است؛ یعنی نظام‌های آموزشی، رسانه‌ای و حقوقی باید هم‌زمان این اصل را بپذیرند. استاد مطهری در آثار خود بر پیوند فقه و اخلاق اجتماعی تأکید دارد و می‌نویسد: «اگر فقه، اخلاق را تنها در سطح فردی نگه دارد، کارآمدی اجتماعی خود را از دست می‌دهد» (مطهری، ۱۳۸۹، ص ۹۸). براین اساس، اصل استحکام باید به عنوان اخلاق اجتماعی نهادینه‌شده در نظام خانواده ایرانی تلقی شود، نه صرفاً توصیه‌ای فردی.

حاصل آنکه بررسی مبانی فقهی اصل استحکام خانواده نشان می‌دهد این اصل، هم در عرصه قواعد فقهی و هم در حوزه اخلاق کاربردی، ظرفیت نهادینه‌شدن به عنوان یک سیاست راهبردی را دارد.

ارتقای جایگاه این اصل از سطح توصیه به سیاست، نیازمند بازطراحی نظام‌های آموزشی، حقوقی و فرهنگی با محوریت خانواده است. در گام بعدی، الگوی پیشنهادی برای این نهادینه‌سازی ارائه می‌شود.

۴. الگوی اخلاقی کاربردی برای بازآفرینی خانواده براساس اصل استحکام

پس از تحلیل چستی اصل استحکام خانواده و بررسی جایگاه آن در مواجهه با مسائل اخلاق مدرن، اکنون باید به مرحله طراحی یک الگوی اخلاقی کاربردی برسیم؛ الگویی



که با تکیه بر مبانی فقهی، ظرفیت حقوقی و واقعیت‌های اجتماعی معاصر، به بازآفرینی نهاد خانواده و مقابله با فروپاشی اخلاقی کمک کند. در این بخش، الگویی ارائه می‌شود که سه سطح اساسی را در نظر دارد:

۱. سطح فقهی اصولی (برای اجتهاد و استنباط)؛
۲. سطح حقوقی اجرایی (برای قانون‌گذاری و نهادسازی)؛
۳. سطح اخلاقی فرهنگی (برای سیاست‌گذاری اجتماعی).

۴. ۱. سطح فقهی اصولی: بازشناسی استحکام به مثابه اصل حاکم

در نظام اصول فقه، اصولی همچون عدالت، کرامت انسان، مصلحت و رفع حرج، به عنوان اصول حاکم بر استنباط احکام شناخته می‌شوند. پیشنهاد این مقاله، قرار گرفتن اصل استحکام خانواده در کنار این اصول حاکم است.

ویژگی‌های فقهی این اصل:

۱. دارای پشتوانه قرآنی (روم، ۲۱؛ نساء، ۱۹؛ بقره، ۲۲۹)؛
 ۲. قابل تعمیم به ابواب مختلف فقهی شامل نکاح، طلاق، نفقه و قضا؛
 ۳. واجد ظرفیت تأسیسی در اجتهاد متناسب با نیاز روز.
- نمونه: قاعده وفای به عهد در شروط ضمن عقد ازدواج، در پرتو اصل استحکام می‌تواند گسترش یابد و تعهدهای جدیدی مانند وفاداری عاطفی یا احترام متقابل نیز واجد الزام شرعی شود (محقق داماد، ۱۳۹۷، ص ۱۰۱).

۴. ۲. سطح حقوقی اجرایی: ترجمه اصل استحکام به سیاست‌های الزام‌آور

در این سطح، اصل استحکام باید از طریق نهادسازی و اصلاح قوانین به مرحله اجرا برسد.



پیشنهادهای عملی:

الف) ایجاد نهاد مشاوره اجباری با رویکرد دینی روانی پیش از طلاق: بسیاری از طلاق‌ها ناشی از اختلافات غیربنیادین هستند. الزام مراجعه به نهادهای مشاوره معتبر با رویکرد دینی می‌تواند ضریب بازگشت به زندگی مشترک را افزایش دهد (کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۸۳)؛

ب) تدوین منشور استحکام خانواده در قالب سند ملی: همانند «منشور حقوق شهروندی»، دولت می‌تواند با همکاری حوزه علمی و دانشگاه‌ها، «منشور استحکام خانواده» را تدوین کند؛ به گونه‌ای که این منشور دربردارنده وظایف، هنجارها و ارزش‌های مشترک باشد.

