

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## فهرست مقالات

- ۳ ..... بررسی نهادها، ابزارها و تکنیک‌های تبلیغی پیامبر ﷺ / سعید رضا عاملی، سیده مریم موسویان
- ۳۹ ..... رسالت حوزه علمیه در تبیین فلسفه سیاسی اسلام / علی اکبر نوایی
- ۶۹ ..... بررسی بایسته‌های امر به معروف و نهی از منکر در فضای حقیقی و مجازی / محمد حسین پژوهنده
- ۹۵ ..... هوش معنوی از نگاه اسلام و مکاتب غربی / میکائیل زارعی، وحید حاجیلو
- حمایت از تولیدات ملی و قاعده نفی سیل
- ۱۲۹ ..... / فهیمه یزدانی، علی جلائیان اکبرنیا، قاسم جعفری، علیرضا پور بافرانی
- ۱۴۹ ..... عزت نفس و آثار تربیتی آن از دیدگاه قرآن و احادیث / محمد رضا نیلی، حسین نظری، ستاره موسوی
- ۱۷۷ ..... ریشه‌یابی گرایش به تنوع‌طلبی در جامعه اسلامی و غربی / علی عطافر، احسان نامدار جویمی
- ۲۳۶ ..... ترجمه انگلیسی (Abstracts) / علی برهان زهی

## راهنمای تدوین و ارسال مقالات

۱. مقالات ارسالی نباید اینترنتی باشد، یا قبلاً در نشریه دیگری چاپ شده و یا برای نشریه دیگری ارسال شده باشد.
  ۲. رعایت دستور خط فارسی مصوب فرهنگستان زبان و ادبیات فارسی الزامی است.
  ۳. حجم مقاله از ۲۵ صفحه تا ۲۵۰ کلمه‌ای بیشتر نباشد.
  ۴. حق رد یا قبول و ویراستاری مقالات برای فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی محفوظ است.
  ۵. مسؤلیت مطالب هر مقاله به عهده نویسنده آن و صرفاً بیان‌گر دیدگاه خود اوست.
  ۶. حق چاپ مقاله پس از پذیرش برای فصلنامه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی محفوظ خواهد بود و هرگونه چاپ و تکثیر منوط به اجازه کتبی سردبیر می‌باشد.
  ۷. جهت تسریع در امر بررسی مقالات ضروری است که نویسندگان محترم همراه مقاله نامه‌ای جداگانه حاوی تقاضای بررسی، نام و نام خانوادگی، نشانه پستی، شماره تلفن و پست الکترونیکی خود ارسال نمایند.
  ۸. مقاله باید تحت برنامه word و مطابق با معیارهای مندرج در این راهنما باشد.
  ۹. مقالات ارسالی، از حیث ساختار لازم است مشتمل بر بخش‌های زیر باشد:
    - الف - چکیده فارسی: حداکثر مشتمل بر ۲۵۰ واژه و چکیده انگلیسی آن به همین مقدار.
    - ب - واژگان کلیدی و معادل انگلیسی آنها حداکثر ۱۰ واژه.
    - ج - مقدمه و نتیجه‌گیری.
    - د - پی‌نوشت‌ها: توضیحات بیشتر، از جمله معادل خارجی اسامی و اصطلاحات مهم یا مهجور، با عنوان «پی‌نوشت‌ها»، در انتهای مقاله آورده شود.
    - ه - کتابنامه: فهرست الفبایی منابع فارسی و غیر فارسی در پایان مقاله، به طور جداگانه و با رعایت قالب‌بندی زیر آورده شود.  
کتاب: نام خانوادگی، نام مؤلف (تاریخ چاپ)، نام کتاب، نام مترجم، محل انتشار، نام ناشر، شماره چاپ، شماره جلد.  
مثال: هارت ناک، یوستوس (۱۳۵۱)، ویتگنشتاین، ترجمه منوچهر بزرگمهر، تهران: انتشارات خوارزمی
- Nozick, Robert (1981), *philosophical Explanation*, Oxford University Press.
- مقاله: نام خانوادگی مؤلف، نام مؤلف (سال انتشار)، «عنوان مقاله»، نام نشریه، شماره نشریه.  
مثال: علیزاده، بیوک (۱۳۸۲)، «فلسفه تطبیقی، مفهوم و قلمرو آن»، نامه حکمت، ش ۱.
۱۰. نحوه ارجاع داخل متن: برای ارجاع دادن به منابع و مآخذ در متن مقاله، مشخصات منبع و مآخذ، در درون پرانتز، به صورت زیر، آورده شود:
    - الف - منابع فارسی: (نام خانوادگی مؤلف، سال نشر، صفحه).  
مثال: (مطهری، ۱۳۶۱، ۹۵)
    - ب - منابع لاتین: (صفحه، سال نشر، نام خانوادگی مؤلف).  
مثال: (Plantinga, 1998, 71)
- اگر از یک نویسنده، در یک سال، بیش از یک اثر انتشار یافته باشد، با ذکر حروف الفبا پس از سال انتشار از یکدیگر متمایز شوند.
۱۱. ارسال و دریافت مقالات صرفاً از طریق سامانه مدیریت نشریات به نشانی [www.razavi.ac.ir](http://www.razavi.ac.ir) انجام می‌گیرد.
  ۱۲. ارتباط با مدیریت مجله از طریق رایانامه [ISS@razavi.ac.ir](mailto:ISS@razavi.ac.ir) امکان‌پذیر است.

## بررسی نهادها، ابزارها و تکنیک‌های تبلیغی پیامبر ﷺ\*

سعید رضا عاملی<sup>۱</sup>

سیده مریم موسویان<sup>۲</sup>

### چکیده

برای رساندن پیام الهی اولین و اصلی‌ترین هدف پیامبران به ویژه پیامبر اسلام ﷺ، تبلیغ بوده است. مقاله حاضر می‌کوشد تا با استفاده از روش اسنادی به این سؤال پاسخ دهد که چگونه پیامبر توانست در فرصتی محدود و با امکانات ارتباطی ناچیز چنان تحولی در مردم به وجود آورد که پس از مدتی جامعه‌ای کاملاً متفاوت با آنچه پیش از آن بوده به وجود آید. فرضیه پژوهش این است که پیامبر با استفاده از راه‌کارهای خاص تبلیغی و استفاده از تکنیک‌های ارتباط اثربخش توانست به این مهم نایل گردد. در واقع فرضیه پژوهش به این امر می‌پردازد که استفاده از شیوه‌های تبلیغی کارآمد و مؤثر در امر تبلیغ، مهم‌ترین رمز پیروزی یک جریان تبلیغی است؛ به طوری که می‌توان میزان و درجه موفقیت یک مبلغ را از روی شیوه‌های تبلیغی استفاده شده از طرف او تعیین کرد. پیامبر ﷺ نیز در سیره تبلیغی‌شان از روش‌های متنوعی بهره برده‌اند که می‌توان گفت تأثیر ژرف و گسترده حضرت در امر

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۲۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۰۵.

۱. استاد ارتباطات دانشگاه تهران

۲. کارشناس ارشد ارتباطات دانشگاه تهران (نویسنده مسؤل)

maryammousavian65@gmail.com

هدایت بشر، رابطه مستقیم با این گونه شیوه‌ها دارد. ضرورت پرداختن به این پژوهش نیز مطالعه نظام ارتباطی و تبلیغی پیامبر ﷺ، جهت تبلیغ صحیح دین اسلام است، به این معنا که حضرت رسول ﷺ به لحاظ مقتضیات زمان و مکان، چه روش‌های تبلیغی و شیوه‌های ارتباطی مؤثری برای پیشبرد اهداف اسلام در پیش می‌گرفتند.

واژگان کلیدی: ارتباطات، تبلیغات، ارتباطات اسلامی، پیامبر.

## مقدمه

دین اسلام برای ورود به زندگی مردم و آشنا شدن مردم با آن، نیاز به نشر و تبلیغ دارد. این دین از آغاز تاکنون از انواع رسانه‌ها در جهت انتشار و گسترش خود بهره برده است. ارتباطات دینی در اسلام بیش از چهارده قرن قدمت دارد و با تحولات دوران اخیر و پیدایش فن‌آوری‌های جدید ارتباطی، امکان بهتری برای تجدید حیات و ارتقا پیدا کرده است.

در حال حاضر با وجود رسانه‌های مدرن موقعیت جدیدی برای دین به وجود آمده است. در این زمینه باید به این نکته اشاره کرد که اگرچه وسایل نوین ارتباط جمعی، زندگی انسان امروز را دربر گرفته‌اند، اما دانشمندان جهان اسلام باید به این امر توجه داشته باشند که نباید برای ابلاغ پیام‌های خود فقط به دستاوردهای انقلاب تکنولوژی در عرصه ارتباطات بسنده کنند، بلکه می‌باید این نکته را نیز در نظر بگیرند که اسلام، نهادها و ابزارهای ارتباطی بسیار مهمی را جهت افزایش پیوندهای انسانی و توسعه فرهنگی، اجتماعی و... معرفی کرده است. به همین دلیل به عقیده نگارنده، کارکرد رسانه‌های ارتباط جمعی در جامعه اسلامی با همه تحولات تکنیکی، زمانی قرین توفیق قلمداد می‌شود که در تعامل با شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی دین اسلام و همچنین محتوای غنی شده از آموزه‌های اسلامی، بتواند عمیق‌ترین ارتباط و پیوند را با مخاطب برقرار سازد.

در نتیجه می‌توان گفت که یکی از کارآمدترین راه‌کارها، الگوپذیری از زندگانی پیامبر ﷺ در ترویج و تبلیغ دین است. بی‌تردید، در جامعه کنونی با

گسترش فن آوری و استفاده از این شیوه‌های نوین برای تهاجم فرهنگی، پرداختن به این بخش از زندگی پیامبر ﷺ و مطالعه شیوه‌ها و کارکردهای ایشان برای نشر دین ضرورت بیشتری یافته است و باید به جایگاه عمده رسانه‌های ارتباطی جهان اسلام (رسانه‌های سنتی) و محتوای ارائه شده توسط این رسانه‌ها توجه جدی کرد.

انتخاب شیوه‌های تبلیغی کارآمد و مؤثر مهم‌ترین و با ظرفیت‌ترین مقدمه و لازمه برای شروع امر تبلیغ و دعوت به سوی دین است. به طوری که می‌توان بین انتخاب و نتیجه نهایی امر تبلیغ یک رابطه مستقیم برقرار کرد. هر چه شیوه‌های تبلیغی انتخاب شده کارآمدتر و مؤثرتر باشند، جریان تبلیغ نیز نتیجه بخش‌تر خواهد بود.

### روش شناسی

در این مقاله برای دستیابی به هدف مورد نظر و با توجه به این که این مقاله دوره پیامبر را مورد مطالعه قرار داده است، بنابراین روش اصلی، روش اسنادی بوده است، در واقع در این پژوهش، برای شناسایی کارکردها و شرایط رسانه‌های سنتی در دوران پیامبر ﷺ، از روش اسنادی استفاده شده است.

### شیوه‌های تبلیغی پیامبر ﷺ

شیوه‌های تبلیغ در اسلام، شامل دو دسته اقدامات موازی است: اول ساخت پیام و انتشار آن؛ و دوم اقداماتی که در تقویت اهداف پیام انجام می‌شود. در هر صورت سرمشق تبلیغات - و هر چیز دیگری - در اسلام رسول گرامی اسلام ﷺ جامع همه فضایل تبلیغی و اسوه مطلق تمام بشریت است. ﴿لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا﴾ (احزاب/۲۱)؛ به راستی برای شما در رسول خدا سرمشقی نیکو است، برای کسی که به خدا و روز قیامت امید داشته و بسیار خدا را یاد کند.

می توان شیوه‌های تبلیغی آن حضرت را در سه محور اساسی دسته‌بندی کرد:

۱. نهادهای تبلیغی پیامبر ﷺ؛
۲. ابزارهای تبلیغی پیامبر ﷺ؛
۳. تکنیک‌های تبلیغی پیامبر ﷺ.

### نهادهای تبلیغی پیامبر ﷺ

#### ۱. نماز جمعه به عنوان یک نهاد تبلیغی و فرایند ارتباطی

یکی از اندیشه‌های اجتماعی اسلام توجه به مراسم دینی به ویژه برگزاری نماز جمعه است. یکی از اصول اجتماعی اسلام، دعوت مسلمانان به وحدت، برادری، انسجام و یکپارچگی است تا با یک‌رنگی و برابری در جوی آرام به زندگی پردازند. مبنای نظام اجتماعی در دین اسلام، اخوت، صلح و آرامش است. نماز جمعه یکی از مظاهر و جلوه‌های مؤثر و قابل توجه در تحکیم انسجام اجتماعی در نظام اسلامی تلقی می‌شود. با توجه به اهمیت اندیشه‌های اجتماعی دین اسلام ملاحظه می‌شود که اسلام به اندیشه جمع‌گرایانه عنایت خاصی داشته است و در قالب احکام سیاسی اقتصادی اسلام می‌توان شواهدی مبتنی بر توجه به ابعاد جمع‌گرایانه ملاحظه کرد. اگر چه نماز به منظور ایجاد ارتباط انسان با خداوند متعال است، بر مظاهر اجتماعی آن به گونه‌ای خاص در دین اسلام تأکید شده است.

از نظر تبلیغی و ارتباطی می‌توان علاوه بر این که نماز جمعه را یک نهاد تبلیغی دانست، رسانه‌ای عمومی تلقی کرد که همانند ابزار و وسیله‌ای برای انتقال پیام، نقش ایفا می‌کند. نماز جمعه موجب انتشار و گسترش عناصر فرهنگی، اجتماعی و... در جامعه اسلامی می‌شود و همچنین موجب تکمیل فرایند اجتماعی شدن افراد می‌گردد، در واقع هر مسلمان از طریق نماز جمعه به گونه‌ای با اصول و ضوابط لازم زندگی در جامعه اسلامی آشنا می‌شود، علاوه بر این نکات مراسم نماز جمعه مهم‌ترین روش کنترل اجتماعی درونی به شمار می‌آید

تا فرد از نزدیک با معارف و دانش مورد نیاز جامعه اسلامی آشنا شود.

**الف - نماز جمعه به عنوان یک رسانه:** رسانه به وسایل یا تدابیر فنی اطلاق می‌شود که ارتباط جمعی از طریق آن به وقوع می‌پیوندد. رسانه‌ها دارای طیف وسیعی هستند و از این رو، نهادهایی همچون نهاد نماز جمعه را نیز می‌توان به عنوان یک رسانه اسلامی در نظر گرفت که همانند ابزار و وسیله‌ای برای انتقال و ارتباط پیام نقش ایفا می‌کند. در واقع نماز جمعه رسانه‌ای است که به صورت چهره به چهره و مستقیم با مخاطبان خود ارتباط برقرار کرده و رابطه‌ای تعاملی و دوسویه را با آنها ایجاد می‌کند. مخاطبین این رسانه، منفعل و ایستا نبوده و به صورت فعال و پویا در ارتباطی متقابل با رسانه نماز جمعه همکاری می‌نمایند. در واقع نوعی رابطه احساسی بین خطیب جمعه و نمازگزاران ایجاد می‌شود و امکان انتقال احساسات، عواطف و گرایشات فراهم می‌شود. می‌توان گفت که تبلیغات رسانه‌ای مدرن اگر چه گستره‌ای وسیع‌تر دارند، ولی عمق کم‌تری داشته و در ارتباط با مخاطبان ناآشنا بازخورد مستقیم ندارند و علی‌رغم بهره‌مندی از کثرت مخاطبان، تنوع و جذابیت روش‌ها در کوتاه‌مدت، شبکه ارتباطی شناخته شده‌ای نمی‌سازند و احساسات انسانی و دینی را نیز به شکلی ژرف و ماندگار تحت تأثیر قرار نمی‌دهند.

در اصل نظام ارتباطات اسلامی در حوزه نظام فرهنگی اسلامی تعریف می‌شود، نظامی که مبنایش جهان‌بینی توحیدی و اتکایش به باورها، ارزش‌ها و اعمال فردی - اجتماعی است که اسلام آنها را مشخص کرده است. مفهوم ارتباطات در اسلام به جای تأکید بر ابعاد کمی و خطی، بر ابعاد فرهنگی و معانی شناختی تأکید دارد و در واقع مقصود نهایی همه کارکردهای ارتباطات و رسانه‌های اسلامی، تزکیه معنوی است. بدیهی است که رسانه نماز جمعه به عنوان یک رسانه اسلامی طبعاً ارزش‌ها و قواعد حاکم بر رسانه اسلامی و رسانه‌های دینی را به همراه خود دارد.

همچنین به دلیل قابلیت‌ها، ظرفیت‌ها و کارکردهای نماز جمعه، نقش رسانه‌ای آن، حوزه گسترده‌تری را در بر گرفته است و از میزان نقش‌های به عهده گرفته شده توسط سایر رسانه‌ها فراتر می‌رود.

**ب - فرآیندهای ارتباطی نماز جمعه:** هدف از ارتباطات، انتقال اطلاعات و اندیشه است. با توجه به روند رو به گسترش دانش و فن‌آوری در جامعه و شتاب و تغییرات اجتماعی، نقش اطلاعات، اطلاع رسانی و شناخت عوامل مؤثر بر ارتباطات (مبدأ، مقصد، پیام، وسیله، بازخورد و اختلال) ضرورت خاصی یافته است. نماز جمعه، یک رسانه ارتباطی است و در یک فضای ارتباطی تعاملی عمل می‌کند؛ چرا که مخاطبان آن منفعل نبوده و به صورت چهره به چهره و رو در رو، درگیر پیام‌های ارسالی از سوی فرستنده پیام (امام جمعه) هستند.

**ج - محتوای پیام نماز جمعه:** پیام‌های پیامبر ﷺ در نماز جمعه به گونه‌ای تنظیم می‌شد که توجه پیام‌گیران (نمازگزاران) را به خود جلب و علائق آنها را با پیام همسو می‌کرد. پیام‌ها، موضوع روز مورد نظر نمازگزاران بوده و به صورت مستقیم با زندگی و حیات اجتماعی آنان مرتبط بودند، بنابراین تأثیر بیشتری بر مخاطبان می‌گذاشتند. به طور کلی باید گفت که محتوای پیام‌های پیامبر ﷺ، روشن، واضح، دقیق و مشخص بود تا برای اکثریت مخاطبان معنای واحدی القا شود و پیام‌های ارسالی توسط گیرندگان مختلف به شیوه‌های گوناگون تفسیر نشود.

**د - مخاطبان نماز جمعه:** مخاطبان نماز جمعه، افرادی هستند که از سر تعهد دینی و شرعی در نماز جمعه شرکت می‌کنند و ارتباط بین خطیب و نمازگزاران، ابزار گرایانه و سودجویانه نیست و از این رو گرایش مخاطبان براساس صداقت و اعتماد است. از لحاظ مکانی نیز به طور معمول مخاطبین رسانه نماز جمعه را مخاطبین محلی و شهری تشکیل می‌دهند و در بُعد مکانی تعداد مطلق مخاطبین مهم نیست بلکه آنچه اهمیت دارد، تراکم انتشار یا بُرد رسانه در محدوده



جغرافیایی مورد نظر است. از لحاظ بُعد زمانی چون مخاطبان هفته‌ای یک بار در نماز جمعه شرکت می‌کنند، بهتر است محتوای نماز جمعه به گونه‌ای باشد که مخاطبان در طول هفته درگیر محتوای پیام‌ها باشند و از محتوا دور نشوند. خطیب جمعه برای تأثیرگذاری بیشتر باید در عمل به مخاطب خود نشان دهد متخصص است و هدف از پیام اقناعی وی، نفع شخصی یا گروه پیام دهنده نیست، که این امر به طور کامل در شیوه‌های اخلاقی - تبلیغی پیامبر ﷺ که ذکر خواهد شد مشهود است.

در نهایت باید گفت که نماز جمعه و منبر جماعت، قوی‌ترین رسانه است، زیرا با جمعی از انسان‌های مشتاق و طالب شنیدن به صورت چهره به چهره مواجه است. همواره از بلندگوهای نماز جمعه اخبار مهم، نکات ارزشمند، ضروری و با اولویت مطرح می‌شود و افرادی که در نماز جمعه حضور دارند آمادگی برقراری ارتباط با رسانه‌ها را دارند. از این رو رسانه‌ها باید از این فرصت برای تبدیل نماز جمعه به محل تجمع بهره ببرند.

با توجه به نظریه بازنمایی، نمادهای نهفته در نماز جمعه را می‌توان بدین گونه رمزگشایی کرد:

۱. نماز جمعه نماد پایداری نظام: شکوه و صلابت نماز جمعه و حضور گسترده مردم در این مراسم عبادی - سیاسی دشمنان را به وحشت می‌اندازد و در واقع نماز جمعه نشانه پایداری نظام است.
۲. نماز جمعه نماد وحدت: نماز جمعه مظهر وحدت و یک نماز عبادی و سیاسی است.

## ۲. مسجد به عنوان یک نهاد تبلیغی

یکی از نخستین اقدامات پیامبر ﷺ پس از ورود به مدینه، ساخت مسجد با همکاری مسلمانان بود که نشان می‌دهد باید از فرصت‌ها استفاده کرد و با تأسیس به موقع و بهره‌گیری درست از رسانه‌ها در هر عصر بیش‌ترین تأثیر را بر جای

گذاشت. می‌توان گفت که بزرگ‌ترین شاخص این دوره مسجد محوری است. همه کارهای ارتباطی (اعم از خودی، درونی، میان فردی، گروهی، سازمانی، ملی و بین‌المللی و...) در مسجد انجام می‌شده است. مسجد محور فعالیت‌های اجتماعی، سیاسی، نظامی و دیوان‌سالاری یا بوروکراتیک آن زمان بود. وقتی پیامبر ﷺ از مکه وارد مدینه شدند، اولین مسجدی که بنا کردند، آن مسجد پایه فعالیت‌های ستادی و غیرستادی پیامبر ﷺ بود و خلفای بعدی نیز همین روند را ادامه دادند.

مسجد یک فضای تفکری و ارتباطی بود و فقط از جنبه فیزیکی مورد بحث نیست، چرا که فعالیت‌های نظامی و فرهنگی نیز در مسجد انجام می‌شد. بنابراین همان طور که گفته شد نخستین اقدام پیامبر ﷺ در مدینه تأسیس مسجد بود (حسنی، ۱۳۷۷، ص ۱۹۴).

از مهم‌ترین وجوه کارکردی مسجد، کارکرد ارتباطی و فرهنگی آن است. این کارکرد مسجد، هم به استناد متون دین و هم به استناد تجربه تاریخی مسلمانان، در دو قالب کلی «فرهنگ‌سازی» و «انتقال اطلاعات» تجلی یافته است (الویری، ۱۳۸۷، ص ۹۳). در بسیاری مواقع، در مسجد، ارتباطات الهی، ارتباطات میان فردی و ارتباطات گروهی به طور همزمان برقرار می‌شود. معماری مسجد پر رمز و راز و در یک نگاه کلی، بازنمای اندیشه توحیدی و واسطه عالم علوی و عالم سفلی است (همان، ص ۱۰۰). این معماری خاص به جهت نقش نمادینی که دارد، ابزار مناسبی برای انتقال ایده‌ها و پیام‌هاست. یکی دیگر از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین کارکردهای مسجد، توسعه و تقویت شبکه ارتباطات اجتماعی است. مسجد به عنوان یکی از پایگاه‌های بزرگ ارتباطات اجتماعی می‌تواند در شکل‌گیری افکار عمومی جامعه نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا کند.

## ابزارهای تبلیغی پیامبر ﷺ

### ۱. قرآن کریم

(۱۱)

مهم‌ترین ابزار رسول خدا ﷺ در هدایت مردم، آیات قرآنی بود. آیات خداوند همان محتوای دعوت اسلامی و دیدگاه‌ها و عقایدی بود که رسول خدا ﷺ برای ترویج آنها، برانگیخته شده بود. آیات قرآنی، به لحاظ شکل و محتوا، در اوج زیبایی بود. از نظر شکلی، آیات قرآن بسیار ادیبانه و همراه با گزینش زیباترین تعبیرها و گوش نوازترین کلمات و عبارات بود. عرب‌ها علاقه فراوانی به نشر ادیبانه و شعر خوش‌آهنگ داشتند. در چنین فضا و زمینه‌ای، کلمات و عبارات قرآنی، هر عربی را به وجد آورده و او را به سوی خود می‌کشاند (جعفریان، ۱۳۷۷، ص ۳۷). به هر روی اعجاز بیانی قرآن از مهم‌ترین ابزارهای پیشرفت اسلام بود.

نقش تبلیغی قرآن را از چند نظر می‌توان مورد توجه قرار داد. قرآن مصدر، منشأ و غایت تبلیغ دینی به حساب می‌آید ولی صرف نظر از جنبه محتوایی آیات نازل شده در مکه، از نظر کارکردهای فرهنگی - ارتباطی نیز آیات مکی قرآن را، حداقل از سه جنبه می‌توان مورد توجه قرار داد: یکی از نظر تأثیر جاذبه‌های لفظی و زیبایی‌های بیانی قرآن در جذب مخاطبان، دیگری از نظر روش معرفی و تبیین دین جدید و سوم از نظر روش برخورد با دشمنان و معاندان و گرافه‌گویی‌های آنها.

### ۲. منبر

پیامبر اسلام ﷺ هر بار جهت ابلاغ وحی الهی به مسجد مدینه می‌رفتند و به تنه درخت خرما تکیه می‌زدند و ابلاغ پیام می‌نمودند. بعدتر مسلمانان یک منبر سه پله‌ای از چوب سدر ساختند که بلال حبشی بالای آن می‌رفت و با صدای رسا و گرم خود اذان می‌گفت و مردم را به ادای فریضه نماز فرامی‌خواند (فرقانی، ۱۳۷۵، ۲۳).

از این رو، منبر از همان بدو تأسیس، وسیله‌ای برای برقراری ارتباط بین مردم در مکانی به نام «مسجد» بوده است. به تدریج این وسیله ابداعی در نقاط دیگر جهان اسلام مورد استفاده قرار گرفت و مسجد را که محل عبادت و پرستش خداوند است، به کانون ارتباط تبدیل نمود.

منبر را تریبون و رسانه اسلام می‌نامند. ساختار ارتباطی منبر ساختار بسیار ساده‌ای است؛ یعنی منبر از یک فرستنده و یک گیرنده تشکیل شده که به واسطه ارتباط رو در رو و چهره به چهره‌شان و نبود مجرای ارتباطی که ایجادکننده پارازیت‌های مختل‌کننده ارتباط باشد، تشکیل شده است. در واقع مدل ارتباطی‌ای که می‌توان برای منبر قائل بود، ساده‌ترین و در عین حال تأثیرگذارترین مدلی است که می‌توان برای آن فرض کرد.

**الف - اعتبار گوینده:** این رسانه به خاطر این که فرستنده پیام دارای وجاهت دینی متأثر از جایگاه سنتی و الهی منبر است، دارای اعتبار است؛ یعنی منبع پیام به ذات خود معتبر است و گیرنده آن به واسطه وجاهت منبع و اعتباری که برای آن قائل است درصد بسیار بالایی از سخنان منبری را قبول می‌کند. به همین خاطر رسانه منبر هر چند ممکن است طیف وسیعی از مخاطبان از نظر تعداد را در بر نگیرد ولی از عمق نفوذ بالایی برخوردار است. به همین خاطر منبر را یکی از مؤثرترین رسانه‌های آیینی می‌دانند.

**ب - مواجهه‌گزینی:** نکته بعدی که عمق نفوذ منبر را افزایش می‌دهد، بحث مواجهه‌گزینی مخاطب با رسانه منبر است؛ یعنی مخاطب با خواست خود و با انگیزه مشخصی اقدام به انتخاب این رسانه می‌کند و پای آن می‌نشیند. همین عامل یکی از علت‌هایی است که تأثیر پیام را در مخاطب افزایش می‌دهد. این مواجهه‌گزینی در رسانه‌های دیگر وجود ندارد. برای مثال ممکن است مخاطب از دیدن یکی از شبکه‌های تلویزیون منصرف شود و سریع شبکه دیگری انتخاب کند؛ یعنی به طور کامل و جامع ارتباط منطقی و تأثیرگذاری را ایجاد نکند.

ج - دریافت بازخوردهای مخاطب: نکته دیگری که می‌توان در مورد منبر برشمرد، کنترل دریافت بازخوردهای مخاطبان است؛ یعنی وقتی منبری احساس کند شرایط و جو حاکم بر جلسه در حال خارج شدن از دست او است یا فضا خیلی یکنواخت شده، ممکن است با یک لطفه یا بیان یک خاطره یا حتی یک صلوات بازخوردهای مخاطبان را کنترل کند.

در نهایت باید گفت منبر یک رسانه کارآمد در حوزه‌های مختلف است که زمینه ارتباط رو در رو یا با واسطه پیام رسان و پیام گیر را فراهم می‌آورد و با تسهیل دریافت بازخورد<sup>۱</sup> مخاطبان، فرایند انتقال پیام را معنا می‌بخشید. در کل تعاملات گسترده مسلمانان در مساجد را می‌توان نمادی از اعتماد و هم‌پستگی اجتماعی بین آنان دانست.

### ۳. اذان و اقامه

اذان و اقامه یکی از ابزارهای مهم تبلیغی و شعار اول اسلام در دعوت به سوی خداست و مستحباتی دارد که از جمله آنها می‌توان به خوش صدا و بلند آواز بودن مؤذن برای تأثیر و جذب شنونده اشاره کرد. می‌توان گفت که مراد از جنبه تبلیغی داشتن اذان و اقامه این است که با توجه به این که یکی از مهم‌ترین روش‌های تبلیغ، القاء از طریق تکرار است. در این دو شعار دینی که هر روز پنج بار تکرار می‌شود، بسیاری از معارف و تعالیم دینی به صورت کوتاه و موجز مورد تأکید قرار می‌گیرد. به ویژه مستحب است که مؤمنان به هنگام شنیدن فرازهای اذان و اقامه آن را تکرار کنند.

### ۴. جهاد

یکی از فروع دین اسلام که از عناصر مهم نظام تبلیغ اسلام می‌باشد، جهاد است. جهاد، یک مبنای قوی اعتقادی برای تهییج روح انقلابی‌گری در شیعیان بوده است. در اسلام، جهاد یکی از واجبات است و برای آن ثواب و اجر فراوانی در

نظر گرفته شده است. در اسلام، به خصوص در قرآن حکیم، درباره جنگ و جهاد نکته‌هایی بسیار کلیدی بیان شده است که می‌تواند حیات بخش و رشد دهنده اخلاق حسنه همچون فداکاری، ایثار و شهادت طلبی شود و عامل پیشرفت جامعه، فراهم کننده امدادهای غیبی و نصرت الهی و رساننده به بالاترین درجه معنوی گردد.

هدف تبلیغی جهاد را می‌توان این گونه بیان کرد که: «فراهم آوردن امکان دسترسی همه بشریت به پیام آسمانی و نجات بخش دین اسلام». در واقع می‌توان گفت جهاد تنها یک اقدام نظامی و جنگی نیست، بلکه تلاشی است برای ایجاد فضایی مناسب، در آن پیام اسلام به همه برسد. برای دستیابی به این هدف مسلمانان آمادگی هر نوع فداکاری و نثار جان و مال خود را دارند (الویری، ۱۳۸۷، ص ۵۶).

## ۵. خطابه

یکی دیگر از مهم‌ترین و کاربردی‌ترین روش‌های تبلیغاتی پیامبر ﷺ سخنرانی در اجتماعات بود. آن حضرت در ایام مراسم حج در مسجد الحرام و منی، در ماه‌های حرام در اجتماع زائران و نیز در بازارها و مکان‌های گرد آمدن مردم، بر فراز بلندی می‌رفت و محتوای دعوت خویش را بیان می‌فرمود. این شیوه گرچه کم و بیش در دوره دعوت سری کاربرد داشت، اما بیش‌ترین استفاده از این روش در دوره تبلیغ علنی و عمومی بود. بعدها که برای پیامبر ﷺ سکو و منبری در مسجدالنبی ساخته شد، رسانه منبر رسمیت بیش‌تری یافت. پیامبر ﷺ در ایام حضور در مکه از این روش کم‌تر استفاده می‌کردند. شاید مهم‌ترین خطبه آن حضرت در مکه، سخنرانی در آغاز مرحله گسترده کردن دعوت بر بالای کوه صفا باشد که «با صدای بلند قریش را فراخواند. قریشیان گفتند محمد بر بالای کوه صفا فریاد می‌زند و به سوی او آمدند تا ببینند چه شده است. وقتی قریش گرد پیامبر ﷺ آمدند حضرت از آنها پرسید آیا تاکنون شنیده‌اید من دروغ

بگویم؟ حاضران یک صدا گفتند نه از تو جز راستی چیزی ندیده‌ایم. حضرتش پرسید اگر به شما خبر بدهم که سپاهی پشت این کوه است آیا مرا تصدیق می‌کنید؟ همگی گفتند: آری ما به تو گمان بد نمی‌بریم و تاکنون از تو دروغی نشنیده‌ایم. در این لحظه پیامبر ﷺ تمام توان خود را جمع کرد و به آنها گفت: پس بدانید که من هشدار دهنده به یک عذاب شدید هستم، سپس تمام توان خود را جمع کرد و با فریاد بلند گفت: ای بنی عبدالمطلب، ای بنی عبد مناف، ای بنی زهره، ای بنی تمیم، ای بنی مخزوم، ای بنی اسد همانا خداوند به من دستور داده است که عشیره و خاندان نزدیک خود را انذار دهم و من مالک چیزی برای دنیا و آخرت شما نیستم جز این که بگویم لا اله الا الله. سپس آنها را به ترک بت‌پرستی و دوری از فواحش و ایمان به خداوند و پیمودن راه خیر دعوت کرد. نقل دیگری از این ماجرا این اجتماع را در منزل پیامبر ﷺ و همراه با صرف غذا می‌داند» (طبری، ۱۹۸۷م، ج ۲، صص ۶۴-۶۱). پیامبر ﷺ پس از هجرت به مدینه و پیش از استقرار در این شهر به ایراد خطبه در نماز جمعه پرداخت.

### ۶. نگارش نامه

یکی از برترین و کارآمدترین روش‌های تبلیغی، تبلیغ به وسیله کتابت بوده و هست؛ چون مبلغ با مخاطب یا مخاطبان خود ارتباط عمیق‌تری پیدا می‌کند و مخاطب با آمادگی روحی و جسمی بهتری به پیام مکتوب مراجعه می‌کند و همچنین به او فرصت اندیشه و تأمل بهتر می‌دهد. بنابراین باید گفت که یکی از ابزارهای تبلیغ، ارسال نامه و پیام است که همواره در طول تاریخ بشر مورد استفاده بوده است. مجموعه نامه‌های پیامبر ﷺ به افراد مختلف، در کتابی با عنوان مکاتیب الرسول تألیف احمدی میانجی گرد آمده است که تعداد آنها به ده‌ها نامه می‌رسد. با توجه به محتوای نامه‌های پیامبر ﷺ درمی‌یابیم که در کنار استفاده از این شیوه، آنچه اهمیت ویژه‌ای دارد، محتوا، آداب و شیوه نگارش نامه‌های حاوی پیام است، به گونه‌ای که ضمن تصدیق بخشی از باورهای

اعتقادی و ذهنی مخاطب، در آن پیام مورد نظر به نحو مؤثری درج شده باشد تا نتیجه لازم گرفته شود. نکته دیگر این است که پیامبر ﷺ در انتخاب سفیران و مبلغان خویش بسیار دقت می‌کرد و افرادی شایسته و ورزیده را به مناطق گوناگون می‌فرستاد.

**اعلام جهانی دین اسلام از طریق نامه‌نگاری:** در فاصله دو ساله بین صلح حدیبیه در سال ششم هجری و فتح مکه در سال هشتم هجری، این فرصت برای پیامبر ﷺ مهیا شد، تا دعوت و رسالت خود را در سرتاسر جهان با ارسال نامه به پادشاهان کشورهای بزرگ آن روز، جهان‌گیر کند و در نتیجه، مردم بسیاری به اسلام گرویدند (ابن‌هشام، ۱۳۷۵، ص ۳۲۲). بدین رو، حضرت یک انگشتی از نقره به عنوان مهر درست کرد که روی آن عبارت «محمد رسول الله» نقش بسته بود (پاینده، ۱۳۶۵، ص ۲۳۸) و نامه‌های خود را با آن، مهر می‌کرد. ایشان در محرم سال هفتم هجری، شش نامه از مدینه به سوی: ۱. هرقل امپراتوری روم شرقی، ۲. خسرو پرویز پادشاه ایران، ۳. نجاشی پادشاه حبشه، ۴. مقوقس حاکم مصر و ۵. هوذة بن علی حاکم یمامه و ۶. حارث بن ابی‌ثمر حاکم غسان ارسال کرد (ابن‌سعد، ۲۵۸). این حرکت رسول خدا ﷺ حاکی از دیپلماسی دقیق و شناخت کامل از جهان پیرامون خویش و نیز رسالت جهانی ایشان است.

**هدف از این اقدام رسول خدا ﷺ و نتیجه آن نامه‌ها:** پیامبر اسلام ﷺ به خاطر این که اسلام را در مرزهای عربستان محصور نکرده و آن را در خارج از شبه جزیره نیز بگستراند، به نوشتن این نامه‌ها و فرستادن آنها به سوی پادشاهان مختلف همت می‌گمارند. همان طور که در سخنانشان با اصحاب به این مطلب اشاره کردند که من به طرف تمامی مردم فرستاده شده‌ام و باید دعوتم را به گوش جهانیان برسانم، آن گاه بهترین وسیله برای برآوردن این مطلب را در این دیدند که توسط نامه‌هایی، اصول دعوتی خود را برای پادشاهان کشورهای مختلف فرستاده تا آنها، هم خود به دین اسلام درآیند و هم واسطه‌ای بین رسول



خدا ﷺ و مردم شوند و دعوت او را به گوش مردم کشور خود برسانند. مضمون اصلی تمامی نامه‌ها، دعوت به سوی اسلام بود، ولی براساس تفاوت مخاطب‌ها دارای مضامین فرعی متفاوتی نیز بود. برای مثال در نوشتن نامه به نجاشی رسول خدا ﷺ به طور کامل مناسبات و روابط قبلی خود و مسلمانان با آن پادشاه و همچنین دین آنان (مسیحیت) و اعتقادات غلط آنان را در نظر داشتند. همچنین نامه‌های رسول خدا ﷺ به کشورهایی که مردم آن اهل کتاب بودند با دیگر نامه‌ها تفاوت داشت.

#### ۷. انعقاد پیمان‌ها و قراردادها

سیاست هدف‌مند پیامبر ﷺ بر این اصل استوار بود که بتواند به خوبی فرصت و بستر مناسب را برای ارائه عقاید و احکام شرعی فراهم آورد. از این رو عقد پیمان‌های صلح با مشرکان، یهودیان و مسیحیان را می‌توان تاکتیکی بسیار موفق ارزیابی کرد.

پیمان‌های عقبه اول و دوم: این دو پیمان که در سال‌های دوازدهم و سیزدهم بعثت با ساکنان «یثرب» منعقد شد، به هجرت مسلمانان و پیامبر ﷺ به مدینه النبی و آغاز تحول و تشکیل حکومت اسلامی انجامید (سبحانی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۴).

نخستین پیمان عقبه: در ماه ذی‌الحجه سال دوازدهم بعثت، دوازده نفر از مردم یثرب در موسم حج در «عقبه منی» با رسول گرامی ﷺ پیمان بستند. پنج نفر از این دوازده نفر، جزء همان شش نفری بودند که در سال یازدهم به رسول گرامی ایمان آورده بودند. و همه آن شش نفر، جز جابر بن عبدالله در این پیمان که نتیجه تبلیغات آن شش نفر بود، در سال قبل به حضرتش ایمان آوردند و این دوازده نفر در عقبه منی با پیامبر ملاقات کردند و پس از پذیرش اسلام پیمانی به شرح یاد شده در زیر با پیامبر خدا ﷺ امضا کردند: «پیمان بستند که به خدا شرک نوزند، دزدی نکنند، دنبال کار زشت نروند، فرزندان خود را نکشند،

دیگران را متهم نکنند و در کارهای نیک نافرمانی نکنند، آن گاه پس از اخذ این پیمان، پیامبر ﷺ به آنها فرمود اگر به این پیمان عمل کنید، بهشت پاداش شماست و اگر از آن سرپیچی کنید، کار شما مربوط به خداست. یا شما را کیفر می دهد و یا می بخشد. وقتی پیمان آنان به آخر رسید و همگی متفرق شدند، پیامبر ﷺ معلم قرآنی به نام «مُصْعَب» که نوۀ حضرت هاشم بود به مدینه اعزام کرد و فرمان داد اسلام را به آنان بیاموزد و قرآن را تعلیم دهد. او تحت حمایت یکی از آن دوازده نفر به نام سعد بن زراره وارد مدینه شد و نماز را به صورت جماعت با آنان می خواند و همین کار مایۀ گسترش اسلام و نفوذ این آیین در میان قشر جوان گردید» (همان).

دومین پیمان عقبه: وجود مصعب بن عمیر و حمایت بی دریغ گروهی از خزر جیان و اوسیان که دو قبیله مهم در مدینه بودند سبب شد که اسلام به خانه های این دو قبیله که همگی بت پرست بودند، راه یابد و در همگان تأثیر عظیمی بگذارد، تا جایی که گروه عظیمی از آن قبیله، دقیقه شماری می کردند که موسم حج فرا رسد تا همگی بار سفر ببندند و صاحب دعوت الهی را از نزدیک در مکه زیارت کنند. موسم حج فرا رسید، کاروانی بالغ بر پانصد نفر از مدینه حرکت کرد که گروهی از آنان مسلمان بودند و گروهی متمایل به اسلام و برخی نیز در آیین شرک باقی بودند. از میان آن پانصد نفر، هفتاد و پنج تن که دو تن از آنان زن بودند با پیامبر ﷺ در مکه ملاقات کردند و برای بستن پیمان از پیامبر ﷺ وقت خواستند رسول گرامی ﷺ عقبه منی را محل ملاقات معرفی کرد و قرار شد در شب سیزدهم ذی الحججه موقعی که دیدگان قریش و همه مشرکان به خواب فرو می رود در گردنه ای نزدیک منی با آنان ملاقات کند و مراسم پیمان انجام گیرد (سبحانی، ۱۳۸۵، ص ۱۱۵).

پیمان عمومی با اهالی مدینه النبی: پیامبر ﷺ در این پیمان که نخستین قانون اسامی مدینه نام گرفته است، از همه برای تثبیت امنیت، حفظ نظم و قانون

و... تعهد گرفت (پیشوایی، ۱۳۸۵، ص ۲۰۵).

پیمان عدم تجاوز با سه قبیله یهودی ساکن مدینه: پیامبر صلی الله علیه و آله با انعقاد پیمان عدم تجاوز با سه قبیله یهودی «بنی قنیقاع»، «بنی قریظه» و «بنی نضیر» از آنها تعهد گرفت که بر ضد اسلام و مسلمانان اقدامی نکنند (واقدی، ج ۲، ص ۴۵۷).

پیمان صلح حدیبیه: این پیمان در سال ششم هجرت به دنبال قصد پیامبر صلی الله علیه و آله برای زیارت عمره و جلوگیری قریش از ورود ایشان به مکه منعقد شد، و مواردی در آن مورد توافق قرار گرفت که به پیشرفت دعوت جهانی فتح مکه و... انجامید. با مطالعه مواد، شرایط و پیامدهای صلح‌ها و پیمان‌نامه‌های پیامبر صلی الله علیه و آله می‌توان درس‌های بزرگی را برای ارتباطات و سیاست خارجی و شیوه تعامل با قدرت‌ها و دشمنان اسلام فرا گرفت. به دنبال فتح مکه و فراغت پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله از کار قریش، آن حضرت صلی الله علیه و آله فرصت پیدا کرد تا با فرستادگان قبایل و طوایف، فعال‌تر مذاکره کند و معاهدات، پیمان‌ها و قراردادهایی با آنها منعقد کند. یکی از معاهدات رسول خدا صلی الله علیه و آله، پیمانی است که بین آن حضرت و نصارای نجران منعقد شد. نجران با هفتاد دهکده تابع خود، در منطقه مرزی حجاز و یمن واقع شده بود و در آغاز ظهور اسلام، تنها منطقه مسیحی‌نشین حجاز محسوب می‌شد که از بت‌پرستی دست برداشته و به آیین مسیح گرویده بود. پیامبر صلی الله علیه و آله با فرستادن نامه‌ای به ابوحارثه اسقف نجران، ساکنان آن دیار را به پذیرش دین مبین اسلام فراخواند و به دنبال آن، هیأت نمایندگی نجران به مدینه آمدند تا با پیامبر صلی الله علیه و آله گفت‌وگو کنند و صحت و سقم نبوت آن حضرت صلی الله علیه و آله را نیز بررسی کنند. پس از گفت‌وگوی فراوان در مورد حقانیت اسلام و نبوت پیامبر صلی الله علیه و آله، نمایندگان نجران مذاکرات خود را با رسول خدا قانع‌کننده نیافتند و هر دو طرف آمادگی خود را برای مباحله اعلام کردند. در این هنگام آیه مباحله نازل گردید و رسول خدا صلی الله علیه و آله را مأمور کرد تا با کسانی که با او به مجادله برمی‌خیزند و زیر بار حق نمی‌روند، مباحله کند (موسوی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۴).

پیامبر اسلام ﷺ به خلاف انتظار سران هیأت نمایندگی نجران، همراه با چهره‌های نورانی یعنی حضرت علی، فاطمه، حسن و حسین علیهم‌السلام آمدند. مسیحیان به این نتیجه رسیدند که پیامبر ﷺ در دعوت و ادعای خویش اعتقادی راسخ دارد. سرانجام، با وحشت و خودداری از انجام مباحله، پیمان صلح بین آنان و مسلمانان امضاء شد و مسیحیان متعهد شدند سالیانه به دولت اسلامی مالیات پردازند. در برابر آن، پیامبر ﷺ نیز مسؤولیت دفاع و جلوگیری از هرگونه ظلمی از طرف مسلمانان به مسیحیان نجران و آزادی آنان را در مراسم مذهبی به عهده گرفت (همان).

### تکنیک‌های تبلیغی پیامبر ﷺ

#### ۱. معرفی منطقی و استدلالی دین جدید

دعوت اسلامی بر پایه عقل و استدلال بود. قرآن و رسول خدا ﷺ از مردم می‌خواستند تا درباره افکار و اندیشه‌های خود تأمل کنند و آنچه را که عقل و برهان تأیید می‌کند بپذیرند. بر این اساس، پیامبر ﷺ به تبلیغ رسالت خود پرداخت. خداوند به رسولش می‌فرماید: ای پیامبر! ما تو را فرستادیم تا شاهد و مژده دهنده و بیم دهنده باشی و مردم را به فرمان خدا به سوی او بخوانی و چراغی تابناک باشی (احزاب/۴۵-۴۶).

خداوند در سوره زمر - که از سوره‌های مکی است - مردم را به شنیدن اقوال گوناگون و انتخاب بهترین آنها فراخواند: پس بندگان مرا بشارت ده. آن کسانی که به سخن گوش می‌دهند و از بهترین آن پیروی می‌کنند. ایشانند کسانی که خدا هدایتشان کرده و اینان خردمنداند (زمر/۱۸).

رسول خدا ﷺ میان کاروان‌هایی که برای زیارت کعبه و بت‌ها به مکه می‌آمدند می‌گشت و کاروانیان را به اسلام دعوت می‌کرد. در طی ماه‌های حرام (ذی‌قعدة، ذی‌حجه، محرم و رجب) که اعراب از هر سو برای زیارت و تجارت به مکه می‌آمدند، جمعیت انبوهی در مکه حضور می‌یافت. در این زمان،

پیامبر ﷺ به میان افراد قبایل می‌رفت و آنان را به اسلام دعوت می‌کرد (جعفریان، ۱۳۷۷، ص ۴۳).

(۲۱)

## ۲. بهره‌گیری از ایام حج و تماس با تازه واردان به مکه و عرضه دعوت بر قبایل مختلف

در همان سال‌های نخست گسترده شدن دعوت، پیامبر ﷺ از موسم حج برای نشر دعوت خویش بهره می‌جست. ابن هشام گزارشی بالنسبه مبسوط از این روش ارتباطی پیامبر ﷺ که در نهایت به هجرت آن حضرت نیز انجامید، ارائه داده است.

دعوت ولید بن مغیره از قریش برای وحدت موضع در قبال پیامبر ﷺ در ایام حج، نشان دهنده نگرانی قریش از بهره‌برداری‌های پیامبر ﷺ از ایام حج است. پیامبر ﷺ افراد سرشناسی را که دارای نفوذ در میان قوم خود بودند، وقتی به مکه می‌آمدند شناسایی و با آنها ارتباط برقرار می‌کرد. تماس با سوید بن صامت و انس بن رافع ملقب به ابوحسی و ایاس بن معاذ از این جمله است (فارسی، ۱۳۶۷، ص ۳۷۱).

از ربیعہ بن عباد نقل شده است که من نوجوانی بودم که همراه پدرم در منی بودم و پیامبر ﷺ را دیدم که به محل اسکان قبایل عرب می‌رفت و خطاب به آنها می‌گفت یا بنی فلان من فرستاده خدا به سوی شما هستم، شما را به عبادت خدا و شرک نوزیدن به او و به کنار نهادن هر آنچه غیر از او می‌پرستید، می‌خوانم و از شما می‌خواهم که به من ایمان بیاورید و از من حمایت کنید تا آنچه را بدان برانگیخته شده‌ام تبیین نمایم (ابن سعد، ج ۱، ص ۲۰۰). پیامبر ﷺ در ایام حج به ویژه به محله‌های عکاظ، مجنه، ذوالمجاز، منی و شهر مکه برای ابلاغ دعوت خویش می‌رفت (همان). تماس با زائران شهر یثرب نیز که به انعقاد پیمان عقبه اولی و دومی و سرانجام هجرت مسلمانان و پیامبر ﷺ به شهر یثرب منجر شد، در ایام حج و از طریق عرضه دعوت پیامبر ﷺ بر قبایل مختلف صورت گرفت.

در نهایت شاید به لحاظ ارتباطی بتوان گفت که مهم‌ترین ویژگی ارتباطی حج، زمینه<sup>۲</sup> آن است. هر ارتباطی زمینه‌هایی دارد که هم شامل سخت‌زمینه و هم نرم‌زمینه است. حج چه از نظر سخت‌زمینه و چه نرم‌زمینه، نوع خاصی از ارتباطات گروهی را به افراد تحمیل می‌کند. در حج علی‌رغم وجود فرهنگ‌ها و زبان‌های متفاوت افراد به نوعی وحدت نمادین مثل وحدت در لباس دست می‌یابند، بعد وحدت در رفتارها شکل می‌گیرد و بعد وحدت فکر.

### ۳. بهره‌گیری از زمینه‌های عاطفی و روانی

پیامبر ﷺ از زمینه‌های روانی مناسب برای گسترش دعوت خویش بهره می‌جست. آن حضرت وقتی در آغاز مرحله دعوت گسترده خود از قریش پرسید: «آیا تاکنون شنیده‌اید من دروغ بگویم؟» (طبری، ۱۹۸۷م، ج ۲، ص ۶۱) ذهنیت مثبت مردم درباره خود را سرمایه‌ای برای آماده‌سازی فضای ارتباطی قرار داد تا بتواند با آسانی بیشتری دعوت خویش را عرضه کند. اعتراف و هشدار نضر بن حارث در این زمینه حائز اهمیت بسیار است که «گفت: ای قریشیان! قسم به خدا به پدیده‌ای دچار شده‌اید که تاکنون چاره‌ای برای آن نیندیشیده‌اید، محمد (از همان زمان که) نوجوانی کم سن و سال در میان شما بود از هیچ کس به اندازه او خشنود نبودید و راستگوترین شما و امانتدارترین شما به شمار می‌آمد» (ابن هشام، ج ۱، ص ۳۲۰).

### ۴. روش اقتصادی (تألیف قلوب)

اصطلاح «تألیف قلوب»، برگرفته از آیاتی از قرآن است و به معنای اختصاص دادن بخشی از غنایم و منابع مالی دولت اسلامی برای جذب قلوب و ایجاد ذهنیت مثبت نسبت به تعالیم اسلامی در برخی افراد و گروه‌های مستعد است. براساس آیه ۶۰ سوره توبه، موارد مصرف زکات منحصر به هشت گروه که عبارت از فقیران، عاجزان، مسکینان، متصدیان اداره صدقات، برای تألیف قلوب،

آزادی بندگان، قرض دادن در راه خدا و در راه ماندگان است. پیامبر ﷺ در موارد متعددی از این ابزار اقتصادی برای پیشبرد تبلیغات و ارتباطات اجتماعی خود در جهت گسترش اسلام بهره گرفته است، از جمله در سال نهم هجری، زمانی که هیأت‌های نمایندگی به نزد آن حضرت ﷺ می‌آمدند، پیامبر ﷺ ضمن آن که هدایایی به آنها اعطاء می‌کرد به درخواست‌های مالی کسانی هم که نیازهایی را مطرح می‌کردند، پاسخ مثبت می‌داد و سرزمین‌هایی را برای آنان اقطاع می‌کرد. این سرزمین‌ها پس از اقطاع در اختیار اشخاص یا قبایلی قرار می‌گرفت و کسان دیگری حق تصرف در آنها را نداشتند. در بیشتر موارد، انگیزه این اقطاع‌ها تألیف قلوب بوده است (داداش‌نژاد، ۱۳۸۵، ص ۴۱۰).

در جنگ طائف، به اشراف و بزرگانی که تازه مسلمان شده بودند یا مشرکانی که به آن حضرت ﷺ کمک کرده بودند، از غنائم جنگی بیش از دیگران سهم داده شد تا موجب جلب نظر آنها و قبیله و فامیلشان به اسلام و مسلمانان شود. همچنین پس از جنگ طائف، هنگامی که پیامبر ﷺ متوجه شد مالک بن عوف با قبیله ثقیف به طائف رفته است، فرمود به او اطلاع دهید که اگر مسلمان شود و به نزد من بیاید، دارایی و زن و فرزند او را با صد شتر به او خواهم داد و مالک چون این خبر را شنید، نزد پیامبر ﷺ آمد و مسلمان گردید (جلیلی، ۱۳۷۴، ص ۹۰).

در تعاملات و ارتباطات فردی نیز پیامبر ﷺ از این شیوه در تبلیغات خود استفاده می‌کرد؛ برای مثال، «جارود بن عمرو» که به کیش نصرانیت بود، به نزد پیامبر ﷺ آمد و پیامبر ﷺ، اسلام را بر او عرضه کرد. وی در پاسخ آن حضرت گفت: «ای محمد ﷺ من قرضی دارم و اکنون می‌خواهم به سبب دین تو دست از کیش خود بردارم؛ آیا پرداخت قرض من را به عهده می‌گیری؟» پیامبر ﷺ فرمود «آری من ضمانت می‌کنم؛ زیرا خدا تو را به دین بهتری هدایت نموده است» (همان، ص ۹۱).

## ۵. دعوت سران قبایل به اسلام

رسول گرامی صلی الله علیه و آله پس از ورود به مکه در محدودیت کامل قرار گرفت، و جز در موسم حج نمی توانست به تبلیغ آیین خود بپردازد. آن حضرت در موسم حج که از ماه‌های حرام شمرده می شد، با سران قبایل که به مکه می آمدند، تماس می گرفت و آیین خود را بر آنان عرضه می کرد و آنان را به خداپرستی دعوت می نمود و خود را پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و فرستاده او معرفی می کرد. پیامبر صلی الله علیه و آله از آنان می خواست که او را تصدیق کنند و به حمایت او برخیزند تا او با آزادی کامل به تبلیغ آیین خود بپردازد. او در موسم حج در بازارهای عُکاظ، مَجَنَّة، ذُو الْمَجَاز، و مراکزی مانند مِنی، مکه که مجتمع مردم عرب در سه ماه ایام حج بود، با سران قبایل و شخصیت‌ها تماس می گرفت و همه را به یکتاپرستی دعوت می کرد (سبحانی، ۱۳۸۹، ص ۱۱۲).

## ۶. دقت در انتخاب مبلغ

بی تردید تبلیغ پیامبر صلی الله علیه و آله همیشه به صورت مستقیم توسط خود ایشان رخ نمی داد، به خصوص آن زمان که مسلمانان در گوشه و کنار قلمرو پهناور دولت اسلامی پراکنده شدند و عملاً امکان دسترسی بی واسطه به آنان و به کارگیری شیوه‌های تبلیغی مستقیم برای ارشاد و هدایت آنان ناممکن بود، از این رو چاره‌ای جز استفاده از نیروهای واسط، برای رسیدن به چنین هدفی در میان نبود، بنابراین تبلیغ به دو گونه مستقیم و غیرمستقیم تحقیق می یافت؛ به کارگیری نیروهای واسط در تبلیغ غیر مستقیم توسط پیامبر صلی الله علیه و آله به نیروسازی و تربیت انسان‌های شایسته و توانا وابسته بود.

در واقع می توان گفت که در این شیوه، پیامبر صلی الله علیه و آله از طریق فرستادگان خود به طور غیرمستقیم با مردم ارتباط برقرار می کرد و آنها را به اسلام دعوت می کرد. شاید بتوان اولین مبلغان اسلام را گروهی از مسلمانان دانست که به حبشه هجرت کردند. این هجرت ضمن آن که باعث حفظ عقاید و تأمین آزادی این گروه



مهاجر شد، زمینه گسترش اسلام را در خارج از شبه جزیره عربستان فراهم آورد. به گفته بسیاری از مستشرقان، هجرت به حبشه یکی از بزرگ‌ترین عوامل مؤثر گسترش اسلام در جهان بوده است. تلاش نمایندگان قریش برای بازگرداندن دسته دوم مسلمانان که به حبشه مهاجرت کرده بودند و استدلال‌های جعفر بن ابی طالب نماینده مسلمانان در مورد اسلام و آشنا کردن پادشاه حبشه با مبانی این دین، باعث تمایل وی به اسلام و شکست و ناکامی قریش گردید و زمینه گسترش اسلام در خارج از عربستان را فراهم کرد.

همچنین در این زمینه می‌توان از اعزام مصعب بن عمیر به عنوان مبلغ اعزامی از سوی پیامبر ﷺ برای آشنا ساختن مردم یثرب با اسلام و قرآن نیز نام برد که این سفر تبلیغی زمینه‌ساز انعقاد پیمان عقبه دوم بین پیامبر ﷺ و مردم این شهر گردید و مقدمات هجرت تاریخی آن حضرت را به مدینه را فراهم ساخت. علاوه بر این، در زمان حضور پیامبر ﷺ در مدینه و در زمانی که غزوات و سرایا با کفار و مشرکان شدت گرفته بود، دیپلماسی عمومی در چارچوب اعزام مبلغان همچنان ادامه داشت؛ برای مثال، در این مقطع پیامبر ﷺ، حضرت علی رضی الله عنه را برای دعوت مردم یمن به آن منطقه فرستاد که با دعوت و اقدامات فرهنگی و تبلیغی آن حضرت، بسیاری از مردم یمن اسلام آوردند (واقعی، ۱۳۷۴، ص ۲۲۳).

مبلغ دیگری که به جانب یمن اعزام شد، معاذ بن جبل بود. پیامبر ﷺ زمانی که معاذ بن جبل را به یمن فرستاد، از او خواست تا اهل کتاب آن دیار را به توحید دعوت کند؛ اگر پذیرفتند آنها را به نمازهای یومیه، آن گاه به روزه رمضان و پس از آن که همه این‌ها را پذیرفتند، به پرداخت زکات دعوت کند (مجلسی، ۱۳۸۵، ص ۱۷۷).

بنابراین همان گونه که بیان شد از شیوه‌های تبلیغ پیامبر ﷺ، گسیل داشتن افرادی نخبه و با فضیلت از مسلمانان به سوی مجموعه‌های انسانی دور و نزدیک

بود. این فرستادگان، گاهی حامل پیام دعوت اسلام و ایمان به رسالت بودند و زمانی مأمور ارشاد و تعلیم اقوام و گروه‌هایی که پیش از این به جرگه مسلمانان پیوسته بودند. این نوع مأموریت‌ها، بیش از هر چیز، پویایی و تحرک دستگاه تبلیغی رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ را نشان می‌داد. این اعزام‌ها، گاه نیز به درخواست و پیشنهاد افراد یا قبایل صورت می‌گرفت؛ مانند اعزام معاذ بن جبل به حمیر، که پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ هنگام فرستادن او سفارش‌های مفید و ارزش‌مندی در جهت تبلیغ بهتر بیان فرمود. همچنین اعزام «عمر و بن حزم» به سوی خاندان بین الحارث و خالد بن ولید به سوی همدان<sup>۲</sup>.

همان‌طور که در ابتدای این قسمت نیز گفته شد، اعزام مصعب بن عمیر به مدینه پس از پیمان اول عقبه برای تعمیم احکام و قرائت قرآن، موفق‌ترین و مؤثرترین اعزام مبلغ در طول تاریخ ادیان است. وی علاوه بر آگاهی و احاطه بر مبانی و تعالیم اسلام، توان مدیریت و رهبری گروه را نیز داشت. چگونگی برخورد وی با مردم مدینه و آموزش احکام شریعت و تلاوت قرآن در بین آنان در پیروزی و رسیدن به هدفش سهم مهمی داشت. در برخی منابع، جزئیات ریز رفتارهای او ذکر شده است، از جمله این که او جوانی بود که از لباس‌های برازنده و خوب استفاده می‌کرد و همواره معطر و خوش‌بو بود (انصاری، ۱۳۸۱، ص ۵۲). به یقین، می‌توان گفت: این ویژگی‌ها در کنار شایستگی‌های پیش گفته در گرایش مردم، به ویژه جوانان، به سوی اسلام بی‌تأثیر نبوده است.

تبلیغات سازنده و مؤثر مصعب بن عمیر، مبلغ جوان و برازنده پیامبر و فعالیت تبلیغی بیعت‌کنندگان عقبه اول و دوم در میان مردم مدینه و در قبایل و طوایف مختلف باعث شد که روز به روز نام رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بیشتر بر سر زبان‌ها بیافتد و افراد زیادتری شیفته و دل‌باخته حضرت گردند (دوانی، ۱۳۶۱، ص ۲۹۰). دیگر مورد، اعزام معاذ بن جبل به یمن است که پیش از آغاز مأموریت، دستورالعمل ارشاد و دعوت او را بدرقه راهش می‌فرماید: «يَا مَعَاذُ يَسِّرْ وَلَا تُعَسِّرْ وَبَشِّرْ وَلَا

تَنْفِرٍ» (ابن هشام، السیرة النبویه، ج ۴، ص ۲۶۰)؛ ای معاذ (در تبلیغ دین) آسان بگیر و سخت مگیر و مژده و نویدبخش باش و مردم را از دین بیزار مکن.

بنابراین همان گونه که بیان شد پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نمی توانستند در تمام اهداف تبلیغی خود، خودشان حضور یابند. بنابراین، نمایندگانی از جانب خود برای امر تبلیغ می فرستادند. بررسی ویژگی های این نمایندگان و نکاتی که به آنها به عنوان دستورالعمل سفارش می کردند، می تواند راه گشا باشد.

در نمونه ای دیگر، پیامبر صلی الله علیه و آله حضرت امیرالمؤمنین علیه السلام را برای تبلیغ دین به یمن فرستادند. سبک برخوردار حضرت علی علیه السلام، مدارا، خویشتن داری و استقامت آن حضرت و نیز تکریم شخصیت و احاطه علمی ایشان نقشی عظیم در گرایش مردم یمن به اسلام ایفا کرد. این در حالی است که خالد بن ولید پیش از این به یمن فرستاده شده بود، اما در این امر توفیقی نداشت (مجلسی، ۱۳۸۵، ص ۳۶۰). از دیگر ویژگی های رفتاری حضرت علی علیه السلام در این سفر تبلیغی، مردم داری و رعایت مقتضای حال بود. ایشان در بین مردم یمن نماز خواند و مسلمانان را با اهل یمن در صفی واحد قرار داد و در برابر آنان قرار گرفت، به گونه ای که همه او را ببینند و سخنش را بشنوند. آن گاه با فصاحت تمام، پس از حمد و ثنای الهی، نامه پیامبر را برای آنان قرائت کرد. سبک و شیوه حضرت علی علیه السلام در این برخوردها، چنان جاذب و مؤدبانه و همراه با نرمی و استواری بود که در عرض یک روز، تمام قبیله «همدان» اسلام آوردند (مجلسی، ۱۳۸۵، ج ۲۱، ص ۳۶۳).

در عین حال، در توصیه های پیامبر صلی الله علیه و آله به کسانی که برای تبلیغ دین به نقاط گوناگون می فرستادند، حتی در زمانی که اسلام از قدرت و اقتدار سیاسی و اجتماعی برخوردار بود این بود که مردم را بشارت دهید و مرانید، و آسان بگیرید و سخت گیری نکنید (محمدی ری شهری، ۱۳۸۲، ص ۲۲۵).

## ۷. تشخیص زمان و مکان مناسب برای تبلیغ

با عنایت به لزوم توجه اسلام به اقتضائات بشری و شرایط حاکم بر زمان و تناسب آیات نازل شده با شرایط موجود در مکه و مدینه می توان دریافت که براساس آموزه های اسلامی تشخیص مخاطب و نیازهای او در چگونگی نوع تعامل ارتباط گران و متولیان فرهنگی و دینی با مخاطبان نقشی تعیین کننده خواهد داشت. از طرفی دیگر تدریجی بودن فرآیند انتقال پیام و عدم استعجال و پرهیز از شتاب زدگی در تغییر اجتماعی ضمن تسهیل در روند تکوین هویت فرهنگی جدید در جامعه از ایجاد هرگونه خلل در جریان ارتباط میان سیاست گذار و مخاطب جلوگیری می کند. لذا می توان گفت ارتباطات در اسلام تنها یک جریان ساده و مکانیکی انتقال پیام از فرستنده به گیرنده نیست و پیچیدگی خاص خود را دارد.

بنابر این همان گونه که بیان شد استفاده مطلوب از زمان و فرصت های پیش آمده در تبلیغ، در حصول نتایج مورد انتظار، نقش اساسی ایفا می کند. آگاهی به زمان یا وقت شناسی می تواند بیشترین کمک را به تسریع و تسهیل فرآیند دعوت عطا کند. در این راستا، مرحله بندی و تعیین موعد و مدت هر یک از مراحل یا اقدام های تبلیغی، خود باعث بهره برداری بهتر از فرصت ها خواهد گردید. رسول خدا ﷺ، همواره درصدد یافتن لحظه ها، فرصت ها و موقعیت های مناسب برای دعوت بوده و با برنامه ریزی و درایت از کوچکترین فرصت، بزرگترین سود را می بردند.

### الف - زمان بندی مراحل مختلف دعوت

مهم ترین شیوه در این محور، تعیین زمان دقیق فعالیت های تبلیغی براساس محاسبه شرایط و امکانات موجود است. پیامبر ﷺ با الهام از آیات الهی، تبلیغ بی وقفه دین را با ترتیب زمانی منطقی آغاز نمود و استمرار بخشید. در مورد مراحل اصلی دعوت پیامبر ﷺ، میان سیره نویسان اندکی اختلاف نظر وجود دارد؛ گروهی مثل طبری و ابن هشام همان دو مرحله مشهور دعوت نهانی و آشکار

مکه را مطرح می‌کنند و گروهی نظیر یعقوبی به سه مرحله معتقدند؛ یعنی مرحله انذار خویشاوندان را پیش از دعوت علنی، مرحله‌ای جدا دانسته‌اند (مکارم شیرازی، ۱۳۶۸، ج ۱۵، ص ۳۶۷) که با توجه به نزول دو آیه جداگانه در باب دعوت عشیره و دعوت همگانی و اقدام مجزای رسول خدا ﷺ برای هر یک، نظریهٔ دوم صحیح‌تر به نظر می‌رسد.

بنابراین همان‌طور که بیان شد، زمان تبلیغ همچون مکان آن، اهمیت دارد و باید به آن توجه نمود. انتخاب زمان مناسب برای تبلیغ، یکی از عوامل مؤثر در موفقیت مبلغ است. او باید زمانی را برای سخن گفتن انتخاب کند که مخاطبین آماده باشند، سخنرانی و گفتن احکام الهی در زمان گرسنگی، تشنگی، خستگی، بی‌حوصلگی و هیجان نه تنها مفید نیست، بلکه تأثیرات منفی نیز بر آنان خواهد گذاشت. مبلغ باید سخنانش را در زمانی بگوید که شرایط فراهم باشد و گرنه به نتیجه نخواهد رسید (قرائتی، ۱۳۸۹، ص ۴۰). در واقع باید گفت که زمان‌شناسی به برنامه‌ریزان تبلیغی این امکان را می‌دهد که آنان از زمان عقب‌نمانند و بر حسب مقتضیات آن، ابزارها و شیوه‌های تبلیغاتی را متحول کنند (محمودی ری شهری، ۱۳۸۲، ص ۱۹۵).

در نهایت باید گفت که پیامبر ﷺ در شرایط و زمان‌های گوناگون، حتی بعدها در دوران حکومت اسلامی، از سبک‌های گوناگون برای تبلیغ دین بهره می‌جستند. توجه ویژهٔ پیامبر ﷺ به اقامهٔ نماز جمعه و بیان خطبه‌های نماز جمعه شرایطی را فراهم می‌آورد تا همهٔ گروه‌های اجتماعی مورد تبشیر و انذار قرار گیرند و به سوی خوبی‌ها رهنمون گردند. در کنار نماز جمعه، نماز عید فطر و عید قربان نیز جایگاه ویژه‌ای داشت و پیامبر ﷺ در این روزها خطبه می‌خواندند، امر به معروف و نهی از منکر می‌کردند و نماز عید می‌گزاردند، در عید قربان، قربانی می‌نمودند (ر.ک: ابن سعد، پیشین، ج ۱، ص ۲۴۸).

## ب - عنصر مکان در تبلیغ

برپایی محل یا مراکزی برای تبلیغ، موجب تمرکز بخشیدن به کار دعوت می‌شود و از فعالیت‌های پراکنده و بی‌نتیجه جلوگیری می‌کند. در دعوت رسول خدا ﷺ، پایگاه‌های پر جاذبه‌ای برای سازمان‌دهی و هدایت مردم در نظر گرفته شده است. در ابتدای دعوت پنهانی، مشهور است که خانه «ارقم بن ابی الارقم» نخستین پایگاه دعوت پیامبر اسلام ﷺ بوده و مسلمانان نخستین، آیین اسلام و آموزش‌های قرآنی را در آن جا فرا گرفته‌اند. «پس از آن که ارقم اسلام آورد و به قول خودش، هفتمین نفری بود که ایمان آورده بود، خانه خود را در اختیار حضرت رسول ﷺ و یارانش قرار داد و عده زیادی در این خانه اسلام آوردند» (زریاب، ۱۳۷۰، ص ۱۴۳).

پس از آن که دعوت پیامبر ﷺ علنی گردید، مسلمانان تا آن جا که می‌توانستند از پایگاه تبلیغی عمومی مسجد الحرام برای فعالیت‌های ارشادی بهره جستند، به طور مسلم طواف و نماز و عبادات دیگر مسلمانان در مسجد الحرام با شیوه خاص اسلامی، می‌توانست بیش از هر مکان دیگر به تأثیرگذاری دعوت یاری رساند.

در بدو ورود پیامبر ﷺ به مدینه، مسجد قبا برپا گردید و مرکز دعوت نبوی قرار داده شد، تا آن که مسجد مدینه به عنوان مهم‌ترین مقرر دعوت، به دست پیامبر ﷺ و یاران ساخته شد و منشأ بزرگ‌ترین تحولات دینی، سیاسی، اجتماعی، علمی و حتی نظامی در جهان گردید. نکته اساسی در کیفیت و دامنه بهره‌برداری پیامبر ﷺ از این پایگاه تبلیغی است؛ مرکز نشر احکام الهی، قضاوت و داوری، جایگاه وعظ و ارشاد و تعلیم و تحقیق، پایگاه آمادگی رزمی و توجیه سیاسی، محل تصمیم‌گیری و شورا، مصلاهی جماعت و محل عبادت و اعتکاف در همه اوقات از جمله کارکردهای مسجد در زمان رسول خدا ﷺ بود.

بنابراین همان گونه که بیان شد تبلیغ مسایل دینی و رساندن دستورات الهی به

بندگان، در مکان‌های مناسب تأثیر بیش‌تری خواهد داشت. مکان‌هایی همچون «مکه»، که مراسم بزرگ حج در آن‌جا برگزار می‌شود، بهترین و مناسب‌ترین مکان‌ها برای تبلیغ است. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در ایام حج، پیام خدا و دعوت اسلامی خویش را به مردم می‌رساندند. رسول اکرم صلی الله علیه و آله در کنار کعبه در حجر اسماعیل می‌نشستند و آیات قرآن را تلاوت و تبلیغ می‌کردند (قرائتی، ۱۳۸۹، ص ۳۷).

## ۸. تبلیغ براساس آزادی

قرآن در آیات زیادی می‌فرماید: «ای پیامبر وظیفه تو ابلاغ است نه اجبار و اکراه، هر کس خواست پیروی کند و هر کس نخواست پیروی نکند» (آل عمران/۱۹). «بندگان خوب من کسانی هستند که سخن را می‌شنوند و بهترین آن را پیروی می‌نمایند» (زمر/۱۸).

حق انتخاب براساس تدبیر و تعقل و بصیرت و آگاهی یکی از امتیازات دین مبین اسلام است (قرائتی، ۱۳۸۹، ص ۱۶). اسلام، تبلیغات خود را براساس آزادی و از طریق منطق و موعظه استوار نموده است. رسول اکرم صلی الله علیه و آله در یک روز چند نامه به چند نقطه جهان از جمله امپراطور روم و ایران و پادشاه حبشه و شام و یمامه فرستاد (مکاتیب الرسول، ص ۳۲). ولی دعوت او براساس ارشاد و هدایت بود نه اکراه و اجبار و یا تهدید و تطمیع. چنان‌که شیوه دعوت آن حضرت نسبت به اهل کتاب دعوت به مشترکات بود. آن حضرت برای دعوت به اسلام به عیادت فردی یهودی که او را آزار می‌داد رفت و آن یهودی به دلیل این نوع برخورد مسلمان شد. «وحشی» غلام هند را که قاتل حمزه عموی آن حضرت بود مورد عفو قرار داد و اسلام او را پذیرفت. آری اساس دعوت اسلام حق‌گرایی، واقع‌نگری، منطق، فطرت و انسان دوستی است (قرائتی، ۱۳۸۹، ص ۱۷). اسلام، در تبلیغات خود حتی اجازه ناسزا گفتن به دشمن را نمی‌دهد. حضرت علی علیه السلام در صفین به یاران خود فرمود: «من از ناسزاگویی شما ناراحتم، ما با داشتن منطق نیازی به ناسزا نداریم» (نهج البلاغه، خطبه ۲۰۶).

## ۹. پذیرفتن وفدها و هیأت‌های نمایندگی

وفدها، هیأت‌های نمایندگی قبایل مختلف عرب بودند که برای اظهار اسلام و اعلام انقیاد به حضور رسول اکرم صلی الله علیه و آله شرفیاب می‌شدند، که این ملاقات‌ها، بیشتر بعد از فتح مکه و در سال نهم هجرت اتفاق افتاد و آن را به این سبب «عام الوفود» نامیدند؛ از جمله وفد بنی تمیم، هیأت ثقیف، وفد بنی حارث و وفد بنی سعد بن بکر (ابن هشام، ج ۴، ص ۱۷۰).

یکی از شیوه‌های موفق پیامبر صلی الله علیه و آله، استقبال و پذیرایی صمیمانه هیأت‌هایی است که از مناطق مختلف برای شناخت عقاید پیامبر صلی الله علیه و آله و آشنایی با جمع مسلمانان، به ویژه در دوران پس از هجرت به حضور آن حضرت می‌رسیدند و پیامبر صلی الله علیه و آله با سعه صدر و پذیرایی گرم و با اتخاذ شیوه‌های مؤثر تبلیغی ذهن و دل آنان را به دین اسلام متوجه می‌ساخت.

## ۱۰. بشارت و انداز

بسیاری از اقدامات تبلیغی پیامبر صلی الله علیه و آله را می‌توان در راستای مژده و هشدار دانست.

### الف - بشارت و مژده به مشرکان برای پذیرش اسلام

در نخستین مرحله دعوت که خواندن به اصل مسلمانی است، پیامبر صلی الله علیه و آله از بشارت‌های متنوع و مؤثری استفاده نمود؛ مژده به نعیم اخروی و بشارت به سعادت دنیوی، هر دو در دعوت حکیمانه پیامبر صلی الله علیه و آله بسیار دیده می‌شود. اینک، نمونه‌هایی از بشارت به نعیم اخروی:

- نخستین و مهم‌ترین بشارت پیامبر صلی الله علیه و آله این جمله مشهور و شعار بزرگ بود:

«قولوا لا اله الا الله تفلحوا»؛ بگوئید: معبودی جز الله نیست، تا رستگار شوید.

- ﴿وَمَنْ يُؤْمِن بِاللَّهِ وَيَعْمَلْ صَالِحًا يُكْفِّرْ عَنْهُ سَيِّئَاتِهِ وَيُدْخِلْهُ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ

تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ﴾ (تغابن/۹)؛ و هر کس به خدا

ایمان آورد و کار شایسته‌ای کرده باشد، بدی‌هایش را از او بسترده و او را در



بهشت‌هایی که از زیر درختان آن جویبارها روان است در آورد. در آن جا به مانند این است همان کامیابی بزرگ.

(۳۲)

### ب - انذار و هشدار به مشرکان

مبلغان الهی همواره بیم دادن و آگاهانیدن مخاطبان نسبت به عاقبت و فرجام بد بی‌ایمانی را در دستور کار دعوت خویش داشته‌اند، به طوری که گاهی خود را تنها با عنوان نذیر یا منذر معرفی می‌کنند ﴿إِنَّمَا أَنَا نَذِيرٌ مُّبِينٌ﴾ در انذار، عنصر آگاهی و هشدار نقش اصلی را دارد چرا که تخویف و ترساندن صرف، نه در شأن انبیا و نه به تنهایی مفید فایده است، بلکه آنان بیان‌کننده وعده و وعیدهای غیر قابل‌تغییری می‌باشند که تحقق خواهد یافت و این آگاهی می‌تواند باعث نگرانی، خوف از سرانجام کار و در نتیجه ایمان به پیامبر ﷺ شود. نمونه‌هایی از انذار به عذاب اخروی و دنیوی را یادآوری می‌کنیم:

- در بیان عذاب اخروی: ﴿إِنَّهُ مَنْ يُشْرِكْ بِاللَّهِ فَقَدْ حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِ الْجَنَّةَ وَمَأْوَاهُ النَّارُ﴾ (مائده/۷۲)؛ هر کس به خدا شرک آورد، قطعاً خدا بهشت را بر او حرام ساخته و جایگاهش آتش است.

- ﴿قُلْ إِنَّ الَّذِينَ يَفْتَرُونَ عَلَى اللَّهِ الْكَذِبَ لَا يُفْلِحُونَ﴾ (یونس/۶۹)؛ بگو در حقیقت کسانی که بر خدا دروغ می‌بندند، رستگار نمی‌شوند.

### ج - تشویق مسلمانان به ایمان و عمل صالح

از جلوه‌های مهم این شیوه کلی، تشویق مؤمنانی است که مرحله نخستین دعوت را پذیرفته و به جرگه مسلمانان پیوسته‌اند و اکنون نیازمند ارشاد و ترغیب بیش‌تر در جهت تعمیق ایمان و عمل صالح می‌باشند. شاید بتوان گفت این شیوه در سلوک تبلیغی رسول اکرم ﷺ مهم‌ترین جایگاه را داشته است، چه او همیشه در مرحله اول با تشویق و ترغیب برای ارشاد، تغییر و تحول در افراد و توسعه حاکمیت روحیه اسلامی در رفتارهای فردی و جمعی داشته است. این شیوه نیز

گاه با تبیین نتایج اخروی و گاه با نتایج دنیوی بوده است.

### ۱.۱. مشورت با مؤمنان

رایزنی و مشورت با افراد، از راه‌های مؤثر جلب اعتماد و باعث پیشرفت امور به نحو مطلوب می‌گردد. هر چند همه مؤمنان، موظف به اطاعت محض از رسول خدا ﷺ و کنار نهادن دیدگاه‌های خود به هنگام اظهار نظر پیامبر ﷺ بودند، شیوه ایشان در ابعاد مختلف زندگی، به ویژه در جنگ‌ها، رجوع به کارشناسان و افراد خبره بود. این باعث می‌شد مؤمنان خود را شریک دعوت بدانند و برای به هدف رسیدن آن تلاش خالصانه‌تری به عمل آورند. وحی الهی نیز به او سفارش می‌کرد: ﴿وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ﴾ (آل عمران/۱۵۹).

از نمونه‌های برجسته مشورت پیامبر ﷺ، جنگ بدر است که آن حضرت در اصل جنگ، تعیین موضع نبرد و موضوع اسیران، با یاران خود مشورت کرد. نتیجه آن شد که ابتدا عده‌ای از جنگ شانه خالی کردند و گروه بیش‌تری تبعیت و آمادگی کامل خود را اعلام نمودند و گفتند: «ما سخنی را که بنی اسرائیل به موسی گفتند به تو نمی‌گوییم (اذهب انت و ربک فقاتلانا ههنا قاعدون) بلکه می‌گوییم تو و پروردگارت بجنگید و ما هم همراه شما می‌جنگیم». در این ماجرا، رسول خدا ﷺ چند بار مشورت یاران را طلبید و فرمود: «أَشِيرُوا عَلَيَّ أَيُّهَا النَّاسُ» (رای خود را به من بگویید). انصار نیز در پاسخ از زبان سعد بن معاذ، اظهار اطاعت کردند و آمادگی خود را برای جنگ اعلام داشتند. پیامبر ﷺ پس از این مشورت‌ها عزم خود را جزم و تصمیم نهایی را گرفت و فرمود: «به راه افتید. مژده باد شما را که خداوند وعده پیروزی بر قریش یا تصاحب کاروان را داده است و حرکت را آغاز کرد» (تلخیص از: سیره ابن هشام، ج ۲، ص ۲۵۳).

مشورت پیامبر ﷺ با یاران، تنها به مسائل جنگ منحصر نبوده، بلکه در سایر امور مثل قضایای خانوادگی و اجتماعی و نیز تعیین افراد اعزامی برای اداره مناطق و مأموریت‌های دیگر نیز بوده است.

## ۱۲. هماهنگی با مخاطبان در معیشت

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله از آن جا که می‌خواهد به عنوان اسوه‌ای تمام عیار و همیشگی برای انسان‌ها هدایتگر آنها باشد و ایشان را به پیروی خود، دلگرم و تشویق کند، همانند سایر انسان‌ها زندگی کرده و از هرگونه تعین و تشخیص که موجب فاصله گرفتن مخاطبان از او گردد، خودداری می‌کند.

شایان توجه است که در مفهوم اسوه، تساوی نیز بخشی از معناست:

«تناسب شیوه زندگی میان اسوه و متأسی، یکی از ابعاد ضروری هماهنگی میان آن دو است و اساساً فاصله سطح و شیوه زندگی افراد، از جمله موانع ایجاد رابطه میان انسان‌هاست و نظر به این که در تبلیغ ایجاد رابطه ناگستنی غیر قابل اغماض است، اسوه‌ها باید در جهت هماهنگی شیوه زندگی خود با توده‌ها بکوشند» (عباسی مقدم، ۱۳۷۱، ص ۲۴۶).

الف - ساده‌زیستی

ب - پرهیز از تکلف و تشریفات

## ۱۳. بر پا داشتن شعائر دینی به صورت آشکار

رفتار دیگری که کارکرد تبلیغی و ارتباطی مهمی داشت، اقامه نماز از سوی پیامبر صلی الله علیه و آله به صورت آشکار در کنار کعبه بود. برخی از یاران پیامبر صلی الله علیه و آله نیز در بیرون منزل خود به صورت آشکار و با صدای بلند به نماز و دعا و گریه می‌پرداختند و کودکان و زنان برای تماشای آن گرد می‌آمدند و سران قریش نگران تأثیرپذیری تماشاکنندگان بودند (ابن هشام، ج ۲، ص ۱۳).

## نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب بیان شده این نتیجه حاصل می‌شود که:

یکی از جنبه‌های زندگی پیامبر صلی الله علیه و آله که تاکنون توجه شایسته و بایسته‌ای به آن نشده روش‌های تبلیغی ایشان است. یعنی تأمل در روش‌های فرهنگی - ارتباطی

که به کار بستن آن موجب شد تا ساکنان عرب نواحی مرکزی شبه جزیره عربستان با دست کشیدن از باورهای دیرینه و گرویدن به آیینی نو زندگی جدیدی را آغاز کنند. پیامبر اسلام ﷺ با به کارگیری یک نظام ارتباطی و تبلیغی منسجم توانستند پیام‌های الهی را به گوش جهانیان برسانند. بنابراین برای ما که در عصر ارتباطات به سر می‌بریم درک ماهیت این حرکت ضروری است. در واقع درک اصول، شرایط، ویژگی‌ها و ابزار تبلیغ اسلامی می‌تواند راه‌گشای ما در این عصر باشد.

بنابراین تبلیغات اسلامی در هر عصری لازم است و جزء امور واجب شمرده می‌شود؛ اما در عصر کنونی که ابزارهای ارتباط و وسایل تبلیغ بیش از صدر اسلام فراهم است و دنیا دستخوش تحولی بزرگ گشته و چونان خانواده‌ای واحد، همه اهل خود را در محدوده کوچکی مجتمع کرده است «دهکده جهانی به تعبیر مک لوهان» (دادگران، ۱۳۷۷، ص ۹۶) و تبلیغات در دنیا در رأس همه امور قرار گرفته و آینده اسلام، به عملکرد «تبلیغات اسلامی» وابسته است، اهمیت تبلیغ مبانی اسلام و ارائه و معرفی حقیقت آن، مضاعف شده است.

از طرفی باید به این مسأله توجه شود که در عصر حاضر با توجه به مقتضیات زمان و مقولاتی همچون اسلام‌هراسی و هجمه‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای که وجود دارد، چه روش‌ها و ابزارهای ارتباطی مؤثری با در نظر گرفتن مفاهیم و شیوه‌های ارتباطی اسلام باید به کار گرفته شود تا چهره اسلام به درستی به عموم مردم شناسانده شود؟ چرا که در زمان حاضر پدیده اسلام‌هراسی، پدیده‌ای با عناصر پیچیده و ابعاد متعدد و آثار عمیق است؛ از این رو تقابل با این پدیده مقتضی به کارگیری همه تلاش‌های ممکن در جهان اسلام به هدف دستیابی به راهبردی فراگیر است.

### پی‌نوشت‌ها

1. feedback
2. context

۳. برای توضیح بیشتر ر.ک: ابن هشام، السیرة النبویه، ج ۴، ص ۱۹۶.

## منابع و مأخذ

### \* قرآن کریم.

۱. ابن سعد (۱۴۵۲ق. / ۱۹۸۵م)، *الطبقات الكبرى*، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ج ۳.
۲. ابن هشام، عبدالملک (۱۳۷۵)، *السیرة النبویه*، ترجمه سید هاشم رسولی، تهران، کتابفروشی اسلامیة.
۳. ازکیا، مصطفی (۱۳۸۰)، *جامعه شناسی توسعه*، تهران، نشر کلمه.
۴. الویری، محسن (۱۳۸۷)، «رسانه مسجد، الگوی توسعه پایدار»، فصلنامه نامه صادق، ش ۳۱.
۵. ----- (۱۳۸۳)، «شیوه‌های فرهنگی - ارتباطی پیامبر در عهد مکی»، تهران، مجله پژوهشی دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۶. پیشوایی، مهدی (۱۳۸۵)، *تاریخ اسلام*، تهران، دفتر نشر معارف.
۷. جعفریان، رسول (۱۳۷۹)، *آثار اسلامی مکه و مدینه*، قم، مشعر.
۸. ----- (۱۳۷۷)، *از پیدایش اسلام تا ایران اسلامی*، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
۹. جلیلی، سعید (۱۳۷۴)، *سیاست خارجی پیامبر صلی الله علیه و آله*، تهران، چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۰. حسنی، علی اکبر (۱۳۷۷)، *تاریخ تحلیلی و سیاسی اسلام*، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۱. الحلبي الشافعی (بی تا)، *السیرة الحلبیه*، بیروت، المكتبة الاسلامیه، ج ۱.
۱۲. داداش نژاد، منصور (۱۳۸۵)، «بررسی نکات اصلی وفود در سیره نبوی»، پژوهشی در سیره نبوی (مجموعه مقالات)، چاپ دوم، قم، زیتون.
۱۳. دادگران، سید محمد (۱۳۸۳)، *مبانی ارتباطات جمعی*، تهران، چاپ ششم، انتشارات فیروزه.
۱۴. زریاب خویی، عباس (۱۳۷۰)، *سیره رسول الله صلی الله علیه و آله*، تهران، سروش.
۱۵. سبحانی، جعفر (۱۳۸۹)، *تاریخ اسلام*، قم، نشر امام عصر.
۱۶. ----- (۱۳۸۵)، *فروغ ابدیت*، قم، بوستان کتاب.
۱۷. شریف پور، رضا (۱۳۸۰)، *مسجد و انقلاب اسلامی*، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۱۸. طباطبایی، سید جواد (۱۳۸۰)، *دیباچه‌ای بر نظریه انحطاط ایران*، تهران، نگاه معاصر.
۲۰. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۶۳)، *تفسیر المیزان*، ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۱۹. ----- (۱۳۸۵)، *سنن النبوی*، ترجمه عباس عزیزی، تهران، انتشارات صلاة.
۲۱. طبرسی (بی تا)، *مجمع البیان*، ج ۳، بی جا.
۲۲. طبری، محمد بن جریر (بی تا)، *تاریخ طبری*، مصر، دارالمعارف، ج ۲.
۲۳. فارسی، جلال‌الدین (۱۳۶۷)، *پیامبری و انقلاب*، قم، امید.

۲۴. فرقانی، محمد مهدی (۱۳۸۷)، *درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران*، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۵. ----- (۱۳۸۲)، *راه دراز گذار*، تهران، فرهنگ و اندیشه.
۲۶. قرائتی، محسن (۱۳۸۹)، *قرآن و تبلیغ*، تهران، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
۲۷. کلینی، محمد بن محمد بن یعقوب (۱۳۶۵)، *الکافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۸. گال، مردیت و دیگران (۱۳۸۳)، *روش‌های تحقیق کمی و کیفی در علوم تربیتی و روان‌شناسی*، احمد رضا نصر و دیگران، تهران، سمت و انتشارات دانشگاه شهید بهشتی.
۲۹. مجلسی، محمد باقر (۱۳۸۵)، *بحارالانوار*، ترجمه علی دوانی، تهران، اسلامیه، ج ۲۱.
۳۰. محمدی ری شهری، محمد (۱۳۸۲)، *تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث*، ترجمه علی نصیری، قم، دارالحدیث.
۳۱. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۶۷)، *تفسیر نمونه*، با همکاری جمعی از دانشمندان، ج ۳، تهران، دارالکتب اسلامیه.
۳۲. واقدی (۱۳۶۹)، *مغازی*، ترجمه محمود مهدوی دامغانی، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.

## رسالت حوزه علمیه در تبیین فلسفه سیاسی اسلام\*

□ علی اکبر نوایی<sup>۱</sup>

### چکیده

فلسفه سیاسی اسلام در چهره عام خود به تبیین عقلانی و فلسفی پرسش‌های بنیادی درباره حکومت، حکمرانی، نقش مردم، مقوله قدرت و فلسفه آن، اداره جامعه و مسائل متعلق به آن می‌پردازد. فیلسوفان و حکیمان نام آور اسلامی در قالب ارائه تئوری‌ها و نظریه‌های فلسفی ملهم از دین، درباره حکومت و قدرت و اداره جامعه پرداخته و به پرسش‌های بنیادین و اساسی این مقوله در قالب نظام شهرهای اسلامی نظیر مدینه فاضله اسلامی فارابی و شهر حکمت و حکیمان سهروردی و حکومت اسلامی امام خمینی علیه السلام و نظایر آن پرداخته‌اند.

روح نوشتار این است که اسلام دارای فلسفه برجسته و روشنی است و بدون آن، اسلام در حد یک نام فروکاسته خواهد شد و دیگر اثری عملی از آن نمایان نخواهد شد. بدین روی حوزه‌های علمیه که رسالت تبیین اسلام را برعهده دارند، باید به عمق این فلسفه دست یازند، زیرا در غیر این صورت، حوزه‌ها قادر نخواهند بود که رسالت عظیم و جامعه ساز خود را به انجام رسانند. حوزه‌های علمیه باید پشتوانه فکری و تئوریک نظام اسلامی باشد. لذا

تبیین این فلسفه سیاسی ضرورتی انکارناپذیر است. این ضرورت را چند اصل مهم توضیح می‌دهد. اصل نیاز انقلاب اسلامی به پشتوانه نظری و نرم افزاری، ضرورت تمدن سازی دینی و اسلامی که با فقاقت تمدن ساز باید شکل یابد. اصل ابهام زدایی از چهره اسلام، تقابل با سلطه‌های استعماری، اصل عزت و شوکت مسلمین و... که مصادیقی از این ضرورتند.