ج) افزودن بندهای حمایتی در قانون مدنی و قانون حمایت خانواده: شامل مواردی نظیر حمایت از مادران خانه‌دار، عدالت جنسیتی غیرتقابلی، ارتقای ضمانت اجرایی برای ترک مسئولیت‌های خانوادگی.

د) سیاست‌های پیشگیرانه رسانه‌ای: بازنمایی خانواده مستحکم در سریال‌ها، مستندها، پویانمایی‌ها و کتاب‌های درسی باید در اولویت قرار گیرد. رسانه‌ها نقش مهمی در نهادینه‌سازی اصل استحکام دارند (حکمت‌نیا، ۱۳۹۹، ص ۹۴).

۳.۴. سطح اخلاقی فرهنگی: استحکام به عنوان هنجار عمومی

از منظر اخلاق کاربردی، استحکام باید به یک هنجار اجتماعی پذیرفته شده تبدیل شود. این امر از طریق ابزارهایی همچون نظام آموزشی، خطبه‌های نماز جمعه، مشاوره‌های قبل از ازدواج و تبلیغ دینی ممکن است.

پیشنهادهای فرهنگی:

۱. گنجاندن درس «اخلاق خانواده اسلامی» در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها؛



۲. آموزش مهارت‌های ارتباطی به زوجین در مراکز مشاوره؛
 ۳. فعال‌سازی ظرفیت ائمه جماعات و مربیان پرورشی در ترویج این اصل؛
 ۴. تبیین استحکام خانواده در برنامه‌های گفت‌وگو محور تلویزیونی.
 همه این اقدامات به تقویت نقش اخلاق در تثبیت نظام خانواده می‌انجامد و در نهایت، اخلاق اسلامی را از سطح تجرید به عرصه کاربرد اجتماعی می‌کشاند.
 حاصل آنکه الگوی اخلاقی کاربردی پیشنهادی برای احیای اصل استحکام خانواده، تلاشی است برای پیوند دادن متن با واقعیت؛ یعنی استفاده از منابع اصیل اسلامی برای حل یکی از بحرانی‌ترین مسائل اجتماعی روز: فروپاشی خانواده. این الگو اگر در سطوح سه‌گانه فقه، قانون و فرهنگ به‌درستی طراحی و اجرا شود، می‌تواند به تقویت نظام اخلاقی جامعه ایرانی و صیانت از خانواده، به‌عنوان سنگ بنای تمدن اسلامی، کمک شایانی کند.

۵. نقش اخلاقی اصل استحکام خانواده در اندیشه متفکران اسلامی معاصر
 یکی از ابعاد مهم در بررسی اصول اخلاقی فقهی در نظام اسلامی، بازتاب این اصول در آثار متفکران معاصر است. اصل استحکام خانواده، اگرچه به‌صراحت در منابع اولیه با این عنوان مطرح نشده، اما محتوای آن در گفتار و نوشتار اندیشمندان بزرگ اسلامی به‌وضوح انعکاس یافته است. در این بخش، دیدگاه چند تن از برجسته‌ترین متفکران شیعه در عصر حاضر بررسی می‌شود تا روشن گردد این اصل چگونه به‌عنوان یک مبنای بنیادین اخلاق اجتماعی و سیاست‌گذاری خانواده مطرح بوده است.

۵. ۱. شهید مرتضی مطهری؛ استحکام خانواده، ستون اخلاقی جامعه اسلامی
 استاد شهید مطهری، در آثار خود، به‌ویژه در کتاب *نظام حقوق زن در اسلام*، خانواده را نهاد پایه‌ای برای بقای جامعه می‌داند. وی معتقد است «نظام خانواده، نظامی است که اگر



سست شود، جامعه از درون متلاشی می‌گردد. استحکام خانواده، نه تنها یک مسئله عاطفی، بلکه یک ضرورت تمدنی است» (مطهری، ۱۳۸۹، ص ۹۱).

وی همچنین از تفاوت طبیعی نقش‌ها و ضرورت وفاداری و تعهد متقابل در خانواده دفاع می‌کند و معتقد است بی‌توجهی به این موارد، پایه‌های اخلاق عمومی را سست می‌کند (همان، ص ۱۰۳).