واژگان کلیدی: فلسفه سیاسی، حکومت، قدرت، جامعه، تمدن، فقاقت، روحانیت.

### درآمدی بر نوشتار

فلسفه سیاسی، تبیین عقلانی و فلسفی پرسش‌های بنیادی و پایه درباره حکومت، حکمرانی، شیوه حکمرانی، وظایف حاکم، ماهیت حکومت، قدرت، نزاهت و عدم نزاهت و لزوم نزاهت قدرت و نیز اداره جامعه انسانی، راهبردهای رشد و تکامل جامعه انسانی، مردمی بودن حکومت، ابتدای به اراده جمعی و... پاسخ می‌گوید. لذا به کیفیت اداره حکومت، بهره‌وری از قدرت، اداره نظام اجتماعی و... پرداختن می‌خواهد. چنان که در عالم اسلامی و در تاریخ فلسفه سیاسی متعالی اسلامی، فیلسوفان نام‌آور اسلامی نظیر ابونصر فارابی، ابن سینا، سهروردی و بسیاری از نام‌آوران حکمت نورانی اسلامی، به پرسش‌های بنیادی سیاست و حوزه تأملات سیاسی، در فلسفه سیاسی خودشان پاسخ‌های فلسفی و عقلانی را ارائه کرده‌اند و این پاسخ‌ها را در قالب نظریات و تئوری‌های فلسفی، همچون مدینه فاضله اسلامی، شهر حکیمان و متألهان و حکومت الهی، دینی و اسلامی، ارائه نموده‌اند و از این نوع پویش‌های سیاسی فلسفی، توانسته‌اند بخش‌های عمده‌ای از تفکر سیاسی اسلام را با رویکردی جامعه سازانه و دولت مدار الهی، به شکلی معقول و منطقی و مبتنی بر رهیافت‌های وحیانی بیان دارند.

پاسخ فلسفه‌های سیاسی به پرسش‌های بنیادین حوزه سیاست، تابع تلقی و برداشت‌شان از هستی، عالم و انسان است که بر این اساس تفاوت‌هایشان پایه و جوهری است. این پاسخ‌ها یا عقلی محض‌اند و منطبق بر باورشان از عالم و آدم، که در این حوزه، نگرش‌های مادی این جهانی، سکولار و... باعث گردیده



پاسخ‌ها گوناگون و در بعضی موارد متضاد کردند و یا این که پاسخ‌ها تابع نوعی تلقی خردورزانه ارزشی بوده، اما بدون پشتوانه وحیانی و الهی، نظیر پاسخ‌هایی که فلاسفه سیاسی یونانی نظیر افلاطون و ارسطو و قبل از آنها طالس و انکسیماندروس و... داده‌اند. پاسخ‌های نوع دوم از نوعی ارزش و اهمیت برخوردارند، لکن در مقیاس آموزه‌های وحیانی که از مبدأ متعالی و اصلی عالم برخاسته، و از دانای مطلق سرچشمه گرفته‌اند، کم فروغ می‌نماید و در برابر پاسخ‌های ملهم از وحی و سرچشمه عظمت و علم و قدرت رنگ می‌بازند.

فلسفه سیاسی اسلام، بی هیچ شائبه‌ای و بدون هیچ مداخله‌ای توسط بشر در حوزه صدور و خاستگاه، برگرفته از روح و محتوای شریعت اسلامی و وحی نبوی است. در واقع اسلام در باب حکومت، حاکمان، شکل و شیوه حکمرانی، تشکیل دولت، قلمروهای مداخله دولت، عناصر کارایی دولت الهی، نقش مردم، محتوای حاکمیت، مقوله قدرت، اهداف و فلسفه قدرت و نحوه اداره جامعه، مطلوب‌ترین، منجسم‌ترین و کارآمدترین طرح‌ها را ارائه نموده و حکومتی را به صورت یک سیستم معنوی و نورانی و الهی ترسیم نموده است که خوشبختانه پس از قرن‌ها فترت و فاصله و نهفتگی، پس از پیروزی انقلاب پرهیبت و هیمنه اسلامی، و نقشی که امام خمینی علیه السلام در تبیین فلسفه سیاسی اسلام و احیای مجدد آن نمودند و اقبالی که از ناحیه شاگردان ابن سینا، سهروردی، الکندی، ابو معشر بلخی، خوارزمی، خواجه نصیر و نظام الملک و چهره‌هایی دیگر از اندیشمندان اسلامی به جای مانده بود، با توجه به چشمه ذخار و موج آیات کریمه قرآن مجید و سیره و سنت نبوی صلی الله علیه و آله و اهل بیت علیهم السلام، فقه سیاسی رشد نموده و کلام سیاسی و عرفان سیاسی و جامعه‌شناسی سیاسی و تاریخی و... از دامن تفکرات اسلامی بالید و روید. بدین روی، زمینه مساعدی جهت تلاش برای تنقیح و تبویب فلسفه سیاسی اسلام فراهم آمد. اما در عین برخورداری از این میراث گرانبها، فلسفه سیاسی اسلام هنوز در آغاز پویش خود قرار دارد. علی القاعده این

کار، در درجه نخست متوجه عالمان دینی و اندیشمندان درون حوزه‌های علمیه است، که باید به صورت نهضتی علمی این پروژه عقلانی، وحیانی با ماهیت فلسفی، کلامی، فقهی و عرفانی‌اش، از درون حوزه‌ها به صورت جدی و نه شعاری و کم رمق، آغاز گردد، به خوبی ادراک شود، تبیین گردد و نظام واره مبتنی بر آن در همه قلمروها و بخش‌ها عملیاتی گردد. بدین روی این جستار اندک را گشودیم تا تذکری بر موارد فوق باشد.

### چیستی فلسفه سیاسی اسلام

فلسفه سیاسی، یک فلسفه مضاف است که در واقع فلسفه سیاسی اسلام دو قید مضاف دارد. از این رو از هر واژه تعریفی کوتاه را ارائه می‌دهیم.

با توضیح نکته بالا درمی‌یابیم که باید سه کلمه را به صورت منفک و منضم

تعریف نماییم:

۱. مفهوم کلمه فلسفه؛
۲. مفهوم کلمه سیاست؛
۳. مفهوم کلمه فلسفه سیاسی اسلام.

### مفهوم فلسفه

فلسفه، عبارت است از علم برهانی و استدلالی به وجود و هستی از آن جهت که هست و یقینی و برهانی سخن گفتن از آن و تبدیل گمان‌های درباره آن به یقین.

فلسفه در اسلام در پرتو قرآن و حدیث معنا گردیده که اصطلاح حکمت در

هر دوی آنها بیان شده است و بر این اساس، عناوین «الحکمة الالهية» و «الحکمة

المتعالية» و نظایر آنها به کار برده شده است. به آیات و به احادیث معصومان هم

استناد شده است. ﴿يُؤْتِي الْحِكْمَةَ مَنْ يَشَاءُ وَ مَنْ يُؤْتِ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا

كثيراً﴾ (بقره/۲۶۹) و یا «عليك بالحكمة فإن الخير في الحكمة» (فارابی، ۲۰۰۱،

ص ۲۷)، بر تو باد به حکمت و اقبال به آن، زیرا همه خیر در حکمت است.

و آیات و روایاتی فراوان که دربارهٔ حکمت آمده است. در هر حال، فیلسوفان اسلام حکمت و فلسفه را معنا و مفهومی ارزشی کرده‌اند که چون غرض این بحث نیست به تعریفی از فارابی بسنده می‌کنیم.

فارابی، در *الجمع بین الرأی الحکیمین*، فلسفه را چنین معنا می‌کند. «فلسفه علم به موجودات از آن جهت که موجودند و صناعت فلسفه به همین غرض تنظیم و دریافت شده به گونه‌ای که هیچ امری وجود ندارد در امور عالم هستی الا این که در فلسفه برای آن امر جایگاهی و غرضی وجود دارد» (فارابی، ۲۰۰۱، صص ۲۸-۲۹).

سپس تصرفی در کلمهٔ فلسفه کرده و آن را با عنوان حکمت یاد می‌کند. «حکمت، برترین دانش برای برترین موجودات است. پس حکمت متوقف بر شناخت چیزی است که در بردارندهٔ سعادت حقیقی انسان است» (فارابی، ۱۹۹۸، صص ۶۱-۶۲).

و تمام حکمای اسلامی، حکمت را علم به خیر، فضیلت و سعادت می‌دانند و نهایتش علم به حقیقت و مراتب هستی است.

### مفهوم سیاست

واژه سیاست، مفاهیم گوناگون و متکثری دارد، هم به لحاظ لغوی و هم به لحاظ اصطلاحی، که البته در حوزهٔ اصطلاحی مفهوم سیاست، پر تنش و منازعه است و گاهی که البته غالباً پرهزینه برای بشریت شده و برخی مفاهیم تحمیلی اصطلاحی‌اش چهرهٔ تاریخ را تراژیک نموده و غمبار ساخته است.

سیاست در لغت به معانی گوناگونی است: حکمرانی، تدبیر، مدیریت، اداره کردن، تأدیب، تنبیه، کنترل و مراقبت، مصلحت کردن، رام نمودن، هدایت و راهنمایی نمودن و...

ابن منظور گوید: «سوس، به معنای ریاست است و معنای سیاستشان کرد، بر آنها ریاست نمود» (ابن منظور، ۱۹۹۵، ص ۲۶۲).

زمخشری در اساس اللغة می گوید: «فلان شخص امور قبیله اش را سیاست نمود یعنی بر آنها حکم راند» (زمخشری، ۱۴۱۴ق، ج ۴، ص ۳۶۴).  
در زبان های اروپایی واژه سیاست politics از کلمه یونانی polis گرفته شده است که به معنای اداره شهر است. از نظر ارسطو «شهر، موضوع علم سیاست است» (برنارد، ۱۳۷۸، ص ۲۷).

آن را به معنای علم اداره شهر گرفته اند. به معنای علم دستیابی به قدرت گرفته اند، به معنای علم راهبری جامعه مدنی و... گرفته اند.  
امام خمینی علیه السلام راجع به مفهوم سیاست، چنین می فرماید:  
«سیاست، این است که جامعه را هدایت کند و راه برد، تمام مصالح جامعه را در نظر بگیرد و تمام ابعاد انسان و جامعه را در نظر بگیرد و این ها را هدایت کند به طرف آن چیزی که صلاحشان هست و این، مختص به انبیاء علیهم السلام است» (امام خمینی، ۱۳۷۸، ج ۱۳، ص ۴۳۲).

چنان که از تعریف امام خمینی علیه السلام برمی آید، این مفهوم از سیاست، تمایزی ساختاری با همه مفاهیمی دارد که توسط لیبرال ها، سکولارها و تمامی ماده پرستان و طالبان قدرت و مقام، معنا می گردد. سیاستی که در مسیر هدایت بشر و کمال انسانی است که به این مفهوم، دین، همین راهبردها، قانون ها و راهبری ها در اجتماع انسانی است.

### مفهوم فلسفه به اضافه سیاست (فلسفه سیاسی)

فلسفه سیاسی، پرداختن به تبیین های عقلانی پرسش های بنیادی در سه مقوله حکومت و مسائل متکثر آن، قدرت و مسائل فراوان آن، اداره جامعه و مردم و مسائل فراوان آن است. تبیین های یقینی نه از روی حدس و گمان، و در واقع تبدیل گمان ها در این مقوله ها به یقین است.

بنابر این «فلسفه سیاسی، کوششی است برای نشان دادن معرفت به ماهیت امور سیاسی، به جای گمان درباره آنها» (اشتراوس، ۱۳۷۳، ص ۴).

چنان که در تعریف اشتراوس مشاهده می‌گردد فلسفه سیاسی، برهانی سخن گفتن و یقینی سخن راندن درباره سیاست و مقوله‌های سه گانه آن (حکومت، قدرت و جامعه) است.

فلسفه سیاسی به تبیین مفاهیم، ادراکات، دیدگاه‌ها، نظریات و راهبردهایی می‌پردازد که به لحاظ نظری درباره حکومت، قدرت و اداره جامعه بشری است و نوع مواجهه و تعامل انسان و تکالیف انسان در این باره و تکالیف حاکمان و صاحبان قدرت و راهبری جامعه در آن مورد توجه قرار می‌گیرد.

### فلسفه سیاسی اسلام

فلسفه سیاسی اسلام، جزیی از کلی اندیشه اسلامی است که در واقع مبانی حکومت، شکل و قوانین و ساختار و جهت آن و شرایط حاکمان و پروسه قدرت و اداره جامعه را از دیدگاه الهی و طبق مبانی وحیانی و دینی بررسی می‌نماید. یعنی مکانیسم حاکمیت و حدود و شرایط آن را در جهانی جز این عالم و در وجودی غیر از وجود انسان، یعنی وجود خدا و عالم الوهیت و معنا جست و جو می‌کند.

بنابر این «فلسفه سیاسی اسلام، به دانشی گفته می‌شود و اطلاق می‌گردد که حاکمیت و شرایط آن و مقوله قدرت و حدود و ضوابط آن و چگونگی اداره جامعه، از منظری دینی، وحیانی و الهی، طرح گردیده و مورد عنایت و توجه قرار گرفته است» (نوایی، ۱۳۸۶، ص ۱۶۰).

### مبانی فلسفه سیاسی اسلام

چون بحث ما در این مقوله نیست، فقط اشاره گونه به این نکته می‌پردازیم که فلسفه سیاسی اسلام، یک امر ممکن حاصل و دارای واقعیت، مبنا و حقیقت است و بدون این فلسفه و نگاه سیاست ورزانه به اسلام، اسلام مثله شده، بدون روح، جهت، سازندگی، عزت و کمال آفرینی است.

فلسفه سیاسی اسلام، در واقع بیان عقلانی آموزه‌های دینی، معطوف به سه اصل حاکمیت، قدرت و جامعه است که دارای مبانی هستی‌شناختی، انسان‌شناختی و معرفتی، عرفانی، شهودی، کلامی، فقهی است و مبانی آن موجود است که در این خصوص اطالۀ کلام نمی‌دهیم. فقط به گونه‌ای کوتاه اشاره‌ای گذرا می‌نماییم.

### نگاه معرفتی به عالم

به لحاظ معرفتی همه عالم عین اتصال به عالم معنا و الوهیت است و عالم بدون این اتصال، هیچ است و پوچ و نابود شدنی.

«همه عالم اسماء الله‌اند، تمام عالم چون اسم و نشانه است. همه موجوداتی که در عالم هستند نشانه ذات مقدس حق تعالی هستند و هستی محضر او است و او در همه حال حاضر است. پس جدایی و فاصله از او معنا ندارد. زیرا تمام هستی جلوه حق تعالی است و از خود هیچ ندارند. تمام چیزهایی که در عالم واقع می‌شود از همان جلوه است و چون همه امور و همه چیزها از او است، به او برمی‌گردد. هیچ موجودی از خودش چیزی ندارد، ما از خداییم و به سوی او بازمی‌گردیم ﴿إِنَّا لِلَّهِ وَإِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ﴾» (امام خمینی، ۱۴۰۰ق، ص ۸۹).

این نکته که اشاره شد، نگاه فلسفی به مقوله هستی است که عین ربط به ذات احدیت است. این نوع معرفت از عالم، ما را به یک حقیقت منتقل می‌سازد و آن این که هر چه هست او است.

عالم ملک، متصل، وابسته و عین تعلق به عالم ملکوت است و خدای منان هیچ امری را نادیده نگرفته و امور، همه به دست با کفایت او است.

«خالق و آفریننده جهان و همه عوالم وجود و انسان، تنها ذات مقدس خدای تعالی است که از همه حقایق مطلع است و قادر بر همه چیز است و مالک همه چیز» (امام خمینی، ۱۳۷۷، ۳۸۷).

نوع هستی‌شناسی اسلام، تبیین می‌کند، که هیچ امری خارج از اراده الهی و

قدرت قاهره آن قادر مطلق نیست و همین مقوله پیوندی ساختاری و ماهوی را بین هستی‌شناسی اسلام و فلسفه سیاسی اسلام به وجود می‌آورد، که هیچ امری نباید خارج اراده و مشیت او باشد.

### انسان‌شناسی دینی و فلسفه سیاسی

انسان‌شناسی اسلامی، بخشی از هستی‌شناسی معرفت‌شناسانه اسلامی است، زیرا انسان در کلیت هستی بخشی از آن است.

انسان موجودی است که بالقوه توانایی و استعداد شدن و رسیدن به بالاترین حد کمال و رشد را داراست و ضرورت ارسال انبیای الهی علیهم‌السلام، مربوط و منوط به همین مقوله مهم است. انسان قابل تربیت و رشد تا بی‌نهایت است؛ افسارگسیختگی و به حد خود و انواده شدنی از نظر اراده الهی در کار نیست، این مقوله (به خود و انهادن) در همه مراتب تجلی حیات آدمی متجلی و نمودار است. از حکومت، سیاست، اقتصاد، حقوق، نوع روابط فردی و اجتماعی‌اش، انسان، جلوه‌ای از ذات حق تعالی و نازله ذات او است و هدف آفرینش او بر مبنای فیاضیت الهی مطرح می‌گردد، که در واقع تمام و کمال فیض خود را به انسان افزوده فرموده است.

«انسان، مثل حیوانات نیست که یک حد حیوانی داشته باشد و تمام بشود، انسان یک حد مافوق حیوانی و یک مراتب مافوق حیوانی، مافوق عقل دارد، تا برسد به مقامی که نمی‌توانیم از آن تعبیر کنیم و از آن، آخر مقام مثلاً تعبیر می‌کنند، کالالوهیه» (امام خمینی، ۱۳۷۷، ص ۱۸۶).

بر این اساس، در بینش اسلام، انسان موجودی است که بالقوه توانایی و استعداد شدن و رسیدن به مقامی وصف‌ناشدنی و متعالی را دارد، مانند الوهیت که به حدی می‌رسد که با خدا به یگانگی می‌رسد و به او اتصال یافته و در او فانی می‌گردد. یعنی انسان به دلیل برخورداری از بعد ماورایی و واجد بودن عقل بالامکان مجرد که به طور ذاتی قابلیت نائل شدن به تجرد تامه را داراست،

می‌تواند در مقام ذات الهی چنان جذب و محو شود که خودیت کاذب را وانهد و به خودیت حقیقی که همان تجرد تامه است نائل شود.

معانی یاد شده درباره هستی‌شناسی و انسان‌شناسی فلسفی اسلام، مبادی پرنشاط و پرتحرکی برای جهت‌داری حیات انسانی و شکل‌گیری فلسفه سیاسی اسلام است که از توضیحات بالا، به طور کامل این مقوله روشن می‌نماید که سیر تکامل یاب بشر با فلسفه سیاسی، الهی و معنوی پیوندی ناگسستنی و غیرقابل انفکاک دارد. به همین روی است که انبیای الهی علیهم‌السلام رسالت یافتند و طرح‌واره نظام اجتماعی انسان را با شاکله‌ای ربانی، الهی و معنوی به بشر عرضه نمودند.

«حق تبارک و تعالی، به عنایت ازلی و رحمت واسعه، انبیای عظام علیهم‌السلام را برای تربیت بشر فرستاد و کتب آسمانی را فرو فرستاد تا آنها را از خارج، کمک به فطرت داخلیه کنند و نفس را از این غلاف غلیظ نجات دهند و از این جهت، احکام آسمانی و آیات باهره الهی و دستورات انبیای عظام و اولیای کرام علیهم‌السلام بر طبق نقشه فطرت و طریقه جبلت بنا نهاده شده است» (امام خمینی، ۱۳۷۴، ص ۷۸).

چنان که می‌بینیم، انسان بالقوه خلیفه و جانشین خداوند است، زیرا در بینش فلسفی هر چه را که علت دارد به معلول می‌دهد، به تناسب قابلیتش از علت، فیض وجود را ادراک می‌کند و فرامی‌گیرد. قابلیت قابل انسانی چنان والاست که انسان شده است. سایه و پرتوی از خدا، البته این در مقام حقیقت است، اما در مقام واقع، باید انسان این گونه بشود و این امر مهم تحقق نمی‌یابد مگر با رهبری انسان کامل، که خود بنیاد اساسی برای طرد همه انواع حکومت‌ها در همه نام‌ها و چهره‌های نفسانی و شیطانی آن است.

«اعتقادات من و همه مسلمین همان مسائلی است که در قرآن کریم آمده است و یا پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و پیشوایان به حق بعد از آن حضرت، بیان فرموده‌اند که ریشه و اصل همه آن عقاید که مهم‌ترین و با ارزش‌ترین اعتقادات ماست اصل



توحید است. مطابق این اصل، ما معتقدیم که خالق و آفریننده جهان و همه عوالم وجود انسان، تنها ذات مقدس خدای تعالی است که از همه حقایق مطلع است و قادر بر همه چیز است و مالک همه چیز. این اصل به ما می آموزد که انسان تنها در برابر ذات اقدس حق تعالی باید تسلیم باشد و از هیچ انسانی نباید اطاعت کند، مگر این که اطاعت او اطاعت از خدا باشد. بر این اساس، هیچ انسانی هم حق ندارد انسان‌های دیگر را به تسلیم در برابر خود مجبور کند. ما از این اصل اعتقادی، اصل آزادی بشر را می آموزیم که هیچ فردی حق ندارد انسان، یا جامعه و ملتی را از آزادی محروم کند، برای او قانون وضع کند، رفتار و روابط او را بنا به درک و شناخت خود که بسیار ناقص است و یا بنا به خواسته‌ها و امیال خود تنظیم نماید و از این اصل او را محروم گرداند. معتقدیم که قانون‌گذاری برای پیشرفت‌ها در اختیار خدای تعالی است، همچنان که قوانین هستی و خلقت را نیز خداوند مقدر فرموده است و سعادت و کمال انسان و جوامع، تنها در گرو اطاعت از قوانین الهی است که توسط انبیا به بشر ابلاغ شده است و انحطاط و سقوط بشر به سبب آزادی و تسلیم در برابر سایر انسان‌هاست، بنابر این باید علیه این بندها و زنجیرهای اسارت در برابر دیگرانی که به اسارت دعوت می‌کنند، قیام کند و خود و جامعه خود را آزاد سازد تا همگی تسلیم و بنده خدا باشند. از این جهت است که مقررات اجتماعی ما علیه قدرت‌های استبدادی و استعماری آغاز می‌شود و نیز از همین اصل اعتقادی توحید، الهام می‌گیریم که همه انسان‌ها در پیشگاه خداوند یکسانند. او خالق همه است و همه مخلوق و بنده او هستند. اصل برابری انسان‌ها و این که تنها ملاک برتری یک فرد نسبت به فرد دیگر، بر معیار و قاعده تقوا و پاکی از انحراف و خطاست. بنابر این با هر چیزی که برابری را در جامعه بر هم می‌زند و امتیازات پوچ و بی‌محتوایی را در جامعه حاکم می‌سازد، باید مبارزه کرد» (باوند، ۱۳۷۵، ص ۱۳۸).

این‌ها در واقع، مبناسازی برای فلسفه سیاسی اسلام‌اند که از لحاظ هستی

شناسی و انسان‌شناسی و تکلیف‌شناسی می‌توانیم آن را اثبات کنیم که در این نوشتار، در حال حاضر در صدد اثبات آن نیستیم و به همین مقدار بسنده می‌نماییم.

### نسبت فلسفه سیاسی اسلام با سیاست مدن

حال که با مبانی نظری فلسفه سیاسی اسلام، به طور بسیار کوتاه آشنا شدیم، باید این نکته را نیز بیان داریم که فلسفه سیاسی، نسبتی روشن با سیاست مدن دارد.

علوم و دانش‌ها در طبقه بندی به دو بخش تقسیم می‌شوند؛

بخش نخست: حکمت نظری است که خود به شاخه‌ای سه گانه شامل طبیعیات، ریاضیات و الهیات تقسیم می‌گردد که ما در حال حاضر به این مقوله نمی‌پردازیم.

بخش دوم: حکمت عملی است که به سه دانش مهم تعلق می‌گیرد؛ اخلاق، تدبیر منزل و سیاست مدن، که در واقع، یکی از اقسام حکمت عملی است و رهیافت‌هایی که در قرآن مجید آمده، به شدت در درون خودش سیاست مدن را نهفته و قرار داده است.

خواجه نصیر طوسی، مقوله سیاست مدن را در اسلام به طور تفصیل مورد بررسی و کنکاش قرار داده است و برای بیان رابطه دین و سیاست به جامعه بشری روی آورده، انواع اجتماعات را متذکر شده است. وی در صدد است که با صراحت رابطه دین و سیاست را در جامعه، ملموس و عیان سازد تا همگان به چنین رابطه‌ای یقین یابند و برایشان عینی شود که دین، به جز سیاست نمی‌تواند راهی بپوید.

او چنین می‌نویسد: «چون افعال ارادی انسان به دو قسم خیرات و شرور تقسیم می‌شود، اجتماعات نیز منقسم به همین دو قسم است. اجتماعی که سبب آن از قبیل خیرات باشد، مدینه فاضله نام دارد و اجتماعی که سبب آن از قبیل شرور باشد، مدینه غیرفاضله نامیده می‌شود. ولی مدینه غیرفاضله سه نوع است: مدینه

جاهله، مدینه فاسقه، مدینه ضاله» (طوسی، ۱۳۳۵، ص ۹۵).

او وحدت نوعی و ماهوی مدینه فاضله را نیز بیان می‌دارد.

«مدینه فاضله یک نوع بیشتر نیست، زیرا حق از تکثر منزه است و خیرات یک

راه بیشتر نیست» (همان).

در دیدگاه‌های خواجه نصیر طوسی، تدبیر حاکم، باید منطبق بر آموزه‌های

دینی باشد.

«اگر این تدبیر بر وفق وجوب و قاعده حکمت اتفاق افتد و مؤدی بود به

کمالی که در نوع و اشخاص به قوت آن است، آن را سیاست الهی خوانند و الا

به چیز دیگری که سبب آن سیاست است اضافه کنند» (طوسی، ۱۳۶۹،

ص ۱۹۵).

خواجه نصیر طوسی بر همین اساس، امام را چنین تعریف می‌نماید.

«الامام هو الانسان الذي له الرئاسة العامة في الدين و الدنيا بالاصالة» (همان،

ص ۲۲۱)؛ امام، همان انسانی است که ریاست عام در امور دین و دنیا در سرای

تکلیف به اصالت، داراست.

### آغازگر فلسفه سیاسی اسلام

سیره پیامبر گرامی اسلام ﷺ، سرآغاز فلسفه سیاسی اسلام است؛ زیرا در سیره

آن پیامبر رحمت، مبادی و امهات مسائل و موضوعات فلسفه سیاسی اسلام، به

لحاظ فطری تبیین و به لحاظ عملی وارد فرایند عمل گردید. پیامبر اکرم ﷺ با

سیره سیاسی خودشان، شکل، محتوا، هدف، رویکرد دولت و حکومت اسلامی و

دینی را توضیح داده و روشن ساختند. ماهیت حکومت را تبیین کردند و برای آن

تلاش وصف ناپذیر نمودند. دولت تشکیل دادند. فلسفه قدرت را به طور عملی

نشان دادند و شکل اداره اجتماع را با بیان و عمل خودشان واضح و روشن

نمودند و به طور کلی فلسفه روشنی را راجع به سیاست و اداره حکومت باز

گفتند و راهبردهای روشنی را تحقق بخشیدند.

پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ علاوه بر آن که از جانب وحی، اطلاعات جامعی را از جامعه آن روز، حوادث و رویدادها دریافت می‌کرد، به دلیل هوش خارق‌العاده و بی‌نظیری که در میان ابناء بشر داشت، نسبت به آنچه که در جامعه آن روز به نام حکمرانی، بهره‌وری از قدرت و نوع اداره اجتماع می‌گذشت، نقد و اعتراض و مخالفت داشت و بارها در زندگانی قبل از رسالت و بعثشان با ناهنجاری‌های این سه حوزه به تقابل پرداخته و ناخشنودی و عدم رضایت خودشان را روشن می‌ساختند. رسالت پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ که مقصد بزرگ آن کوییدن قدرت‌های نفسانی و شیطانی بود، حادثه‌ای نیست که در پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ یک‌باره و فقط با عامل وحی ایجاد شده باشد. عامل وحی، پیامبر را با پیش‌آگاهی‌هایی که در حوزه حکمرانی، رهبری و قدرت داشت، برانگیخت و او را مبعوث نموده و با پیش‌زمینه‌های یاد شده به او یا ایها المدثر و یا ایها المزمّل گفت که برخیز «قم فانذر».

«بعثت محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در واقع جایگزین ارسال سپاهی از پیامبران در گستره زمان-ها و مکان‌های مختلف بود، بلکه حتی بعثت او چنان فراگیر بود که گویی مانند ارسال فرشته‌ای گران‌قدر به سوی همه انسان‌هاست. همه انسان‌هایی که تا وقتی حیات بر روی زمین جریان دارد و تا آن‌جا که چشم بر هدایت و نجات دوخته شده است، بر روی زمین گام می‌نهند» (غزالی، ۱۳۷۸، ص ۱۹).

پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قبل از بعثت، سؤال‌های فراوانی درباره مقوله‌های سه‌گانه یاد شده داشته، اما بعثت او را سیراب کرده و تشنگی‌اش را مرتفع ساخته و به او انگیزتگی می‌دهد و می‌شوراند و به درون جامعه‌اش می‌فرستد تا سامانی را برای حکومت، قدرت و اداره معنوی و مطلوب جامعه ایجاد کند.

بنابر این پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فلسفه قدرت، حکومت و اجتماع را فلسفه تعالی انسان و فلسفه خدمت به بشر می‌داند. قدرت‌های تحقق یافته نظیر قدرت

اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، نظامی و... را در مسیر الهی تحلیل می‌نماید. مدل حکومتیش، الهی با مرامنامه و قانون و حیانی است، و ادارهٔ اجتماع یعنی زمینه سازی برای معنویت، عدالت و علم و آزادی بشر و رهایی او از زنجیرهای اسارت داخلی و خارجی.

«رسالت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله که مقصد بزرگ آن کوبیدن و نفی قدرت‌های شیطانی و نفسانی است، حادثه‌ای نیست که فقط در پیامبر صلی الله علیه و آله، یک‌باره منشأ تحول شده باشد و یک‌باره علیه قدرت‌های اهریمنی بشورد، بلکه حتی قبل از بعثت و رسالتش وجود قدرت‌های فاسد و گمراه کننده او را آزار می‌داده و روح بزرگش را در رنج داشته. در دورهٔ جوانیش ظلمتی را که در قبال روشنی توحید بر قلب‌ها و عقل‌ها چیره بود، حس می‌کرد. بهره‌کشی سردمداران را از انسان‌های ضعیف مشاهده می‌کرد، او جهانی را مشاهده می‌کرد که حیران و سرگردان و غرق در تیره بختی است. او همواره در آیین تحنّف خویش این نجوای دل را در خود داشته است. اما بعثتش حادثه‌ای یکباره بود که بر داشته‌های پیشین محمد صلی الله علیه و آله که در حافظهٔ نورانی ذهنش مستور بود، سخنانی برانگیزاننده را می‌افزاید. سخنانی که هم فطرت او را سیراب می‌کند و هم عاملی بر حرکتش در مقابل قدرت‌های شیطانی فاسد و اهریمنان، مانع از فدایی شدن انسان است» (نوایی، ۱۳۸۶، ص ۱۶۱).

بالاخره در رسالت آن نبی مکرم صلی الله علیه و آله، همهٔ اشکال قدرت غیر الهی، حکومت و ادارهٔ نظام اجتماعی انسان محکومند. از این رو آن حضرت حکومت تشکیل داد و فلسفهٔ الهی و انسانی برای آن مشخص نمود.

چنان که فرمود: «من ولی شیئاً من امور المسلمین فاحتجب دون حاجتهم و فقرهم احتجب الله دون حاجته و فقره يوم القيامة» (مجلسی، ۱۴۱۰ق، ص ۲۶۸).

بنابر این چنان که قرآن مجید، اقیانوس بیکران از امهات فلسفهٔ سیاسی اسلام را در خود گنجانده، در سیرهٔ نبوی هم این مسأله، منطبق بر قرآن، عمق خاصی

یافته، که در نتیجه دو منبع گران سنگ قرآن و سنت نبوی، خاستگاه فلسفه سیاسی اسلام‌اند.

### اسلام بدون فلسفه سیاسی، فقط یک نام

در تفکر اسلامی مقوله‌های حکومت، قدرت و اداره جامعه، در واقع همه اسلام است که در مقام تحلیل، امری به طور کامل اثبات شده است. اما اسلامی که در آن مقوله‌های حکومت، قدرت و اداره جامعه مبتنی بر عزت و کرامت الهی موجود نباشد، در واقع اسلامی رنگ و رو رفته و فقط یک نام بیش نیست. «اسلام اشرافیت، اسلام ابوسفیان، اسلام ملاهای کثیف دریاری، اسلام مقدس نماهای بی‌شعور حوزه‌های علمیه و دانشگاهی، اسلام ذلت و نکبت، اسلام پول و زور، اسلام فریب و سازش و اسارت، اسلام حاکمیت سرمایه و سرمایه داران بر مظلومین و پابرنه‌ها و در یک کلمه اسلام آمریکایی» (امام خمینی، ۱۳۸۲، ص ۸۱).

اسلامی که نامش اسلام است ولی در ذات و جوهرش، فاقد همه اصول مترقی و متعالی است. اسلام کسانی که سازش دارند، از کیش و آیین بیگانگان تبعیت می‌کنند و به اطاعت اولوالامر فاسق و سازش با کیش‌های غیرالهی تن می‌دهند. حکومت الهی را بر نمی‌تابند. در صدد تشکیل قدرت معنوی و منزّه و در صدد تحقق جامعه‌ای برین نیستند. اسلامی است رنگ و رو رفته که فقط اسمی را یدک می‌کشد که پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فرمودند: زمانی بر اتمم می‌گذرد که «لا بقی من الاسلام إلا اسمه»؛ باقی نمی‌ماند از اسلام مگر اسمش.

قرآن مجید چنین اسلامی را نکوهش کرده ﴿لَنْ تَرْضَىٰ عَنْكَ الْيَهُودُ وَلَا النَّصَارَىٰ حَتَّىٰ تَتَّبِعَ مِلَّتَهُمْ﴾ (بقره/۱۲۰).

قرآن کسانی را که از اولوالامر فاسق تبعیت می‌کنند ولی اولوالامر عادل پاک‌باخته را بر نمی‌تابند هشدار می‌دهد.

﴿أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولَى الْأَمْرِ مِنْكُمْ﴾ (نساء/۵۹).

و به شدت نکوهش کرده و عتاب آمیز بیان می‌دارد که حکمتان را پیش طاغوت نبرید و...

بنابر این مهم‌ترین ویژگی اسلام اسمی، دوری از سیاست محوری و کنار نهادن تلاش برای تحقق حاکمیت الهی است.

### پیوند حوزه‌های علمیه با فلسفه سیاسی اسلام

حوزه‌های علمیه به عنوان پیشگامان حرکت اسلامی در دوران معاصر و به عنوان طراحان روزآمد تئوری و تفکر سیاسی و حکومتی اسلام موظفند که به تبیین این فلسفه سیاسی بالنده، پرتحرک، رهایی بخش و نشاط آفرین پردازند؛ زیرا که استعمار در طول تاریخ حیات خبثت آلودش نقشه‌های فراوانی کشیده تا مردم را از روح برانگیزاننده و موج آفرین تفکر سیاسی اسلام غافل نماید. اندیشه سیاسی و حکومتی را وانهند، به ظواهری از عبادات آن هم بی روح و بی مایه عادت دهد، از حیات دنیوی، عزت و شکوه خود دست بردارند و همه امور را به آنان واگذارند.

«دست‌های ناپاک و عقل‌های ضعیف، موجب این شد که بعد از رسول‌الله ﷺ و صدر اسلام کم کم مردم را از آن مسائل اصلی که در نظر اسلام است، منحرف کنند؛ مردم را متوجه فقط یک مسائل جزئی بکنند و در مسائل کلی عمومی که کشورهای اسلامی به آن احتیاج دارند، بی طرف باشند و احیاناً هم مخالف باشند. این یک نقشه شیطانی بوده است که از زمان بنی امیه و بنی عباس طرح ریزی شده است و بعد از آن هم هر حکومتی که آمده است، تأیید این امر را کرده است و اخیراً هم که راه شرق و غرب به دولت‌های اسلامی باز شد، این امر در اوج خودش قرار گرفت که اسلام، یک سلسله مسائل شخصی بین بنده و خداست و سیاست از اسلام جداست و نباید مسلمانان در سیاست دخالت کنند و

نباید روحانیون وارد سیاست بشوند، آنها هم در مساجد محبوس باشند و همه کارشان این باشد که بروند نماز بخوانند و چند کلمه دعا کنند و برگردند منزل، این یک نقشه‌ای بوده است که از صدر اسلام ریشه دارد و امروز که دولت‌های شرق و غرب، قدرت‌های شرق و غرب در مقابل هم ایستاده‌اند، به اوج خود رسیده است» (امام خمینی، ۱۳۶۹، ص ۹۲).

اجتهاد دینی باید شمول حداکثری نسبت به دریافت مفاهیم عالیۀ دین را دارا باشد. چه آن که دین، انحصار در مسائل شخصی و فردی ندارد، بلکه روح کلی اسلام، اجتماعی، سیاسی و حکومتی و ناظر به شؤون دنیوی به عنوان مقدمۀ سعادت دو جهان است. همین مقوله، اقتضای اجتهادی همه جانبه دارد. به خصوص که اغلب مفاهیم دین، در حالت نهفته قرار دارد.

نهفتگی، خاصیت شریعت اسلامی است. یعنی حکومت، حقوق، اقتصاد و همه نظامات شریعت، ماهیت پنهان نگارانه دارد که با عنصر اجتهاد باید وانمود گردد. ابن سینا در نجات چنین می‌نگارد: «یکی از شرایط پیامبری آن است که سخنش رمزگونه و الفاظش کنایه و اشاره باشد، همان گونه که افلاطون در کتاب قوانین بیان می‌کند که هر کس نتواند معانی رموز رسالت را بیابد، نمی‌تواند به ملکوت الهی دست یابد. همچنین فلاسفه بزرگ یونان و پیامبران آنها در کتب و آثار خویش، از رموز و اشاراتی استفاده می‌کردند که اسرار آنها در آن پنهان است. مانند فیثاغورث، سقراط و افلاطون. افلاطون، ارسطو را سرزنش می‌کند به خاطر این که وی حکمت و دانش را آشکار بیان می‌کند، تا جایی که ارسطو در پاسخ می‌گوید: اگر چه من چنین می‌کنم اما در آثارم بطون و عمق بسیاری وجود دارد که فقط اندیشمندان اندکی می‌توانند به آن دست یابند» (ابن سینا، ۱۹۰۸، ص ۲۳۱).

اجمال سخن آن که اسلام، فلسفه سیاسی پرتحرک، بالنده و در عین حال نهفته‌ای در تمام اندام خویش دارد که با عمل اجتهاد بالنده و فعالی به مرحله



کشف و انکشاف رسیده، بر مبنای آن، نظارت دین و جامعه شکل می‌گیرد و دریافت می‌گردد.

﴿۵۷﴾

دشمنان دین، تلاش وسیعی نمودند که حوزه‌های علمیه و روحانیت را از این حقیقت عالی غافل نمایند و در نتیجه بی‌مانع و رادع به اهداف شیطانی خود دست یازند.

«آنها می‌دانند که باید بگویند اسلام، (و بگویند) آمریکا هم برای اسلام دلش می‌سوزد، اما اسلام آمریکایی در زمان شاه هم بود، اسلام آمریکایی بود، (که) کسی حق نداشت دخالت در هیچ امری بکند. اسلام آمریکایی این بود که ملاها باید بروند درسشان را بخوانند، چکار دارند به سیاست، با صراحت لهجه می‌گفتند. از بس تزریق شده بود در این مغزها باورشان آمده بود که ما باید برویم توی مدرسه درس بخوانیم، چکار داریم به این که به ملت چه می‌گذرد، آن امر مردم، امر حکومت با قیصر (شاه) است و به ما چه ربطی دارد» (امام خمینی، ۱۳۷۷، ج ۱۷، ص ۵۳۴).

### لزوم آگاهی روحانیت از فلسفه سیاسی اسلام

روحانیت، به عنوان پیشگامان نهضت فکری و عملی اسلام، باید از سیاست و موضوعات و مسائل آن و از کلیت وجودی آن، آگاهی کامل و جامع داشته باشند. فهم سیاسی اسلام که جوهر حقیقی رسالت عمیق و همه‌جانبه روحانیت را تشکیل می‌دهد، یک پدیده ذاتی در اسلام است و هر کس این مقوله را درک نماید در واقع اسلام را درک نکرده است، زیرا که اسلام در یک نگاه عالمانه اجتهادی و همه‌جانبه‌نگر، همه‌اش سیاست است.

«اسلام دین سیاست است قبل از این که دین معنویات باشد، اسلام همان‌طور که به معنویات نظر دارد و همان‌طور که به روحیات نظر دارد و مردم را تربیت می‌کند و تربیت نفسانی می‌کند و تهذیب نفس می‌کند، همان‌طوری که به مادیات نظر دارد و مردم را تربیت می‌کند در عالم، که چطور از مادیات استفاده

کنند و چه نظر داشته باشند، در مادیات، اسلام، مادیات را همچو تعدیل می‌کند که به الهیات منجر شود، اسلام در مادیات نظر به الهیات می‌کند و در الهیات، به مادیات نظر می‌کند، اسلام جامع همه این‌هاست» (امام خمینی، ۱۳۷۸، ص ۶۵).

«اسلام فقط عبادت نیست. فقط تعلیم و تعلم عبادی و امثال این‌ها نیست، اسلام سیاست است، اسلام از سیاست دور نیست، اسلام یک مملکت، یک حکومت بزرگ به وجود آمده است، اسلام یک رژیم است. یک رژیم سیاسی است، منتهی سایر رژیم‌ها از بسیاری از امور غافل بودند، در اسلام از هیچ چیز غافل نیست، یعنی اسلام انسان را تربیت می‌کند به همه ابعادی که انسان دارد. راجع به بعد مادی تصرفاتی دارد، بعد معنوی دارد، و راجع به معنویات (فراوان و فراوان) صحبت کرد» (امام خمینی، ۱۳۶۷، ص ۵).

در مورد دیگری می‌فرمایند:

«آن قدر آیه و روایت که در سیاست وارد شده است، در عبادات وارد نشده است. شما پنجاه و چند کتاب فقه را ملاحظه کنید، هفت، هشت تا کتابی است که مربوط به عبادات است، باقیش مربوط به سیاسات و اجتماعات و معاشرات و این طور چیزهاست، ما همه آنها را گذاشتیم کنار و یک بعد را، بعد ضعیفش را گرفتیم، اسلام را همچو بد معرفی کرده‌اند به ما، که ما هم باورمان آمده است اسلام را به سیاست چه، سیاست مال قیصر و محراب مال آخوند، محراب را هم نمی‌گذارند مال ما باشد، اسلام، دین سیاست است، حکومت دارد، شما بخشنامه حضرت امیر و کتاب حضرت امیر به مالک اشتر را بخوانید ببینید چیست، دستورهای پیغمبر و دستورهای امام در جنگ‌ها و در سیاسات ببینید چه دارد. این ذخایر را ما داریم، عرضه استفاده‌اش را نداریم، مثل این که ایران همه چیز دارد، اما می‌دهند او را به غیر، ما کتاب و سنتمان غنی است، همه چیز در آن هست، لکن بد معرفی کرده‌اند، به ما یعنی به ما کارشناس‌های دین» (امام خمینی، ۱۳۶۷، ص ۷).

روحانیت و حوزه‌های علمیه این کلیت راهگشا و راهبردی را ابتدا باید ادراک کنند و به عمق آن به صورتی سیستمی و ترکیبی دست یابند.

حوزه‌های علمیه و روحانیت موجود در آن، باید نقشه جامع زندگی اسلامی را برای مردم تنظیم نماید که در این نقشه جامع، اقتصاد و سیاست و نظامات اقتصادی و سیاسی و اجتماعی، موجود باشد و بر انگاره‌های تفکر اسلامی این مرام‌نامه تهیه گردد. این، امری است که فقط با اجتهاد معطوف به حکومت، میسر است که بایدهای فراوانی دارد. بایدهای معرفتی، بایدهایی در ذات و گوهر اجتهاد، بایدهایی در مفاهمه ترکیبی و سیستمی اسلام و بایدهایی در شخص مجتهد که باید از اندیشه‌ای درون‌گر و دوربرد برخوردار باشد.

مقام معظم رهبری نکته‌ای کلیدی بر این موضوع دارند که می‌فرمایند:

«این که گفتیم، نظام مستظهر به حوزه‌های علمیه است، به خاطر این است که نظریه پردازی سیاسی و نظریه پردازی در همه جریان‌های اداره یک کشور در نظام اسلامی، به عهده علمای دین است، آن کسانی که می‌توانند در باب نظام اقتصادی، در باب مدیریت، در باب مسائل جنگ و صلح، در باب مسائل تربیتی و مسائل فراوان دیگر نظر اسلام را ارائه بدهند که متخصص دین باشند و دین را بشناسند» (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۷/۲۹، ص ۶).

### ضرورت تبیین فلسفه سیاسی اسلام

چنان که اشاره شد، بازنمایی و کشف و استخراج فلسفه سیاسی اسلام، در دوران معاصر که با حضرت امام خمینی ره آغاز گردید، نقشی راهبردی و حیاتی را از خود ظاهر نمود و تحولات عمیق و همه جانبه‌ای را در حوزه‌های مختلف فکری دانشی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی از خود بروز داد. البته این تبیین و بازنمایی، کاری بود که توسط امام خمینی ره انجام پذیرفت، که در واقع مدخل بزرگی بر یک طرح کلان و استراتژیک بود.

چند نکته است که ضرورت درک و تبیین فلسفه سیاسی اسلام را بیش از

پیش در دوران معاصر روشن تر و عینی تر می‌سازد.