۵. ۲. علامه طباطبایی؛ خانواده، تجلیگاه سکینه و رحمت الهی در اخلاق اسلامی

در تفسیر المیزان، علامه طباطبایی ضمن تفسیر آیه ۲۱ سوره روم، بر این باور است که مودت و رحمت الهی در بستر خانواده متجلی می‌شود. او می‌نویسد: «خانواده سکونت‌گاه روحی انسان است و جز در سایه حفظ استحکام آن، این آرامش و رحمت تحقق نمی‌یابد» (طباطبایی، ۱۴۰۱، ج ۱۶: ص ۳۴۵).

علامه بر این نکته تأکید دارد که کارکردهای اخلاقی خانواده، از سنخ روابط قراردادی نیست، بلکه اصول فطری بر آن حاکم است که باید حفظ شود.

۵. ۳. امام خمینی؛ احیای خانواده، پایه اخلاقی تحقق حکومت اسلامی

امام خمینی رحمته الله علیه در بیانات و نامه‌های خود، خانواده را هسته مرکزی اصلاح جامعه می‌دانستند. در وصیت‌نامه الهی سیاسی ایشان آمده است: «از دامن زن، مرد به معراج می‌رود... صلاح و فساد یک ملت، از صلاح و فساد زن در خانواده آغاز می‌شود» (امام خمینی، ۱۳۶۸، ص ۸).

امام، خانواده را نه تنها نهادی خصوصی، بلکه نهادی با پیامدهای عمیق اجتماعی می‌دانست و بر سیاست‌گذاری برای استحکام آن تأکید داشت. او معتقد بود ارزش‌های اسلامی تنها زمانی پایدار می‌مانند که از طریق خانواده منتقل و تثبیت شوند.



۵. ۴. آیت الله مکارم شیرازی؛ اصل استحکام، راهبرد فقهی اخلاقی در جامعه

آیت الله مکارم در آثار فقهی خود، به ویژه در کتاب/ احکام خانواده در پرتو فقه اسلامی، پیوسته بر لزوم رعایت عدالت، حسن معاشرت، پرهیز از طلاق عجولانه و تقویت بنیادهای عاطفی تأکید دارد. او معتقد است «اگر اصل بر استحکام خانواده باشد، باید در همه احکام، از عقد تا طلاق، این اصل رعایت شود» (مکارم شیرازی و علیان نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۵۷).

آیت الله مکارم، به صراحت از اصل استحکام خانواده به عنوان معیار فقهی یاد می کند که باید در سیاست گذاری ها مدنظر باشد.

حاصل آنکه بررسی اندیشه متفکران اسلامی معاصر نشان می دهد اصل استحکام خانواده، نه تنها یک ضرورت اخلاقی، بلکه یک راهبرد تمدن ساز در اندیشه اسلامی است. این اصل از نظر آنان، ضامن انتقال ارزش های دینی، سامان دهنده روابط اجتماعی و پشتوانه تربیت اخلاقی نسل آینده است. این اندیشمندان بر این نکته اتفاق نظر دارند که بدون حفظ خانواده، هیچ گونه اصلاح اجتماعی و اخلاقی پایدار نخواهد بود.

۶. بررسی تطبیقی اصل استحکام خانواده در اسناد بین المللی و حقوق اسلامی از

منظر اخلاقی

در روزگاری که نهاد خانواده در بسیاری از جوامع در معرض فروپاشی است، توجه به رویکرد نظام های حقوقی و اسناد بین المللی در قبال خانواده، اهمیت بسزایی دارد. هر چند بسیاری از این اسناد از عباراتی همچون «حقوق خانواده»، «مصلحت کودک» و «برابری جنسیتی» بهره برده اند، مفهوم جامع و اخلاق محور «استحکام خانواده» کمتر به صراحت در آنها دیده می شود. در این بخش تلاش می شود با مقایسه دیدگاه اخلاقی اسلام و برخی از اسناد بین المللی، ظرفیت های فقه اسلامی برای بازآفرینی یک نظام اخلاقی مبتنی بر استحکام خانواده بررسی گردد.



۶. ۱. رویکرد اخلاقی اسناد بین‌المللی به خانواده: تأکید بر فردگرایی

از مهم‌ترین اسناد بین‌المللی قابل بررسی می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. اعلامیه جهانی حقوق بشر^۱ مصوب ۱۹۴۸: ماده ۱۶ این سند، خانواده را واحد طبیعی و اساسی جامعه می‌داند که باید مورد حمایت قرار گیرد؛
 ۲. کنوانسیون حقوق کودک^۲ مصوب ۱۹۸۹: بر اهمیت محیط خانوادگی و مسئولیت والدین در تربیت کودک تأکید دارد (مواد ۵ و ۱۸)؛
 ۳. اهداف توسعه پایدار^۳ مصوب ۲۰۱۵ (سازمان ملل): هدف پنجم این سند، بر برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان تأکید دارد که اگرچه در ظاهر به عدالت خانوادگی کمک می‌کند، در عمل، گاه موجب ابهام در نقش‌های خانوادگی می‌شود.
- در اغلب این اسناد، خانواده بیش از آنکه به عنوان یک نهاد اخلاقی پایدار دیده شود، به صورت ساختاری تابع انتخاب فردی تعریف شده است و الزام اخلاقی در آن کم‌رنگ است (بک و بک-گرنهایم، ۱۳۸۱، ۱۰۴).

۶. ۲. رویکرد اخلاقی حقوق اسلامی: تأکید بر تعهدات متقابل و پایدار

در نظام حقوقی اسلام، خانواده نه یک قرارداد قابل فسخ صرف، بلکه نهادی با ابعاد ایمانی، عاطفی، اخلاقی و حقوقی است. ازدواج با صیغه عقد آغاز می‌شود و طلاق در شرع، آخرین راهکار پس از ناتوانی کامل در اصلاح روابط معرفی شده است. این نگاه از نظر فقه اسلامی، بر سه اصل استوار است:

۱. اصل وفاداری (المعروف، الرحمة، العهد)؛
۲. اصل قوامیت متقابل (نقش مکمل زن و مرد، نه متقابل)؛

1. UDHR.
2. CRC.
3. SDGs.



۳. اصل مصلحت خانواده به مثابه کل واحد: در فقه شیعه، قواعدی نظیر «لاضرر»، «وفای به عهد»، «حسن معاشرت» و «اصل تعاون» مستقیماً ناظر به استحکام روابط خانوادگی هستند (محقق داماد، ۱۳۹۷، ص ۱۰۵؛ کاتوزیان، ۱۳۹۵، ص ۶۵).

۳.۶. تمایز رویکرد اخلاقی: وظیفه محوری در اسلام، حق محوری در غرب

یکی از تفاوت‌های بنیادین، جایگاه تکلیف اخلاقی در خانواده است. در حقوق بین‌الملل مدرن، بیشترین تأکید بر حقوق فردی و انتخاب آزادانه است، در حالی که فقه اسلامی، بر تعهد متقابل، گذشت و همدلی در مقابله با مشکلات تأکید دارد؛ برای نمونه، در کنوانسیون حقوق کودک، تأکید بر آزادی کودک و استقلال او از والدین دیده می‌شود؛ ولی در اسلام، هدایت اخلاقی فرزند در چهارچوب استحکام خانواده، یک وظیفه والدینی تعریف شده است (لقمان، ۱۳-۱۹).

۴.۶. نقد و جمع‌بندی تطبیقی از منظر اخلاقی

با وجود تلاش اسناد بین‌المللی در حمایت از نهاد خانواده، نگاه آن‌ها عمدتاً فردمحور، نسبی‌گرا و غیرمتعهدانه است. این در حالی است که حقوق اسلامی، ضمن به رسمیت شناختن ارزش‌های فردی، بنیان خانواده را بر تعهد اخلاقی پایدار استوار می‌سازد و اصل استحکام را نه تنها در سطح روابط زوجین، بلکه در کل نظام اجتماعی جاری می‌سازد؛ در نتیجه، حقوق اسلامی با تکیه بر اصل استحکام خانواده، ظرفیت ارائه الگویی برتر را در اخلاق کاربردی دارد؛ الگویی که در توازن میان حق و وظیفه، آزادی و مسئولیت و فرد و جمع طراحی شده است.

۷. بایسته‌های نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده در نظام اخلاق کاربردی جمهوری اسلامی ایران

نظام اخلاق کاربردی تنها در سطح تحلیل مفاهیم باقی نمی‌ماند، بلکه رسالت اصلی آن، طراحی ساختارهای نهادینه و فرایندهای اجرایی برای تحقق ارزش‌های اخلاقی در متن جامعه است. از همین رو، اگر اصل استحکام خانواده، آن‌گونه که در بخش‌های پیشین تبیین شد، واجد جایگاه اصولی در فقه اسلامی و نقش بنیادین در مواجهه با چالش‌های اخلاقی معاصر است، ضروری است به‌صورت نظام‌مند در ساختارهای کلان کشور نهادینه گردد. در این بخش، مهم‌ترین بایسته‌ها، الزامات، فرصت‌ها و موانع نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده در نظام جمهوری اسلامی ایران بررسی می‌شود.