### ۱. نیاز انقلاب اسلامی به پشتوانه تفکر دمامد سیاسی

بدین روی، پشتوانه فلسفه سیاسی اسلام برای انقلاب اسلامی که باید تا مراحل نهایی سیر استکمالی‌اش تداوم یابد، یک ضرورت قطعی و لایتخلف است. علتش آن است که فلسفه سیاسی به فهم و توضیح سرشت حکم، آمریت، اطاعت، تبعیت، انقیاد، حفظ، مراقبت، پشتیبانی و حمایت می‌پردازد، لذا نیاز به تبیین‌های فلسفی و عقلانی برای کسانی که در خارج از حوزه حاکمیت اسلامی به سر می‌برند، دارد.

نظام اجتماعی موجود، نظامی اسلامی است و در زمان غیبت، ولایت امر و امامت امت، به عهده فقیه عادل باتقوا قرار گرفته، اعمالی که در این نظام انجام می‌شود، همان مسائلی است که اقتضای تفکر اسلامی است. این نکته سبب می‌گردد که حوزه علمیه، تمرکز استراتژیک بر این مقوله داشته باشد، لجنه‌ها و گروه‌های علمی تحقیقی در راستای نیاز سنجی‌های فکری حکومت اسلامی به تعامل پردازند و این در واقع مسأله دردآوری است که در حوزه چنین کار متمرکز و فعال و با برنامه‌ای انجام نگرفته است.

حوزه باید همواره از این راستا در متن باشد. «اولاً حاشیه نشین شدن حوزه علمیه، ... به حذف شدن می‌انجامد. وارد جریانات اجتماع و سیاست و مسائل چالشی نبودن، به تدریج به حاشیه رفتن و فراموش شدن و منزوی شدن می‌انجامد. لذا روحانیت شیعه با کلیت خود، با قطع نظر از استثناهای فردی و مقطعی، همیشه در متن حوادث حضور داشته است. برای همین است که روحانیت شیعه از یک نفوذ و عمقی در جامعه برخوردار است که هیچ مجموعه روحانی دیگر در عالم، چه اسلامی و چه غیراسلامی، از این عمق و نفوذ برخوردار نیست» (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹، ص ۲۲).

## ۲. تمدن سازی اسلامی

تمدن سازی اسلامی، کار استراتژیک دیگری است که حوزه‌های علمیه باید پیشگام و طراح و سامان ده آن باشند. تمدن سازی اسلامی، مانند هر تمدن سازی دیگر، دارای گونه‌های متفاوت است.

تمدن سازی تملیکی، که خودمان در درون تفکر اسلامی، مالک آن هستیم و بنیادهایش را در اندیشه اسلامی داریم. تمدن سازی اقتباسی و اخذی که از دیگران، تمدن و مدنیت را اخذ و اقتباس کنیم.

تمدن سازی اسلام، بیشتر در ذات و جوهرش تملیکی است، یعنی از درون کتاب و سنت باید استخراج شود، ولی در فروعات می‌تواند تأسیس هم باشد، و همچنین در برخی روش‌ها و مکانیسم‌ها هم می‌تواند اقتباسی باشد. این، مقوله‌ای است که فقط باید رهبران فکری نظام اسلامی که به طور عمده روحانیت و حوزه‌های علمیه‌اند بدان روی آورند و آن را از امهات تفکر اسلامی استخراج کنند و با شناختی که از نحل‌های تمدنی دیگر به دست می‌آورند، بخشی را هم تأسیس و اقتباس نمایند.

## فقاہت تمدن ساز

فقه، فقاہت و فقہا در شرایط کنونی با مسائل نوظهور و ناشناخته فراوانی در عرصه‌های توسعه اقتصادی، صنعتی، علمی، اجتماعی، حقوق، هنر، سینما، موسیقی، تکنولوژی، پول و تجارت خارجی، بانکداری، بهره‌های بانکی، رسانه‌ها، اینترنت، پیکر تراشی، توریسم، مهاجرت، روابط خارجی و... روبه‌رو است.

گستره احکام دیگر انحصار به حیض، نفاس، وضو، غسل و... ندارد و خوشبختانه در این وادی سیره اهل بیت علیهم‌السلام موجود است.

مقام معظم رهبری فرموده‌اند:

«نظام سازی کار بزرگ و اصلی شماست، این کار پیچیده و دشوار است.

نگذارید الگوهای لائیک یا لیبرالیسم غربی، یا ناسیونالیسم افراطی، یا گرایش‌های چپ مارکسیستی خود را بر شما تحمیل کند. اردوگاه شرق چپ فرو ریخت و بلوک غرب فقط با خشونت و جنگ و خدغه بر سر پا مانده و عاقبت خیری برای آن متصور نیست، گذشت زمان به زیان آنها و به سود جریان اسلام است. هدف نهایی را باید امت واحده اسلامی و ایجاد تمدن اسلامی جدید بر پایه دین و عقلانیت و علم و اخلاق قرار داد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰، ص ۱۹۱).

بحثی که مقام معظم رهبری درباره علوم انسانی دارند، به طور دقیق در راستای تمدن سازی اسلامی قرار دارد. لذا می‌فرمایند:

«این علوم انسانی را ما به صورت ترجمه‌ای، بدون این که هیچ گونه فکر تحقیقی اسلامی را اجازه بدهیم در آن راه پیدا کند، می‌آوریم در دانشگاه‌های خودمان و در بخش‌های مختلف این‌ها را تعلیم می‌دهیم، در حالی که ریشه و پایه و اساس علوم انسانی را در قرآن باید پیدا کرد. یکی از بخش‌های مهم پژوهش قرآنی این است، باید در زمینه‌های گوناگون به نکات و دقایق قرآن توجه کرد و مبانی علوم انسانی را در قرآن جستجو کرد و پیدا کرد. این یک کار بسیار اساسی و مهم است، اگر این شد، آن وقت متفکرین و پژوهندگان و صاحب نظران در علوم مختلف انسانی می‌توانند بر این پایه و بر این اساس، بناهای رفیعی را بنا کنند» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰، ص ۱۹۰).

این نکته از واضحات است که فلسفه سیاسی و تبیین علمی و کارآمد آن، نقش مهم و کلیدی در تمدن سازی اسلامی دارد؛ زیرا در بنیان‌های فلسفه سیاسی از لزوم اقتدار مسلمین و برتری آنان و ایجاد حکومتی مستقل و... سخن گفته شده که مبنای اساسی عزت و تمدن اسلامی‌اند.

### ۳. ابهام زدایی از چهره اسلام

فلسفه سیاسی، یک اصل در سرشت اندیشه اسلامی است. و این، مسأله مهمی

است که دشمنان اسلام در صدد برآمدند تا آن را از اسلام حذف شده نشان دهند، و به مسلمانان چنان بازگو کنند که اسلام فاقد طرح و مرام‌نامهٔ سیاسی است و از این ناحیه اندیشهٔ اسلامی را تابع، پیرو و حداقل ساکت در قضایا نشان دهند. تبیین فلسفهٔ سیاسی اسلام، این ابهام خطرآفرین را از چهرهٔ اسلام می‌زداید. حضرت امام خمینی رحمته‌الله، در کتاب *گران‌قدر حکومت اسلامی و ولایت فقیه*، چنین می‌فرماید:

«شما روحانیون موظفید آنچه را تفقه کرده‌اید بین مردم منتشر کنید و مردم را با مسائلی که یاد گرفته‌اید، آشنا سازید... شما باید با تبلیغات و تعلیمات در جهت معرفی و بسط اسلام همت بگمارید. ما موظفیم ابهامی را که نسبت به اسلام به وجود آورده‌اند، برطرف سازیم. تا این ابهام را از اذهان نزدایم هیچ کاری نمی‌توانیم انجام بدهیم. ما باید خود و نسل آینده را وادار کنیم و به آنها سفارش کنیم که نسل آیندهٔ خویش را نیز مأمور کنند این ابهامی را که بر اثر تبلیغات سوء چند ساله، نسبت به اسلام در اذهان حتی بسیاری از تحصیل کرده‌های ما پیدا شده رفع کنند. جهان بینی و نظامات اجتماعی اسلام را معرفی کنند، حکومت اسلامی را معرفی نمایند تا مردم بدانند اسلام چیست و قوانین آن چگونه است» (امام خمینی، بی‌تا، ص ۳۹).

باید سیاست‌های اسلامی و فلسفهٔ سیاسی اسلام به خوبی روشن شود تا گمان نگردد که اسلام، کاری به سیاست و حکومت ندارد.

«انقلاب صدر اسلام که یک انقلاب اسلامی و مذهبی بود، در همان حال که انقلاب معنوی بود، انقلاب سیاسی بود. در همان حال که انقلاب معنوی و سیاسی بود، انقلاب مادی و اقتصادی هم بود، یعنی حریت، آزادگی، عدالت، نبودن تبعیض‌های اجتماعی و شکاف‌های طبقاتی در متن تعلیمات اسلامی است؛ یعنی آن دو بعد دیگر بیرون از اسلام نیست» (مطهری، ۱۳۸۴، ص ۲۸۵).

#### ۴. تقابل با سلطه‌های استعماری

تقابل با سلطه‌های استعماری، رسالت بزرگی است که اسلام بر دوش عالمان و نخبگان دینی نهاده است. استعمارگران هدفشان سلطه بر جوامع اسلامی بوده است که با این هدف، قرن‌هاست بر بلاد اسلامی مسلط شده‌اند و صدمه‌های فراوانی را بر کلیت جهان اسلام وارد ساخته‌اند.

«از نقشه‌های شیطانی قدرت‌های بزرگ استعمار و استثمارگر که سال‌های طولانی در دست اجراست و در کشور ایران از زمان رضاخان اوج گرفت و در زمان محمد رضا با روش‌های مختلف دنباله‌گیری شد، به انزوا کشیدن روحانیت است که در زمان رضاخان با فشار و سرکوبی و خلع لباس و حبس و تبعید و هتک حرمت و اعدام و امثال این‌ها و در زمان محمد رضا با نقشه و روش‌های دیگر که یکی از آنها ایجاد عداوت بین دانشگاهیان و روحانیون بود، که تبلیغات وسیعی در این زمینه شد و مع الاسف به واسطه بی‌خبری هردو قشر از توطئه شیطانی ابر قدرت‌ها نتیجه چشمگیری گرفته شد» (امام خمینی، ۱۳۶۵، ص ۱۸۲).

ورود در اندیشه سیاسی اسلام و بیان راهبردها و تأملات سیاسی فلسفه سیاسی اسلام و روشن ساختن اذهان نسبت به این راهبردها، سبب شکست قدرت‌های اهریمنی استعمارگران خواهد شد و این، رسالت و وظیفه‌ای است که بر دوش روحانیت حوزه‌های علمیه نهاده شده است.

#### ۵. شوکت مسلمین

شوکت مسلمین، همان اصل قدرت، اعتلاء و عزت است که در قرآن مجید بر آن عنایت فراوانی گردیده است. در موارد فراوانی از برتری مسلمین بر دیگران به شرط ایمان سخن گفته شده است.

﴿وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ (آل عمران/۱۳۹)؛

سست نشوید و غم به خود راه ندهید که شما برترید اگر مؤمن باشید.



﴿ وَ لِلَّهِ الْعِزَّةُ وَ لِرَسُولِهِ وَ لِلْمُؤْمِنِينَ ﴾ (آل عمران/۱۳۹)؛ و عزت، مخصوص خدا و پیامبر و مؤمنان است.

از منظر اسلام، حفظ اعتلاء و برتری مسلمین و نظام دینی یک اصل اساسی و یک هدف مهم محسوب می‌گردد و از دیدگاه فقه اسلامی، سلطه و چیرگی دشمنان بر جامعه اسلامی و مسلمانان امری نارواست و برتری کفار بر مسلمین پذیرفتنی نیست.

﴿ وَ لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا ﴾ (نساء/۱۴۱)؛ هرگز خداوند برای کافران راهی برای سلطه بر مسلمین قرار نداده است.

چه بسیار روایاتی که بیان می‌دارند که کافران حق ندارند خانه‌های خود را بلندتر از مسلمین بنا کنند، ناقوس‌های خود را بلند نمایند و... «الاسلام يعلوا و لا يعلى عليه» (نهج الفصاحه، ۱۳۸۲، ص ۲۵).

این‌ها همه به جهت حفظ عزت و شوکت مسلمین است.

فقها و علمای اسلام برای این امر، قاعده نفی سبیل را، با استناد به آیات کریمه قرآن بیان داشته‌اند. طبق این قاعده، باید حاکمیتی قوی و مقتدر شکل گیرد تا راه‌های نفوذ و سلطه آنان از جهات مختلف با کار قاعده مندی که حکومت انجام می‌دهد بسته شود.

این مقوله مهم و راهبردی اسلام، در خلأ حاصل نمی‌شود. علما و اندیشمندان اسلامی با تتبع، بررسی و تبیین باید بن‌مایه‌های این امر سترگ را بیان دارند.

فقیهان نواندیش تاریخ اسلامی، براساس همین قاعده، تسلط کفار بر مسلمین را حرام دانسته و در برابر آن به بیان مواضع اسلامی و جهاد استراتژیک اسلامی پرداخته‌اند. چنان که میرزای شیرازی فتوای تحریم تباکو را بیان داشته و فقهای عصر مشروطه، استقرار مشروطه را بیان نموده‌اند.

امام خمینی علیه السلام، معمار فقید انقلاب اسلامی، در جریان مخالفت خود با لایحه ننگین کاپیتولاسیون با استناد به آیه نفی سبیل، این لایحه را در تضاد با دستورات

اسلامی معرفی کرده و تأکید می‌فرماید:

«ما منطقمان، منطلق اسلام، این است که سلطه نباید از غیر بر شما باشد، یعنی نفی کامل پذیرش سلطه کفار و ظالمان زمان، یعنی عمل به قاعده نفی سیل» (امام خمینی، ۱۳۷۸، ص ۳۱۷).

بر همین اساس، حوزه‌های علمیه باید مبانی این اصل را، یعنی اصل عزت مسلمین را استخراج و تبیین عقلانی و روزآمد نمایند.

در خاتمه با سخن گران‌سنگی از مقام رهبری، بحث را خاتمه می‌دهیم. «موفقیت هر ملتی در پیشرفت‌های خود، نسبت معکوس با نفوذ بیگانگان و دشمنان در آن کشور دارد. این‌ها نسبتشان متعکس است. یعنی هرگاه بیگانه و یک قدرت خارجی ولو آن قدرت خارجی، غالباً اظهار دشمنی نکرده باشد، نفوذش در بین مردم، قشرهای مختلف و فضاها‌ی سیاسی بیشتر باشد، این ملت از آینده‌ای همراه با عزت و همراه با افتخار تأمین شده، فاصله‌اش بیشتر است. نه این که با هر بیگانه‌ای، باید ستیزه کرد، نه، گاهی هم انسان به خاطر مصالح، با بیگانه‌ای دوستی می‌کند، اما به همان بیگانه دوست هم نباید اجازه داد که در امور داخل این خانه، این خانواده، این کشور و این جامعه بتواند نقش ایفا کند» (مقام معظم رهبری، ۱۳۷۹).

همه این‌ها بیان می‌دارد که نیاز به ایجاد راهبرد نظری و عملی و تبیین‌های قاعده مند دارد.

### نتیجه‌گیری

این نوشتار، چند نتیجه ارزشمند را در پی آورده است که در ذیل به آنها اشاره می‌گردد:

۱. فلسفه سیاسی، جزئی از کل اندیشه اسلامی است که در جوهره تعالیم اسلامی به عنوان روح احکام نورانی اسلام قرار گرفته است. تخلف از این مهم کلی، مساوی با عدم معرفت به احکام نورانی اسلام است.

۲. فلسفه سیاسی اسلام، به دانشی اطلاق می‌گردد که از منظر وحی الهی، به پرسش‌های کلیدی و پایه‌ای در باب حکومت، قدرت و اداره جامعه می‌پذیرد و به آنها پاسخ می‌دهد.

۳. فلسفه سیاسی اسلام، دارای مبانی معرفتی، عرفانی، هستی‌شناختی و انسان‌شناختی است و از لوازم نظام معرفتی و انسان‌شناختی و هستی‌شناختی اسلام است.

۴. حوزه‌های علمیه و روحانیت، به عنوان ادامه دهندگان رسالت نبی مکرم اسلام ﷺ، سکان‌دار و وظیفه‌مند این فرایند مهم و حیاتی اسلامند. تخلف از این رسالت، تخلف از فلسفه وجودی حوزه‌ها و روحانیت است.

۵. آغازگر عملی فلسفه سیاسی اسلام، علاوه بر آیات وحی و آهنگ کلی آن، سیره نبی اکرم ﷺ است که ایشان با نوع رفتار سیاسی خود در قالب تشکیل حکومت، ایجاد هسته توانمند قدرت اسلامی و نوع اداره جامعه، آن را عملی نمایش دادند و نمودند.

۶. حوزه‌های علمیه و روحانیت باید این مقوله را دریافت کنند و به صورتی راهبردی درک نمایند که اسلام همه‌اش، سیاست است؛ زیرا می‌خواهد نوع اداره جامعه را در قالبی الهی و با حاکمیتی الهی توضیح دهد.

۷. روحانیت به چند دلیل باید فلسفه سیاسی اسلام را ابتدا درک نموده و سپس تبیین کند. آن دلایل در حکم اصول لایتخلف هستند نظیر اصل نیاز انقلاب اسلامی به پشتوانه نظری و راهبردی، تمدن‌سازی اسلامی بر مدل فقهت تمدن ساز اسلامی، اصل ابهام‌زدایی از چهره نورانی احکام و تعالیم اسلامی، اصل تقابل با سلطه بیگانگان و اصل عزت و شوکت مسلمین، که در گرو تشکیل نظامی مقتدر، همه‌جانبه و الهی است.

منابع و مأخذ  
\* قرآن کریم.

۱. ابن سینا، حسین (۱۹۰۸)، فی اثبات النبوت، تسع رسائل فی الحکمه و الطبیعات، مصر، مطبعه هندیه بالموسکی.
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۹۹۵)، لسان العرب، ج ۶، بیروت، دارالفکر للطباعة و النشر.
۳. اشتراوس، لئو (۱۳۷۳)، فلسفه سیاسی چیست، ترجمه فرهنگ رجایی، مؤسسه فرهنگی کیان.
۴. امام خمینی، روح الله (۱۴۰۰ق)، تفسیر سوره حمد، قم، انتشارات اسلامی.
۵. ----- (۱۳۶۷)، حکومت اسلامی و ولایت فقیه، تهران، مؤسسه نشر و تنظیم آثار امام.
۶. ----- (۱۳۷۴)، شرح چهل حدیث، مرکز نشر آثار.
۷. ----- (۱۳۷۷)، صحیفه امام، ج ۵، مرکز نشر آثار.
۸. ----- (۱۳۷۷)، صحیفه امام، ج ۴، مرکز نشر آثار.
۹. ----- (۱۳۷۸)، صحیفه امام، ج ۱۳، مرکز نشر آثار.
۱۰. ----- (۱۳۸۲)، صحیفه امام، ج ۲۱، مرکز نشر آثار.
۱۱. پاینده، ابوالقاسم (۱۳۸۲)، نهج الفصاحه (مجموعه کلمات قصار حضرت رسول ﷺ)، تهران، انتشارات دنیای دانش، چاپ چهارم.
۱۲. باوند، نعمت الله (۱۳۷۵)، نقش امام خمینی در جهان معاصر، تهران، مرکز چاپ و انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۳. برنارد، لوئیس (۱۳۷۸)، زبان سیاسی اسلام، ترجمه غلامرضا بهروز لک، قم.
۱۴. خامنه‌ای، سید علی (مقام معظم رهبری) (۱۳۸۹)، «سخنرانی»، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۸۹.۷/۲۹
۱۵. ----- (۱۳۸۹)، «سخنرانی در دیدار با فضلالی حوزه علمیه قم»، قم، جامعه مدرسین.
۱۶. ----- (۱۳۷۹)، «سخنرانی در دیدار با دانشجویان» ۱۳۷۹.۸/۱۱
۱۷. ----- (۱۳۹۰)، خط، شماره ۴، مهر و آبان.
۱۸. زمخشری، جارالله محمود بن عمر (۱۴۱۴ق)، اساس اللغة و مقیاس البلاغه، ج ۴، قم، مؤسسه النشر الاسلامی.
۱۹. طوسی، خواجه نصیر (۱۳۶۹)، اخلاق ناصری، به تصحیح مجتبی مینوی و علیرضا حیدری، تهران، انتشارات خوارزمی.
۲۰. ----- (۱۳۳۵)، رساله امامت، به کوشش محمد تقی دانش پژوه، تهران، دانشگاه تهران.
۲۱. غزالی، محمد (۱۳۷۸)، سیره آموزی، ترجمه علی اصغر خندان، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۲۲. فارابی، ابونصر (۲۰۰۱)، الجمع بین رأیی الحکیمین، بیروت، دارالمشرق.
۲۳. ----- (۱۹۸۸)، فصول متنزعه، مؤسسه تحقیقات و نشر معارف اهل بیت (علیهم السلام).
۲۴. مجلسی، محمد باقر (۱۴۱۰ق)، بحار الانوار، ج ۴۸، بیروت، مؤسسه الوفاء.
۲۵. مطهری، مرتضی (۱۳۸۴)، مجموعه آثار، ج ۱۸، بی جا.
۲۶. نوایی، علی اکبر (۱۳۸۶)، مجله اندیشه حوزه، شماره ۶۶ با مختصری تصرف.

## بررسی بایسته‌های امر به معروف و نهی از منکر در فضای حقیقی و مجازی\*

□ محمد حسین پژوهنده<sup>۱</sup>

### چکیده

امر به معروف و نهی از منکر دو باب مهم از فروع دین هستند که نسبت به سایر فروع از التفات کم‌تری برخوردارند و علت آن به نظر نگارنده این متن مسائل کلیدی فراموش شده‌ای است همچون ابهام در موقعیت و ماهیت آن دو؛ همچنین شرایط خاص و متفاوت بسیاری که این دو را از جمله عناوین تخصصی پرگستره قرار داده است، به گونه‌ای که هر کس با اندک بضاعت علمی نمی‌تواند اقدام به انجام این دو فریضه نماید.

نگارنده در بخش اول بر این مدعا است که این دو فریضه از ماهیت‌های مختلف و متعددی برخوردارند. مواردی ماهیت جهادی دارند، شماری داخل در باب نقد و انتقاد هستند، پاره‌ای هم از جنس دعوت به خیر و نصیحت محسوب می‌شوند، و همه این‌ها سواى نوع فرهنگی معروف و منکر هستند. همچنین ارائه راهبردهایی برای خروج از آنچه که موجب مهجوریت این دو گردیده، عنوان «فریضه فراموش شده» را به آنها بخشیده است. وی سپس در بخش دوم به گونه‌ای دیگر از معروف و منکر در فضای مجازی

می‌پردازد و پرده از رازهای نهفته آن برمی‌دارد.  
 نوع پژوهش در بحث حاضر بنیادی - راهبردی است، و سبک آن توصیفی،  
 با شیوه اسنادی کتابخانه‌ای/آرشیوی می‌باشد.  
 واژگان کلیدی: فریضه، امر به معروف، نهی از منکر، نقد سازنده، هنجار و  
 ناهنجار فرهنگی، ارزش‌های دینی.

### پیش‌تلاش: نگاهی به کاربرد قرآنی امر، معروف، نهی و منکر

نظر به این که عنوان‌های یاد شده دارای حوزه معنارسانی وسیعی هستند و در  
 برداشت از مبانی روایی، گاهی ممکن است با هم اشتباه گردند، توجه به موارد  
 کاربرد هر کدام در جایگاه خاص خود که در کتاب خدا به کار رفته است به  
 افزایش بینش برداشت‌کننده کمک می‌نماید. از این روی، نگاه به کاربرد  
 واژگان ضرورت می‌یابد.

#### امر - نهی

کلمه امر به جز مفهوم طلب مؤکد، در معنای مراقبت و واداشتن نیز به کار رفته  
 است:

﴿يَا بَنِيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَ أْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَ أَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَ اصْبِرْ عَلٰى مَا أَصَابَكَ﴾  
 (لقمان/۱۷)؛ فرزندم! نماز را بپا دار و به خوبی وادار کن و از ناشایست بازدار و  
 بر آنچه به تو رسد شکیبا باش.

نهی نیز به جز در مفهوم طلب ترک مؤکد، به معنای ممانعت، و نیز بازداشتن  
 آمده است:

﴿وَ هُمْ يَنْهَوْنَ عَنْهُ وَ يَنْتَوْنَ عَنْهُ وَ إِنْ يُهْلِكُونَ إِلَّا أَنْفُسَهُمْ وَ مَا يَشْعُرُونَ﴾  
 (انعام/۲۶)؛ آنان از آن باز می‌دارند و خود را کنار می‌کشند از آن، ولی جز  
 خودشان را هلاک نمی‌کنند، اما نمی‌فهمند.

﴿وَ أَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَ نَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوٰى﴾ (نازعات/۴۰)؛ آن کس  
 که از موقعیت پروردگارش بترسد و نفس را از هوس بازدارد.

﴿إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ﴾ (عنکبوت/۴۵)؛ همانا نماز از ارتکاب فحشا و ناشایست بازمی‌دارد.

### معروف - منکر

معروف در معانی: موجه، شناخته، خوبی، ارزش‌های جامعه دینی؛ خوشایند (عَرَفَ = بوی خوش)، مایه بخشش، عوامل بالندگی و رشد فرد و جامعه به کار برده می‌شود (ابن منظور، ۱۴۰۸ق، ج ۹، ص ۲۳۹ و طریحی، ۱۳۶۷، ج ۵، ص ۹۴).

کلمه معروف در معنای زیر در قرآن استعمال شده است:

کار خیر: ﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾<sup>۲</sup> (اعراف/۱۹۹)؛ دامن عفو را بگیر و به خوبی وادار و از نادانان رو بگردان.

نیکو، پسندیده: ﴿وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ (نساء/۵، ۸ و بقره/۲۳۵)؛ ﴿وَقُلْنَا قَوْلًا مَعْرُوفًا﴾ (احزاب/۳۲)؛ گفته نکو دارید.

بخشش مال: ﴿إِلَّا أَنْ تَفْعَلُوا إِلَىٰ أَوْلِيَائِكُمْ مَعْرُوفًا﴾<sup>۳</sup> (احزاب/۶)؛ مگر این که به اولیاءتان بخشش مالی کنید.

کلمه منکر نیز در معانی: ناشناخته، ناپسند/زشت، ناخوش، ناهنجاری‌های اجتماعی، آسیب‌ها و آفت‌های رشد فرد و جامعه کاربرد دارد (طریحی، ۱۳۶۷، ج ۳، ص ۵۰۶ و خلیل ابن احمد، ج ۵، ص ۳۵۵ و ابن منظور، ج ۵، ص ۲۳۳)، و در قرآن در این معنا آمده است:

ناخوشایند: ﴿إِنَّ أَنْكَرَ الْأَصْوَاتِ لَصَوْتُ الْحَمِيرِ﴾ (لقمان/۱۹)؛ همانا زشت‌ترین صداها صدای الاغ است. ﴿وَإِذَا تَتْلَىٰ عَلَيْهِمْ آيَاتُنَا بَيِّنَاتٍ تَعْرِفُ فِي وُجُوهِ الَّذِينَ كَفَرُوا الْمُنْكَرَ﴾ (حج/۷۲)؛ آن هنگام که آیات ما بر آنان خوانده شود اثر ناخوشایندی در چهره آنها می‌بینی.

زشت: ﴿وَتَأْتُونَ فِي نَادِيكُمُ الْمُنْكَرَ﴾ (عنکبوت/۲۹).

ناشناخته: ﴿وَجَاءَ إِخْوَةَ يُوسُفَ فَدَخَلُوا عَلَيْهِ فَعَرَفَهُمْ وَهُمْ لَهُ مُنْكَرُونَ﴾

(یوسف/۵۸)؛ برادران یوسف بر او وارد شدند، او آنها را شناخت ولی آنها او را نمی‌شناختند. ﴿قَالَ إِنَّكُمْ قَوْمٌ مُنْكَرُونَ﴾ (حجر/۶۳)؛ به راستی که شما گروهی ناشناسید.

انکار و نکول: ﴿وَ هَذَا ذِكْرٌ مُّبَارَكٌ أَنْزَلْنَاهُ أَ فَاتْتُمْ لَهُ مُنْكَرُونَ﴾ (انبیاء/۵۰)؛ و این (قرآن)، یاد مبارکی است که نازلش کردیم پس آیا شما آن را انکار (نکول) دارید؟

نابهنجار: ﴿فَتَوَلَّ عَنْهُمْ يَوْمَ يَدْعُ الدَّاعِ إِلَىٰ شَيْءٍ نُّكْرٍ﴾<sup>۴</sup> (قمر/۶)؛ از آنان روی برتاب، روزی که دعوت کننده به امری نابهنجار بخواند.

یادداشت و توضیح: نظر به این که گستره بحث و تفاوت ماهوی بخش‌های آن (حکم، موضوع، مکلفان و مصادیق) بر کسی پوشیده نیست، امکان ورود تفصیلی به عرصه کامل بحث میسر نبود. لذا چنان که از عنوان مقاله نیز پیداست در این فرصت به ذکر بایسته‌های مغفول عنه این مبحث پرداخته شده، که در سه بخش اشاراتی به اهم آنها خواهیم داشت.

### نتیجه

عنایت به وجود احکام خمس در فقه اسلامی، ما را متوجه مسأله‌ای می‌سازد که بخش عمده‌ای را در اصول فقه، به عنوان مبحث الفاظ به خود اختصاص داده است، زیرا تا نوع دلالت یک کلمه مشخص نشود پی به حقیقت معنای آن نمی‌توان برد. لذا در آن جا روی این مسأله بحث می‌شود که برای مثال صیغه افعال، یعنی کلمه‌ای که از آن امر استشمام می‌شود، آیا دلالت بر طلب مؤکد یعنی وجوب دارد یا بر ندب و یا بر اباحه؟ همچنین کلمه‌ای که در متن شارع آمده است، حقیقت در چه معنایی است؟ برای مثال معنای حقیقی معروف چیست؟ علت رویکرد علمای اصول فقه به این مباحث، وجود دلالت‌های گونه‌گونی است که در نصوص و متون دینی کاربرد یافته‌اند.



## بخش اول: مباحث کلیدی

(۷۲)

### ۱.۱. لزوم التفات جدی به جغرافیای موضوع

ورود از این زاویه به خاطر پرده‌برداری از ابهاماتی است که در اثر توسعه دامنه معنارسانی این دو عنوان وجود دارد و لذا در چند فراز، کاوش ضرورت می‌یابد، همچون:

- سؤال از ماهیت هر فعلی به لحاظ تشخیص معروف و منکر.

- تعارض معروف و منکر: در جایی که دو موضوع با هم متضاد هستند و متقابل و روبرو قرار بگیرند، چنان که تأیید هر کدام به تضعیف دیگری منجر شود، مثل حجاب و بی‌حجابی؛ و یا مستقل از دیگری باشند، مثل حجاب و بی‌نمازی.

- ریشه‌شناسی عمل: گاهی ریشه معروف و منکر در جای دیگری است، مثل وجود عدالت برای گسترش معروف‌ها و محو منکرها. یا مثل توسعه و توفیر در معیشت، به همین نحو.

- کیفیت برخورد: شک نداریم که معروف هر اندازه باشد و منکر هم هر اندازه باشد نباید با آن برخورد اهمال‌گرانه نمود و آن را به خاطر کوچک بودن آن حقیر شمرد، لذا عاقلانه‌تر آن است که آنها را پس از شناسایی درجه‌بندی نمائیم و سپس برخورد با آنها را اولویت‌بندی کنیم.

- برخی معروف‌ها و یا منکرها از ریشه تکثیر می‌شوند و لذا برخورد با تک نمودها همچون زدن سرشاخه‌هاست، یعنی کاری در ارتباط با محوشان نمی‌کند.

این قبیل منکرها مانند قارچ هستند و یا مثل محیط با تلاق و مرداب برای رشد پشه مالاریا که تا وجود دارد، مبارزه با تک نمودهای پشه بی‌فایده و موجب اتلاف نیرو و انرژی است. معروف‌ها هم همین‌طورند، برخی مصدرند و از آنها فضای وسیعی با گونه‌های مختلف مشتقات تولید می‌شود. این دو نمونه پس از

شناسایی در رأس همهٔ امورند.

**توضیح:** در این نوشتار قصد تعرض به بحث در محورهای یاد شده نداریم و غرض شناسایی میدان عمومی بحث و تشخیص صورت‌های مسأله، به منظور تمرکز و سازمان‌دهی بحث است. لذا به سرعت از آن می‌گذریم و به محورهای دیگر می‌پردازیم.

### ۲.۱. اهمیت موضوع و موقعیت آن

دربارهٔ میزان اهمیت این دو فریضه توجه به دو قسمتی بودن آن، بخش عمده‌ای از ضرورت آن را تأمین می‌نماید. توجیه مطلب این است که همان‌طور که در مورد حفظ سلامت بدن به دو محور پیش‌گیری و درمان پرداخته می‌شود، حفظ سلامت جامعه نیز به این دو محور نیاز دارد که اولی موجب بی‌نیازی نسبت به دومی است، یعنی وقتی در جهت غنی‌سازی جامعه از نیرو و انرژی بالنده به وسیلهٔ امر به معروف، کوشش به عمل آمده باشد، نیاز به گسیل داشتن نیرو و انرژی دفاعی برای خنثی‌سازی اثرات مخرب منکرات نخواهد بود.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در ارتباط با استلزام موجود میان این دو متغیر فرموده است: «التأمرن بالمعروف و لتنهن عن المنکر و إلا تولى علیکم شرارکم و یدعو خیارکم فلا یتستجاب لهم» (ابن ابی جمهور، ۱۴۰۵ق، ج ۲، ص ۱۰۷)؛ البته به معروف وادارید و از منکر بازدارید و گرنه اشرارتان بر شما حکومت خواهند یافت. آن‌گاه نیکان شما هر چه دعا کنند مستجاب نخواهد شد.

راز نهفته در این مطلب، توجه به نقش و میزان اثرگذاری عناصر پالایش و پیرایش جامعه در قیاس با پادتن، پادزهر و گلبول‌های سفید دفاعی بدن است که اگر ضعیف باشند عفونت، ویروس و میکروب غالب می‌شود و سلامت انسان را تهدید می‌کند و چنانچه تداوم داشته باشند و حساسیتی نسبت به ورود و حضور آنها نباشد، امکان مقابله با آن در نهایت به صفر می‌رسد. بر این اساس

امیرالمؤمنین علی علیه السلام در ارتباط با مواجهه با فتنه‌های اجتماعی در نامه‌ای به اهل مصر می‌گوید: «و من نام لم ینم عنه» (امام علی علیه السلام، ۱۳۹۵ق، نامه ۶۲)، کنایه از این که تو بی تفاوت باشی عوامل شر، بی تفاوت نمی‌نشینند.

و اما در نگاه دوم یعنی در ارتباط با موقعیت دینی این دو فریضه، بحث ما دامنه گسترده تری را می‌طلبد؛ یعنی بستگی به ماهیت‌شان دارد که از چه مقوله باشند؛ جهاد؟ نقد و انتقاد؟ یا دعوت به خیر و نصیحت یکدیگر. بنابراین این بحث در چند محور انجام می‌گیرد:

### ۲.۱. محور الف - ماهیت جهادی داشتن

بسیاری از فقها و محدثین این دو فریضه را بابتی از کتاب *الجهاد* آورده‌اند و در رساله عملیه بعضی نیز مانند امام خمینی رحمته الله علیه در ضمن جهاد متعرض آن شده‌اند. بر این اساس حکم وجوبی می‌یابند مگر این که به علت عذر عدم تمکن یا عدم تأثیر و مانند آن صرف به حکم دیگری باشد.

### ۲.۱. محور ب - ماهیت نقد و انتقاد سازنده داشتن

این محور نیز در حوزه عملکردی این دو، بخش عمده‌ای از دیدگاه‌هاست. چنان که از دیدگاه شهید بهشتی رحمته الله علیه نقد و انتقاد بر مبنای امر به معروف و نهی از منکر تعریف می‌شود (واحد فرهنگی، ۱۳۶۱، ص ۲۶۲). البته این بدان معنا نیست که امر به معروف و نهی از منکر با نقد و انتقاد مترادفند.

به عبارت روشن‌تر باید گفت امر به معروف و نهی از منکر نیز در یک تعریف از نقد و انتقاد (چنان که یکی از صاحب نظران در این رابطه تبیین نموده است) بخشی از دامنه نقد شمرده می‌شوند. وی می‌گوید:

«در مواردی انسان به خطا چیزی را می‌فهمد و دیگری آن خطا یا ضعف در برهان را متوجه می‌شود و بدین سان انتقاد، سبب می‌شود حتی کسی که مورد انتقاد قرار گرفته، نظرش دقیق‌تر شود. بنابراین، یک‌گونه از انتقاد آن است که

موضوعش فهم بخشی از واقعیت است، که آن را انتقاد علمی می‌نامیم و علی‌الاصول حوزه مورد علاقه‌اش نیز مجامع علمی است.

نوع دیگری از انتقاد مربوط به عملکرد فرد است، برای مثال در جایی مدیری منصوب می‌شود و مسؤولیت‌هایی دارد و مبتنی بر تشخیص خودش، اعمالی را انجام می‌دهد. به طور طبیعی این جا انتقاد می‌تواند جایز باشد، از باب این که آیا روش‌هایی که فرد انتخاب کرده، به هدف می‌انجامد یا خیر؟ یا ممکن است آن مدیر خطا کند و خلاف مقررات عمل نماید. در این صورت، انتقاد از این است که چرا آن خطا را کرد. این نوع دوم از انتقاد از باب امر به معروف و نهی از منکر است (ر.ک: لاریجانی، ۱۳۷۸).

با رویکرد به این دیدگاه، نقد را در دو حوزه نظری و عملی کارآمد می‌یابیم: نقد نظری همان انتقاد علمی است که توسط دانشمندان و اهل نظر بر نوشتار دیگران انجام می‌شود؛ اما نقد عملی ناظر به امر به معروف و نهی از منکر است که در چند صورت قابل اشاره است:

۱. نقد عمل افراد، از باب نصیحت و دعوت به خیر و ردع شر؛
۲. نقد عملکرد مدیران، با الگوگیری از قیام امام حسین عَلَيْهِ السَّلَام آن جا که در بیان علت قیام خود می‌فرماید:

«أَتَى لَمْ أَخْرُجْ أَشْرًا وَلَا بَطْرًا وَلَا مُفْسِدًا وَلَا ظَالِمًا وَإِنَّمَا خَرَجْتُ لِطَلَبِ الْإِصْلَاحِ فِي أُمَّةٍ جَدِّي صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أُرِيدُ أَنْ أَمُرَ بِالْمَعْرُوفِ وَأَنْهَى عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَسِيرَ بِسِيرَةِ جَدِّي وَأَبِي عَلِيِّ بْنِ أَبِي طَالِبٍ عَلَيْهِ السَّلَام ...» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۴۴، ص ۳۲۹)؛ من فقط برای ایجاد اصلاح در امت جدم در قالب امر به معروف و نهی از منکر و به شیوه نیایم، پیامبر صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و پدرم علی عَلَيْهِ السَّلَام قیام کرده‌ام.

همچنین امام حسین عَلَيْهِ السَّلَام از قول پیامبر صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نقل نموده که فرمود: «من رأی سلطانا جائراً مستحلاً لحرم الله ناکثاً لعهد الله مخالفاً لسنة رسول الله يعمل فی عباد الله بالاثم و العدوان ثم لم یغیر بقول و لا فعل کان حقیقاً علی الله ان یدخله

مدخله...» (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۴۴، ص ۳۸۱). در این حدیث پیامبر ﷺ هر گونه اهمال و تساهل در برابر سلطان جائز را حرام و مستوجب عقوبت الهی دانسته است.

علاوه بر این، از باب «النصيحة لأئمة المسلمين» در بیان رسول اکرم ﷺ تصریح به وجوب آن شده است (کلینی، ۱۳۶۵، ج ۱، ص ۴۰۳).  
با این رویکرد نقد عملکرد مدیران امری و رای حق، یعنی تکلیف است و سایر موارد امر به معروف و نهی از منکر تابع احکام خمسه‌اند، همچون جایی که منکر امر فردی است و زیان آن متوجه خود شخص می‌شود، اما کم اهمیت است که به طور طبیعی حکم آن مباح، مستحب و مستحب مؤکد می‌باشد؛ اما جایی که زیان آن سنگین و متوجه جامعه باشد آن جا حکمش حرمت است و نهی آن واجب و لزوم رعایت مراتب نیز در همین جاست.

۳. مباشرت حکومت در امر به معروف و نهی از منکر نسبت به قانون شکنان، هنجار شکنان و متعرضین به امنیت، شاخه حکومتی این دو فریضه است.

## ۲.۱. محور ج - ماهیت ارشادی داشتن

دعوت به خیر و نصیحت و ارشاد یکدیگر نیز موقعیتی است که امر به معروف و نهی از منکر می‌تواند در ضمن آن معنادار باشد، زیرا این دو فریضه در آیه شریفه: ﴿وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ﴾ (آل عمران/۱۰۴)، تالی تلو / عدل / قسیم و نیز عطف بیان، دعوت به خیر قرار گرفته‌اند. چنان که قطب‌الدین راوندی در کتاب *فقه القرآن* توضیح داده، این ترتیب در آیه ذکر خاص بعد از عام است، مثل آن جا که گفته است: ﴿حَافِظُوا عَلَى الصَّلَوَاتِ وَالصَّلَاةِ الْوُسْطَى﴾ (راوندی، ۱۴۰۵ق، ج ۱، ص ۳۵۹).

توضیح و یادآوری: آنچه از آن سخن گفته شد، نه تمام محتوای این نوشتار

است، که این مختصر را مجال آن نیست و حوصله دیگری را می‌طلبد، بلکه نویسنده در این نوشتار در پی تبیین راهبردهایی است که این دو فریضه مهم دینی را از بن بست اجرا خارج می‌سازد.

نکات مندرج در این مقاله علمی، اغلب حاصل تجارب تبلیغی، مدیریت و مردم‌داری نگارنده می‌باشد که به عنوان راهبردی برای مجریان رسمی و تعریف شده فراهم آمده است، هر چند تذکر این مطلب نیز لازم است که همه آنچه بدان نیاز است نمی‌باشد و تنها اشاره‌ای به اهم آنهاست که در سه بخش اساسی ارائه گردیده است:

### ۳.۱. شناخت معروف و منکر به لحاظ تأثیر

معروف یا منکر همچون هر فعل دیگری از نظر اثرگذاری متفاوت‌اند. علاوه بر اثر وضعی و طبیعی خود، تأثیر اجتماعی و به عبارتی غیردینی دارند. با این توصیف برخورد با آن نیز متفاوت می‌شود. بنابر این، منکر باید مورد مطالعه قرار گیرد که آیا بازتاب شخصی دارد یا غیردینی؟ شدید است یا خفیف؟ آنی است یا زمان دار؟ مورد اول که اغلب، مسائلی هستند در ارتباط شخصی انسان با خدا، برخورد با آن فقط ارشادی و به صورت نصیحت است: در حالی که مورد دوم که بیشتر در ارتباط انسان با جامعه می‌باشد، به طور معمول در سلسله مراتب قرار می‌گیرد، به خصوص اگر دارای بازتاب شدید و آنی باشد که در این صورت به برخورد قهری نیز نیازمند است. برای مثال کسی که می‌خواهد بمبی در میان جمعیت منفجر کند، یا آب شرب مردم را مسموم کند و...

معروف هم دارای مراتب و گونه‌هایی از نظر ضرورت یا عادی بودن؛ همچنین نیاز جامعه و میزان نیاز به آن است. اگر تأثیر آن فقط مرتبط با فاعل آن است، فقط از موضع ارشاد و نصیحت باید برخورد نمود و اگر مرتبط با نیاز شدید جامعه باشد و اقدام به آن منحصر در همان فرد یا معدود افراد معین باشد، امر به این معروف نه فقط ارشادی است که در صورت استنکاف، از موضع قهر و

قدرت هم باید وارد شد.

با نگرش به این تفاوت‌هاست که این دو مسأله در مدار احکام خمسه قرار می‌گیرند: واجب، مستحب، مباح، مکروه و حرام. البته موارد حرام، مکروه و مباح در صورت شخصی بودن برد تأثیر آنها، از سویی و مترتب بودن تالی فاسدی بر امر و نهی است که نوع و اندازه آن به تشخیص عامل بستگی دارد. با این توضیح، زمانی که ملاحظه شد فعلی یا ترکی از مصلحت بالایی برخوردار است، نوع برخورد و شیوه آن، شکل امر و جویی و نهی حرمتی (واداشتن و بازداشتن) به خود می‌گیرد که طبعاً همراه با اعمال قدرت است و گرنه باید به کم‌ترین مراتب اکتفا شود.

معروف‌ها گاهی در دایره فرهنگ خاصی مقبولیت دارند و گاهی در پهنه وسیع یک تمدن بزرگ و حتی جهانی. همچنین گاهی معروفی فقط در عرف به خصوصی هست و گاهی هم در همه عرف‌ها یا اکثرشان. آنچه دین از ما می‌خواهد معروف‌های دینی است، لیکن نسبت به معروف‌های فرهنگ قومی توصیه می‌کند که به آن احترام بگذارند و ترک آن را تحت عنوان خلاف مروت نامیده است که عدالت شخص را لکه‌دار می‌سازد. منکرها هم همین طور هستند.

التفات به ترسیمی که ارائه گردید، این واقعیت را همچون یک تکلیف فراروی مباحثان قرار می‌دهد که آنان باید از میزان قدرت تشخیص بالایی برخوردار باشند. علاوه بر آن دارای ملکه عدالت باشند تا بیش از اندازه لازم اعمال قدرت نکنند، یعنی مجهز به دو بال علم و عدل باشند (در بند زیر توضیح داده می‌شود).

#### ۴.۱. ضرورت اتخاذ شیوه برخورد کارشناسی

انسان از جایی که قبل از هر چیز یک موجود طبیعی است، مسائل او هم، مانند مسائل طبیعت است. برای تکثیر معروف باید زمینه‌های روانی مردم را آماده

ساخت؛ یعنی قبل از افشاندن بذر عرف و معروف، آن را باید قابلیت داد؛ پس از این عملیات، منکرها خود به خود زایل خواهند شد زیرا زمینه برای ماندن و رشد و تکثیر ندارند (فرض این مورد، مثال بدن و میکروب است).

معروف و منکر همچون همه پدیده‌ها فرایندگری دارد؛ بدین صورت که آن چیزی که پدید می‌آید، درست همان چیز یا چیزهایی نیست که آن پدیده از ترکیب آنها حاصل گشته است. مقوماتی به عنوان عامل یا شرط در فراهم آمدن معروف یا منکر دخیلند که اغلب از نظر ماهیتی با محصول خود تفاوت دارند. برای مثال محبت زیاده از حد به فرزند او را لوس و از خود راضی بار می‌آورد، او به توصیه‌های والدین اعتنا نمی‌کند و در آینده نیز به طور معمول فرزندی عاصی و سرخود و ولگرد می‌شود و از تمام قیود دینی و اجتماعی سرباز می‌زند. این منکر عین همان مقوم اولیه‌اش که محبت بود، نمی‌باشد (مثال دیگر، بلوکه شدن سرمایه در نزد معدود افراد است که نشر فساد اخلاق عمومی را نتیجه می‌دهد).

در مقابل، برخورد با هر کدام، اگر جنبه تحکمی داشته باشد - چه مبارزه با منکر و چه فرمان به معروف دادن - با عکس‌العمل مواجه می‌شود، زیرا اول این که برای افراد توجیه نشده‌اند، و دوم این که با حس لجاجت کور آدم‌ها رو به رو می‌شوند و نسنجیده مورد بی‌مهری قرار می‌گیرند. لذا آگاهی مبشران - به خصوص، طراحان و برنامه‌ریزان اجرا - به دانش روان‌شناسی اجتماعی پس از آگاهی به علم جامعه‌شناسی - به خصوص، مسائل مربوط به فرهنگ - در اتخاذ شیوه بسیار لازم است. آشنایی با فقه و معارف دینی فقط برای شناسایی بنه‌ها و ماده‌های خیر و شر (با صرف نظر از قالب‌ها، شکل‌ها و گونه تظاهرشان) کارساز است.

از این روی، می‌بینیم امام صادق علیه السلام با دید بسیار دقیقی به این مسأله نگریده، می‌فرماید: ثعلبه اسدی از پیامبر خدا صلی الله علیه و آله از این آیه سؤال کرد: ﴿ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ



آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسَكُمْ لَا يَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ ﴿۱﴾، پیامبر ﷺ در جواب او این آیه را قرائت نمود: ﴿وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَانْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا أَصَابَكَ﴾. سپس ادامه داد: تا آن جا که وقتی حرص بر تو غلبه نماید و دچار هوس غالی گشتی که هر بیننده‌ای را به خود مجذوب می‌کند، مواظب خودت باش، و به دیگران کار نداشته باش! که مباشر امر به معروف باید نسبت به حلال و حرام آگاهی داشته، از خصوصیت‌های نفس خود آسوده باشد که آنچه به آن امر یا از آن نهی می‌کند، جنبه نفع شخصی نداشته باشد، خیرخواه مردم و با آنان مهربان و با مدارا باشد، به نرمی و بیان زیبا آنان را دعوت به کار شایسته کند و تفاوت‌های اخلاقی‌شان را مد نظر داشته باشد تا هر کس را در جای خودش قرار دهد. نسبت به نیرنگ‌بازی نفس و حقه‌های شیطان دارای بصیرت بوده، تحمل پیامدهای آن را داشته باشد. قصد تلافی جویی نداشته باشد، هرگز لب به گلایه نگشاید، تعصب در کارها به خرج ندهد و تحت تأثیر مسائل شخصی به غیظ در نیاید. نیت را خالص برای خدا کند، از او کمک بخواهد و تنها توجه الهی را بجوید. با این حال اگر با او مخالفت ورزیدند و او را مورد بی‌مهری قرار دادند، شکیبایی نماید، و اگر با او همراهی کردند و از او پذیرفتند خدا را سپاس گوید و کار خود را به خدا واگذار کرده به اشکال کار خود توجه نماید (امام صادق علیه السلام، ۱۴۰۰ق، ص ۱۸).

براساس اندرز حکیمانه معروف «رطب خورده منع رطب کی کند» تأثیر امر به معروف یا نهی از منکر، به طور طبیعی از کسی که خود التزامی به آن ندارد نامتوقع است. امیرالمؤمنین علی علیه السلام در یکی از خطبه‌ها به همین نکته اشاره می‌نماید و می‌فرماید: از منکر نهی کنید و خودتان را هم از آن بازدارید، چه آن که شما به این فریضه آن گاه مأمور شده‌اید که از قبل خود را از آن بازداشته باشید (امام علی علیه السلام، ۱۳۹۵ق، خ ۱۰۵).

تذکر چند نکته لازم: آنچه در موفقیت و نتیجه دادن این دو فریضه، در همه

این موارد مهم است و باید ذهن عاملان نسبت به آنها روشن شود، الثفات به چند نکته است:

۱. تفقه نسبت به مصداق معروف، منکر و درجه آن دو می‌باشد.
۲. کسب شناخت نسبت به تفاوت‌های روانی و شخصیتی افراد.
۳. حصول معرفت نسبت به کم و کیف این دو فریضه؛ بدین معنا که از چه نوع، چه قدر، و در کجا باید اعمال شوند و آن جا که شرط آن احتمال تأثیر است کجاست؟
۴. و در نهایت، اعمال دقیق روش نردبانی مراتب عمل؛ به خصوص اتخاذ موضع نرم همراه با آموزش در مورد زنان، کودکان و نوجوانان، چنان که در کلام و فقه اسلامی قبح عقاب بلایان مسلم دانسته شده است و می‌بینیم که خداوند به حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام دستور می‌دهد که با فرعون، سخن به شیوه نرم بگویند تا اثرپذیر باشد و او پروا کند (طه/۴۴). بر این اساس می‌بینیم یکی از بزرگان در ضمن بیاناتی راجع به عفاف و حجاب، به موضوع امر به معروف و نهی از منکر پرداخته، مؤمنین را به تذکر نرم، همراه با آموزش نسبت به رعایت حجاب توصیه می‌نماید که: «نباید با فشار و اجبار از آنها چیزی خواست، بلکه باید از راه آموزش وارد شد تا شاهد رشد و تعالی آنها باشیم» (ر.ک: جوادی آملی، ۱۳۹۲).

### بخش دوم: معروف و منکر در عرصه‌های نوظهور

پس از دقت نظر در موارد یاد شده، موقعیت حال و وضعیت موجود فرد و جامعه‌ای را که در آن هستیم مورد مطالعه قرار می‌دهیم تا مصداق‌های عینی معروف و منکر و ریشه آنها را دریابیم.

بدون شک، از جمله نیازهای جامعه رو به رشد ما در حال حاضر، توسعه فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است.<sup>۵</sup> ناگفته پیداست که تأمین نیاز در این رابطه

به منظور نیل به اهداف از پیش تعیین شده، مستلزم سیاست گذاری مناسب و بستر سازی بهینه (امور سخت افزاری) در جهت کارآمد ساختن نیروهای بالقوه، و در مدار قرار دادن نیروهای بالفعل است.

در این میان، آنچه به طور ضروری، نیل به نتایج کاربردی فضای مجازی و حرکت رو به رشد آن را در مسیر توسعه تضمین می بخشد، اهتمام و سرمایه گذاری در زمینه برخورداری از قدرت و به دست آوردن توان اجرایی کافی از این امکان بالقوه مادی و فرهنگی است.

ضرورت رویکرد به این فن آوری ها در آن جا رخ می نماید که به این نکته التفات نماییم که معروف و منکرها براساس تغییر زمان و شرایط آن تغییر می کنند و این به معنای آن است که راهها و شیوه های برخورد با آنها هم باید تغییر یابند. از باب نمونه به تغییری که در صنعت عکاسی حاصل شده است، توجه می کنیم، می بینیم روزی که عرصه تکنولوژی در اختیار صنعت مکانیک بود بهترین دوربین عکاسی برای حرفه ای ها یک دوربین ایوای مانوئل؛ و برای آماتورها دوربین کانون تی پنجاه بود، اما امروز در عصر اطلاعات که این عرصه در اختیار صنعت هوشمند الکترونیک در آمده است، بهترین دوربین عکاسی سایرشات با قابلیت بالای هفده مگا پیکسل است، زیرا دوربین امروز باید بتواند با فرآورده الکترونیکی به نام رایانه تعامل داشته باشد.

التفات به این امر به ما هشدار می دهد که «شرط استمرار موفقیت در عرصه IT و ICT و نتیجه بخش بودن فعالیت های مربوط به آن، در پذیرش و ترویج فرهنگ نهفته در آن است [که یکی از طرق انتشار این فرهنگ، در اختیار نهادن امکانات سخت افزاری و نرم افزاری کمکی، و ارائه رایگان و یا با هزینه های بسیار پائین آنهاست].

به طور کلی فرهنگ ویژه فن آوری جدید، به دو بخش تقسیم می شود: بخش اول، مربوط به کاربران، و بخش دوم ارتباط دارد به مدیران و ارائه دهندگان

خدمات سایبری و نیز تأمین کنندگان خوراک اطلاعاتی.<sup>۷</sup> مسأله مهم در این زمینه این است که اگر در جامعه، فن آوری گسترش یابد ولی عموم مردم با فرهنگ استفاده بهینه از آن آشنا نباشند، علاوه بر این که در هیچ عرصه‌ای شاهد پیشرفت و شکوفایی نخواهیم بود، زمینه‌های انحراف و ارتکاب منکر، به علت ابهامات موجود فراوان خواهد بود.<sup>۸</sup> چه آن که در عصر حاکمیت اعداد صفر و یک (دیجیتال: digital)، و به عبارتی، در فضای سایبر و آی سی تی، شکل منکر و معروف‌ها متناسب با استعداد آفرینش‌های این نوع تکنولوژی درآمده است.

### حاکمیت سایبر

نرم‌افزارهای گرافیکی و فلش بر بال وب، می‌توانند به زودی تمام جهان را درنوردند. کرم‌ها، ویروس‌ها، هکرها و خزندگان رایانه‌ای می‌توانند همه چیز را بر هم زنند و در مقابل، نرم‌افزارهای امنیتی و محافظ و ترمیم کننده می‌توانند از ورود یا ایراد ضایعه آنها جلوگیری کنند. در این فضا آن منکر است و این معروف. ما می‌توانیم با توسل به قدرت نرم‌افزارهای رایانه‌ای، حاکمیت فضای سایبر<sup>۹</sup> را به دست آوریم و از گسترش و سرایت منکرهای سیاسی، علمی، فرهنگی و اخلاقی به افراد و جامعه جلوگیری نمائیم. البته این فقط راهی ضربتی و اورژانسی است تا منکرها به کنترل درآیند و گرنه کار اصلی این است که با کمک گرفتن از قدرت خلاقه این فرشته‌های الکترونیکی، فضا را چنان زیبا و معطر و جذاب نماییم که عرصه بر منکرهایی از آن دست، خود به خود تنگ شده، ناچار به ترک این فضا گردند.

با این حال، روشن است که امروزه بر خلاف سابق، آنچه ارزش تلقی می‌شود و وراثت سلطه را به انسان ارمغان می‌دهد، همانا دانش کارآمد و سلطه آگاهی فنی - به خصوص در عرصه فن آوری نوین - است. از این روی باید همواره متذکر این اصل باشیم که سنت لایتغیر الهی بر آن قرار گرفته است تا عالمان،

صالحان، خالصان، سخت کوشان و مؤمنان در مقام برتری قرار گیرند، و این سنت ثابتی است که در کلیت خود بر همه انسان‌ها یکسان حکومت می‌کند. بر این اساس، ما زمانی می‌توانیم دامنه فعالیت خود را در زمینه معروف و منکرها در فضای سایبر و آی سی تی بگسترانیم که حاکمیت آن را به دست آورده باشیم.

### منکرات سایبری

فضای مجازی در واقع نسخه بدل فضای واقعی است که در آن به طور طبیعی زندگی می‌کنیم. یا به عبارت واقع بینانه‌تر، دوره پیشرفته‌تری از فیزیک است که بعد از فیزیک کوانتوم پا به عرصه وجود نهاده و همه چیز را به تسخیر خود در آورده است. با این تعبیر می‌توان معروف و منکرهای آن را نیز بازشناسی کرد. شاید نخستین هشدار که در رابطه با اینترنت و فضای مجازی متبادر به ذهن گردد، جنگ نرم دشمن در شیخون فرهنگی برای ضایع نمودن تفکر انقلابی - اسلامی نسل نو باشد.<sup>۱۰</sup>

البته این تفکر صحیحی است و همواره ما با این تهدید روبرو هستیم. اما جدای از این آسیب‌ها منطقه‌های ممنوعه‌ای در فضای مجازی وجود دارد که داخل در جرایم رایانه‌ای بین‌المللی نیز هستند، همچون:

### الف - هک کردن یا مهندسی اجتماعی

برای این که مفهوم معروف و منکر در این زمینه روشن تر درک شود، ناچار به توضیح مختصری درباره عنوان فوق هستیم.

هک به معنای نفوذ به سیستم یا سرور یا رایانه و یا یک نرم‌افزار و برنامه است. در تعریف مهندسی اجتماعی نیز آورده‌اند که آن «مهارتی است که به وسیله شخصی مجهول، برای به دست آوردن اعتماد افراد درون سازمان و تشویق آنها برای ایجاد تغییرات دلخواه در سیستم‌های IT و در جهت دستیابی به حق

دسترسی، استفاده می‌شود» و در نسخه انگلیسی زبان سایت ویکی‌پدیا، مهندسی اجتماعی به این صورت تعریف شده است: «مهندسی اجتماعی، تکنیک به دست آوردن اطلاعات محرمانه به وسیله تحریک کاربران مجاز است».<sup>۱۱</sup>

تفسیر بهتر و روشن‌تری از این عبارت، هک کردن در فضای مجازی است. یکی از متخصصان این فن، در تعریف روشنی از این عنوان می‌گوید: «مهندسی اجتماعی شبیه به کلاه‌برداری از راه جلب اعتماد یا تقلب ساده است و به حيله‌گری یا فریب به منظور جمع‌آوری اطلاعات، تقلب یا دسترسی به سیستم کامپیوتری اطلاق می‌شود» که عبارت آخری همان هک است (ر.ک: هدنگی، کریستوفر، ۱۳۹۳، ص ۲۰).

عاملان هک «هکرها» به دو منظور این کار را انجام می‌دهند: دفاع و حراست از امنیت، حمله به منافع و اضرار به غیر.

در اصطلاح جامعه مجازی به گروه اول، هک‌های کلاه سفید «سامورایی» یا هک‌های واقعی گفته می‌شود. هک‌های کلاه سفید، متخصصان کامپیوتر و آشنا به فن‌آوری اطلاعات می‌باشند و هدفشان از نفوذ به سیستم‌های کامپیوتری، کشف حفره‌های امنیتی در سیستم و بر طرف نمودن آنهاست، نه سوء استفاده. ولی به هر حال، کلاه سفیدها نیز برای این منظور باید همانند هک‌های کلاه سیاه عمل کنند تا بتوانند ضعف‌های سیستم را کشف و جبران کنند.

گروه دوم هک‌های کلاه سیاه «واکر» نامیده می‌شوند که از نظر کاری درست به عکس کلاه سفیدها عمل می‌نمایند. به این معنی که هدف آنها نفوذ به سیستم و سوء استفاده از اطلاعات می‌باشد. این گروه از هکرها بیشترین صدمات را به هدف، در فضای مجازی وارد می‌نمایند؛ تا جایی که می‌توانند در سیستم بانک‌ها، پروازها، برنامه حمل و نقل زمینی و دریایی و... ایجاد اختلال نمایند و یا برق منطقه را از مدار خارج کنند و یا اطلاعات حساس مراکز نظامی، امنیتی، سیاسی و اقتصادی و غیره را سرقت نمایند.

توجه به این نکته نیز لازم است که گاهی هدف هکرهای سیاه، دزدی یا ضربه زدن به خود سیستم و یا انتقام‌گیری از کاربر نیست، بلکه انجام هک به عنوان پل و واسطه عبور برای نفوذ به هدف دیگری است<sup>۱۲</sup>، و مهم‌ترین نوع آسیب نرم‌افزاری که این گروه وارد می‌کنند زمانی است که سازمان یافته و زیر فرمان یک قدرت سیاسی به مؤسسات و سازمان‌ها و مراکز حساس سیاسی - نظامی - امنیتی نفوذ کنند. به طور معمول چنین افرادی تحت پوشش ارتش سایبری عمل می‌کنند.<sup>۱۳</sup>

### تذکر لازم

اگر چه قدرت و امکان مقابله با توطئه دشمن در ساحت سایبری و فضای مجازی در کشور ما بسیار خوب است و جزو کشورهای ردیف اول در این زمینه قلمداد می‌شود، لیکن هوشیاری و آگاهی یکایک افراد به خصوص اعضای دستگاه‌های وابسته به حکومت در این رابطه اهمیت ویژه دارد. چه آن که ممکن است هکری از طریق ایمیل عضو دون رتبه یک شرکت، مؤسسه یا سازمان به آن نفوذ نماید. بنابر این می‌طلبد که اقدام به آموزش‌های لازم در جهت آشنایی اعضای ارگان‌ها و عموم شهروندان کشور با ترفندهای آشوب‌گران فضای مجازی از سوی مسئولین امر در شورای عالی انفورماتیک یا شورای عالی فضای مجازی به عمل آید.<sup>۱۴</sup>

### ب - تولید و انتشار فاکتورهای آسیب

منکرات در این حوزه، فعالیت در جهت تولید نرم‌افزارهایی همچون ویروس، کرم رایانه‌ای، تروجان، بدافزار، جاسوس افزار و امثال این‌ها می‌باشد که بنا به تفاوت اهداف برنامه نویسان، متفاوت است، و اغلب به منظور جلب منافع اقتصادی انجام می‌گیرد.

فعالیت‌هایی از این دست علاوه بر آن که از نظر حقوق و قضای بین‌الملل

تجاوز محسوب می‌شود و قابل پی‌گیری قضایی است، در شرع مقدس اسلام نیز زیر عنوان ضرر به غیر و ایجاد عسر و حرج برای مسلمین و جامعه اسلامی تحت قاعده لاضرر و قاعده حرج محکوم است و علاوه بر تحمل مجازات مندرج در قانون جرایم رایانه‌ای، عامل آن نسبت به خسارات وارده ضامن است.

### خط قرمزها در فضای مجازی

خطر آلودگی ذهن کودک و نوجوان و انحراف اخلاقی آنان در آینده و در پی آن، گسترده شدن ناهنجاری و بزه اجتماعی، اندیشوران و دولتمردان اغلب کشورها را بر آن داشته است تا در جهت پیش‌گیری از آن اقداماتی به عمل آورند.

براساس تحقیقات همه کشورهای به طور متفق القول بر عدم دسترسی کودکان به سایت‌های غیر اخلاقی تأکید داشته و به شیوه‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری مختلفی برای پیش‌گیری از دسترسی کودکان به این تارنماها متوسل می‌شوند.<sup>۱۵</sup> البته به جز استفاده از فیلترینگ، خط قرمزهای قانونی در این رابطه، برای کشورهای غیر اسلامی شاید وجود نداشته باشد یا بسیار محدود و کم‌رنگ باشد، لیکن در سرزمین‌هایی همچون ایران که وارث دین و فرهنگ اسلامی هستند، وجود خط قرمز لازم و ضروری است، زیرا نبود آن به فساد اخلاق و عقیده نسل نو منتهی می‌شود.

### بخش پایانی: ضرورت وجود دستگاه نظارت اجرایی

وقتی سخن از سازمان به میان می‌آید آنچه بلافاصله در ذهن نقش می‌بندد، دستگاه دولتی یا وابسته به آن است، در حالی که چنین حصری در دانش مدیریت وجود ندارد. سازمان با همان تعریفی که از آن شد، می‌تواند دولتی، تعاونی و خصوصی باشد.

نکته‌ای که یادکرد آن در این جا مهم می‌نماید، این است که دستگاه امر به



معروف و نهی از منکر به دلیل اتکا بر مبانی و اهداف دینی، یک دستگاه اجرایی در بعد معنوی است، و به تابع متعلق خود یعنی دین، نمی‌تواند و نباید دولتی و حتی وابسته به دولت باشد؛ نه از آن جهت که در دولت اشکالی از این نظر وجود دارد، که بیشتر از جهت تأثیر ناخودآگاه روان‌شناختی آن است.

دلیل علمی این نظر آن است که دولت همواره قائم به قدرت و حکومت است، یعنی تصمیمات آن در شبکه قدرت اجرایی مربوط به آن قرار می‌گیرد و به زمینه اجرا یعنی مردم منتقل می‌شود، و این امر به وضوح گویای نوعی قطعیت خواهی و الزام در حیطه عمل می‌باشد، و در مرحله نخست با نوعی مقاومت روانی اشخاص مواجه می‌گردد، زیرا انسان بالطبع، دارای حس لجاجت است مگر آن که نوع برخورد با وی به طور کامل مشفقانه باشد و بتواند نفس رمنده او را رام نماید تا آن خواسته را با رغبت و میل خویش انجام دهد یا ترک نماید. حال اگر دستگاه عمل‌کننده ملی و قائم به اراده مستقیم مردم و متکی بر قدرت حاصله از خودشان باشد، چنین حالتی به راحتی میسر می‌شود، زیرا مردم آن دستگاه را از خود تلقی می‌نمایند و نسبت به احکام یا به عبارتی خواسته‌های آن، عکس‌العمل نشان نمی‌دهند (البته نوع برخورد باید مشفقانه و به طور کامل دوستانه باشد)، به خلاف شرایطی که آن را دولتی و خود را ملزم احساس نمایند. آری اگر میزان ارادت به دولت، از نوع نسبت فرزندان به والدین، و یا دوستان نسبت به یکدیگر باشد و چنین واقعیتی در همه سطوح عمومیت یافته باشد، مشکل یاد شده را نخواهد داشت.

پیشنهاد نگارنده در این خصوص، این است که دستگاه متکفل امر به معروف و نهی از منکر، تحت عنوان «سازمان نظارت همگانی» وابسته به شورای شهر و زیر نظر امام جمعه یا هر روحانی وجیه‌المله‌ای باید قرار داشته باشد، لیکن ضابطان قضایی در ارتباط با تضمین اهداف اجرایی آن، به حکم قانون مکلف به همکاری باشند.

پر واضح است که کار چنین دستگاهی ماهیت قضایی ندارد، هر چند در صورت نیاز، بر طبق صلاحدید خبرگان آن، ممکن است اشخاصی برحسب مورد، به دستگاه قضایی معرفی گردند.

**توضیح:** نظارت توأم با ارزشیابی، با ترتیب اثر تنبیهی و تشویقی، به تحقق اهداف جزئی سازمان کمک می‌کند. با تعمیم انضباط سازمانی در تمامی سطوح مدیریتی، عوامل خنثی‌کننده اثر - همچون الگوهای ضد نظارتی و رفتارهای خلاف هدفی که از خود مدیران سر می‌زند - وجود ندارد، زیرا رهبران اسوه کامل اهداف سازمان و آئینه تمام‌نمای انضباط و مقررات سازمان خود می‌باشند. نیروها در سازمان به صورت تخصصی به کار گمارده می‌شوند (به ویژه عناصر کنترلی سازمان). نیروهای عامل یا به عبارتی مباشران امر به معروف و نهی از منکر، ابتدا خودشان باید توجه شده باشند و این ویژگی سبب می‌شود تا کیفیت کار بالا برود. نیروهای کنترلی نیز با مهارت و خلوص نیتی که در آنان محرز شده است می‌توانند در رفع ایرادها به آنها کمک کنند.

### نتیجه و چکیده بحث

نگارنده معتقد است موضوعات و مسائل به همان اندازه که از اهمیت برخوردارند، دارای پیچیدگی، در دلیل وسعت مفهومی نیز می‌باشند و موضوع امر به معروف و نهی از منکر از همین سری مقوله‌هاست که ورود در حیطه آن، به منظور اقدام در جهت عملیاتی ساختن آن، به مطالعه دامنهداری نیازمند است تا دامنه معنارسانی، حدود و اندازه‌ها، مصداق‌ها، و تمامی مسائل مربوط به آن شناسایی گردند. چه آن که ممکن است بدون وقوف کارشناسانه در این حیطه، میزان تخریب مباشران و عاملان بیش از اندازه سود و نتایج مفیدی باشد که از آن متوقع است.

موضوع دیگری که از نظر نویسنده نیاز به یادآوری آگاهی به مسائل زمان و

شکل نمودیابی پدیده هاست. چه به اصل تحول و دگردیسی اعتقاد داشته باشیم یا نه، ما در عمل خود را در گردونه تازه‌ای می‌یابیم که غالب عناصر اجتماعی، به گونه‌ی به طور کامل متغییری نمود یافته‌اند و بالطبع شیوه و گونه‌ی برخورد متناسب خود را می‌طلبند، که پدیده‌ی صنعت هوشمند و عنصر رایانه و مسائل خاص آن، از این قبیل هستند. شک نیست که با تحول موجود و پیشرفت‌هایی که به وجود آمده است، گونه و شکل کنش‌های انسانی نیز متفاوت خواهد بود و معروف و منکرها در چنین بوته‌ای، متناسب با آن ظهور خواهند یافت. همچنین نوع و شیوه‌ی برخورد با آنها نیز از سنخ خودشان خواهد گشت و به آگاهی‌های جدیدی نیاز خواهد بود.

آخرین سخن نیز که همه جا و به خصوص در این مورد، نیاز به توجه می‌یابد، روی آوردن به کار سازمان یافته و مجهز به نظام و سیستم است، مشروط به آن که سازمان و سیستم آموزش داده شود و به راستی خود را ملزم به کار سیستمی بنماییم. به عبارت دیگر، سیستم حکومت نماید نه افراد و سلیقه‌ها. نکته‌ی لازم به یادآوری این است که مراد از سازمان در این مقوله، دستگاهی به طور کامل ملی و مردمی با نظارت یک مقام حوزوی بلند مرتبه و وجیه‌المله است نه سازمان دولتی.

#### پی‌نوشت‌ها

۱. علی بن ابراهیم بن هاشم قمی (۱۴۰۴ق)، تفسیر القمی، ج ۱، ص ۱۹۵: و قوله وَ هُمْ يَهْتَوُونَ عَنْهُ وَيَتَأَوْنَ عَنْهُ قَالَ: بنو هاشم كانوا ينصرون رسول الله ﷺ و يمتنعون قریشا عنه و يتأوون عَنْهُ أَي يباعدون عنه و يساعدونه و لا يؤمنون.
۲. مجلسی (۱۴۰۴ق)، بحار الأنوار، ج ۱۶، ص ۱۹۹، باب ۹: وَ أُمْرٌ بِالْعُرْفِ يَعْنِي بِالْمَعْرُوفِ وَ هُوَ كُلُّ مَا حَسَنَ فِي الْعَقْلِ أَوْ الشَّرْعِ.
۳. شیخ صدوق (۱۴۱۳ق)، فقیه من لا یحضره الفقیه، ج ۴، ص ۳۰۵، باب میراث الموالی: إِلَّا أَنْ تَفْعَلُوا إِلَىٰ أَوْلِيَائِكُمْ مَعْرُوفًا يَعْنِي الْوَصِيَّةَ لَهُمْ بِشَيْءٍ أَوْ هِبَةَ الْوَرِثَةِ لَهُمْ مِنَ الْمِيرَاثِ شَيْئًا؛ وَ در ضرب المثل عربی آمده است: المعروف بقدر المعرفة، یعنی عطا به قدر معرفت است.
۴. مجلسی (۱۴۰۴ق)، بحار الأنوار، ج ۷، ص ۷۸: يَوْمَ يَدْعُ الدَّاعُ إِلَىٰ شَيْءٍ نَكْرًا، أَي منكر غير

معتاد و لا معروف بل امر فطیعی لم یروا مثله فینکرونه استعظاما.

5. Information Communication Technology  
6. Information Age

۹۲

۷. IIP ارائه دهندگان و تأمین کنندگان خوراک اطلاعاتی؛ ارائه دهندگان خدمات اینترنتی  
ISP.

۸. سرعت پائین، هزینه‌های بالا، امنیت متزلزل در برابر نفوذگرها (هکرها) و ویروس‌ها، پائین بودن ضریب کیفیت، بد ارائه دادن اطلاعات، بی توجهی به نیازها و سلیقه‌های کاربران، دیر و بد پاسخ دادن، در نظر نگرفتن شخصیت و عقاید مخاطبان، نامتناسب بودن برخوردها نسبت به سن و جنسیت و بسیاری از موارد مشابه دیگر همگی باعث می‌شوند تا شیرینی حضور در این عرصه به تلخی، واپس زدگی و ناامیدی مبدل شود. ر.ک: مجید کافی امامی (۱۳۸۳)، «فن آوری در خدمت تولید دانش دینی»، ره آورد نور، س ۴، ش ۸. پاییز، ص ۱۱.

۹. cyberspace شبکه پنهانی باند دیجیتالی جهانی، یعنی سخت‌افزار فضای سایبر.

۱۰. راجع به غارت اطلاعات توسط موتورهای جستجوی اینترنت و در اختیار نهادن آنها به حکومت آمریکا براساس اعتراف مدیر عامل گوگل، ر.ک: نجارزاده، محمد رضا؛ ضرامی، مهدی؛ فرقانی، محمد مهدی (۱۳۹۱)، «استعمار اطلاعاتی در فضای مجازی؛ مطالعه موردی: گوگل»، مطالعات قدرت نرم، علمی - پژوهشی، س ۲، ش ۶، صص ۱۸۳-۲۰۵.

۱۱. بجنوردی (۱۳۹۳)، «کتاب هنر هک انسان»، سایت ویکی پلاس: <http://wikiplus.ir>.

۱۲. ر.ک: هدنگی، ۱۳۹۳، فصل دوم: هم اکنون نفوذگران می‌دانند که فریب دادن کارمندان داخلی یک سازمان، بسیار آسان‌تر از مواجه شدن با سیستم‌های حفاظتی تکنیکی و پیچیده آن سازمان است. اکثر ما در مواجهه با مشکلات بالقوه، اغفال شده‌ایم و اعتقاد داریم که قفل‌های قوی، درهای ضخیم، سیستم‌های با امنیت بالا و یک سگ نگهبان برای در امان ماندن اکثر مردم کافی هستند.

۱۳. برای اطلاع از نوع و میزان قدرت هکرها رجوع کنید به:

<http://www.persianpersia.com/tech/tdetails.php?articleid=11660&parentid=49&catid=110>

۱۴. محمد سرافراز، عضو شورای عالی فضای مجازی: «مهم‌ترین هدف از تشکیل شورای عالی فضای مجازی این است که چطور می‌توانیم در این حوزه مستقل باشیم و اطلاعات کشور و دولت را در اختیار بیگانگان قرار ندهیم که بتوانند از این اطلاعات استفاده و بهره‌برداری کنند» (سایت ایتنا، چهارشنبه ۱۷ مهر ۱۳۹۲).

<http://tnews.ir/news/82BE18043109.html>

۱۵. برای اطلاع از گستره موضوع و عمومیت فیلترینگ تولیدات و سایت‌های غیر اخلاقی دنیا مراجعه کنید به سایت اپلیکشن ایرانی:

<http://www.irapp.ir/shownews.php?id=1982>

## منابع و مأخذ

### • قرآن مجید

۱. ابن ابی جمهور احسائی (۱۴۰۵ق)، *عوالی اللآلی*، ۴ جلد، قم، انتشارات سیدالشهداء علیه السلام.
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۰۸ق)، *لسان العرب*، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۳. امام صادق علیه السلام (۱۴۰۰ق)، *مصباح الشریعه*، تهران، مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
۴. فراهیدی، خلیل بن احمد بصری (بی تا)، *کتاب العین*، ۸ جلد، بی جا.
۵. راوندی، قطب الدین (۱۴۰۵ق)، *فقه القرآن*، ۲ جلد، انتشارات کتابخانه آیت الله مرعشی قم.
۶. امام علی بن ابی طالب علیه السلام (۱۳۹۵ق) *نهج البلاغه*، از روی نسخه صبحی صالح، افسست ایران، قم، انتشارات هجره.
۷. بجنوردی، حمزه (۱۳۹۳)، «کتاب هنر هک انسان»، سایت ویکی پلاس <http://wikiplus.ir>
۸. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۲)، *بیانات، اینترنت، سایت حیا*: [http://hayauni.ir/top\\_messages/1392/07/18/index.html?id=854](http://hayauni.ir/top_messages/1392/07/18/index.html?id=854)
۹. ریچارد، کی، مور (۱۳۸۳)، «دموکراسی و فضای سایبر»، ترجمه عبدالرضا زکوت روشندل، رسانه، س ۱۵، ش ۵۹، پیاپی، پائیز، ص ۱۰۱.
۱۰. شیخ صدوق (۱۴۱۳ق)، *فقیه من لا یحضره الفقیه*، ج ۴، قم، انتشارات جامعه مدرسین.
۱۱. صرامی، محمد رضا؛ فرقانی، مهدی؛ مهدی، محمد (۱۳۹۱)، «استعمار اطلاعاتی در فضای مجازی؛ مطالعه موردی: گوگل»، *مطالعات قدرت نرم، علمی - پژوهشی*، سال دوم، شماره ۶.
۱۲. طریحی، فخرالدین (۱۳۶۷)، *مجمع البحرین*، تهران، دفتر فرهنگ نشر اسلامی، ج ۵، چاپ دوم.
۱۳. قمی، علی بن ابراهیم بن هاشم (۱۴۰۴ق)، *تفسیر القمی*، ج ۱، قم، مؤسسه دارالکتاب.
۱۴. کافی امامی، مجید (۱۳۸۳)، «فن آوری در خدمت تولید دانش دینی»، *ره آورد نور*، س ۴، ش ۸، پائیز.
۱۵. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۶۵)، *الکافی*، ۸ جلد، تهران، دارالکتب الإسلامیه.
۱۶. کوهن، بروس (۱۳۸۰)، *مبانی جامعه شناسی*، ترجمه و اقتباس: دکتر غلام عباس توسلی و رضا فاضل، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
۱۷. لاریجانی، محمد جواد (۱۳۷۸)، «جایگاه انتقاد در نظام حکومتی اسلام»، *نشریه اندیشه حوزه*، شماره ۱۸.
۱۸. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۴ق)، *بحار الانوار الجامع لدرر اخبار الائمه الاطهار*، ج ۱۶، بیروت، مؤسسه الوفاء.
۱۹. واحد فرهنگی (۱۳۶۱)، *او به تنهایی یک ملت بود*، تهران، بنیاد شهید انقلاب اسلامی.
۲۰. هدنگی، کریستوفر (۱۳۹۳)، *مهندسی اجتماعی - هنر حک کردن انسان*، مترجمان: یداله پدرام؛ حسین ملک زاده؛ فریبا صنیعی، مشهد، نشر مرنندیز.



## \* هوش معنوی از نگاه اسلام و مکاتب غربی

- میکائیل زارعی<sup>۱</sup>
- وحید حاجیلو<sup>۲</sup>

### چکیده

از جمله موضوعاتی که امروزه به طور وسیعی، در پاسخ به محیط‌های متلاطم و پیچیده در سازمان‌ها به آن توجه می‌شود معنویت و اخلاق است. هوش معنوی خاص انسان بوده و از طریق آگاهی از یک بعد متعالی می‌آید، هوشی تحول‌پذیر است که به انسان قدرت می‌بخشد تا خلاق باشد و قوانین و نقش‌ها را دست‌خوش تغییرات خود نماید، قادر به انجام اصلاحات بی‌شمار گردد و بتواند شرایط را به بهترین شکل متحول کند. بروز خود تمام عیار کارکنان و رفتارهای برتر در کار با ورود معنویت به سازمان میسر خواهد بود. در این مقاله پس از ارائه تعریف هوش و معنویت، به نظرات مختلفی که در مورد هوش معنوی وجود دارند، پرداخته شده است. ابعاد و ویژگی‌های هر یک از آنها از نگاه اسلام و غرب مورد بررسی قرار گرفته و سعی شده است تا مدلی با توجه به این دو دیدگاه ارائه شود. همچنین در این تحقیق مؤلفه‌های موجود در هوش معنوی از نگاه اسلام و

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۵ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۱۲/۱۸.

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد قزوین

۲. دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد قزوین

غرب با هم مقایسه شده‌اند که در نهایت به این نتیجه رسیده شد که مؤلفه‌های موجود در هوش معنوی اندیشمندان غربی همگی به نوعی در مؤلفه‌های اسلامی موجود هستند و چه بسا از دیدگاه اسلام هوش معنوی کامل‌تر و عمیق‌تر بیان شده که می‌تواند راحت‌تر به حل مسائل موجود بپردازد.

واژگان کلیدی: هوش، معنویت، هوش معنوی، مؤلفه‌های هوش معنوی غرب، مؤلفه‌های هوش معنوی اسلام

### مقدمه

هوش معنوی برای اولین بار در غرب مطرح شده است، اما این به این معنا نیست که در اسلام به این مفهوم توجه نشده و یا مغفول مانده است. اگر به آثار اسلامی نیک نگریسته شود، به وضوح مباحث مربوط به هوش معنوی، بسیار عمیق‌تر از آثاری که در غرب به آن پرداخته می‌شود نمایان خواهد شد. کافی است که با مراجعه به قرآن و کتب روایی این عبارت هوش‌مندانه را در آنها جستجو کرد. در همان تفحص اولیه مشخص می‌شود که انسان مؤمنی که مخاطب این موضوع قرار دارد، همان کسی است که سعی در بالا بردن مهارت و قدرت خود برای تبدیل شدن به انسان متعالی را دارد. هوش معنوی را نوعی سازگاری رفتاری برای حل مسأله می‌دانند که بالاترین سطح رشد را در زمینه‌های مختلف شناختی، هیجانی و... شامل می‌شود و فرد را در جهت رسیدن به یک تعادل درونی و بیرونی هدایت می‌کند. پرورش این هوش به فرد دید کلی در زندگی شخصی می‌دهد (عبدالله‌زاده، ۱۳۸۸). این هوش از روابط متافیزیکی برای تعالی خود استفاده می‌کند، به طوری که وارد حیطه شهودی دیدگاه فرد به زندگی می‌شود. همین مسأله، پاسخ به سؤالاتی همچون «من کیستم؟»، «چرا این‌جا هستم؟» و «چه چیزی مهم است؟» را برای انسان روشن می‌سازد و توجه به همین موضوع، باعث کشف منابع پنهان عشق و لذتی می‌شود که در نهایت منجر به ایجاد دیدگاهی در فرد می‌شود که هم برای فرد و هم برای دیگران کمک‌کننده است (غباری، ۱۳۸۶). اما در مفهومی



ساده‌تر که برگرفته از آموزه‌های دینی اسلامی است، هوش معنوی را میزان فهم افراد از واقعیت زندگی و فهم امور دانسته‌اند، به طوری که پیامبر اعظم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ دعا می‌فرماید: «اللهم أرني الاشياء كما هي»؛ خداوندا حقیقت چیزها را به من نشان بده.

### پیشینه تحقیق

یکی از مفاهیمی که به تدریج از درون جلسات آکادمیک و سخنرانی‌های علمی ظهور کرده، هوش مصنوعی است. به طور جدی ورود واژه هوش معنوی به ادبیات علمی و روانشناسی و مدیریت را باید به زوهار و مارشال (۲۰۰۰ م) و نیز ایمونز (۲۰۰۰ م) در دو دهه اخیر نسبت داد. در این زمینه تاکنون تحقیق جامع و گسترده‌ای انجام نگرفته است، فقط تحقیقاتی در رابطه نقش و تأثیر هوش معنوی با آموزه‌های دین مبین اسلام انجام گرفته است.

عسگری وزیری و زارعی متین (۱۳۹۰) در تحقیقی تحت عنوان «هوش معنوی و نقش آن در محیط کار با تأکید بر آموزه‌های دینی» به نتایج زیر رسیده است. ابتدا ضرورت تدوین الگوی هوش معنوی را براساس آموزه‌های اسلامی شرح می‌دهد و آن گاه به برخی از مؤلفه‌های هوش معنوی براساس تعالیم دینی اشاره می‌کند و در نهایت، به راه کارهای تقویت و رشد هوش معنوی از نظر اسلام می‌پردازد.

قربان زاده (۲۰۱۳) در تحقیقی تحت عنوان «هوش معنوی بر عملکرد کارکنان در سازمان» پرداخته و ابتدا مفهوم هوش معنوی تشریح گردیده، به جنبه‌های شناخت هوش معنوی در سازمان پرداخته و در ادامه مفهوم با مطالعات متعدد نقش هوش معنوی در رفتار کارکنان تبیین شده است.

### سؤالات تحقیق

سؤال اصلی این تحقیق الگوی واحد هوش معنوی در اسلام و غرب می‌باشد و

برای پاسخ به این سؤال، سؤالات فرعی دیگری نیز مطرح است که عبارتند از:

۱. الگوی رایج هوش معنوی در اسلام چیست؟
۲. هوش معنوی از منظر اسلام چه مؤلفه‌هایی دارد؟
۳. مقایسه هوش معنوی اسلام و غرب و ارائه یک الگو.

### روش پژوهش

در پژوهش مروری حاضر از روش تحلیلی اسنادی و مفهومی استفاده شد. برای این منظور همه اطلاعات مورد نظر ما با مراجعه به منابع دست اول از قبیل کتب معجم قرآنی و تفسیری از قبیل *المیزان*، نمونه، تفاسیر موضوعی، و مروری بر مقالات و نشریات مرتبط با معارف قرآنی و روانشناسی، طب و دین و نیز جستجو در پایگاه‌های اینترنتی مختلف همچون Tebyan, Sid, Magiran, Noormags و غیره جمع‌آوری شد. سپس مطالب گردآوری شده مورد دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### تعریف مفاهیم و اصطلاحات

#### الف - هوش

«هوش» به عنوان یک توانایی شناختی، در اوایل قرن بیستم توسط آلفرد بینه مطرح شد. او همچنین آزمونی برای اندازه‌گیری میزان بهره هوشی افراد ابداع کرد. بعدها لوئیس ترمن و دیوید وکسلر آزمون‌های جدیدتری ساختند. اما در دو دهه اخیر، مفهوم «هوش» به حوزه‌های دیگری مانند هوش هیجانی، هوش طبیعی، هوش وجودی و هوش معنوی گسترش یافته است. علاوه بر این، دیگر هوش به عنوان یک توانایی کلی محسوب نمی‌گردد، بلکه به عنوان مجموعه‌ای از ظرفیت‌های گوناگون در نظر گرفته می‌شود.

گاردنر (۱۹۹۹) هوش را شامل مجموعه توانایی‌هایی می‌داند که برای حل مسأله و ایجاد محصولات جدیدی به کار می‌رود که در یک فرهنگ ارزش‌مند

تلقی می‌شوند. از نظر وی، انواع هوش عبارتند از: زبانی، موسیقایی، منطقی - ریاضی، فضایی، جنبشی - بدنی، بین فردی و درون فردی.

## ب - معنویت

آنچه امروزه در دنیای معاصر کمبودش احساس می‌شود معنویت است. این خلأ در جهان غرب بیشتر است. آنان در مادیات غرق شده‌اند و از معنویات فاصله گرفته‌اند و در شهوات غوطه‌ور شده‌اند. ویژگی شهوات این است که در بدو امر شهوت است، اما در ادامه، جهنم است. وقتی شهوات بر زندگی فرد یا ملتی حاکم شد، به دوزخ، تبدیل می‌شود. این خاصیت شهوات بشری است. برای مهار شهوات و ویران ساختن این دوزخ خود ساخته، به یک معجزه اجتماعی نیاز است که از روحانیت و معنویت برمی‌خیزد.

به دلیل آن که واژه «معنویت» در زمینه‌های گوناگونی به کار می‌رود، تعریف آن مشکل است. موضوع معنویت دل‌مشغولی دیرپای بشر است، اما بررسی نقادانه و تطبیقی معنویت در زمینه‌های جهانی، پدیده نوظهوری است. بسیاری از ادیان، واژه دقیقی برای رساندن مفهوم «معنویت» ندارند. با وجود این، امروزه مفهوم معنویت عمومیت یافته است. در این جا، به برخی از تعریف‌های معنویت اشاره می‌شود:

«معنویت به عنوان انرژی، معنا، هدف و آگاهی در زندگی است».  
«معنویت، جست‌وجوی مداوم برای یافتن معنا و هدف زندگی است؛ درک عمیق و ژرف ارزش زندگی، وسعت عالم، نیروهای طبیعی موجود و نظام باورهای شخصی».

اما در یک تعریف جامع‌تر و دقیق‌تر، می‌توان معنویت را این‌گونه معرفی کرد: «تلاشی در جهت پرورش حساسیت نسبت به خویشتن، دیگران، خدا، یا کندوکاوی در جهت آنچه برای انسان شدن مورد نیاز است، و جست‌وجویی برای رسیدن به انسانیت کامل».

از سوی دیگر، معنویت دارای سه بعد است:

۱. معنا: معنویت شامل جست‌وجوی معنا و هدف به شیوه‌ای است که به وجودی مقدس یا واقعیتی غایی ارتباط پیدا می‌کند. به طور معمول این امر موجب پاسخ به این سؤال می‌شود که چگونه دیدگاه من درباره وجودی مقدس یا واقعیتی غایی به زندگی‌ام معنا می‌بخشد؟ معنا ممکن است دربرگیرنده اصول اخلاقی و ارزش‌های متعالی نیز باشد، به خصوص که این جنبه‌های زندگی سرچشمه گرفته از دیدگاه ما نسبت به وجودی مقدس یا واقعیتی غایی است.

۲. تعالی: این واژه به تجربیات فراشخصی یا وحدت‌بخش اشاره می‌کند که ارتباطی فراسوی خود شخصی‌مان فراهم می‌سازد و شامل ارتباط با وجودی مقدس یا واقعیتی غایی می‌گردد.

۳. عشق: عشق منعکس‌کننده بعد اخلاقی معنویت است، به خصوص زمانی که توسط باورهای مربوط به واقعیتی غایی یا وجودی مقدس برانگیخته شده باشد. از نظر هارتز، این که بتوانیم عشق بورزیم یا نه، منعکس‌کننده این موضوع است که دو بعد دیگر معنویت (معنا و تعالی) را تا چه اندازه جدی می‌گیریم. منظور از «عشق» فقط صرف یک احساس نیست، عشق می‌تواند مستلزم انجام کاری باشد که بیشترین فایده را برای خود و دیگران در پی داشته باشد.

از دیدگاه غباری بناب و همکارانش، «معنویت» عبارت است از: «ارتباط با وجود متعالی، باور به غیب، باور به رشد و بالندگی انسان در راستای گذشتن از پیچ‌وخم‌های زندگی و تنظیم زندگی شخصی بر مبنای ارتباط با وجود متعالی در هستی‌معدن‌دار، سازمان‌یافته و جهت‌دار الوهی. این بعد وجودی انسان فطری و ذاتی است و با توجه به رشد و بالندگی انسان و در نتیجه، انجام تمرینات و مناسک دینی متحول شده و ارتقا می‌یابد».