۷.۱. ضرورت گفتمان‌سازی و اجماع‌نخبگانی درباره اصل استحکام

هرگونه نهادینه‌سازی، مستلزم اجماع در سطح نخبگان دینی، حقوقی، فرهنگی و رسانه‌ای است. در حال حاضر، با وجود تأکید مقام معظم رهبری در سیاست‌های کلی خانواده (۱۳۹۵)، هنوز در سطح نخبگانی، گفتمان مؤثری درباره اصل استحکام خانواده، به‌مثابه یک اصل سیاست‌گذار، شکل نگرفته است. در اینجا پیشنهاد می‌شود دو مورد زیر اجرایی شود:

۱. تشکیل «کارگروه ملی استحکام خانواده» با حضور نمایندگان حوزه، دانشگاه، شورای نگهبان، قوه قضائیه و نهادهای فرهنگی؛
۲. تدوین «اسناد بالادستی تفسیرگر» برای عملیاتی‌سازی بندهای سیاست‌های کلی خانواده.

۷.۲. بازنگری در محتوای آموزشی نظام رسمی و عمومی

نظام آموزشی فعلی، از پیش‌دبستانی تا دانشگاه، از ساختار منسجم برای تربیت اخلاقی خانواده‌محور بی‌بهره است.



بسیاری از دروس اخلاق، جنبه نظری دارند و به مهارت‌های زندگی خانوادگی، گفت‌وگوی مؤثر، وفاداری، رفع تعارضات و مسئولیت‌پذیری نمی‌پردازند. برای اصلاح این نظام آموزشی راهکارهای زیر ارائه می‌شود:

۱. طراحی درس «اخلاق خانواده اسلامی» برای مقاطع دبیرستان و دانشگاه؛
۲. گنجاندن سرفصل‌های مربوط به اصل استحکام در رشته‌های حقوق، علوم تربیتی، روان‌شناسی و فقه؛
۳. تربیت مربیان اخلاق خانواده در حوزه و دانشگاه.

۳.۷. تبدیل اصل استحکام به شاخص در ارزیابی سیاست‌ها و برنامه‌ها

اصل استحکام خانواده باید به شاخصی برای ارزیابی قوانین، طرح‌های فرهنگی، محتوای رسانه‌ای و عملکرد نهادها تبدیل شود. همان‌گونه که اصل «عدالت» یا «مصلحت کودک»، به‌عنوان شاخص ارزیابی در حقوق و آموزش، به کار می‌روند، اصل استحکام نیز می‌تواند نقش محوری ایفا کند.

نمونه‌های عملیاتی:

۱. اعمال شاخص استحکام در ممیزی فیلمنامه‌ها و برنامه‌های صداوسیما؛
۲. سنجش تأثیرات خانوادگی سیاست‌های اشتغال، مسکن و آموزش؛
۳. تدوین شاخص‌های ملی استحکام خانواده در مرکز آمار ایران.

۴.۷. فعال‌سازی ظرفیت فقه اجتماعی در اجتهاد تمدنی

یکی از موانع نهادینه‌سازی اصل استحکام، محدود ماندن نگاه فقهی به سطح احکام فردی است. این در حالی است که فقه اجتماعی، ظرفیت آن را دارد که اصولی همچون عدالت، کرامت و استحکام را به سطح سیاست‌گذاری کلان ارتقا دهد (حکمت‌نیا، ۱۳۹۹، ص ۱۰۲). بدین منظور موارد زیر پیشنهاد می‌شود:



۱. تشویق پایان‌نامه‌ها و تحقیقات حوزه‌های علمیه در موضوع فقه خانواده با رویکرد سیاست‌گذاری؛
 ۲. ورود فقه حکومتی به عرصه تحکیم خانواده و ارائه فتاوی مبتنی بر حفظ بنیان خانواده در شرایط بحرانی؛
 ۳. توسعه دروس «فقه نظام خانواده» در حوزه‌های تخصصی.
- فقه اجتماعی، به‌عنوان یک رویکرد نوین در حوزه فقه، این قابلیت را دارد که اصول فقهی را از سطح فردی به سطح اجتماعی و سیاسی ارتقا دهد. در زمینه استحکام خانواده، فقه اجتماعی می‌تواند نقش کلیدی در طراحی سیاست‌های کلان ایفا کند؛ به‌طور مثال:
- تدوین فتاوی اجتماعی برای کاهش طلاق: فقه اجتماعی می‌تواند با استناد به قواعد فقهی مانند «لا ضرر» و «مصلحت عمومی»، فتوایی ارائه دهد که فرایند طلاق را با الزام به مشاوره‌های دینی‌روانی و میانجی‌گری قضایی دشوارتر کند تا از تصمیمات عجولانه جلوگیری شود (مکارم شیرازی و علیان‌نژاد، ۱۳۹۳، ص ۱۷۰)؛
- طراحی سیاست‌های حمایتی برای خانواده‌های کم‌درآمد: فقه اجتماعی می‌تواند با بهره‌گیری از اصل «تعاون» (نهج‌البلاغه، حکمت ۳۴۹)، سیاست‌هایی مانند تخصیص یارانه‌های هدفمند برای تأمین مسکن یا معیشت خانواده‌های جوان را پیشنهاد دهد تا فشارهای اقتصادی، استحکام خانواده را تهدید نکند؛
- ایجاد نظام‌های آموزشی مبتنی بر فقه خانواده: توسعه برنامه‌های آموزشی در حوزه‌های علمیه که بر مهارت‌های خانوادگی مانند حل تعارض و تقویت مودت تمرکز دارند، می‌تواند به تربیت روحانیونی منجر شود که در مساجد و جوامع محلی، نقش مشاوران دینی خانواده را ایفا کنند (مصطفوی، ۱۳۹۴، ص ۲۰۲).
- نتیجه اینکه فعال‌سازی ظرفیت فقه اجتماعی و فقه حکومتی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده داشته باشد. این رویکرد نه تنها به

تقویت بنیان خانواده در سطح فردی کمک می‌کند، بلکه سیاست‌های کلان را نیز در جهت حفظ خانواده هدایت می‌کند.





نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با تمرکز بر اصل استحکام خانواده، در پی آن بود که این مفهوم بنیادین را از سطح توصیه‌های اخلاقی فردی فراتر برده و جایگاه آن را به‌عنوان یک اصل فقهی، اخلاقی و سیاست‌گذار در نظام اسلامی تبیین کند. تحلیل مفهومی نشان داد استحکام خانواده، نه صرفاً یک مؤلفه فرهنگی، بلکه یک ساختار معرفتی و هنجاری است که در سرتاسر نظام فقهی اسلام، از نکاح تا طلاق، جاری است.

در تحلیل تقابلی با مسائل اخلاق مدرن، از جمله فردگرایی افراطی، نسبی‌گرایی اخلاقی، بحران نقش‌های جنسیتی و طلاق آسان، روشن شد که فقه اسلامی، ظرفیت فوق‌العاده‌ای در بازآفرینی نهاد خانواده دارد؛ ظرفیتی که بر مبنای تعهد، وفاداری، عدالت و انسجام اخلاقی شکل گرفته است و خانواده را به‌مثابه نهادی اخلاقی، مسئولانه و پایدار تعریف می‌کند.

در مقابل، رویکردهای وظیفه‌گرایز اسناد بین‌المللی، بر حق انتخاب فردی بدون الزام به مسئولیت تأکید دارند.

بررسی اندیشه متفکران معاصر اسلامی نشان داد اصل استحکام خانواده، به‌عنوان ستون نظام اخلاق اسلامی، مورد تأکید بوده است. در نگاه این متفکران، فروپاشی خانواده با فروپاشی اخلاق عمومی و انحطاط جامعه برابر است و احیای خانواده، احیای تمدن دینی تلقی می‌شود.

پژوهش حاضر، با ارائه الگویی سه‌لایه (فقهی، حقوقی، فرهنگی)، راهکارهایی عملی برای نهادینه‌سازی اصل استحکام خانواده در حوزه‌های قانون‌گذاری، آموزش و رسانه پیشنهاد کرد. نوآوری این پژوهش در تبیین نظریه‌مند اصل استحکام خانواده، به‌عنوان یک اصل راهبردی در سیاست‌گذاری اجتماعی و نشان‌دادن قابلیت آن برای مقابله با مسائل اخلاق مدرن است.