### ج - هوش معنوی

پس از گسترش «مفهوم هوش» به سایر قلمروها، ظرفیت‌ها و توانایی‌های انسان و

به خصوص مطرح شدن هوش هیجانی در روان‌شناسی، ایمنوز در سال ۱۹۹۹، هوش معنوی را مطرح کرد و آن را «مجموعه‌ای از توانایی‌ها برای بهره‌گیری از منابع دینی و معنوی» دانست.

هوش معنوی، سازه‌های هوش و معنویت را با هم داراست، در حالی که معنویت جست‌وجو برای یافتن عناصر مقدس، معنایابی، هشیاری بالا و تعالی است، هوش معنوی شامل توانایی برای استفاده از چنین موضوعاتی است که می‌تواند کارکرد و سازگاری فرد را پیش‌بینی کند و منجر به تولیدات و نتایج ارزش‌مندی گردد.

گاردنر در نظریه «هوش»، چند معیار بیان می‌کند. چنان‌چه بخواهیم مجموعه‌ای از ظرفیت‌ها یا توانایی‌ها را به عنوان هوش قلمداد کنیم باید هشت معیار را در نظر بگیریم:

۱. مجموعه‌ای از فعالیت‌های مشخص را در بر گیرد.
۲. دارای تاریخچه تکاملی باشد و از نظر تکاملی، عقلانی به نظر برسد.
۳. دارای الگوی به خصوصی از رشد و تحول باشد.
۴. بتوانیم از طریق آسیب مغزی آن را مشخص کنیم.
۵. بتوانیم افراد را در گستره‌ای از وجود آن توانایی و یا فقدان آن، طبقه‌بندی کنیم.
۶. قابلیت رمزگردانی با یک نظام نمادین را داشته باشد.
۷. با مطالعات روان‌شناسی تجربی حمایت گردد.
۸. با یافته‌های روان‌سنجی تأیید شود.

### مدل‌های هوش معنوی

مدل وگان:

وگان، جهت تشریح هوش معنوی مدلی را ارائه می‌دهد که بیشتر درک معانی

زندگی تکیه دارد. به علاوه او همانند ایمونز، معتقد است که هوش معنوی مانند سایر هوش‌ها جهت حل مسأله کاربرد دارد و مبتنی بر آگاهی فرد است. مدل وگان بر سه جزء هوش معنوی دلالت دارد:

۱. توانایی یافتن معنا براساس درک عمیق مسائل مربوط به هستی؛
۲. آگاهی از سطوح چندگانه هوشیاری و توانایی استفاده از آن، جهت حل مسأله؛
۳. آگاهی از تعامل میان همه موجودات با یکدیگر و تعامل آنها با ماوراء (جهان غیر مادی).

مدل بروس لیچفیلد:

لیچفیلد نیز مانند سایر اندیشمندان، به بعد آگاهی اشاره می‌کند، اما توجه او بیشتر بر کاربرد درونی هوش معنوی است، از جمله داشتن آرامش. علاوه بر این او جنبه‌های اخلاقی این هوش را مورد توجه قرار می‌دهد. بروس لیچفیلد مشخصات هوش معنوی را چنین مطرح می‌کند:

۱. آگاهی از تفاوت؛
۲. حس ماوراءالطبیعه؛
۳. حکمت و خرد؛
۴. آگاهی و دوراندیشی؛
۵. آرام بودن در هنگام آشفتگی و تناقض و دوگانگی؛
۶. تعهد، فداکاری و ایمان؛
۷. آگاهی هوشیارانه و سازگاری با وقایع و تجارب زندگی و پرورش خود آگاهی.

مدل ایمونز:

ایمونز معتقد است که هوش معنوی، جنبه‌های بیرونی هوش را با جنبه‌های درونی

معنویت تلفیق می‌کند و بدین ترتیب ظرفیت خارق العاده‌ای در فرد ایجاد می‌کند به گونه‌ای که می‌تواند معنویت را به شکلی کاربردی مورد استفاده قرار دهد.

وی برای افرادی که از نظر معنوی باهوش هستند پنج ویژگی را برمی‌شمارد:

۱. ظرفیتی برای برتر بودن؛

۲. توانایی ورود به سطوح بالاتر آگاهی؛

۳. فعالیت‌ها و روابط خود را با احساس معنویت انجام دادن؛

۴. توانایی بهره‌برداری از منابع معنوی برای حل مشکلات زندگی؛

۵. ظرفیت برای رفتارهای پرهیزکارانه جهت نشان دادن رحم و تواضع.

البته در پاسخ به انتقادات مایر، مبنی بر این که تقوا و پرهیزگاری، رفتاری است که به شخصیت و اخلاقیات نسبت داده می‌شود و نه به هوش، ایمنوز عامل پنجم را کنار گذاشت و چهار بعد اول را به عنوان همه عناصر مدل خود باقی گذاشت.

### هوش معنوی

هوش معنوی یا SQ را می‌توان آن چیزهایی دانست که ما به آنها معتقدیم و نقش باورها، هنجارها، عقاید و ارزش‌هایی را در فعالیت‌هایی که به عهده می‌گیریم در بر می‌گیرد. به عبارتی، هوشی که به واسطه آن به سؤال‌سازی در ارتباط با مسائل اساسی در زندگی مان می‌پردازیم و به وسیله آن در زندگی خود تغییراتی را ایجاد می‌کنیم. با استفاده از هوش معنوی به حل مشکلات با توجه به جایگاه، معنا و ارزش آن مشکلات می‌پردازیم، هوشی که قادریم توسط آن به کارها و فعالیت‌هایمان معنا و مفهوم بخشیده و با استفاده از آن به معنای عملکردمان آگاه شویم و دریابیم که کدام یک از اعمال و رفتارهای ما از اعتبار بیشتری برخوردار است و کدام مسیر در زندگی مان بالاتر و عالی است تا آن را الگو و اسوه زندگی خود سازیم. یکی از نمادهایی که به طور معمول در توضیح هوش معنوی به کار گرفته می‌شود نماد «گل نیلوفر» است که

در آن تلفیق سنت و عقاید موجود در شرق و غرب و با استعانت از مسائل علمی، مدلی قابل لمس و زیبا برای هوش معنوی ارائه داد (سهرابی، ۱۳۸۵). رابرات آمانس (۲۰۰۰) هوش معنوی را به عنوان استفاده توافقی از اطلاعات معنوی برای تسهیل حل مشکل روزانه و کمال غایی تعریف می‌کند. او برای هوش معنوی پنج جزء پیشنهاد می‌کند:

۱. صلاحیت برای فایق آمدن فیزیکی و مادی؛
۲. توانایی برای افزایش تجربی حالات هوشیاری؛
۳. توانایی برای پاک کردن تجربه روزانه؛
۴. توانایی مورد استفاده قرار دادن منابع معنوی برای حل مشکل؛
۵. صلاحیت برای پرهیزگار بودن (عبدالله زاده، ۱۳۸۸)؛ به نقل از عابدی و سرخی، (۱۳۸۷).

فرانسیس واگان توصیف زیر را اظهار می‌دارد: «هوش معنوی وابسته به حیات روحی و روانی ذهن و ارتباطشان با هستی در جهان است. هوش معنوی بر صلاحیت فهم عمقی سؤالات موجود و اطلاع از سطوح گوناگون هوشیاری دلالت دارد. هوش معنوی بر آگاهی روان به عنوان بنای وجودی یا به عنوان خلق نیروی زندگی از تکامل تدریجی دلالت دارد (عبدالله زاده و همکاران، ۱۳۸۸). وهان (۲۰۰۲م) معتقد است که هوش معنوی، یکی از انواع هوش‌های چندگانه است که به طور مستقل می‌تواند رشد و توسعه یابد. هوش معنوی نیازمند شیوه‌های مختلف شناخت و وحدت زندگی درونی ذهن و روح با زندگی در دنیای هستی است. هوش معنوی می‌تواند به وسیله تلاش، جست و جو و تمرین پرورش یابد. انسان برای کسب قدرت تشخیص در تصمیم‌گیری‌هایی که به رشد سلامت نفس و روان کمک می‌کند، نیازمند هوش معنوی است (فرامرزی و همکاران، ۱۳۸۸). بر همین اساس، زوهار و مارشال (۲۰۰۰) معتقدند، هوش معنوی موجب می‌شود که فرد در برابر رویدادها و حوادث زندگی، بینشی



عمیق بیابد و از سختی‌های زندگی نترسد و با صبر و تفکر با آنها مقابله نموده و راه حل‌های منطقی و انسانی برای آنها بیابد. مک شری و همکاران (۲۰۰۲م) تأکید می‌کنند که هوش معنوی زیربنای باورهای فرد است که سبب اثرگذاری بر عملکرد وی می‌شود؛ به گونه‌ای که شکل واقعی زندگی را قالب‌بندی می‌کند. هوش معنوی باعث افزایش قدرت انعطاف‌پذیری و خودآگاهی انسان شده است. به طوری که در برابر مشکلات و سختی‌های زندگی، بردباری و صبوری بیشتری دارند. در واقع، هوش معنوی ظرفیتی برای الهام است و با شهود و نگرش کل‌نگر به جهان هستی، در جست و جوی پاسخی برای پرسش‌های بنیادی زندگی و نقد سنت‌ها و آداب و رسوم می‌باشد (سهرابی، ۱۳۸۵). به منظور برآوردن معنا در زندگی، افراد به ویژه مدیران و رهبران باید اهمیت کارشان را به مردم نشان داده و بینشی فراهم کنند که چرا بشر نیاز دارد در هر کاری که انجام می‌دهد معنایی بیابد و به ویژه در زمان تغییر، که ما در جست و جوی معنا هستیم این موضوع اهمیت زیادی می‌یابد. مفهوم هوش معنوی در بردارنده نوعی سازگاری و رفتار حل مسأله است که بالاترین سطوح رشد را در حیطه‌های مختلف شناختی، اخلاقی، هیجانی، بین فردی و... شامل می‌شود و فرد را در جهت هماهنگی با پدیده‌های اطرافش و دستیابی به یکپارچگی درونی و بیرونی یاری می‌نماید. این هوش به فرد دیدی کلی در مورد زندگی و همه تجارب و رویدادها می‌دهد و او را قادر می‌سازد به چارچوب‌بندی و تفسیر مجدد تجارب خود پرداخته، شناخت و معرفت خویش را عمق بخشد (عبدالله‌زاده و همکاران، ۱۳۸۸).

عراقی (۱۳۸۴) معنویت اسلامی را در قالب معنویت فطری که کامل‌ترین شکل معنویت است معرفی می‌کند و طبقه‌بندی جامعی از معنویت ارائه می‌دهد که بدین شرح است:

الف - معنویت سنتی: معنویتی که در گذشته عرفای همه مذاهب و ادیان

بدان عمل می‌کرده‌اند و امروزه همچنان بدان عمل می‌شود. معنویت سنتی، یک بعدی و تنها ناظر به عشق و شور الهی است. نیروی شدید جاذبه عشق الهی، پیش از موعد، تعادل بین جسم و روح را بر هم می‌زند، این افراد اغلب به گمان خود در پی جلب رضایت خداوند هستند، اما در واقع بی آن که بخواهند یا بدانند در پی ارضای نفس خویش هستند. بدین معنی که مدام در پی حالات لذت بخشی از قبیل خلسه، جذب و قدرت با آرامش درون هستند. این اشتیاق حتی اگر انگیزه آن عشق الهی باشد، معمولاً مانع رشد هماهنگی خود می‌شوند. روش‌های معمول در معنویت سنتی عبارتند از: انواع ریاضت (روزه، امساک، گوشه‌نشینی، سکوت و مراقبه) و همچنین برخی عبادات ویژه. ب - معنویت انحرافی: این نوع معنویت از ظواهر معنویت سنتی تقلید می‌کند، اما در واقع هدفش ارضای نفس است.

ج - معنویت فطری: شکل دیگری از معنویت وجود دارد که به راحتی در چارچوب یک زندگی عادی می‌گنجد و می‌توان آن را معنویت فطری نامید. این نوع از معنویت که هدف از عمل به آن، که رسیدن به خودشناسی و خداشناسی است، به واقع همان معنویت حقیقی اسلامی است. معنویت فطری به دلیل هم‌سویی با طبیعت انسان امروزی، در او ایجاد تعادل می‌کند و به هر دو بعد طبیعت جسمانی و روحانی انسان توجه دارد (عراقی، ۱۳۸۴).

### جایگاه هوش معنوی در سازمان

هوش معنوی برای حل مشکلات و مسائل مربوط به معنای زندگی و ارزش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد و چنین سؤال‌هایی در ذهن ایجاد می‌کند: «آیا شغل من موجب تکامل من در زندگی می‌شود؟» و «آیا من در شادی و آرامش روانی مردم سهم هستم؟».

در واقع این هوش بیشتر به پرسیدن مربوط می‌شود تا پاسخ دادن، بدین معنا که فرد سؤالات بیشتری را درباره خود و زندگی و جهان پیرامون خود

مطرح می‌کند. همچنین قابل ذکر است که سؤال‌های جدی دربارهٔ این که از کجا آمده‌ایم، به کجا می‌رویم و هدف اصلی زندگی چیست، از نمودهای هوش معنوی می‌باشد.

﴿۱۰۷﴾

### مشخصات افراد با هوش معنوی بالا

زوهار و مارشال مشخصات افراد دارای هوش معنوی بالا را این گونه ذکر کرده‌اند: این افراد انعطاف‌پذیرند، درجهٔ بالایی از هوشیاری نسبت به خویشان دارند، توانایی رویارویی با مشکلات و دردها و چیره شدن بر آنها را دارند. همچنین الهام از طریق ارزش‌ها و بصیرت‌ها، اجتناب از بد کردن نسبت به دیگران، تفکر وحدت‌گرا (پی بردن به روابط میان اشیاء و پدیده‌های گوناگون)، جست و جو برای پاسخ دادن به سؤال‌های اساسی، عدم وابستگی به دیگران و مقاومت در برابر شیوه‌ها و سنت‌های معمول جامعه از ویژگی‌های دیگر آنهاست. مقایسهٔ افراد با هوش معنوی قوی و ضعیف نشان می‌دهد که:

**جدول مقایسه رفتار افراد دارای هوش معنوی قوی و ضعیف**

افراد دارای هوش معنوی قوی	افراد دارای هوش معنوی ضعیف یا بدون آن
هرگز فاقد حس خودشناسی نیستند	فاقد حس خودشناسی هستند
مسئولیت اعمالشان را می‌پذیرند	وقتی از دیگران خطایی سر می‌زند به شدت آنها را سرزنش می‌کنند
از همه وابستگی‌ها آزادند و در خود احساس اطمینان ایجاد می‌کنند	افراد به شغلشان وابسته می‌شوند و برای به دست آوردن اطمینان پول خرج می‌کنند
کمک کردن به افراد را دوست دارند	برای بقا زندگی می‌کنند با این تفکر که بهترین چیز در وهله اول برای جست و جو کردن است
هرگز به سبب تغییران محیط پیرامون خود مضطرب نمی‌شوند	تغییرات موجب اضطراب آنها می‌شوند
دریافته‌اند که آرامش، عشق، خشنودی و رضایت در درون آنهاست	آرامش، عشق، خشنودی و رضایت را در جهان بیرون جستجو می‌کنند
کار را وسیله‌ای برای خلاقیت و یادگیری می‌دانند و پول را یک پاداش دوم به حساب می‌آورند	کار را به عنوان یک عمل خسته کننده می‌دانند و پول را مقدم بر آن می‌دانند
دیگران را به عنوان انسان می‌بینند	افراد را به عنوان ابزار می‌بینند
به داشتن یک زندگی آرام رضایت دارند	به زندگی کاملاً تجاری علاقه دارند

**هوش معنوی مبتنی بر آموزه‌های اسلام در فرهنگ علوی**

مقصود از فرهنگ علوی، مجموعه رفتارها و کنش‌هایی است که بر پایه تفکر توحیدی و ارزش‌های مورد تأیید قرآن، پیامبر اسلام ﷺ، و ائمه معصومین علیهم السلام شکل می‌گیرد (بابایی، ۱۳۹۱). در این فرهنگ اصیل اسلامی به طور ضمنی هوش معنوی مورد توجه فراوانی قرار گرفته است. هوش معنوی باعث فهم بطون آیات قرآنی می‌شود و موجب می‌گردد افراد کلام انبیا را راحت‌تر و با عمق بیشتری درک نمایند. هوش معنوی که در قرآن در مورد صاحبان آن صفت اولوالالباب به کار رفته است، باعث می‌شود افراد به جوهره حقیقت پی ببرند و از پرده اوهام عبور نمایند. عوامل مؤثر در هوش معنوی که در متون اسلامی تقوا و

پرهیزگاری قلمداد شده، به همراه تمرینات روزمره از قبیل تدبیر در خلقت، تدبیر در آفاق و انفس، روزه‌داری، عبادت، خواندن قرآن و تدبیر صادقانه در آیات قرآن می‌تواند نقش اساسی در تقویت هوش معنوی داشته باشند (غباری بناب و دیگران، ۱۳۸۶).

در اسلام با توجه به فرآیند شکل‌گیری رفتارهای انسان، عنصر شناخت یا تصورات و تصدیقات نقش بسزایی در انتخاب و گزینش ارزش و تصمیم‌گیری دارد (بابایی، ۱۳۸۴). بر این اساس در فرهنگ اصیل اسلامی به طور ضمنی هوش معنوی مورد توجه فراوانی قرار گرفته است. به طور مثال، جامی (۱۲۸۱) براساس متون مذهبی مؤلفه‌های ذیل را برای هوش معنوی برشمرده است:

۱. مشاهده وحدت در ورای کثرت ظاهری؛
۲. تشخیص و دریافت پیام‌های معنوی از پدیده‌ها و اتفاقات؛
۳. سؤال و دریافت جواب معنوی در مورد منشأ و مبدأ هستی (مبدأ معاد)؛
۴. تشخیص قوام هستی و روابط بین فردی بر فضیلت عدالت انسانی؛
۵. تشخیص الگوهای معنوی و تنظیم رفتار بر مبنای الگوی معنوی؛
۶. تشخیص کرامت و ارزش فردی و حفظ و رشد و شکوفایی این کرامت؛
۷. تشخیص فرایند رشد معنوی و تنظیم عوامل درونی و بیرونی در جهت رشد بهینه این فرایند معنوی؛
۸. تشخیص معنای زندگی، مرگ و حوادث مربوط به حیات، مرگ وبرزخ، بهشت و دوزخ روانی؛
۹. درک حضور خداوندی در زندگی معمولی؛
۱۰. درک زیبایی‌های هنری و طبیعی و ایجاد حس قدردانی و تشکر؛
۱۱. داشتن ذوق عشق و عرفان که در آن عشق به وصال منشأ دانش است نه استدلال و قیاس؛
۱۲. داشتن هوش شاعرانه که معنای نهفته در یک قطعه شعری را بفهمد؛

۱۳. هوش معنوی باعث فهم بطون آیات قرآنی می‌شود و موجب می‌گردد افراد کلام انبیاء را راحت‌تر و با عمق بیشتر درک نمایند؛

۱۴. هوش معنوی در فهم داستان‌های متون مقدس و استنباط معنای نمادین این داستان‌ها کمک فراوانی می‌کند؛

۱۵. هوش معنوی که در قرآن در مورد صاحبان آن صفت اولوالالباب به کار رفته است، باعث می‌شود تا افراد به جوهره حقیقت پی ببرند و از پرده‌های اوهام عبور کنند.

هر چند عرفای اسلامی نیز این مؤلفه‌ها را ذکر نموده‌اند، ولی از آن جا که این مؤلفه‌ها به انسان بینش می‌دهند و باعث افزایش سازگاری او با هستی می‌شوند، می‌توان آنها را جزء مؤلفه‌های معنوی قلمداد نمود.

عوامل مؤثر در هوش معنوی که در متون اسلامی تقوا و پرهیزگاری قلمداد شده است، به همراه تمرینات روزمره از قبیل تدبیر در خلقت، تدبیر در آفاق و انفس، روزه‌داری، عبادات، خواندن قرآن و تدبیر صادقانه در آیات آن می‌تواند نقش اساسی در تقویت هوش مصنوعی داشته باشند.

بعضی از توانایی‌ها و کیفیت‌ها همانند خردمندی، خلاقیت و دلسوزی با آگاهی معنوی رشد یافته ناشی از مذهب همراه است. به همین شکل حقایق قدیمی (مثلاً قانون طلایی سقراط که بعضی از ویژگی‌های اصلی افرادی است که از نظر معنوی باهوش هستند، بیان می‌دارد خودت را بشناس، یا عبارت بقراط که می‌گوید «آزار مرسان» نشان می‌دهد، بودا، مسیح، محمد ﷺ و مادر ترزا از جمله افراد به نام می‌باشند که دارای چنین مهارت‌ها و کیفیاتی هستند و در واقع هوش معنوی بالایی دارند (مک‌هاوک، ۲۰۰۲؛ به نقل از نازل، ۲۰۰۴).

شهید مطهری رحمته‌الله می‌فرماید: «تقوای دینی و الهی یعنی این که انسان خود را از آنچه دین در زندگی معین کرده و خطا و گناه و پلیدی و زشتی شناخته شده، حفظ و صیانت کند و مرتکب آنها نشود». به عقیده ایشان، ما دو نوع تقوا

می‌توانیم داشته باشیم: تقوایی که ضعیف است و تقوایی که قوت است. نوع اول این است که انسان برای آن که خود را از آلودگی‌های معاصی حفظ کند، از موجبات آنها فرار کند و خود را همیشه از محیط گناه دور نگه دارد. نوع دوم آن است که در روح خود حالت و قوتی به وجود آورد که به او مصونیت روحی و اخلاقی دهد که اگر به فرض در محیطی قرار گیرد که وسایل و موجبات گناه فراهم باشد، آن حالت و بعد معنوی، او را حفظ کند. آیت‌الله فاضل لنکرانی رحمته‌الله می‌نویسند: «اگر «تقوا» به معنای خوف و ترس باشد، مگر روزه‌داری در انسان خوف ایجاد می‌کند؟ و چه تناسبی بین خوف و روزه می‌باشد؟ در حالی که اگر تقوا به معنای خود نگه‌داری و تحفظ باشد که هست، بین تحفظ و روزه‌داری ارتباط مستقیم وجود دارد؛ زیرا روزه کلاس تمرین برای تحفظ و خود نگه‌داری است، و یا در آیه ﴿اتَّقُوا اللَّهَ حَقَّ تَقَاتِهِ﴾ از خدا بترسید، چنان چه شایسته خداترس بودن است، روشن است که اگر «تُقَاتِهِ» را به معنای تحفظ و «تقوا» معنای خوف بگیریم، آیه معنا و مفهومی پیدا نخواهد کرد، ولی اگر خود نگه‌داری بگیریم، آیه منظوری روشن و هدفی مشخص خواهد داشت. معنای تقوا در اندیشه امیرمؤمنان علیه‌السلام گسیخته از معنای قرآنی تقوا نیست. برای نمونه ایشان در **نهج البلاغه** می‌فرمایند: «ای بندگان خدا! شما را به تقوای الهی سفارش می‌کنم، که زاد و توشه سفر قیامت است تقوا توشه‌ای است که به منزل می‌رساند». در کلامی دیگر می‌فرمایند: «عملی که همراه با تقوا باشد کم نیست (هر چند به نظر ناچیز آید) چگونه کم خواهد بود عمل که مقبول درگاه خداست؟».

## اصول بنیادین معنویت فطری

### اصل اول

به این معنی که ذهن به طور دائم متوجه خدا باشد، او را حاضر و ناظر بداند و در هر چه انجام می‌دهد، رضایت او را بجوید. افرادی از این قبیل در عین

سرگرم بودن به کارهای روزانه خود، همین که با توجه به خداوند و طبق وجدان و اخلاق عمل می‌کنند، می‌توان گفت در حال عبادت و مراقبه‌اند. حالت ذهنی توجه به مبدأ حسی را در آنها بیدار می‌کند که به کمک آن می‌توانند در رمز علایم و آثار الهی را بکشایند و حضور خدا را در هر چیزی شاهد باشند. در قرن بیستم انواع گوناگون مدیتیشن در دنیای غرب رواج یافته و هر از گاهی افرادی ادعا می‌کنند که می‌توان با فلان نوع مدیتیشن، خود مدیتیشن طبیعی را تجویز می‌کند یعنی همان چیزی که توجه از آن یاد می‌کند.

توجه به خدا در ایجاد آرامش قلبی بدین جهت است که:

۱. خداوند، هدف نهایی فطرت انسان است و انسان ناخودآگاه در طلب

این مطلوب نهایی در حرکت است و تا به او نرسد آرام نمی‌گیرد.

۲. کسی که توجه به خدا ندارد در واقع به غیر او که همان دنیا و مظاهر آن باشد، دل بسته است. این فرد هر مقدار از نعمت‌های و بهره‌های دنیا برخوردار شود، در هراس و دلهره بیشتری قرار می‌گیرد؛ زیرا دائم در حسرت امری است که نصیب او نشده و در اضطراب است که آنچه دارد از دست ندهد. بنابراین گرفتار رنج و اندوه دائمی می‌شود و با کوچک‌ترین سختی و مصیبتی، تعادل روحی خود را از دست داده و زندگی سخت محنت بار را تجربه می‌کند. ترسیم قرآن در سوره طه آیه ۲۴ از این بحران روحی چنین است «و هر کس از یاد من روی بگرداند در حقیقت زندگی تنگ و سختی خواهد داشت و روز رستاخیز او را نابینا محسوس می‌کنم».

### اصل دوم: به کار بستن اصول اخلاق عملی

اصول اخلاقی عملی همان فضایل و کارهای نیک و پسندیده‌ای است که خداوند آنها را تأیید و تصدیق و در آیات شریف قرآن ما را به انجام آنها دعوت کرده است مانند گذشت، فداکاری، نیکی به دیگران، تواضع، ایمان داشتن به خدا، وفاداری و ...



در این جا به بررسی برخی از موارد فضایل اخلاقی می‌پردازیم:

۱. ایمان: اشتیاق انسان به معنویت، حسی نورانی و باطراوت در انسان بر می‌انگیزد که از آن تحت عنوان ایمان یاد می‌شود (افتخاری، ۱۳۸۱).
۲. محبت و عشق به خدا: میزان سعادت‌مندی انسان، وابسته به درجهٔ محبت اوست و محبت پروردگار پاداشی است که خداوند در قرآن کریم به بندگان خاص خود بشارت می‌دهد.
۳. توکل: توکل یعنی اعتماد و اطمینان قلبی انسان به خدا در تمام امور خودش و بیزاری از هر قدرتی غیر از او.
۴. انکسار نفس: هدف از انکسار نفس و خود شکنی، آن است که انسان بدون این که خود را با دیگران مقایسه کند، خود را کوچک شمرده و از خود راضی نباشد. خودشکنی منشأ تواضع است.
۵. تواضع: تواضع در نقطهٔ مقابل کبر و تکبر قرار دارد. خداوند متعال در مورد تواضع و فروتنی می‌فرماید: «و بندگان خدای رحمان کسانی هستند که در روی زمین به نرمی گام برمی‌دارند و آن گاه که نادانان ایشان را خطاب کنند به ملایمت پاسخ دهند» (فرقان/۶۳).
۶. شرح صدر: لفظ شرح در لغت به معنی بازکردن، گشادن، فراخی بخشیدن، روشن و آشکار ساختن است و صدر به معنی سینه است که در استعاره به معنی دل هم می‌آید، چون در سینه جای دارد. بنابراین توسعهٔ وجودی یا به معنی بازکردن سینه و برطرف ساختن دلتنگی و دلگیری از کسی یا به معنی فراخ حوصله و با ظرفیت و پر تحمل گردانیدن است (بکلو، ۱۳۸۶).
۷. حلم: حلم در نتیجهٔ شرح صدر اتفاق می‌افتد. صاحب نظران اخلاق اسلامی براساس رهنمودهای پیشوایان اسلامی اعتقاد دارند که حلم، وجود حالت اطمینان در نفس است و در نتیجه آن عواملی که موجب بروز خشم می‌گردد و مشکلات زندگی روزمره، دیگر قادر به تحریک فرد نخواهد بود.

در متون اسلامی صفت حلم در مقابل غضب قرار می‌گیرد و فرو بردن خشم از علائم افراد متقی یاد می‌شود (بکلو، ۱۳۸۷).

۸. حیا: نوعی انفعال نفسانی است که موجب خودداری از انجام امور ناپسند در انسان می‌شود.

۹. عفت: در اصطلاح علم اخلاق، عفت عبارت است از صفتی که از غلبه و حاکمیت شهوات بر انسان جلوگیری می‌کند.

۱۰. صبر: به معنای وادار کردن نفس به انجام آنچه عقل و شرع اقتضا می‌کند و بازداشتن از آنچه عقل و شرع نهی می‌کند.

### اصل سوم: مبارزه با بدی

ابتدا باید به این نکته توجه داشت که وجود بدی، امری خلقتی نیست، بلکه عارضی است و از سوء استفاده از اختیار توسط موجودات صاحب اختیار ناشی می‌شود. بنابراین بیش از هر چیز باید با شر پنهان در وجود خود، یعنی نفس اماره که جلوه‌های معایب و غرایز مودعی و ضعف‌های ماست، به مبارزه برخیزیم (الهی، ۱۳۸۱، ص ۳۳).

### اصل چهارم: پرورش عقل رحمانی

عقل رحمانی قوه‌ای است در روح که به کمک آن می‌توان امور خود را چنان که باید تنظیم کرد و میزان الزامات زندگانی مادی و مقتضیات زندگانی معنوی یا به عبارتی میان چهار رکن وجود، یعنی جسم و روح و دین و آخرت تعادل برقرار ساخت. با استفاده از عقل رحمانی انسان می‌تواند پا به حیات طیبه بگذارد. چنان چه خداوند در آیه ۹۷ سوره مبارکه نحل می‌فرماید: «هر کس عمل صالح انجام دهد در حالی که مؤمن است، خواه مرد یا زن، به او حیات و زندگی پاکیزه می‌بخشیم».

ضرورت تدوین الگوی هوش معنوی مبتنی بر آموزه‌های وحیانی و اسلامی تدوین و ارائه الگوهای مدیریتی در هر کشور و سازمانی بر نوعی اعتقاد درباره هستی و تحلیل از جهان مبتنی است. تمام نظام‌های اجتماعی به نوعی جهان‌بینی متکی هستند. هدف‌هایی که یک مکتب ارائه می‌دهد به تعقیب آنها دعوت می‌کند، راه و روش‌هایی که تعیین می‌کند، بایدها و نبایدهایی که انشا می‌کند، همه بر طراحی و تدوین نظام‌های اجتماعی و اداره امور سازمان‌ها تأثیر می‌گذارد. دین با ارائه اصول موضوعه خاصی، که متناسب با جهان‌بینی است، در نظریه‌های علوم اثر می‌گذارد. مهم‌ترین اثری که علوم کاربردی از دین می‌پذیرد، اثری است که از نظام ارزشی آن حاصل می‌شود. این اثر نظام رفتاری و ذهنی افراد و کارکنان را هدایت می‌کند و بدان جهت می‌دهد.

بنابراین، تدوین و ارائه الگوی مؤلفه‌های معنویت و هوش معنوی در نظام اسلام، تابع جهان‌بینی و ایدئولوژی اسلام در محیط کسب و کار و سازمان است. با توجه به آن، لازم است در ابتدا به مبانی فکری و جهان‌بینی اسلامی توجه شود و با مطالعه عمیق منابع غنی دین مبین اسلام همچون قرآن، نهج البلاغه و سیره اهل بیت علیهم‌السلام که در حد اعلای معنویت و پارسایی قرار دارند، مؤلفه‌های معنویت و هوش معنوی در محیط کسب و کار استخراج و شناسایی شود و با بهره‌گیری از نظرات خبرگان و کارشناسان حوزه و دانشگاه، الگویی برآمده از آموزه‌های اسلامی به سازمان‌ها و نهادهای جامعه اسلامی ارائه شود.

اگر روش اولیای دین اسلام را مطالعه کنیم متوجه می‌شویم که چقدر بر اصول دقیق رهبری منطبق است و نتایج شگرفی از طریق مدیریت و رهبری آنها برای ما به دست می‌آید.

برای استخراج و شناسایی مؤلفه‌ها و کارکردهای معنویت و هوش معنوی، به جاست محققان و پژوهشگران دانش مدیریت - با توجه به مبانی و جهان‌بینی اسلامی - به مطالعه عمیق و دقیق منابع دینی، به خصوص قرآن و نهج البلاغه

پپردازند و با تلاش و کوشش خویش، به بومی شدن نظریه‌های مدیریت کمک شایانی نمایند.

به دلیل آن که در فرهنگ اسلامی، متون فراوانی وجود دارد که در آنها از عمیق‌ترین صفات، حالات و کیفیت معنوی صحبت شده، این توقع چندان آرمانی و دور از واقعیت نیست.

برای مثال، خداوند در قرآن کریم، سوره «مؤمنون» آیه‌های ۲ تا ۱۰ ویژگی‌های مؤمن را چنین برشمرده است:

- مؤمنان در نمازشان فروتنند و خشوع دارند؛ یعنی توجهشان کاملاً به خداوند جلب می‌شود (توانایی تجربه‌هشیاری عمیق و مراقبه).

- کسانی‌اند که از کار و سخن بیهوده روی گردانند؛ هدف‌مندی در زندگی برای رسیدن به رضای خداوند (هدف‌مندی و تقدس بخشیدن به امور زندگی).

- آنان که زکات می‌پردازند و بر عهد و پیمان خویش پای‌بندند و در انجام نماز خویش دقت نظر دارند (ظرفیت برای رفتارهای پرهیزگارانه).

در توضیح رفتارهای پرهیزگارانه باید گفت: در آیات قرآن کریم ۲۴۳۶ مرتبه واژه «تقوا» به صورت اسمی و فعلی و به عنوان صفت به کار رفته، و بیشتر به صورت «اتقوا الله» آمده است. برخی از این موارد، به صورت «اتقوا ربکم» یا «اتقوا الله الذی خلقکم» به کار رفته است. این تعداد فعل امر به صراحت نشان می‌دهد که تا چه حد رعایت تقوا اهمیت دارد و تا چه حد انسان از تقوا غفلت می‌کند.

از جمله اوامر این است که در سوره مائده آیه ۱۰۰ می‌فرماید: «پس ای خردمندان عالم! از خدا بترسید، باشد که رستگار شوید».

### بررسی الگوهای رایج هوش معنوی

برای عملیاتی ساختن نقش هوش معنوی در سازمان، ابتدا لازم است الگوها و مؤلفه‌های رایج هوش معنوی بررسی و شناسایی شود و در ادامه، ضرورت تدوین

الگوی برخاسته از آموزه‌های دین مبین اسلام تشریح گردد.

### ۱. الگوی ایمونز

ایمونز هوش معنوی را شامل پنج مؤلفه می‌داند:

۱. ظرفیت برای تعالی؛
۲. توانایی تجربه حالت‌های هشیاری عمیق؛
۳. توانایی خدایی کردن و تقدس بخشیدن به امور روزانه؛
۴. توانایی سود بردن از منابع معنوی برای حل مسائل؛
۵. ظرفیت پرهیزگاری.

### ۲. الگوی امرام و درایر

امرام و درایر (۲۰۰۷)، هفت مؤلفه برای هوش معنوی مطرح کرده‌اند:

۱. هشیاری: آگاهی و خوددانی رشد یافته؛
۲. فیض الهی: زندگی همراه با تظاهر عشق الهی و اعتماد در زندگی؛
۳. معنایابی: معنادار بودن فعالیت‌های روزمره از طریق احساس هدف‌مندی و حس وظیفه‌شناسی در روبه‌رو شدن با رنج‌ها و مشکلات زندگی؛
۴. تعالی: حرکت فراتر از خویش‌منفرد به سوی کلیت به هم پیوسته؛
۵. حقیقت: زندگی با پذیرش و گشاده‌رویی، کنجکاوی و عشق برای تمام مخلوقات؛
۶. داشتن صلح و آرامش نسبت به خویش‌من (حقیقت، خداوند و ذات حقیقی)؛
۷. هدایت درونی: آزادی درونی همراه با مسؤولیت و خرمندی در اعمال.

### ۳. الگوی سیسک و تورنس

سیسک و تورنس (۲۰۰۱) مؤلفه‌های هوش معنوی را در شش زمینه مطرح کرده‌اند:

۱. ظرفیت‌های اصلی: علاقه‌مندی به مسائل هستی و عالم وجود و مهارت‌هایی

مانند تمرکز، الهام و بصیرت؛

۲. ارزش‌های اصلی: پیوستگی و وحدت، مهربانی، احساس ثبات و تعادل،

مسئولیت‌پذیری و عبادت؛

۳. تجربه‌های اصلی: آگاهی از تجربه‌های غائی و معنای آنها، تجربه‌های اوج،

احساس تعالی و حالت‌های هشجاری عمیق؛

۴. رفتارهای پرهیزگارانۀ مهم: حقیقت، عدالت، مهربانی و پرستاری؛

۵. نظام نمادین: شهر، موسیقی، رقص، استعاره و داستان؛

۶. حالت‌های مغزی: از خود بی‌خود شدن و خلسه.

#### ۴. الگوی زوهار (۲۰۰۴)

۱. خودآگاهی: شناختن استعدادها و خواسته‌ها، ارزش‌ها، نیازها و ویژگی‌های

منحصر به فرد خودمان؛

۲. خودانگیختگی: پیش شرط ضروری خوش‌حالی، ابتکار و بدیهه‌گویی،

یادگیری از طریق آزمایش و خطا و خلاقیت در سازمان است.

۳. چشم‌انداز محوری و ارزش محوری: طبق اصول و باورهای عمیق شخصی،

تصمیم‌گیری، رفتار و زندگی کردن است. چنین افرادی با اندیشه‌هایی

همچون کمک به دیگران یا خدمت به اهداف متعالی برانگیخته می‌شوند و

با آرمان‌هایشان زندگی می‌کنند.

۴. کل‌نگری: توانایی دیدن الگوهای بزرگ‌تر، همراه با روابط و ارتباطات

موجود بین اجزای کل است. افراد کل‌نگر توانایی دیدن مشکلات از

زوایای گوناگونی را دارند و ارتباط بین عوامل پیرامونی هر چیز را هنگام

بررسی آن می‌بینند.

۵. دگرخواهی: وجود ویژگی دگرخواهی در کارکنان یک سازمان موجب می

شود که با همدلی با یکدیگر کار کنند. هنگام نیاز، به سرعت به کمک

یکدیگر می‌شتابند و همکاری بین اعضای یک گروه عمق بیشتری می‌یابد.

در چنین سازمانی ارتباط بین سطوح سازمان انسانی تر می‌شود، مدیران نگرش و رفتار بهتری با کارکنان دارند و کارکنان انگیزه و عشق بیشتری به کارشان پیدا می‌کنند.

۶. استقبال از تفاوت‌ها: ارزش نهادن به دیگران و عقاید آنهاست؛ یعنی تفاوت‌ها را به عنوان یک فرصت می‌بینند و به این نکته باور دارند که فقط «یک بهترین راه» وجود ندارد. این ویژگی همچنین کمک می‌کند هنگام صحبت با کسانی که با وی موافق نیستند یا حتی مخالفند، توانایی دیدن موضوع را از دیدگاه دیگران نیز به دست آورد.

۷. استقلال رأی: می‌دانند چه می‌خواهند و برای رسیدن به آن مناسب‌ترین راه ممکن را انتخاب می‌کنند. کسانی که استقلال رأی دارند، نظر مشورتی دیگران را می‌شنوند و درباره آنها فکر می‌کنند، اما در نهایت، از قالب‌های درونی خود برای تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند و اجازه نمی‌دهند دیگران برایشان تصمیم بگیرند. آنان ذهن تحلیل‌گری دارند و برای تصمیم‌گیری‌های مستقل خود، از تحلیل‌های شخصی‌شان استفاده می‌کنند.

۸. تواضع و فروتنی: افراد فروتن مغرور نیستند، ولی عزت نفس، اراده و اعتماد به نفس دارند و محدودیت‌های خود را می‌شناسند و می‌دانند به تنهایی قادر به انجام کاری نیستند، به همه افراد گروه امکان رشد می‌دهند، از اشتباه کردن نمی‌ترسند و امکان اشتباه را برای همه در نظر می‌گیرند.

۹. علاقه به طرح چراهای بنیادی: کارکنانی که هرگز از پرسیدن درباره چراها دست برنمی‌دارند، همیشه به دنبال یافتن روش‌های بهتر کاری، انتخاب مواد اولیه بهتر، دست‌یابی به مسیرهای بهتر و یافتن علل اصلی موانع پیش آمده در کار هستند. چنین کارکنانی خلاقیت بالایی دارند و می‌توانند پیشنهادهایی برای بهینه‌سازی هر یک از عوامل کاری داشته باشند.

۱۰. توانایی تغییر چارچوب‌های ذهنی: افرادی که توانایی تغییر چارچوب‌های

ذهنی خود را دارند، یعنی این توانایی را دارند که به مسائل از زوایای گوناگون نگاه کنند، بخصوص از زاویه دید دیگران. چنین افرادی چارچوب‌های محدودکننده ذهن خود را می‌بینند و برای یافتن نگرش جدید، از آنها می‌گذرند. برای مثال، به عنوان پدر یا مادر، نیازها و نحوه نگرش بچه‌ها را می‌فهمند و با توانایی درک نگرش بچه‌ها، هنگام بروز مشکلات، واکنش‌های بهتری ارائه می‌دهند و راه حل‌های مناسب‌تری می‌یابند. در نتیجه، کشمکش کم‌تری در خانواده‌شان روی می‌دهد.

۱۱. استفاده مثبت از مشکلات و چالش‌ها: مهارت استفاده مثبت از مشکلات و چالش‌ها در کارکنان یک سازمان موجب می‌شود که افراد از اشتباه کردن نترسند و با اطمینان، کار خود را انجام دهند؛ در چنین سازمانی، شکست معنا ندارد؛ زیرا هر گامی که به موفقیت منجر نگردد، درسی به افراد می‌دهد و سپس افراد را در سازمان برای دستیابی به موفقیت مصمم‌تر می‌کند.

۱۲. احساس رسالت: به دنبال اهداف عمیق شخصی می‌روند. در این مسیر، زندگی برای آنها زیبا می‌شود و می‌توانند تغییر مثبت و زیبایی هر قدر کوچک در جهان به وجود آورند.

احساس رسالت همیشه به معنای این نیست که رهبر بزرگی در جهان شوند. انسان می‌تواند در شغلی که به نظر دیگران کوچک و معمولی است، با چنان عشقی کار کند که همگان این عشق «باید چنین کنم» را احساس کنند، عشقی که انگیزه‌اش نیرویی در درون فرد است که می‌گوید احساس رسالت به زندگی انسان، آرامش و خوش حالی عمیقی می‌دهد و موجب می‌شود در وی چنان شور زندگی بدرخشد که الهام بخش دیگران شود.

### مدل ارائه شده تحقیق

با توجه به مطالب گفته شده در بالا می‌توان مدلی از تمام مؤلفه‌های مؤثر در تشکیل هوش معنوی که تقویت آنها باعث تقویت هوش معنوی می‌شود را



ارائه کرد. در این مدل مؤلفه‌های هوش معنوی اسلام و غرب به تفکیک آورده شده‌اند که توجه به هر یک از آنها باعث شکوفایی هوش معنوی می‌شود که در نهایت منجر به حل مشکل اساسی انسان که لازمه رسیدن به حیات طیبه است را فراهم می‌آورد.

مؤلفه‌های هوش معنوی

اسلام		در غرب	
- برخورداری از اندیشه مثبت نسبت به خدا	- ایمان - محبت و عشق به خداوند	- چشم‌انداز محوری - دگرخواهی	- ارزش محوری - کل‌نگری
- ترویج مفهوم کار و درک معنای زندگی	- انکسار نفس و خودکشی	- علاقه به طرح چراهای بنیادی - استفاده مثبت از چالش‌ها و مشکلات	- استقبال از تفاوت‌ها - استقلال رأی - توانایی تغییر - چارچوب‌های ذهنی - مشکلات و چالش‌ها
- تقویت خوش بینی - تقویت امیدواری - کسب بصیرت در امور مهم - آرامش - خشنودی - عشق - رضایت - رفاه کامل جسمی، روانی و اجتماعی	- توکل - تواضع - شرح صدر - حلم - حیا - عفت - صبر - داشتن هدف - غایی	- داشتن هدف غایی - رفتارهای پرهیزکارانه مهم - خودآگاهی - خودانگیختگی	

در اسلام مؤلفه‌های زیر باعث تقویت هوش معنوی می‌شود

- مبارزه با: ۱. غیبت ۲. تهمت ۳. گناه ۴. سخن چینی ۵. حسادت ۶. دروغ ۷. کینه توزی ۸. غرور ۹. خود پسندی ۱۰. مبارزه با بدی و...  
و تقویت: ۱. عقل رحمانی ۲. تقوای دینی و الهی ۳. فهم متون آیات قرآنی ۴. رفتار سازگارانه ۵. ابتکاری بودن ۶. آگاهی منتج از تجربه و...

## نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب عنوان شده در ارتباط با ماهیت ایمان می‌توان این طور استدلال کرد که خودآگاهی، خودانگیختگی، چشم‌انداز محوری، کل‌نگری، دگرخواهی، استقبال از تفاوت‌ها، استقلال رأی، تواضع و فروتنی، علاقه به طرح چراهای بنیادی، تغییر چارچوب‌های ذهنی، استفاده مثبت از چالش‌ها و احساس رسالت در همین مؤلفه ایمان در اسلام خلاصه شده‌اند. جایی که ایمان مرتبه‌ای برتر از اسلام در نظر گرفته شده است، در واقع اشاره به تغییر چارچوب‌های ذهنی دارد:

در این آیات، اسلام آوردن عرب‌های بادیه‌نشین موضوع بحث است. آنها اسلام آوردن خود را امری بسیار مهم تلقی می‌کردند و از این طریق، هم منت می‌گذاشتند و هم طالب پاداش بودند. خداوند می‌فرماید که: «کار شما ایمان نبوده است، بلکه فقط اسلام آورده‌اید و تا ایمان در دل‌های شما نفوذ نکند، و شک و تردیدها را از دل بیرون نکنید و با صداقت و اخلاص در راه خدا جهاد نکنید، نمی‌توان شما را مؤمن به حساب آورد. خداوند شما را به سوی ایمان دعوت کرده است، نه این که فقط اسلام بیاورید و به همین جهت خدا بر شما منت دارد. بله، به خاطر تسلیم شدنتان، اگر مطیع دستورات پیامبر باشید، خداوند، از سر رحمت، پاداش شما را ضایع نمی‌کند» (حجرات/۱۴-۱۷). و یا در مورد دیگر که بیان شده ایمان، خود راه یافتگی است اشاره به چشم‌انداز محوری دارد: ﴿إِنْ ءَامَنُوا بِمَثَلِ مَا ءَامَنْتُمْ بِهِ فَقَدْ اهْتَدَوْا﴾ (بقره/۱۳۷). «قد» که به معنای تحقق قطعی است، نشان می‌دهد که خود ایمان نوعی راه یافتگی است. بنابراین، اگر در بند قبل نوعی راه یافتگی پس از ایمان و عمل صالح بیان شده است، در واقع به ازدیاد ایمان و ازدیاد راه یافتگی مربوط می‌شود. در جایی دیگر ایمان، بعد از توبه و قبل از عمل صالح قرار گرفته است که اشاره به طرح نوعی چراهای بنیادی دارد؛ یعنی ابتدا باید از بدی‌ها روی‌گردان شد،

سپس امکان تصدیق و ایمان فراهم می‌شود، بعد از آن با داشتن ایمان می‌توان به عمل صالح روی آورد که در این حال مفید است و می‌تواند بر هدایت انسان نیز بیفزاید: ﴿فَأَمَّا مَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا فَعَسَىٰ أَنْ يَكُونَ مِنَ الْمُفْلِحِينَ﴾ (قصص/۶۷). البته مقصود از روی‌گردانی از بدی‌ها که در توبه لازم است، این نیست که شخص ابتدا در بدی باشد، سپس از آن جدا شود.

بلکه می‌تواند از همان ابتدا از بدی‌ها روی تافته باشد. این هم خود مرتبه‌ای از توبه است و شاید توبه معصومان عليهم‌السلام، نیز از این سنخ باشد. در آیه ۷۰ سوره فرقان ضمن رعایت ترتیب میان سه چیز، احتمال رستگاری به دنبال این سه چیز بیان شده است: ﴿الَّذِينَ تَابُوا وَءَامَنُوا وَعَمِلُوا صَالِحًا فَأُولَٰئِكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ وَلَا يَسْأَلُونَ عَنْ عَمَلِهِمْ شَبَّاحًا﴾ (فرقان/۷۰). در این آیه، ضمن رعایت همان ترتیب، تبدیل بدی‌ها به خوبی‌ها، چشم‌پوشی الهی و رحمت او گوشزد شده است: ﴿وَإِنِّي لَغَفَّارٌ لِّمَنْ تَابَ وَءَامَنَ وَعَمِلَ صَالِحًا ثُمَّ اهْتَدَىٰ﴾ (طه/۸۲). در این آیه باز ضمن رعایت همان ترتیب، به مسأله «اهتدا» اشاره شده است که پس از عمل صالح ایجاد می‌شود. در جایی دیگر نیز بیان شده است که ایمان ملازمت ذاتی با عمل و گفتار ندارد که این نکته نیز اشاره به استقلال رأی و یا استقبال از تفاوت‌ها دارد. همان‌طور که در بحث از حقیقت ایمان گذشت، اطمینان قلبی، برای ایمان کافی است و از اساس ملازمتی با عمل و گفتار ندارد و عمل ظاهری خارج از حقیقت ایمان است. در آیات فراوانی در کنار ایمان، به عمل صالح نیز امر شده؛ زیرا ایمان و عمل صالح نتیجه بخش و رستگاری آفرین‌اند: ﴿مَنْ ءَامَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَعَمِلَ صَالِحًا فَلَهُمْ أَجْرُهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ﴾ (بقره/۶۲).

﴿وَالْعَصْرُ إِنَّ الْإِنْسَانَ لَفِي خُسْرٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَتَوَّصُوا بِالحَقِّ وَتَوَّصُوا بِالصَّبْرِ﴾ (والعصر/۱-۳) و این نشان از آن دارد که

عمل، داخل در حقیقت ایمان نیست، وگرنه نیازی به ذکر جداگانه آن، با این حد از کثرت نبود. اما مهم‌ترین خاصیت ایمان، در توکل کردن آن نهفته است، طوری که گفته شده است ایمان، مستلزم توکل بر خداست؛ زیرا هنگامی که ایمان وارد قلب شد و اطمینان آورد، به دنبال آن در مسائلی که پیش روی مؤمن قرار می‌گیرد، به دلیل اطمینانش به خدا، ایمنی دارد و کار خود را به او می‌سپارد: ﴿وَعَلَى اللَّهِ فَتَوَكَّلُوا إِن كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ﴾ (مائده/۲۳) و حتی در حال جنگ و محاصره و پیش آمدن سختی‌ها، نه تنها متزلزل نمی‌شود، که بر ایمانش افزوده می‌گردد و بر خدا توکل می‌کند و می‌گوید: ﴿وَقَالُوا حَسْبُنَا اللَّهُ وَنِعْمَ الْوَكِيلُ﴾ (آل عمران/۱۷۳) با دقیق شدن در جزئیات توکل کردن، به راحتی می‌توان فهمید که همین مؤلفه به تنهایی دربرگیرنده خودآگاهی، خودانگیزگی، چشم‌انداز محوری، کل‌نگری، دگرخواهی است. بنابراین در جمع‌بندی نهایی می‌توان این گونه نتیجه گرفت که تنها یک مؤلفه از مؤلفه‌های هوش معنوی که در قرآن بیان شده (ایمان) دربرگیرنده تمام مؤلفه‌هایی است که در غرب توسط اندیشمندان مختلف عنوان شده است. بنابراین همان گونه که بیان شد، مهم‌ترین شناسه هوش معنوی توانایی حل مسأله است. بر همین اساس اگر معنویت شکلی از هوش باشد بایستی بتواند انسان را در حل مسائل و مشکلاتش یاری دهد.

سیاست حاکم در فرهنگ علوی، سیاست تحقیق است (بابایی، ۱۳۸۴) و هر کلامی که پایه علمی و ارزشی ندارد، جایگاهی نداشته و به فراموشی سپرده می‌شود (بابایی، ۱۳۸۹). بنابراین با تحقیق عمیق در این فرهنگ می‌توان دریافت که معنویت فطری یا اسلامی به عنوان کامل‌ترین شکل معنویت، مؤلفه‌های حل مسأله را در قالب اصولی تبیین می‌کند. براساس آموزه‌های اسلامی، انسان برای یاد خداوند و توجه به آن خلق شده است و خداوند قبله وجودی همه مخلوقات و به خصوص انسان می‌باشد، به طوری که اعراض و

روی گردانی از خداوند روگردانی از فطرت و ویژگی‌های انسانی می‌باشد که نتیجه توجه در دو بعد رفتاری خود را نشان می‌دهد.

﴿۱۲۵﴾

از یک سو مانع رفتارهای زشت می‌شود و از سوی دیگر زمینه‌ساز و سوق دهنده به سوی رفتارهای نیک و پسندیده است. نتیجه هر دو رفتار انسان، پیروی از اصول معنویت یا به تعبیری عقل رحمانی در انسان می‌شود. چنین انسانی به کمک عقل رحمانی در برخورد با مسائل مختلف زندگی مناسب‌ترین تصمیمات را با توجه به ابعاد جسمانی و روحانی خود اخذ می‌کند.

### منابع و مأخذ

#### • قرآن مجید

۱. افتخاری، سید اسماعیل (۱۳۸۱)، رابطه دعا، ایمان و معنویت، مجموعه مصاحبه‌ها، سخنرانی و مقالات چهارمین همایش نیایش، تهران، دانشگاه امام حسین علیه السلام.
۲. الهی، بهرام (۱۳۸۱)، معنویت یک علم است، ترجمه یمینی، تهران، جیهون، چاپ دوم.
۳. بابائی، محمد باقر (۱۳۸۴)، مبانی استراتژی، دانشگاه امام حسین علیه السلام.
۴. بابائی، محمد باقر (۱۳۸۴)، پیک سبحان، ص ۱۰.
۵. بابائی، محمد باقر (۱۳۸۹)، مهندسی مدیریت در فرهنگ علوی، دانشگاه امام حسین علیه السلام، مؤسسه چاپ و انتشارات.
۶. بکلو، اقدس (۱۳۸۷)، «شرح صدر، افزایش ظرفیت روانی، اخلاق و معنویت»، س پانزدهم، ش ۸۵، صص ۱۴۰-۱۵۹.
۷. سهرابی، فرامرز (۱۳۸۵)، ویژه‌نامه «درآمدی بر هوش معنوی»، فصلنامه معنا، روانشناسی دین، ش ۲.
۸. جامی، عبدالرحمن (۱۳۸۰) نقد الفصوص فی شرح نقش الفصوص، تهران، مؤسسه پژوهشی حکمت و فلسفه ایران.
۹. خوارزمی، تاج‌الدین حسین (۱۳۷۷)، شرح فصوص الحکم، قم، مرکز انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی، حوزه علمیه قم.
۱۰. عبدالله زاده، حسن؛ باقرپور، معصومه؛ بوژمهرانی، سمانه و لطیفی، محدثه (۱۳۸۸)، هوش معنوی (مفاهیم، سنجش و کاربردهای آن)، تهران، انتشارات روان سنجی.
۱۱. عراقی، فخرالدین (۱۳۸۴)، لمعات به همراه سه شرح از قرن هشتم هجری، تهران، انتشارات مولی.
۱۲. سگری وزیری، علی و زارعی متین، حسن (۱۳۹۰)، مجله پژوهش‌های مدیریت، ج ۱، ش ۳، ص ۹۱-۱۱۶.

۱۳. غباری بناب، باقر و سلیمی، محمد (۱۳۸۶)، «هوش معنوی»، فصلنامه علمی - پژوهشی اندیشه نوین دینی، سال سوم، شماره دهم.
۱۴. قربان زاده، لیلیا (۲۰۱۳)، تأثیر هوش معنوی بر عملکرد کارکنان در سازمان، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بجنورد.
۱۵. محمد نژاد، حبیب؛ بحیرایی، صدیقه و حیدری، فائزه (۱۳۸۸)، «مفهوم هوش معنوی مبتنی بر آموزه‌های اسلام»، فرهنگ در دانشگاه اسلامی، س ۱۳، ش ۲.
16. Amram, Y & Dryer, C. (2007). The Development an Preliminary Validation of the Integrated Spiritual Intelligence Scale (ISIS). Palo Alto, CA: Institute of Transpersonal Psychology Working Paper. Available on <http://www.Geocities.com/isisfindings>.
17. Emmons, R. A. (1999). The psychology of ultimate concern: Motivation and spirituality in personality. New York: The Guilford Press.
18. Emmons, R. A. (2000b). Is spirituality intelligence? Motivation, cognition, and the psychology of ultimate concern. The International Journal for the Psychology of Religion, 10(1), 3-26.
19. Gardner, Howard (2006) Changing Minds. The art and science of changing our own and other people's minds. Boston MA: Harvard Business School Press.
20. Helen, Peter, & Strizenec, Michal. (2004). Spiritual, existential or both? Theoretical Considerations on the nature of .higher intelligences. Studia Psychologica, 46(3), 239-253.
21. janson, E. Severo, Spiritual Intelligence; what is spiritual intelligence? How it benefits a person?, [www.Skopun.Files.Wordpress.com](http://www.Skopun.Files.Wordpress.com), 2006.
22. Nasel, D. D. (2004). Spiritual Orientation in Relation to Spiritual Intelligence: A consideration of traditional Christianity and New Age/individualistic spirituality. Thesis submitted for the degree of Ph. D in The University of South Australia, Division of Education, Arts and Social Sciences, School of Psychology.
23. Nasel, D. D. ,(2004), Spiritual Orientation in Relation to Spiritual Intelligence: A consideration of traditional Christianity and New Age/individualistic spirituality; Unpublished thesis. Australia: The university of south Australia.
24. Santos, E, Severo, (2006), Spiritual intelligence; What is spiritual intelligence? How it benefits a person?, [www.Skopun.Files.Wordpress.com](http://www.Skopun.Files.Wordpress.com).
25. Vaughan, F. , (2003), What is spiritual intelligence? Journal of humanistic psychology. 42, (2).
26. Vaughan.f, (1998), spiritual development: outcomes and indicators, Retrieved on May 10, 2003 from <http://www.csp.org/development/docs/>

vaughan-spiritual .

27. Wigglesworth, C., (2004), Spiritual intelligence and why it matters. www.consciouspursuits.com.
26. Wolman, R.R. (2001). Thinking with your soul: Spiritual intelligence and Why it matters. New York: Harmony.
28. zohar, D. & Marshall, I., (2000), SQ- Spiritual intelligence, the ultimate intelligence. London: Bloombury

﴿ ۱۲۷ ﴾





## حمایت از تولیدات ملی و قاعده نفی سییل\*

- علی اکبر جلائیان نیا<sup>۱</sup>
- قاسم جعفری<sup>۲</sup>
- علیرضا پور بافرانی<sup>۳</sup>
- فهیمه یزدانی<sup>۴</sup>

### چکیده

مفهوم تولید ملی، در حقیقت یکی از ابعاد مهم انقلاب اسلامی در موضوع استقلال است. استقلال به مفهوم واقعی‌اش، ترجمان قاعده «نفی سییل» است. این قاعده فقهی برگرفته از آیه شریفه قرآن ﴿لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾ است و معنی آن این است که خداوند اجازه هیچ‌گونه وابستگی در جامعه اسلامی نمی‌دهد. توجه به تولید ملی و افزایش آن، به معنای خودکفایی در آن زمینه و دست یافتن به استقلال اقتصادی است. البته توجه به این نکته ضروری است که

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۰۳/۲۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۰۵.

jala120@yahoo.com

۱. عضو هیأت علمی دانشگاه علوم اسلامی رضوی

۲. استادیار دانشگاه پیام نور، نماینده مجلس شورای اسلامی از استان خراسان شمالی

moqimi nima@yahoo.com

۳. استادیار دانشگاه پیام نور

poorbafrani@pnu.ac.ir

۴. کارشناس ارشد فقه و مبانی حقوق اسلامی (نویسنده مسؤول)

yzdani fahimeh@yahoo.com

پذیرش اندیشه نفی سبیل به معنای قطع ارتباط با دیگر کشورها نیست. در نگارش حاضر، نگارنده با بررسی قاعده نفی سبیل و حمایت از تولیدات ملی، به ارتباطی بدیع بین این دو موضوع رسیده است که عبارت است از حمایت از تولیدات ملی یکی از مقدمات واجب قاعده نفی سبیل است. واژگان کلیدی: قاعده نفی سبیل، استقلال اقتصادی، حمایت از تولیدات ملی، خودکفایی.

## مقدمه

در این جهان گسترده که با شتاب به سوی دهکده بزرگ جهانی به پیش می‌رود و روابط انسان‌ها بسیار نزدیک شده، تنظیم قوانین حاکم بر روابط ملت‌ها و ملیت‌ها بسیار ضروری است. ما مسلمانان نیز، از این قاعده جدا نیستیم. باید به تنظیم قوانین شریعت خویش، در زمینه ارتباط با دیگر ملت‌ها و ملیت‌ها پردازیم (مهریزی، ۱۳۷۵، ص ۲۹۵). یکی از اصول حاکم بر سیاست خارجی اسلام، که بر تمام روابط بین‌المللی اسلام در زمینه‌های گوناگون حاکمیت دارد، اصل مهم و اساسی «نفی سلطه» یا قاعده «نفی سبیل» است. براساس این قاعده، هرگونه سلطه‌پذیری مسلمان از کافر، ممنوع است. در صورت عملی شدن این قاعده فقهی، کفار و بیگانگان کوچک‌ترین راه نفوذ و تسلط سیاسی، اقتصادی و... بر مسلمانان نخواهند داشت. این قاعده محکم فقهی ضامن حفظ استقلال اسلام و مسلمانان در تمام زمینه‌هاست.

قدما اعم از شیعه و سنی به طور مستقل، تحت عنوان قاعده «نفی سبیل» به موضوع پرداخته‌اند، بلکه در مواردی خاص به طور مقطعی و کاربردی با استناد به آیه شریفه ۱۴۱ سوره نساء ﴿وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾ - که به آیه نفی سبیل معروف است - در کتب فقهی، فتوای خود را بیان نموده‌اند و گاهی به دنبال آن به احادیثی که بیان‌گر نفی سلطه کافر بر مسلمان است تمسک جسته‌اند. (طوسی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۳۸)، (همان، ج ۳، صص ۱۳۸-۱۸۸-۴۵۳-۱۹۰)، (همو، ۱۳۸۷، ج ۶، ص ۱۲۹)، (طبرسی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۵۲۷)، (راوندی،

۱۴۰۵ق، ج ۲، ص ۲۱۲)، (حلی، ۱۴۱۳ق، ج ۵، ص ۵۸)، (همو، ۱۴۱۴ق، ج ۹، ص ۳۸۹)، (همان، ج ۱۰، ص ۱۹) و... البته متأخرین، کم و بیش به این قاعده توجه و پیرامون آن بحث کرده‌اند (لنکرانی، ۱۴۱۶ق، ص ۲۳۳)، (گلپایگانی، ۱۴۲۳ق، ج ۲، ص ۱۹)، (مصطفوی، ۱۴۲۳، ص ۱۷۴)، (مازندرانی، ۱۴۲۵، ج ۱، ص ۲۳۵)، هم‌چنین در مورد حمایت از تولیدات ملی تحقیقاتی شده است. ولی این که حمایت از تولیدات ملی را از نظر یک قاعده فقهی و به عنوان یک ارزش دینی مورد توجه قرار داده باشند، فقط در حد یک سخنرانی یا گزارش بوده است.

این مقاله، موضوع «حمایت از تولیدات ملی» را به عنوان یک ارزش دینی مورد بررسی قرار داده، زیرا هرگاه عملی دارای ارزش دینی باشد، مردم با میل و رغبت بیشتری به آن عمل می‌کنند. از طرفی حمایت از تولیدات ملی باعث رونق اقتصادی کشور و استحکام حکومت اسلامی می‌شود و نتیجه قاعده نفی سبیل نیز همین است.

برای عملی شدن این قاعده در حکومت اسلامی باید به اقتصاد و توسعه آن توجه ویژه نمود. یکی از مهم‌ترین مبانی و اهداف اقتصاد در حکومت دینی، تلاش در جهت حصول قطع وابستگی اقتصادی به دیگر کشورهاست. به عبارت دیگر، یکی از ارکان اصلی پیشرفت یک کشور استقلال اقتصادی آن است، چرا که وابستگی اقتصادی، وابستگی سیاسی را نیز به دنبال خواهد داشت. آیت‌الله خامنه‌ای در پیامی به این نکته اشاره فرمودند که اگر می‌خواهیم به استقلال اقتصادی دست پیدا کنیم باید به تولیدات ملی احترام بگذاریم و از آن حمایت کنیم (۹۱/۲/۱۰).

این نوشتار با توجه به لزوم حمایت از تولیدات ملی و نقش بارز آن در استقلال کشور به بررسی ارتباط حمایت از تولیدات ملی و قاعده نفی سبیل می‌پردازد. لذا، ابتدا به بیان مقدمات نظری پژوهش پرداخته و سپس با استفاده از

اقوال فقها و با کمک قواعد اصولی به این نتیجه رسیده که حمایت از تولیدات ملی، یکی از مقدمات واجب «قاعده نفی سیل» است.

## ۱. مبانی و مقدمات نظری پژوهش

### ۱.۱. معنانشناسی قاعده

#### ۱.۱.۱. قاعده در لغت

جمع قاعده، قواعد است. در لغت، پایه و اساس چیزی را گویند (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۶۷۹؛ حمیری، ۱۴۲۰ق، ج ۸، ص ۵۵۶۶؛ قرشی، ۱۴۱۲ق، ج ۶، ص ۲۲؛ ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۳، ص ۳۵۷؛ حسینی، ۱۴۱۴ق، ج ۵، ص ۲۰۱؛ صاحب بن عباد، ۱۴۱۴ق، ج ۱، ص ۱۴۷). خواه مادی باشد، مانند قواعد (پایه‌های) ساختمان و خواه معنوی، مانند قواعد دین که به معنای ارکان و ستون‌های دین است. در قرآن هم قواعد به همین معنی آمده است ﴿وَإِذْ يَرْفَعُ إِبْرَاهِيمَ الْقَوَاعِدَ﴾.

معنای اصطلاحی قاعده، رابطه تنگاتنگی با معنای لغوی آن دارد، قاعده امری است کلی که بر تمامی جزئیات خود منطبق باشد.

### ۲.۱. قواعد فقهی

برای قواعد فقهی تعاریفی بیان شده است که هر یک به جنبه‌ای از تفاوت‌های یک قاعده فقهی با سایر قواعد اشاره دارد. از جمله این که قواعد فقهی، قواعدی است که در راه به دست آوردن احکام شرعی الهی واقع می‌شوند، ولی این استفاده از باب استنباط و توسط نبوده بلکه از باب تطبیق است (موسوی خویی، ۱۳۷۸، ج ۱، ص ۸). برای مثال «قاعده نفی سیل» که یکی از مصادیقش «حمایت از تولیدات ملی» است.

### ۳.۱. مفهوم قاعده نفی سبیل

یکی از قواعد فقهی که در اکثر ابواب فقه مثل معاملات، نکاح، ولایات و ارث کاربرد داشته و از اصول حاکم بر سیاست خارجی و اقتصادی حکومت اسلامی هست، «قاعده نفی سبیل» است. قاعده نفی سبیل، اصل مترقی و کارآمدی است که استقلال و عزت مسلمانان را به شایستگی تضمین می‌کند.

خداوند تبارک و تعالی در تشریح احکام، حکمی را جعل نکرده است که از ناحیه آن علو و چیره شدن کافران بر مسلمانان، فراهم آید (موسوی بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، صص ۱۸۷-۱۸۸).

لسان قاعده نفی سبیل، حکومت واقعی<sup>۱</sup> است بر ادله اولیه؛ یعنی به مقتضای این قاعده هر عقد، پیمان، هر معامله، ایقاع و قراردادی، به حسب طبع اولی‌اش، اگر موجب علو و عزت و شرف کافر بر مسلم بشود منفی است و اعتبار حقوقی ندارد. بنابراین دلالت این قاعده، حکومت واقعیه است بر ادله اولیه (موسوی بجنوردی، ۱۴۰۱ق، ج ۱، ص ۳۵۸).

به عنوان مثال بر طبق اطلاق ادله صحت بیع، خرید قرآن توسط کافر باید صحیح باشد. ولی براساس این قاعده، این خرید و فروش ممنوع است. به عبارت دیگر، این قاعده در پی حفظ سیادت و برتری مسلمانان است و می‌خواهد از تسلط کفار بر مسلمانان در حوزه‌های مختلف جلوگیری نماید.

حوزه اقتصاد یکی از مهم‌ترین راه‌هایی است که کفار در پی برتری جویی و تسلط بر مسلمانان هستند، چرا که ضعف اقتصادی در یک دولت باعث برتری و سلطه کشورهای دیگر بر آن می‌شود. البته این به معنای نفی رابطه اقتصادی با جهان نیست، بلکه نفی سلطه اقتصادی است. در نتیجه با توجه به قاعده نفی سبیل باید از تسلط اقتصادی کفار ممانعت نمود؛ که یکی از راه‌های آن حمایت از تولیدات مسلمانان است.

## ۲. مستندات قاعده نفی سبیل

قاعده نفی سبیل به هر یک از ادله چهارگانه (قرآن، حدیث، اجماع و عقل) قابل استناد است، اما مقبول‌ترین و گویاترین سند قرآن است؛ به گونه‌ای که واژه‌های به کار رفته در قاعده از واژه‌های قرآنی آن انتخاب گردیده است.

### الف - قرآن

﴿... وَ لَنْ يُجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾ (نساء/۱۴۱)؛ و خداوند هرگز کافران را بر مؤمنان تسلطی نداده است.

ظاهر آیه این است که خداوند، راه و حکمی را که موجب تسلط کفار بر مسلمانان شود، جعل نکرده است (مصطفوی، ۱۴۲۱ق، ص ۲۹۳). و دلالت دارد بر یک قاعده فقهی معتبر که بر ادله اولیه، مقدم است و حکومت واقعی دارد (موسوی بجنوردی، ۱۴۰۱ق، ج ۱، ص ۳۵۲).

### ب - حدیث

دومین مستند و مدرک حجیت قاعده نفی سبیل، روایت مشهور از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله است که فرمود:

«الإِسْلَامُ يَعْلُو وَ لَا يُعْلَى عَلَيْهِ، وَ الْكُفْرَانُ بِمَنْزِلَةِ الْمَوْتَى لَا يَحْجُبُونَ وَ لَا يَرْتُونَ» (صدوق، ۱۴۱۳ق، ج ۴، ص ۳۳۴؛ حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲۶، ص ۱۲۵)؛ «اسلام نسبت به سایر مکاتب و ملل، برتری دارد و هیچ چیزی بر آن برتری و چیرگی ندارد و کافران به منزله مردگانند».

این روایت دلالت دارد که اسلام موجب برتری مسلمانان بر غیرمسلمان است که خداوند آن را عطا فرموده است و این علو غیر از آن معنویاتی است که هر مسلمانی واجد آن است. در واقع، شارع مقدس نمی‌خواهد از یک امر واقعی خبر دهد، بلکه در مقام قانون گذاری است که می‌گوید: هیچ چیز نمی‌تواند بر اسلام علو و سبیل داشته باشد (ر.ک: موسوی بجنوردی، ۱۴۱۹ق، ج ۱، ص ۱۹۰).

## ج - اجماع

دلیل سوم بر اثبات قاعده نفی سیل ادعای اجماع است (ر.ک: حسینی مراغی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۲۱۴). علاوه بر این تمامی فقهای اسلام این معنا را قبول کرده‌اند که هر حکمی که موجب علو و چیرگی کافر بر مسلمان شود منتفی است (ر.ک: موسوی بجنوردی، ۱۴۰۱ق، ج ۱، ۳۵۷).

## د - عقل (مناسبت حکم و موضوع)

خداوند برای مؤمنان شرف و عزتی ویژه قرار داده و عزت مؤمنان را ردیف عزت خود و رسولش قرار داده است. ﴿وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ وَلَكِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَا يَعْلَمُونَ﴾. به مقتضای این شرف و عزت، نمی‌توان احکام و قوانینی وضع کرد که زمینه ذلت و استخفاف مؤمنان و علو کفار شود. بلکه عقل حکم می‌کند که تمامی احکام باید سبب عزت مسلمانان باشد (همان، ج ۱، صص ۳۵۷-۳۵۸).

## ۳. مفهوم حمایت از تولیدات ملی

در اقتصاد مد نظر اسلام، سعی بر این است که با استفاده از سلاح پویای اقتصاد، حاکمیت سیاسی دولت اسلامی در روابط با بیگانگان حفظ شود، زیرا در روابط خارجی بین دولت‌ها، مناسبات اقتصادی و سیاسی بسیار به هم پیوسته و درهم تنیده‌اند. دولت‌های اسلامی وظیفه دارند از هر عملی که راه نفوذ کفار را برای تسلط بر مسلمانان می‌گشاید، خودداری کنند و پیشاپیش راه‌های نفوذی آنان را با تدبیر و سیاست ببندند و از آن‌جا که بزرگ‌ترین راه نفوذ آنان، تأمین نیازمندی‌های اقتصادی است، از این رو اعمال سیاست اقتصادی خودکفا و همیاری عموم اقشار در قطع وابستگی و بستن راه‌های نفوذی آنان، از مهم‌ترین مسؤولیت‌های ملت اسلامی است.

توجه به تولید ملی از طریق حمایت از تولید کننده داخلی و ترویج مصرف

کالاهای آنها، زمینه رشد اقتصادی و خوداتکایی یک کشور را فراهم می‌کند. کشوری که در عرصه صنعت و اقتصاد خود کفا و متکی به خود باشد، در میدان‌های بین‌المللی حرف برای گفتن دارد و تصمیمات و تمهیدات جهانی او را به وحشت و تسلیم نمی‌کشاند (زنگنه فرد، ۱۳۹۱/۱۱/۱۷).

حمایت از تولیدات ملی و مصرف کالاهای داخلی، یکی از اساسی‌ترین روش‌های مقابله با نفوذ و استعمار دشمنان و تحریم‌های اقتصادی است که موجب تقویت و شکوفایی اقتصاد ملی نیز خواهد بود. تمرکز کشور بر تولید ملی، به تقویت و تحکیم زیرساخت‌های کشور می‌انجامد، استقلال کشور را تضمین می‌کند، زمینه‌ها و فرصت‌های اشتغال را گسترش می‌دهد و می‌تواند راه کارهای منطقی و عینی برای حل معضل بیکاری، قلمداد شود. در سایه تولید، می‌توان از فقر و محرومیت کاست، بر توسعه و آبادانی افزود، شور و نشاط کار و تلاش را بالا برد، بیکاری را کاهش داد و مهارت‌های علمی و اقتصادی را بیشتر کرد (محمدی متکازینی، ۱۳۹۱، صص ۲۸-۲۷). قاعده نفی سیل درست به همین موضوع اشاره دارد که مسلمانان اجازه ندارند، راه غلبه و تسلط دشمنان را باز کنند. پس می‌توان گفت که حمایت از تولیدات ملی در کشور اسلامی، باعث عزت مسلمانان می‌شود و از سلطه و سیل کافران بر مسلمانان جلوگیری می‌کند.

#### ۴. قاعده نفی سیل در قانون اساسی

به طور تقریبی تمام اصولی که در قانون اساسی ایران به سیاست خارجی آن مربوط می‌شود، متأثر از قاعده نفی سیل است. در همین رابطه در بند ششم اصل دوم، جمهوری اسلامی را به عنوان نظامی معرفی می‌کند که سلطه و استعمارگری را نفی می‌کند:

«نفی هر گونه ستم‌گری و ستم‌کشی و سلطه‌گری و سلطه‌پذیری، ...».

همچنین در بند پنجم اصل سوم، دولت جمهوری اسلامی ایران را موظف به طرد کامل استعمار و جلوگیری از نفوذ اجانب می‌کند. اصول ذکر شده از قانون



اساسی که براساس و به استناد قاعده فقهی نفی سیل و متأثر از نگرش فقها و روحانیون تدوین شده است، نقش تأثیرگذار و پایدار در سیاست‌های کلان و برنامه‌ریزی‌های ملی ایران اسلامی داشته و دارد.

در بند هشتم اصل چهل و سوم نیز برای تأمین استقلال اقتصادی جامعه جمله: «جلوگیری از سلطه اقتصادی بیگانه بر اقتصاد کشور» آورده شده است. این اصل در قالب سیاست نفی سیل اقتصادی چهره می‌نماید و نقش بازدارندگی و آگاهی بخشی به ملت ایران و مسلمانان دارد. در جهت تضمین این هدف، اصل هشتم و یکم قانون اساسی به صراحت بیان می‌دارد که:

«دادن امتیاز تشکیل شرکت‌ها و مؤسسات در امور تجارتي و صنعتی و کشاورزی و معادن و خدمات به خارجیان مطلقاً ممنوع است».

علاوه بر این، اصل هشتم، گرفتن وام و کمک‌های بدون عوض را از دولت‌های خارجی منوط به تصویب مجلس شورای اسلامی می‌داند. در ادامه - اصل هشتم و دوم - با صراحت بیان می‌دارد:

«استخدام کارشناسان خارجی از طرف دولت ممنوع است، مگر در موارد ضرورت، با تصویب مجلس شورای اسلامی».

اصول ذکر شده را به نوعی می‌توان بعد اقتصادی قاعده نفی سیل دانست که بعد از ابعاد فرهنگی و سیاسی از اهمیت و اولویت بالایی در روابط خارجی جمهوری اسلامی با سایر دولت‌های غیر اسلامی برخوردار است.

اصل یکصد و پنجاه و دوم اعلام می‌دارد:

«سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران براساس نفی هرگونه سلطه‌جویی و سلطه‌پذیری، حفظ استقلال همه جانبه و تمامیت ارضی کشور، دفاع از حقوق همه مسلمانان و عدم تعهد در برابر قدرت‌های سلطه‌گر و روابط صلح‌آمیز متقابل با دول غیر محارب استوار است».

همچنین براساس اصل یکصد و پنجاه و سوم، هرگونه قرارداد که موجب

سلطهٔ بیگانه بر منابع طبیعی و اقتصادی، فرهنگ، ارتش و دیگر شئون کشور گردد ممنوع است. در اصول مذکور می‌توان تأثیر قاعدهٔ نفی سیل بر استقلال اقتصادی و روابط بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران از نگرش قانون اساسی به روشنی ملاحظه کرد.

یکی دیگر از نتایج قاعدهٔ نفی سیل در قانون اساسی استقلال در ارتش و نظام می‌باشد و بر همین اساس در دو اصل یکصد و چهل و پنجم و ششم خود بیان می‌دارد:

«هیچ فرد خارجی به عضویت در ارتش و نیروهای انتظامی کشور پذیرفته نمی‌شود. استقرار هرگونه پایگاه نظامی خارجی در کشور هر چند به عنوان استفاده‌های صلح‌آمیز باشد ممنوع است».

البته این مسأله شایان ذکر است که کمک گرفتن مسلمانان از غیر مسلمانان (اعم از فرد، جامعه، دولت) در مسائل فنی و صنعتی، مانند پزشکی، صنعت، زراعت و فنون زراعی و... اشکال ندارد، مشروط بر این که خود این‌ها مقدمهٔ سلطهٔ اقتصادی و سیاسی و... بیگانگان نشوند.

البته این مسأله شایان ذکر است که کمک گرفتن مسلمانان از غیر مسلمانان (اعم از فرد، جامعه، دولت) در مسائل فنی و صنعتی، مانند پزشکی، صنعت، زراعت و فنون زراعی و... اشکال ندارد، مشروط بر این که خود این‌ها مقدمهٔ سلطهٔ اقتصادی و سیاسی و... بیگانگان نشوند.

##### ۵. روابط با دیگر ملل در اسلام

روابط با دیگران، یکی از نیازهای بشر است. انسان‌ها بدون ارتباط با افراد دیگر و حکومت‌ها بدون ارتباط با حکومت‌های دیگر، نمی‌توانند به زندگی خود ادامه دهند. لازمهٔ زندگی اجتماعی پیوند با هم‌نوعان در همهٔ عرصه‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فرهنگی است. اسلام نیز آئینی جامع، فراگیر و جاودانه هست. دین اسلام اصول استوار و ارزش‌های مسلمی دارد که پیروان آن ناگزیر بر

حفظ و پای‌بندی به آنها هستند. اسلام هرگونه ارتباط و پیوستگی را با غیر مسلمانان، براساس حاکمیت آن اصول و ارزش‌ها مشروع می‌داند.

تأمل در آیات نخست سوره مبارکه ممتحنه که ترسیم‌کننده سیاست خارجی مسلمانان با کافران و مشرکان و پیروان دیگر ادیان الهی است، تبیین‌کننده این موضوع هست.

آیت‌الله مکارم شیرازی در رابطه با تفسیر این آیات فرموده‌اند:

«از این آیات «یک اصل کلی و اساسی» در چگونگی رابطه مسلمانان با غیرمسلمین استفاده می‌شود، نه تنها برای آن زمان که برای امروز و فردا نیز ثابت است و آن این که مسلمانان موظف‌اند در برابر هر گروه و جمعیت و هر کشوری که موضع خصمانه با آنها داشته باشند و بر ضد اسلام و مسلمین قیام کنند، یا دشمنان اسلام را یاری دهند سرسختانه بایستند و هرگونه پیوند محبت و دوستی را با آنها قطع کنند. اما اگر آنها در عین کافر بودن نسبت به اسلام و مسلمین بی‌طرف بمانند و یا تمایل داشته باشند، مسلمین می‌توانند با آنها رابطه دوستانه برقرار سازند، البته نه در آن حد که با برادران مسلمان دارند و نه در آن حد که موجب نفوذ آنها در میان مسلمین گردد. و اگر جمعیت یا دولتی جزو گروه اول باشند و تغییر موضع دهند و یا به عکس در گروه دوم باشند و مسیر خود را تغییر دهند باید وضع فعلی آنها را معیار قرار داد و طبق آیات فوق با آنها عمل کرد» (۱۳۸۵، ج ۲۴، ص ۳۳).

حضرت امام خمینی رحمته‌الله علیه در این باره می‌فرماید:

«اگر در روابط اقتصادی و غیر آن بر قلمرو اسلام و بلاد مسلمین، ترس باشد که بیگانگان بر آن، تسلط سیاسی یا غیر آن که موجب استعمار آنان یا استعمار بلادشان ولو از حیث فرهنگی می‌شود، پیدا کنند، بر همه مسلمین واجب است که از چنین روابطی اجتناب کنند، و این‌گونه روابط، حرام می‌باشد» (اسلامی و قاضی زاده، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۳۴۹).

ایشان، در تبیین مبانی سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران تأکید کردند: «روابط ما با تمام خارجی‌ها براساس اصل احترام متقابل خواهد بود، در این رابطه نه به ظلمی تسلیم می‌شویم و نه به کسی ظلم خواهیم کرد و در زمینه تمام قراردادها ما براساس مصالح سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی ملت خودمان عمل خواهیم کرد. با همه دولتی که به احترام با ما رفتار کنند ما نیز با آنها به احترام متقابل رفتار خواهیم کرد» (۱۳۷۸، ج ۴، ص ۲۴۸).

ایشان همچنین در پاسخ به خبرنگار مجله آمریکایی تایم که پرسیده بود سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران بر چه مبنایی استوار خواهد بود فرمودند: «جمهوری اسلامی، با تمام ممالک روابط حسنه دارد و احترام متقابل قایل است در صورتی که آنها هم احترام متقابل قایل باشند» (همان، ج ۵، ص ۲۵۷). هم‌چنین اصل چهاردهم قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مؤید این مطلب است که:

«به حکم آیه شریفه ﴿لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَ لَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَ تُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ﴾ (ممتحنه/۸)؛ دولت جمهوری اسلامی ایران و مسلمانان موظفند نسبت به افراد غیرمسلمان با اخلاق حسنه و قسط و عدل اسلامی عمل نمایند و حقوق انسانی آنان را رعایت کنند، این اصل در حق کسانی اعتبار دارد که برضد اسلام و جمهوری اسلامی ایران توطئه و اقدام نکنند».

از آنچه گذشت می‌توان به این نتیجه رسید که نباید روابط با دیگر ملل، باعث سلطه و استیلا به کشور اسلامی شود، زیرا با نص قرآن در سوره مبارکه نساء در تضاد است.

﴿لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾.

بنابراین حکومت اسلامی می‌تواند با کافران غیر محارب، در همه عرصه‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... ارتباط دیپلماتیک برقرار کند. بر این اساس،

برقراری هرگونه روابط تجاری با دولت‌های کافر جایز است، مگر آن که با «قاعده نفی سبیل» ناسازگار باشد (ر.ک: میرداداشی، ۱۳۸۶، ص ۲۶).

بدیهی است که «قاعده نفی سبیل» هرگز به مفهوم قطع رابطه با دیگر دول و اتخاذ سیاست انزوا نیست، بلکه مراد از آن نفی رابطه استعمارگونه و سلطه‌جویانه‌ای است که استقلال ملی مسلمانان را از آنان سلب کند.

از سوی دیگر، عموم اقتصاددانان بر این باورند که گسترش تجارت خارجی و هم‌پیوندی اقتصادی هر کشور با سایر کشورها، یکی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی است و البته مبانی علمی محکمی برای اثبات این ادعا وجود دارد (زمان‌زاده، ۱۳۸۹، ۲۲/۱۲۹). اما روند کنونی واردات در کشور موجب شده است که توانایی تولیدکنندگان داخلی در رقابت با تولیدکنندگان خارجی تضعیف شده و بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی توجیه اقتصادی خود را از دست بدهند. با توجه به پیامدهای منفی روند کنونی واردات بر میزان تولید و اشتغال کشور، به طور قطع حمایت از تولید داخلی و افزایش رشد اقتصادی و به تبع آن حفظ و گسترش فرصت‌های شغلی در صدر فهرست اهداف مدیریت واردات، قرار دارد. با این حال باید توجه داشت که حمایت از تولید و اشتغال داخلی در برابر واردات کالاهای خارجی، نمی‌تواند از طریق بستن مرزهای کشور و ممنوع کردن واردات و ایجاد شرایط انحصاری برای تولیدکنندگان داخلی فراهم گردد، زیرا این روند اگرچه می‌تواند در کوتاه مدت، اثرات مثبت محدودی داشته باشد، اما در بلندمدت به تضعیف بیشتر تولید داخلی خواهد انجامید. بنابراین، حفظ فضای رقابتی و جلوگیری از انحصار در اقتصاد داخلی باید در کنار هدف حمایت از تولید داخلی قرار بگیرد (همان، ص ۲۳).

### ارتباط قاعده نفی سبیل و حمایت از تولیدات ملی

دولت‌ها به تولید محصولات صنعتی، کشاورزی، خدماتی، اطلاعاتی و... توجه ویژه دارند و تلاش می‌کنند همه عوامل و اسباب در اختیار تولید قرار گیرد تا

حیات و بقای بشر استمرار یابد. امروزه اقتدار بشر و کشورهای جهان با شاخص ثروت اقتصادی، یا توان مالی که از تولید منتج می‌شود، اندازه‌گیری می‌شود. به همین دلیل است که تولید برای رسیدن به جایگاه واقعی خود، باید مورد ارزیابی قرار گیرد تا تولید با بیش‌ترین ارزش افزوده در بهترین جایگاه قرار گیرد. به رغم این ارزیابی همواره تولید اهمیت و ارزش خاص خود را داشته و دارد. همچنین، در اندیشه اسلامی جهت‌گیری‌هایی را می‌توان یافت که بر شرایط امروز ما تطبیق می‌یابد. از جمله این مباحث، تأکید جدی و اساسی این دین رستگاری، بر استقلال اقتصادی مسلمانان است. قاعده نفی سبیل به این مقوله اشاره می‌نماید. از این آیه مبارکه به دست می‌آید که مسلمین باید پی جوی استقلال و عزت باشند. بی‌گمان یکی از زمینه‌های مهم دستیابی به استقلال حمایت از تولید و کار است، چنانچه اگر ما در زمینه‌های اقتصادی وابستگی داشته باشیم به استقلال دست نخواهیم یافت و به نوعی، زیر سلطه غیرمستقیم کفار خواهیم بود.

امیرالمؤمنین (علیه السلام)، در این رابطه می‌فرماید:

«وَأَسْتَعْنِ عَمَّنْ شَتَّ وَ كُنْ نَظِيرَهُ، إِحْتِجْ إِلَى مَنْ شَتَّ وَ كُنْ أُسِيرَهُ» (آمدی، ۱۳۶۶، ص ۱۳۴)؛ و بی‌نیازی نشان بده و مستغنی باش از هر که خواستی تا تو نظیر و همانند او باشی، و اظهار فقر و نیاز کن به هر کسی که بخواهی تا تو اسیر و زیردست او باشی.

در این نگاه، هرگونه وابستگی به دیگران اعم از سیاسی، نظامی، اجتماعی و فرهنگی، در واقع اسیر دیگران شدن است. بدون استقلال و آزادی، هیچ ملتی، فرصت، توان و قدرت نمود ندارد، زیرا ملت وابسته، اسیر است و اسیر، اجازه زندگی شخصی خود را هم ندارد.

### حمایت از تولیدات ملی مقدمه نفی سبیل

پوشیده نیست که حمایت از تولیدات ملی، مقدمه‌ای برای نفی سبیل و جلوگیری

از تسلط کافران بر مسلمانان است. لذا باید از باب مقدمه واجب از تولیدات ملی حمایت نمود و استقلال خود را حفظ نمود.

(۱۴۳)

رهبر معظم انقلاب این امر را در بیانی دقیق این گونه تبیین فرموده‌اند: «ما تا به کار ایرانی و سرمایه ایرانی احترام نگذاریم، تولید ملی شکل نمی‌گیرد؛ و اگر تولید ملی شکل نگرفت، استقلال اقتصادی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال اقتصادی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد - یعنی در مسأله اقتصاد نتوانست خودش تصمیم بگیرد و روی پای خود بایستد - استقلال سیاسی این کشور تحقق پیدا نمی‌کند؛ و اگر استقلال سیاسی یک جامعه‌ای تحقق پیدا نکرد، بقیه حرف‌ها، جز حرف، چیز دیگری نیست. تا یک کشور اقتصاد خود را قوی نکند، پایدار نکند، متکی به خود نکند، مستقل نکند، نمی‌تواند از لحاظ سیاسی و فرهنگی و غیره تأثیرگذار باشد (حسینی خامنه‌ای، ۱۳۹۲/۲/۱).

در نتیجه برای رسیدن به استقلال و عزت و نفی تسلط کافران، باید مقدماتی را فراهم آورد و آن استقلال اقتصادی است و لازمه رسیدن به استقلال اقتصادی، حمایت از تولیدات ملی است.

### تحقق نفی سبیل در میدان عمل

حمایت از تولیدات ملی نباید در مرحله شعار باقی بماند و باید با همدلی در صحنه عمل نیز محقق شود. در گذشته نیز عالمانی آگاه با فتاوی بجا و شایسته، از تولیدات داخلی حمایت نموده و راه نفوذ دشمن را سد نموده‌اند و با حرکت جهاد گونه خود و با تمسک به آیه **﴿لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾** به منظور احیای عزت اسلام و بنا به ضرورت، جنبش تحریم کالاهای خارجی و حمایت از تولیدات داخلی را سامان دادند (ر.ک: محمدی، حسینی، ۱۳۹۱، ص ۵۱). یکی از نمونه‌های این حرکت، بیانیه علمای اصفهان در تاریخ

۱۳۲۴ق است. سیزده تن از علمای طراز اول اصفهان، بیانیه‌ای صادر کردند و بر مصرف کالای ایرانی تأکید کردند. آنها در این بیانیه، بر استفاده از پارچه ایرانی اصرار و حتی در زمینه کفن اعلام می‌کنند که ما بر میتی که کفن وی از پارچه ایرانی نباشد، نماز نمی‌خوانیم (همان، ص ۷۵).

در واقع می‌توان ادعا کرد که قاعده نفی سییل، روشن‌کننده نحوه عملکرد کلان و دیپلماسی جامعه اسلامی است. قاعده نفی سییل، هرگونه تسلط کفار بر مسلمانان را مردود می‌داند. پس می‌توان با اندک تأملی دریافت که اگر ما بتوانیم با حمایت از تولیدکننده داخلی - در هر جایگاهی که هستیم و به هر صورتی که قادریم - صنعت مسلمانان را رونق بخشیم و در نتیجه به قدرت مالی و به تبع آن سیاسی و نظامی کشور اسلامی بيفزاییم، درست به مفاد این آیات عمل نموده‌ایم. در نقطه مقابل نیز اگر خرید یا به طور کلی هر حمایتی از کالاهای خارجی، متضمن افزایش قدرت دشمنان نظام یا تضعیف تولیدکننده مسلمان شود، این عمل مطابق مضمون آیه نفی سییل جایز نیست.