در پایان، تأکید می‌شود که نهاد خانواده، به‌عنوان نخستین سنگ بنای تمدن اخلاقی در نظام ارزشی اسلام، نیازمند احیای اصل استحکام است. این احیا، گامی بنیادین در بازسازی هویت دینی، حفظ اخلاق اجتماعی و تحکیم فرهنگ اسلامی ایرانی خواهد بود.





فهرست منابع

* قرآن کریم.

* نهج البلاغه.

امام خمینی (۱۳۶۸)، وصیت‌نامه الهی سیاسی امام خمینی علیه السلام، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام.

بک، اولریش و الیزابت بک- گرنهایم (۱۳۸۱)، فردی شدن: فردیت نهاده شده و پیامدهای اجتماعی و سیاسی آن (مترجم محسن ثلاثی)، تهران: ثالث.

تیلور، چارلز (۱۳۹۴)، سرچشمه‌های خود: هویت مدرن چگونه شکل گرفت؟ (مترجم احمد تدین)، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.

حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق)، وسائل الشیعة إلى تحصیل مسائل الشریعة، قم: مؤسسه آل البيت عليهم السلام لإحياء التراث.

حکمت‌نیا، مهدی (۱۳۹۹)، حقوق زن و خانواده، تهران: سمت.

دستورالعمل سیاست‌های کلی نظام خانواده (۱۳۹۵)، ابلاغیه مقام معظم رهبری، ۹ شهریور ۱۳۹۵.

طباطبایی، سید محمد حسین (۱۴۰۱)، تفسیر المیزان، قم: مؤسسه ترجمه و نشر اسلامی.

کاتوزیان، ناصر (۱۳۹۵)، حقوق خانواده، تهران: میزان.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق)، الکافی، (تصحیح و تعلیق علی اکبر غفاری و محمد آخوندی)، تهران: دار الکتب الاسلامیه.

محقق داماد، مصطفی (۱۳۹۷)، قواعد فقه، قم: مرکز نشر علوم اسلامی.

مرکز آمار ایران، (۱۴۰۱)، گزارش وضعیت ازدواج و طلاق در کشور، تهران: مرکز آمار ایران.

مصطفوی، سید جواد (۱۳۹۴)، بهشت خانواده، تهران: مؤسسه فرهنگی مشعر.
مطهری، مرتضی (۱۳۸۹)، نظام حقوق زن در اسلام، تهران: صدرا.
مکارم شیرازی، ناصر و حسن علیان‌نژاد (۱۳۹۳)، احکام خانواده در پرتو فقه اسلامی، قم:
انتشارات امام علی (علیه السلام).



Editorial Board (in alphabetical order):

Alizadeh, Mahdi

Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy

Azarbayjani, Masoud

Associate Professor of the Institute of Hawzah and University

Diba, Hossein

Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy

Safouraie Parizi, Mohammad Mahdi

Associate Professor at the Higher Education Complex of Islamic
Humanities, Al-Mustafa International University

Habibollahi, Mahdi

Assistant Professor of Bagher-'Oloom University

Hadi, Asghar

Assistant Professor of the Islamic Science and Culture Academy

Salarifar, Mohammadreza

Assistant Professor of the Institute of Hawzah and University

The Reviewers of this Issue:

Ghodratollah Momeni, Seyyed Ruhollah Mousavizadeh, Sayyed Hasan
Eslami Ardakani, Asghar Hadi, Ali Shiri Shirvani, Hossein Diba,
Mohammad Reza Salarifar, Sayyed Mahdi Soltani Renani, Mahdi
Habibollahi, Hassan Serajzadeh, Sayyed Mohammad Kazemi
Ghahfarokhi, Mohammad Sanagouizadeh, Razieh Yousef Boroujerdi,
Faizeh Taghipour



Islamic Sciences and Culture Academy
Institute of Family and Theology

Journal in Applied Ethics Studies
Vol. 15, No. 4, Winter 2026
(82)

Publisher: Islamic Preaching Office of the Qom Islamic Seminary

Editor-in-Chief:
Ahmadian, Abdorrasool

Managing Editor
Hadi, Asghar

Executive Director
Khani, Saeed

Tel: 031-32344410 (EX7321) PO Box: 81465-697 Fax: 031-32208005

Jf.isca.ac.ir • akhlagh@dte.ir