در نتیجه اگر حتی روابط تجاری و اقتصادی با کشور مسلمانی، برقرار کنیم که نتیجه این روابط باعث ضعف و رکود اقتصاد کشور شود و در نهایت این کار علتی بر وابستگی اقتصادی و - با توجه به بیانات آیت‌الله خامنه‌ای (۹۲/۲/۱۰) - از بین رفتن استقلال کشور بشود، این گونه روابط - به طور غیرمستقیم - می‌تواند راهی را برای تسلط کفار بر کشور اسلامی باز کند که این عمل براساس قاعده نفی سییل مذموم است.

علامه طباطبایی رحمته الله علیه می‌نویسد:

«و خدای تعالی هرگز کفار را مافوق مؤمنین و مسلط بر آنان قرار نمی‌دهد، معنایش این است که حکم از امروز به نفع مؤمنین و علیه کافران است و تا ابد نیز چنین خواهد بود و هرگز به عکس نمی‌شود» (۱۳۷۸، ج ۵، ص ۱۸۹).

پس هرگونه ارتباطی که باعث تسلط کفار بر مسلمانان بشود حتی اگر به



صورت غیرمستقیم باشد براساس این قاعده نفی سیل مورد نکوهش پروردگار است و باید از آن دوری کرد.

﴿۱۴۵﴾

## نتیجه گیری

۱. حکومت اسلامی می تواند با کافران غیرمحراب، در همه عرصه های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و... ارتباط دیپلماتیک برقرار کند. مادامی که این ارتباط سبب سلطه بیگانگان بر قلمرو حکومت اسلامی نشود. بر این اساس، برقراری هرگونه روابط تجاری با دولت های کافر جایز است مگر آن که با «قاعده نفی سیل» ناسازگار باشد.

۲. حمایت از تولیدات ملی یک ارزش دینی است و مقدمه واجب «قاعده نفی سیل».

۳. اگر روابط تجاری و اقتصادی با کشور مسلمانی نیز باعث ضعف و رکورد اقتصاد کشور شود و در نهایت زمینه ساز وابستگی اقتصادی و از بین رفتن استقلال کشور و به طور غیرمستقیم راهی برای تسلط کفار، جایز نیست.

## پی نوشت ها

۱. مقصود از حکومت این است که: یکی از دو دلیل به خاطر سیطره و غلبه ای که از جنبه ادا مطلب دارد بر دیگری مقدم شود و به همین خاطر، این تقدیم، حکومت نامیده شده است (مظفر، ۱۳۸۹، ص ۳۸۷).

2. National product
3. Net National Product, (NNP)
4. Gross national product, (GNP)

## منابع و مآخذ

\* قرآن کریم.

۱. خوانساری، جمال (۱۳۶۶)، شرح آقا جمال خوانساری بر غررالحکم و دررالکلم، تصحیح و تعلیق: جلال الدین حسینی ارموی محدث، چاپ سوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.

۲. ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق)، لسان العرب، محقق/مصحح: احمد فارس صاحب - الجوائب، چاپ سوم، بیروت، انتشارات دارالفکر للطباعة و النشر و التوزیع.
  ۳. بروجردی، سید ابراهیم (بی تا)، تفسیر جامع، تهران، انتشارات کتابخانه صدر.
  ۴. تهنائی، محمد بن علی (بی تا)، کشاف اصطلاحات الفنون و العلوم، محقق: علی دحروج، ترجمه عبدالله خالدی / جورج زیناتی، بیروت، انتشارات مکتبه لبنان ناشرون.
  ۵. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق)، تفصیل وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، قم، انتشارات مؤسسه آل بیت علیهم السلام.
  ۶. حسینی خامنه‌ای، سید علی (رهبر معظم انقلاب مدظله‌العالی): بیانات در اجتماع کارگران کارخانه‌های تولیدی دارو پخش، ۱۳۹۱/۲/۱۰.
- www.farsi.khamenei.ir
۷. حسینی مراغی، سید میر عبدالفتاح (۱۳۸۸)، العناوین الفقهیه، ترجمه و شرح عباس زراعت، چاپ دوم، تهران، انتشارات جنگل.
  ۸. حسینی زبیدی، سید محمد مرتضی (۱۴۱۴ق)، تاج العروس من جواهر القاموس، بیروت، دارالفکر للطباعة و النشر و التوزیع.
  ۹. حلی، حسن بن یوسف بن مطهر اسدی (۱۴۱۴ق)، تذکره الفقها، قم، مؤسسه آل البيت علیهم السلام.
  ۱۰. ----- (۱۴۱۳ق)، مختلف الشیعه فی أحكام الشریعه، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
  ۱۱. حمیری، نشوان بن سعید (۱۴۲۰ق)، شمس العلوم و دواء کلام العرب من الکلام، بیروت، دارالفکر المعاصر.
  ۱۲. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۲ق)، مفردات الفاظ قرآن، بیروت/دمشق، انتشارات دارالعلم/دارالشامیه.
  ۱۳. راوندی، قطب الدین (۱۴۰۵ق)، فقه القرآن (للاوندی)، محقق/مصحح: سید احمد حسینی، چاپ دوم، قم، انتشارات کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی.
  ۱۴. زنجانی، سید موسی شبیری (۱۴۱۹ق)، کتاب نکاح (زنجانی)، قم، مؤسسه پژوهشی رای پرداز.
  ۱۵. زنگنه فرد، مرتضی (۱۳۹۱)، «ضرورت تولید ملی»، سایت کانون قرآن مسجد باقرالعلوم شهرستان شوشتر، ۱۳۹۱/۱۱/۷
- www.kmb.ir/fa/blog/view/34
۱۶. صاحب بن عباد، اسماعیل (۱۴۱۴ق)، المحيط فی اللغة، محقق: محمد حسن آل یاسین، بیروت، عالم الكتاب.
  ۱۷. صدوق، محمد بن علی بن بابویه (۱۴۱۳ق)، من لایحضره الفقیه، چاپ دوم، قم، انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
  ۱۸. ----- (۱۴۰۹ق)، من لایحضره الفقیه، ترجمه علی اکبر غفاری و محمد جواد صدر بلاغی، تهران، انتشارات صدوق.

۱۹. طباطبائی رحمته الله، سید محمد حسین (۱۳۸۷)، *تفسیر المیزان*، ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، چاب بیست و ششم، قم، اشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۲۰. طبرسی، فضل بن حسن (۱۴۱۰ق)، *المؤتلف من المختلف بین أئمة السلف*، محقق/مصحح: مدیر شانه چی، واعظ زاده، زاهدی، مصطفوی، فاطمی، موحد و سید مهدی رجائی، مشهد، مجمع البحوث الإسلامية.
۲۱. طوسی، ابو جعفر محمد بن حسن (۱۴۰۷ق)، *الخلاف*، محقق/مصحح: علی خراسانی، سید جواد شهرستانی، مهدی طه نجف و مجتبی عراقی، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۲۲. ----- (۱۳۸۷ق)، *المبسوط فی فقه الإمامیه*، مصحح/محقق: سید محمد تقی کشفی، چاب سوم، تهران، المكتبة المرتضوية لإحياء الآثار الجعفرية.
۲۳. فیومی، احمد بن محمد مقری (بی تا)، *المصباح المنیر فی غریب الشرح الكبير للرافعی*، قم، منشورات دارالرضی.
۲۴. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران.
۲۵. قرشی، سید علی اکبر (۱۴۱۲ق)، *قاموس القرآن*، چاب ششم، تهران، انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۲۶. صافی گلپایگانی، لطف الله (۱۴۲۳ق)، *فقه الحج (للسافی)*، چاب دوم، قم، مؤسسه حضرت معصومه علیها السلام.
۲۷. لنکرانی، محمد فاضل موحدی (۱۴۱۶ق)، *القواعد الفقهية (للفاضل)*، قم، چاپخانه مهر.
۲۸. سیفی مازندرانی، علی اکبر (۱۴۲۵ق)، *مبانی الفقه النعال فی القواعد الفقهية الاساسية*، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۲۹. محمدی متکازینی، سید علی و حسینی هرنندی، سید محمد حسین (۱۳۹۱)، *سیره حمایت از تولیدات ملی در سیره عالمان دینی و نخبگان ملی*، قم، انتشارات مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما.
۳۰. محمدی، علی (۱۳۸۹)، *شرح اصول فقه*، چاب یازدهم، قم، انتشارات دارالفکر.
۳۱. مصطفوی، سید محمد کاظم (۱۴۲۳ق)، *فقه المعاملات*، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۳۲. ----- (۱۴۲۱ق)، *مأنة قاعده فقهیه*، چاب چهارم، قم، انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۳۳. مظفر، محمد رضا (۱۳۸۹)، *اصول فقه*، ترجمه محسن غرویان، چاب هفتم، قم، انتشارات دارالفکر.
۳۴. مفتخری مظاهری، علیرضا (۱۳۹۱)، *تولید ملی*، حمایت از کار و سرمایه ایرانی، تهران، بی جا.

۳۵. مکارم شیرازی و همکاران، ناصر (۱۳۸۵)، تفسیر نمونه، چاپ بیست و پنجم، تهران، انتشارات دارالکتب الاسلامیه.
۳۶. ----- (۱۴۲۷ق)، دائرة المعارف فقه مقارن، قم، انتشارات مدرسه امام علی بن ابی طالب (ع).  
 ۳۷. موسوی بجنوردی، سید محمد بن حسن (۱۴۰۱ق)، قواعد فقهیه، چاپ سوم، تهران، انتشارات عروج.
۳۸. موسوی بجنوردی، سید حسن بن آقا بزرگ (۱۴۱۹ق)، القواعد فقهیه، محقق / مصحح: مهدی مهریزی و محمد حسن درایتی، قم، انتشارات الهادی.
۳۹. موسوی خمینی، سید روح الله (رهبر انقلاب و بنیان گذار جمهوری اسلامی ایران)، ترجمه تحریر الوسيله، ترجمه علی اسلامی و محمد قاضی زاده، قم، انتشارات اسلامی (وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم).
۴۰. ----- (۱۳۷۸)، صحیفه امام، تهران، انتشارات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).  
 ۴۱. موسوی خویی، سید ابوالقاسم (۱۳۷۸)، محاضرات فی اصول فقه، تدوین: محمد اسحاق الفیاضی، قم، انتشارات مؤسسه النشر الاسلامی.
۴۲. مهریزی، مهدی (۱۳۷۵)، «روابط اقتصادی مسلمانان با کافران»، نشریه فقه و اصول فقه (کاوشی نو در فقه اسلامی)، ش ۷ و ۸، بهار و تابستان ۱۳۷۵.
۴۳. میرداداشی، سید مهدی (۱۳۸۳)، حدود ارتباط با کافران، قم، انتشارات مرکز پژوهش های صدا و سیما.

## عزت نفس و آثار تربیتی آن از دیدگاه قرآن و احادیث\*

□ محمد رضا نیلی<sup>۱</sup>

□ حسین نظری<sup>۲</sup>

□ ستاره موسوی<sup>۳</sup>

### چکیده

هدف از پژوهش حاضر ماهیت شناسی عزت نفس و آثار تربیتی آن از دیدگاه قرآن و احادیث بوده، که در این رابطه به بیان مفهوم عزت نفس و جایگاه آن، آثار فردی و اجتماعی عزت نفس از دیدگاه قرآن و احادیث پرداخته است. این پژوهش از نوع کاربردی می‌باشد که با توجه به ماهیت موضوع، روش مروری - تحلیلی بوده که از طریق بررسی اسناد و مدارک به گردآوری اطلاعات از کتابخانه‌ها، مراکز اسناد و مدارک علمی، مقاله‌ها و سایر پژوهش‌های انجام گرفته در این زمینه پرداخته است. روش تحقیق توصیفی - تحلیلی است. پس از تحلیل یافته‌های پژوهش، نتایج نشان می‌دهد که عزت نفس به معنای احساس ارزش مند بودن است که منجر به نفوذ ناپذیری انسان

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۰/۳ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۰۵.

۱. استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه اصفهان

۲. دانشجوی دکتری برنامه دینی دانشگاه اصفهان و مدرس دانشگاه فرهنگیان

۳. دانشجوی دکتری برنامه دینی دانشگاه اصفهان و مدرس دانشگاه پیام نور (نویسنده مسؤل)

شده و مانع از مغلوب شدن وی می‌گردد. احساس ارزش‌مندی، تن‌ندادن به ذلت و خواری، پرورش شخصیت مستحکم و موفق، تقویت اراده و خودباوری، آراستگی به کمالات اخلاقی و استقلال و خود اعتمادی، از آثار فردی عزت نفس و طاغوت ستیزی و ستم‌گریزی، هنجاریابی اخلاقی و تقویت هنجارهای اخلاقی از آثار اجتماعی عزت نفس از دیدگاه قرآن و احادیث می‌باشد.

واژگان کلیدی: عزت نفس، کرامت، انسان، قرآن، حدیث، آثار تربیتی.

### مقدمه

انسان سرور زمین و عهده‌دار نقش اول در قرآن است و همه موجودات که در زمین وجود دارند، برای او، و هرگونه تغییر و تبدیلی، به دست اوست. چنین برجستگی باعث می‌شود که انسان، گرمی‌تر و عزیزتر از همه اشیاء مادی باشد. بنابر این یکی از نیازهای اساسی انسان، احساس ارزش نسبت به خود است، که گاه با اصطلاحاتی همچون احترام به خود و «عزت نفس»<sup>۱</sup> از آن یاد می‌شود.

«عزت نفس در قرآن به عنوان یکی از صفات پسندیده انسان بیان و باعث فضیلت و برتری او بر سایر موجودات شده است (اسراء/۷۰)، ویژگی کرامت و عزت نفس، به جهت وجود عنصر ملکوتی و نفخه روح الهی در انسان (حجر/۲۹) وی را سزاوار جانشینی خدا در روی زمین کرده (بقره/۲۹) و توانایی تقرب به حق را به او داده است (انشقاق/۶)، کرامت در قرآن از آثار تقوا شمرده شده که موجب ترفیع و تکامل انسان می‌گردد (حجرات/۱۳) و مخصوص خداست (آل عمران/۲۶) که به انسان‌های مؤمن عطا می‌کند (منافقون/۸). عزت خواهی از خداوند (فاطر/۱۰)، پای‌بندی به قرآن کریم و دین مقدس اسلام (زمر/۱ و زخرف/۴۳ و ۴۴)، پیروی از رسول خدا ﷺ و اهل بیت علیهم السلام (قلم/۴)، پیوند با مؤمنان (منافقون/۸) و روزی حلال (فاطر/۳) از عوامل عزت نفس برای ما انسان‌ها می‌باشد» (نیک صفت، ۱۳۸۵، ص ۱۲۸).

به راستی حقیقت عزت چیست که تا این حد مورد توجه انسان است. عزت را کجا باید جستجو کرد و چه چیزی می‌تواند به انسان عزت دهد. اما حقیقت عزت

قدرتی است که در دل و جان انسان ظاهر می‌شود و او را از خضوع و تسلیم و سازش در برابر طاغیان و یاغیان باز می‌دارد و در برابر زر و زور نفوذ ناپذیر می‌کند، و این قدرت، با ایمان به خدا که منبع اصلی قدرت و عزت است به دست می‌آید (عادل‌پور، ۱۳۸۱).

عزت بخشی و عزت‌آفرینی از مهم‌ترین اهداف تربیتی پیامبران و اوصیای ایشان بوده است اگر آدمیان به عزت حقیقی دست یابند و از ذلت مجازی آزاد گردند، به تربیتی که منظور نظر پیامبران بوده است می‌رسند؛ تربیتی که آدمی را سربلند و استوار و شکست‌ناپذیر در برابر غیر خدا و ناچیز و ناتوان و خوار در برابر خدا می‌سازد. نقش عزت در تربیت، نقشی اساسی است؛ به نحوی که در صورت فقدان عزت، آدمی به هر پستی تن می‌دهد و به هر گناهی دست می‌زند؛ از این رو بهترین راه برای اصلاح فرد و جامعه، عزت بخشی و عزت‌آفرینی است (دلشاد تهرانی، ۱۳۸۳).

سبک زندگی سالم وسیله مناسبی برای کاهش حوادث و رویدادها و نیز تأثیر سلامتی بر بهبود، سازگاری و کنار آمدن با مشکلات زندگی و نیز بهبود کیفیت زندگی است (لیونز و لانگیل، ۲۰۰۰؛ به نقل از کاویانی، ۱۳۸۸). به عبارت دیگر، سبک زندگی سالم عبارت است از ارائه راه‌هایی که از طریق آن افراد می‌توانند زندگی‌شان را سالم‌تر و بهتر نمایند. برخی از این رفتارها و الگوها عبارتند از تغذیه مناسب و متعادل، فعالیت‌های جسمانی از قبیل ورزش منظم، استراحت و خواب کافی، داشتن روابط اجتماعی مناسب و استفاده از مهارت‌های مناسب جهت مقابله با استرس و مشکلات زندگی. دین مبین اسلام از قبل از تشکیل نطفه تا آخرین مراحل زندگی، دستورالعمل‌های روشن و قابل اجرا در زمینه‌های مختلف روانی دارد. از این رو می‌توان گفت که دین اسلام دارای سبک زندگی است. سبک زندگی اسلامی بر اساس هدف اهل بیت علیهم‌السلام باید متناسب با مقتضیات زمان تبیین شود و میزان اثر بخشی آن بر سلامت بررسی شود. در این

راستا تحقیق حاضر به عزت نفس به عنوان یک مؤلفه تسهیل کننده سبک زندگی می‌پردازد.

هدف از انجام این تحقیق، عزت نفس و آثار تربیتی آن از دیدگاه قرآن و احادیث است، که به بیان مفهوم عزت نفس و آثار فردی و اجتماعی عزت نفس از دیدگاه قرآن و احادیث می‌پردازد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی است که با توجه به ماهیت موضوع، روش مروری تحلیلی است. گردآوری اطلاعات از طریق بررسی اسناد و مدارک در کتابخانه‌ها و مراکز اسناد و مدارک علمی، مقاله‌ها و سایر تحقیق‌های انجام گرفته در این زمینه صورت گرفته است. تحقیق پیش رو در صدد پاسخ‌گویی به این سؤالات است که:

۱. عزت نفس در آیات و احادیث از چه جایگاهی برخوردار است؟
۲. آثار فردی عزت نفس از نظر قرآن و احادیث کدامند؟
۳. آثار اجتماعی عزت نفس از نظر قرآن و احادیث کدامند؟

## روش

پژوهش مورد نظر، از نوع کیفی است. یکی از ویژگی‌های عمده تحقیق کیفی این است که به بررسی یک مسأله به صورت عمیق پرداخته و با تعقل، استدلال، تفکر و منطق در مورد مسأله به تجزیه و تحلیل می‌پردازد. در این روش از داده‌های آماری استفاده نمی‌شود (پژوهش‌های کیفی یک رویکرد پژوهشی است که به منظور درک و تفسیر پدیده‌های انسانی و اجتماعی به کار می‌رود و برای رسیدن به درک عمیق از پدیده مورد نظر است). پژوهش مورد نظر سعی بر بیان روش‌های تبیین آثار تربیتی عزت نفس از دیدگاه قرآن و حدیث دارد و با یک رویکرد علمی به پژوهش نظر می‌افکند. یعنی تحلیل‌ها در چارچوب آموزه‌های دینی صورت می‌پذیرد.

بنابراین روش به کار برده شده روش توصیفی - تحلیلی خواهد بود. توصیفی از این جهت که در استخراج روش‌ها از روش استنباط استفاده می‌شود. استنباط



در تحقیقات به عنوان استخراج پایه‌های علمی در خصوص آثار تربیتی عزت نفس از دیدگاه قرآن و حدیث شناخته می‌شود. می‌توان این تعریف را با اندکی تغییر در مورد پژوهش‌های تربیتی به کار برد. استنباط در تحقیقات آموزشی به معنای استخراج الگو و راه کارهای عملی در زمینه موضوعات معین با استفاده از آرای نظریه پردازان در زمینه‌های مختلف فلسفی، سیاسی، اخلاقی و اجتماعی می‌باشد.

### مفهوم عزت نفس

عزت که همواره با صلابت و شکست‌ناپذیری متقارن است، عبارت است از حالتی که به انسان استواری و محکمی می‌بخشد تا مغلوب هیچ چیز و هیچ کس نگردد (راغب اصفهانی، ۱۳۶۳، ص ۳۳۳). به همین جهت، به زمین سختی که نفوذناپذیر است «ارضُ عزاز» می‌گویند، و به چیزی که وجودش کمیاب باشد «عزیزالوجود» می‌گویند و نیز به کسی که پر صلابت است و هرگز مقهور کسی نمی‌شود «عزیز» می‌گویند. در قرآن کریم نیز واژه «عزت» هم در معنای فوق به کار رفته است. پس صلابت، اصل در معنای عزت است، چیزی که هست از باب توسعه در استعمال، به کسی هم که قاهر است و مقهور نمی‌شود، «عزیز» گفته‌اند، مانند: ﴿قَالُوا يَا أَيُّهَا الْعَزِيزُ﴾ (یوسف/۸۸)، و همچنین در معنی غلبه استعمال کرده‌اند، مانند: ﴿وَعَزَّنِي فِي الْخِطَابِ﴾ (ص/۲۳)؛ در سخن گفتن بر من غلبه کرد، و در قَلت و صعوبت منال استعمال کرده‌اند، مانند: ﴿وَإِنَّ لِكِتَابٍ عَزِيزٍ﴾ (فصلت/۴۱) این کتاب به حقیقت همان صاحب عزت (و معجزه بزرگ) است. در مطلق صعوبت و سختی به کار برده‌اند، مانند: ﴿عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ﴾ (توبه/۱۲۸)؛ گران است بر او رنج شما. و عزت به معنای غیرت و حمیت نیز آمده، مانند آیه ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ كَفَرُوا فِي عِزَّةٍ وَشِقَاقٍ﴾ (ص/۲)؛ بلکه آنها که کافر شدند گرفتار غیرت و دشمنی هستند. و آیاتی دیگر از این قبیل می‌باشد

(طباطبایی، ۱۳۸۰، ج ۱۷، ص ۲۷).

عزت نفس و مناعت طبع، ترکیب‌کننده و تکامل‌تدریجی خودشناسی و خود واقعی به شمار می‌رود. به عبارت دیگر خودشناسی را می‌توان «روشنایی را در درون خود جستن» تعریف نمود. خود واقعی سرنوشت آدمی را شکل می‌دهد؛ یعنی تجسم عمیق درباره خودمان در تمام انتخاب‌هایی که می‌کنیم و تصمیمات مهمی که می‌گیریم اثر مستقیم دارد. لذا نوع زندگی مان را که برای خودمان به وجود می‌آوریم تشکیل می‌دهد. به هر میزان که عزت نفس آدمی بالا برود، به همان اندازه انسان تمایل پیدا می‌کند تا با دیگران با احترام رفتار کند، با مردم مهربانی کرده و نسبت به آنها حسن نیت به خرج دهد. چرا که عزت نفس پایه و اساس احترام به دیگران است و افزایش عزت نفس باعث می‌شود که انسان از وجود خودش لذت ببرد (براندن، ۱۳۸۹، صص ۲۴-۱۷).

عزت نفس مفهومی است که به ادراک فرد از ارزش شخصی و به تعبیر بهتر، «خود ارزش‌مندی» اشاره دارد. این ادراک، همان ارزش‌یابی عاطفی نسبت به خود است که به طور معمول براساس ویژگی‌های مثبت و منفی سنجیده می‌شود. برخی از روان‌شناسان گفته‌اند: «عزت نفس، چگونگی احساس ما درباره خودمان است و می‌توان گفت کلید رفتار فرد است» (کارسون و بنر، ۱۹۹۶).

واژه‌هایی چون علو نفس (بزرگ منشی)، شرافت نفس، نفاست نفس و کرامت نفس از مفاهیم نزدیک به عزت نفس در آرای علمای اخلاق و قرآن کریم می‌باشد.

### سرچشمه عزت

سرچشمه عزت، خدای تبارک و تعالی است و هر عزتی از او سرچشمه می‌گیرد و غیر آن همه ذلت محض است: ﴿وَلِلَّهِ الْعِزَّةُ وَلِرَسُولِهِ وَلِلْمُؤْمِنِينَ...﴾ (منافقون/۸)؛ و عزت مخصوص خدا و رسول او و مؤمنان است. عزت مخصوص

مؤمنان است، و اوست که باید عزیز باشد و عزت شایسته اوست و او شایسته عزت است. این یک نوع توجه دادن به نفس است (مطهری، ۱۳۷۹، ص ۲۱۱). لذا هر که عزت می‌خواهد باید از او طلب کند. و او است که به هر که بخواهد عزت می‌دهد و از هر که بخواهد سلب می‌کند. حضرت امیر علیه السلام خدای را چنین مدح می‌نماید: «الحمد لله الذي لبس العزّ والكبرياء، واختارهما لنفسه دون خلقه، وجعلهما حمىً و حرماً على غيره، واصطفاهما لجلاله، وجعل اللعنة على من نازعه فيهما من عباده...» (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، خطبه ۱۹۲، ص ۲۷۸)؛ ستایش خداوندی را سزا است که لباس عزت و بزرگی پوشید، و آن دو را برای خود انتخاب، و از دیگر پدیده‌ها بازداشت. آن دو را مرز میان خود و دیگران قرارداد، و آن دو را برای بزرگی و عظمت خویش برگزید و لعنت کرد آن کس را که در آرزوی عزت و بزرگی با خدا به ستیزه برخیزد. لذا هر صاحب عزتی، از عزت لایتناهی او است، و بی اذن او کسی عزیز نمی‌گردد. ناگفته نماند که مراد از عزت، ملک و سلطنت نیست تا کسی حکومت سلاطین و حاکمان را ببیند و بگوید پس چرا این عده عزت دارند در حالی که ارتباطی با مبدأ عزت نداشته‌اند. همین شبهه برای «مولی آل سام» پیش آمد و آن را به حضرت امام صادق علیه السلام عرضه داشت و گفت مگر نه این است که خداوند به بنی‌امیه ملک داده است با این که آیه می‌فرماید، مالک ملک خداوند است. حضرت در پاسخ فرمودند: این که تصور کرده‌اید درست نیست. خداوند به ما حکومت داد ولی بنی‌امیه این خلافت را از ما گرفتند، مثل این که کسی پیراهنی داشته باشد و دیگری بگیرد، این پیراهن ملک غاصب محسوب نمی‌شود (کلینی، ۱۳۶۷، ج ۸، ص ۲۶۶).

در حقیقت انسان آگاه، باید آب را از سرچشمه بگیرد، که آب زلال و فراوان آن جاست، نه از ظرف کوچک و مختصری که هم محدود است و هم آلوده، و در دست این و آن باشد. در حالات امام حسین علیه السلام می‌خوانیم در ساعات آخر عمرش، هنگامی که یکی از یاران، از او اندرز خواست، نصایح ارزنده‌ای برای

ایشان فرمودند: «و إذا أردت عزاً بلا عشيره و هيبه بلا سلطان فأخرج من ذلّ معصيه الله إلى عزّ طاعه الله» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۴۳، ص ۱۳۹)؛ هرگاه بخواهی، بدون داشتن قبیله، عزیز باشی، و بدون داشتن قدرت حکومت، هیبت داشته باشی، از سایه ذلت معصیت خدا، بدر آی و در پناه عزت اطاعت او قرار گیر.

### آثار عزت نفس در حوزه فردی

شجره تربیت وقتی به تربیت دینی مبدل می‌گردد شجره طیبه‌ای است که ثمرات آن با تبلور در اعمال فرد تربیت شده، او را به سوی تحقق حیات طیبه و در نهایت قرب و رضوان الهی سوق می‌دهد. مهم‌ترین ثمرات تربیت دینی عبارتند از: حفظ حدود الهی، توکل، تسلیم و رضا، عبادت و عزت نفس (نوروزی و بدیعیان، ۱۳۸۸، ص ۲۳۵). عزت یا همان عزت نفس یکی از مهم‌ترین ثمرات تربیت دینی است. ثمره تربیت دینی پرورش انسانی است که حرمت، شرافت و شخصیت برای خود قایل است و بزرگواری خود را در همه حال حفظ می‌کند یکی از اهداف مهم تربیت این است که انسان به گونه‌ای تربیت شود که اعتلای روحی بیابد و خود را از پستی و فرومایگی رها سازد و حرمت، شرافت و شخصیت برای خود قایل شود و بزرگواری خود را در همه حال حفظ نماید (جوادی آملی، ۱۳۶۹، صص ۲۱-۲۳). حاصل این نوع تربیت، انسان با صلابتی است که سختی و راحتی و شکست و پیروزی او را به سستی و تباهی نخواهد کشاند و هرگز تن به خواری و زبونی نخواهد داد. این عزت و اقتدار که منشأ الهی دارد، ارمغان خداوند است به دوستانش: ﴿مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعاً...﴾ (فاطر/۱۰)؛ هر کس سربلندی و عزت می‌خواهد، سربلندی و عزت یکسره از آن خدا است. یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر در سلامت روان، عزت نفس است. خودباوری و عزت نفس بالا هموارکننده مسیر زندگی آدمی در سختی‌ها و مصائب است. یکی از پیامدهای مهم عزت نفس آرامش روان است. این آرامش روان خود

کنترلی را در انسان افزایش می‌دهد و نتیجه افزایش خود کنترلی مواجهه عاقلانه و کارآمد با شرایط موجود است. انسانی که از عزت نفس بالایی برخوردار است، نه تنها تسلیم شرایط سخت و ناگوار نمی‌شود، بلکه از شرایط موجود بیش‌ترین بهره‌برداری را می‌کند (میرشاه جعفری و تقوی نسب، ۱۳۸۷). با توجه به تحقیقات انجام گرفته، جامعه‌ای که افراد آن از احساس خود ارزش‌مندی برخوردار باشند در مقابل انواع مشکلات و مسائل زندگی، فشارهای روانی، مقاوم و پایدارتر خواهند بود. برخورداری از احساس خود ارزش‌مندی و عزت نفس به مثابه یک سرمایه و ارزش حیاتی محسوب شده و از جمله عوامل عمده در شکوفایی استعدادها و خلاقیت است (برانندن<sup>۳</sup>، ۱۹۹۰). فردی که از عزت نفس بالاتری برخوردار است، در برابر انواع مشکلات و مسائل زندگی، تنیدگی‌های روانشناختی، تهدیدها و حوادث ناگوار طبیعی و بیماری‌های روان شناختی، مقاوم‌تر و پایدارتر خواهد بود و این امر شکوفایی استعدادهای نهفته، خلاقیت و پیشرفت‌های فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی وی را به دنبال خواهد داشت (صادقی و شاکری، ۱۳۸۷، ص ۲۱).

عزت نفس بیش‌تر از هر جای دیگر، خود را در حوزه روابط بین فردی نشان می‌دهد. بنابراین، گام نهادن در سیر ارتباط مؤثر با دیگران، به بهبود عزت نفس می‌انجامد. عزت در حوزه فردی، آثار و پیامدهایی دارد که به اجمال به اهم آنها اشاره می‌شود:

### ۱. احساس ارزش‌مندی

با برآورده شدن نیاز انسان به عزت نفس، انسان احساس لیاقت، توان‌مندی کارآمدی و ارزش‌مندی خواهد داشت و بدین سان، به احساس خوبی دست می‌یابد. این حس که در معنای عزت نفس پنهان است، بیان‌گر این است که برای خود ارزش قائل باشد، تن به ذلت و خواری نمی‌دهد. آنچه که مورد تأیید کلام حضرت علی<sup>علیه السلام</sup> نیز می‌باشد که می‌فرمایند: «أكرم نفسك عن كل دنيه و إن

سافتک اَلی رغبه فانک لن تتعاض بما تبدل من نفسک عوضاً» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۷۴، ص ۲۲۸).

از نظر اسلامی مادر همه احساس های اخلاقی انسان، احساس کرامت و شرف و عزت و قدرت و عظمت در درون خود و در خود واقعی خویش است، که آن هم عزت و شرف و کرامت و قدرت و عظمت واقعی و خود واقعی انسان همان ﴿فَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي﴾ (حجر/۲۹) است که خدای متعال در قرآن بیان کرده است. انسان های کامل اسلام از نظر اخلاق، یعنی انسان هایی که خود را بهتر از دیگران شناخته اند، شرف و کرامت را در ذات خودشان بیشتر از دیگران احساس کرده اند (مطهری، ۱۳۷۲، ص ۱۹۰).

## ۲. تن ندادن به ذلت و خواری

یکی از مهم ترین آثار کسب عزت نفس، پرهیز افراد عزت مند از انجام دادن کارهایی که در دین اسلام ممنوع شناخته شده اند و گناه نام دارند می باشد. در واقع، گناهان به وجود ما صدمه می زنند؛ اما چون به آنها عادت کرده ایم، دیگر صدمه های وارد به روح احساس نمی شوند. داشتن چنین روحیه ای سبب می شود که فرد عزت نفس خویش را در هر موقعیتی حفظ کند و در نتیجه، ارتکاب به گناه در فرد کم تر شود. با احساس بیزاری از گناه می توان واقعیت و ماهیت گناه را درک نمود و با ایجاد محیطی دور از زشتی ها به بالا بردن سلامت روان کمک کرد (میرشاه جعفری و تقوی نسب، ۱۳۸۷، ص ۸۸). خداوند در قرآن می فرماید: ﴿وَالَّذِينَ كَسَبُوا السَّيِّئَاتِ جِزَاءً سَيِّئَةٍ بِمِثْلِهَا وَتَرْهَقُهُمْ ذُلٌّ مَّا لَهُم مِّنَ اللَّهِ مِنْ عَاصِمٍ كَأَنَّمَا أُغْشِيَتْ وُجُوهُهُمْ قِطْعًا مِّنَ اللَّيْلِ مَظْلَمًا أُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ﴾ (یونس/۲۷)؛ و کسانی که مرتکب بدی ها (گناهان) شده اند بدانند که جزای هر بدی مانند آن است و خواری، آنان را فرو می گیرد. در مقابل خدا، هیچ حمایت گری برای ایشان نیست. گویی چهره هایشان با پاره ای از شب تار

پوشیده شده است. آنان همدم آتشدن، که در آن جاودانه خواهند بود. براساس این آیه انجام دادن کارهای گناه خود ایجاد کننده ذلت و خواری در انسان است در حالی که براساس این حدیث نبوی در اصل عزت با ذلت قابل جمع نیست «لا ذلّت منذ عزّت» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۷۴، ص ۲۲۸). بنابراین شخص عزیز، از کارهای ممنوع پرهیز می کند و به انجام کارهایی که مورد تأیید حق تعالی است می پردازد.

استاد مطهری رحمته الله علیه در این زمینه می گوید، پیغمبر فرمودند: «أطلبوا الحوائج بعزّه الأنفس»؛ بشر، به بشر حاجت پیدا می کند و فرمودند: «اگر حاجتی دارید هیچ وقت پیش کسی، با ذلت حاجت نخواهید با عزت نفس بخواهید». یعنی عزت نفس خودتان را لکه دار نکنید. نگویید از نظر جهاد نفس و مبارزه با هواهای نفسانی بهتر است که به شکل یک گدا از کسی چیزی بخواهیم، نه، اسلام اجازه نمی دهد. بلکه اگر حاجتی پیش کسی داری، با عزت نفس حاجت خود را از او بخواه و بگیر (مطهری، ۱۳۹۰، ص ۲۰۷).

### ۳. پرورش شخصیت مستحکم و موفق

شکست ناپذیری و صلابت، هم نیازمند برخورداری از اقتدار روحی است که بایستی یک جامعه از اقتدار روحی شکست ناپذیری برخوردار باشد و هم این که جامعه از اقتدار سیاسی برخوردار باشد، اقتدار سیاسی در این راستا بهترین پشتوانه برخورداری جامعه از عزت می باشد. یعنی اگر اقتداری برای جامعه ای به دست آمد، باید آن اقتدار زمینه ساز شکست ناپذیری و تسلیم ناپذیری باشد و در نتیجه استحکام و صلابت و قاطعیت را به ارمغان آورد. در تحلیلی دیگر، اقتدار اجتماعی و سیاسی، سبب حفظ کرامت ها و ارجمندی ها هم می شود (نوایی، ۱۳۸۱، ص ۱۸۵). در قرآن کریم داستان های مختلفی از انبیا آمده، مانند: داستان حضرت یوسف علیه السلام که برادرانش با انداختن او در چاه می خواستند تا از عزت او بکاهند، اما خداوند او را به اوج عزت رساند و عزیز مصر گرداند. یا داستان

حضرت موسیٰ علیه السلام که حاضر نشد در برابر فرعونیان، سکوت کند و بنی اسرائیل را از حضيض ذلت به اوج عزت آورد و مثال‌های مختلف دیگر بیان‌گر این است که عزت‌طلبی از میراث انبیاست و آنها با تکیه بر عزت الهی تبدیل به شخصیتی مستحکم شدند که همواره پیروز و سربلند بودند ﴿و لا تهنوا و لا تحزنوا و أنتم الأعلون إن كنتم مؤمنین﴾ (آل عمران/۱۳۹)؛ و اگر مؤمن هستید، سستی نکنید و غمگین نشوید، که شما برترید. با پرورش عزت قرآنی که با ایمان به خدا ارزش‌های والای خدادادی به دست می‌آید، سبب می‌شود که انسان از کسی ترس نداشته باشد. سست نشود و خود را برتر ببیند. این روحیه، عامل مهمی برای موفقیت و پیشرفت در کارهاست.

#### ۴. تقویت اراده و خودباوری

از مهم‌ترین پیامدهای عزت نفس، داشتن اراده آهنین و قوی است که در انجام هیچ کاری احساس درماندگی و شکست نمی‌شود، اما «شخصی که به خودش شک می‌کند، مثل مردی است که دشمنانش را صف‌آرایی نموده، علیه خودش وارد جنگ می‌کند. شکست چنین شخصی، قطعی است؛ زیرا خود معتقد به شکست خویش است» (صدرالسادات و شمس اسفندآباد، ۱۳۸۰، ص ۱۳۲). شخص کریم‌النفس با خودباوری و نهراسیدن از شکست، بر خود و مشکلات غلبه می‌کند و به همین جهت، مخالفت با شهوات حیوانی برایش آسان است (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۸، حکمت ۴۴۱). مشکل ما آدمیان، بر زمین ماندن کارهای ضروری، سرنوشت‌ساز و سخت است که ناشی از نبود همت بلند و غیرت و مردانگی است و این ناشی از عدم عزت نفس کافی است. به هر مقدار که نفس، عزیز و ارجمند باشد، اراده و انگیزه‌اش نیز قوی می‌شود و از انجام کارهای دشوار، اما مفید و انسانی، ابایی ندارد. روح بلند و عزت‌مند، جسم را به دنبال خود می‌کشد و نمی‌گذارد به خور و خواب و کم‌کاری عادت کند.



## ۵. آراستگی به کمالات اخلاقی

رسول اکرم صلی الله علیه و آله عزت دنیا و آخرت را پاداش عفو و گذشت می‌داند: «من عفی عن مظلمه أبدله الله بها عزاً فی الدنيا و الآخرة» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۶۹، ص ۳۸۲)؛ کسی که از ظلمی گذشت کند خدا به جای آن عزت دنیا و آخرت به او می‌دهد. حضرت علی علیه السلام انصاف با مردم را سبب عزت می‌داند «الا انه من ینصف الناس من نفسه لم یزده الله الا عزاً» (کلینی، ۱۳۷۵، ج ۲، ص ۱۴۴)؛ آگاه باشید! هر کس با مردم به انصاف رفتار کند خداوند جز بر عزتش نمی‌افزاید. انسان به همان اندازه که در پی عزت است با ذلت نیز باید ستیز کند.

حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «المنیه و الا الدنیه!» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۷۸، ص ۸۴)؛ مرگ آری، ولی پستی هرگز!

امام حسین علیه السلام همه مشکلات و ناجوانمردی‌های حکومت اموی را تحمل کرد، اما تن به مرگ سرخ داد، و سر به نیزه سپرد، ولی با سرافرازی فریاد برآورد: «و الله لا اعطیکم بیدی اعطاء الذلیل و لا افرّ فرار العبید» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۴۴، ص ۱۹۱)؛ به خدا سوگند ذلیلانه دست بیعت به شما نخواهم داد و چون بردگان از برابرتان فرار نخواهم کرد.

## ۶. استقلال و خوداعتمادی

روحیه استقلال و خوداتکایی ناشی از کرامت و عزت نفس، از آثار این خصلت ارجمند است و در آموزه‌های دینی، همواره مورد تأکید قرار گرفته است. امام صادق علیه السلام فرمود: «عز المؤمن استغناءه عن الناس»؛ عزت مؤمن در بی‌نیازی او از مردم است. در زندگی اجتماعی، مردم با کارهای مختلف براساس سلیقه‌ها و تخصص‌ها، نیازهای یکدیگر را برطرف می‌کنند. عار از کار و انتظار این که دیگران به جای او کارها را سامان دهند، مشمول عکس این فرمایش است که همان ذلت و طمع‌ورزی است. ایشان در جای دیگر فرموده‌اند: «شیعه ما از مردم

چیزی تقاضا نمی‌کند، گرچه از گرسنگی بمیرد» (مجلسی، ۱۳۸۸، ج ۹۶، ص ۱۵۸).

### آثار عزت نفس در حوزه اجتماعی

جامعه‌ای که افراد آن از احساس ارزش مندی و عزت نفس بالا برخوردار باشند، در مقابل انواع مشکلات و مسائل زندگی، فشارهای روانی، تهدیدها و حوادث ناگوار طبیعی مثل زلزله، سیل و...، و بیماری‌های روانی مثل اضطراب، افسردگی و... مقاوم و پایدار خواهد بود که این امر شکوفایی استعدادها و نهفته، خلاقیت و پیشرفت‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و... را به دنبال خواهد داشت (بیابان‌گرد، ۱۳۸۲، ص ۱۵). اگر در قرآن کریم، تمسخر و تحقیر دیگران، فحش و ناسزاگویی، منت گذاشتن و امثال آن ممنوع اعلام شده است، همه برای آن است که عزت و کرامت انسان‌ها در هم نشکند و این که براساس آداب اسلامی انسان مسلمان حق ندارد نقاط ضعف، عیوب و گناهان خود را نزد کسی افشا و اظهار نماید، به خاطر حفظ عزت نفس است. اگر قرآن می‌فرماید عزت خواستن از غیر خدا ممنوع است ﴿أَيُّتَعُونَ عِنْدَهُمُ الْعِزَّةَ﴾ و نیز تعریف و تمجید ستم‌گران، از گناهان کبیره شمرده شده است، به خاطر این است که افراد ناشایست عزیز نشوند و افراد شایسته دلیل نگردند. در بینش اسلامی ریشه همه زشتی‌ها، ستم‌گری‌ها، تبهکاری‌ها و گناهان «ذلت نفس» معرفی شده و بهترین راه اصلاح این امور نیز عزت بخشی به جامعه اسلامی و عزت آفرینی در افراد جامعه است (ابراهیمیان، ۱۳۸۱، ص ۱۷۱).

توجه به کرامت انسانی کارکردها و اثرات بسیار مطلوبی در فرایند زندگی اجتماعی و سیاسی انسان و سایر ابعاد زندگی او دارد که یکی از مهم‌ترین آنها، توجه به حقوق و وظایف شهروندی است؛ مقوله‌ای که امروزه، اکثر نظام‌های سیاسی اجتماعی از آن به عنوان یک شعار راهبردی استفاده می‌کنند. بنابراین، با

التفات به نکات فوق، توجه به کرامت انسانی یکی از مبانی مهم انسان‌شناختی و ارزش‌شناختی اسلام دربارهٔ انسان، یکی از ضروریات کنونی جامعهٔ ما بوده و بر همین اساس لازم است که در تربیت اسلامی و بالاخص تربیت و حقوق شهروندی مورد توجه عمیق و جامع واقع شود (بهرامی و کاظمی، ۱۳۸۹).

عزت در حوزهٔ اجتماعی آثار و پیامدهایی دارد که به اجمال به اهم آنها اشاره می‌شود:

### ۱. طاغوت‌ستیزی و ستم‌گریزی

اگر این خصلت ارزش‌مند، جز آزادگی و عدم قبول سلطهٔ طاغوت‌ها اثری نداشت، برای فضیلت و عظمت آن کافی بود. چنان‌که پیش‌تر گذشت، این خوی بزرگ، انسان را بلندهمت بار آورده و ثبات، پایداری و تحمل سختی‌ها و ناملایمات در راه اهداف متعالی را به صاحب آن ارزانی می‌دارد و او را همچون کوه در برابر تندبادهای ویران‌گر، مقاوم می‌سازد و در اثر این بلندی همت، به شیاطین درون و برون، پشت پا می‌زند. توصیه قرآن به مؤمنان این است که بر خدا توکل کنند، تنها ولایت او را بپذیرند و از غیر خدا هراسی به خود راه ندهند، قرآن کریم برای مؤمنی که سلطهٔ بیگانه را بپذیرد، کرامت و شخصیتی قائل نیست ﴿لَا يَتَّخِذُ الْمُؤْمِنُونَ الْكَافِرِينَ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِ الْمُؤْمِنِينَ وَمَنْ يَفْعَلْ ذَلِكَ فَلَيْسَ مِنَ اللَّهِ فِي شَيْءٍ إِلَّا أَنْ تَتَّقُوا مِنْهُمْ تُقَاةً وَيَحْذَرُ كَمَا اللَّهُ نَفْسَهُ وَإِلَى اللَّهِ الْمَصِيرُ﴾ (آل عمران/۲۸)؛ طاغوت‌ها با بزرگ‌نمایی مشکلات و راه‌گشایی خود، می‌خواهند مؤمنان از ولایت الهی سر باز زنند. سلطه‌پذیری، از آثار حقارت نفس است. تاریخ، پیوسته گواهی می‌دهد که ستم‌گران و استثمارگران، تنها از طریق افراد درمانده که گرفتار کم‌شخصیتی و عقدهٔ حقارت بوده‌اند، بر مردمان، کشورها و امت‌ها سلطه می‌یابند. آنها از میان مردمان حقیرالنفس و تحقیر شده که آمادگی انجام جنایتی دارند، سربازگیری می‌کنند، اما به هیچ قیمتی نمی‌توانند افراد عزت‌مند را تحت سلطهٔ خویش در آورند؛ ولو به قیمت جان آنان

تمام شود (تمیمی آمدی، ۱۳۸۳، ص ۱۱۷).

## ۲. هنجاریابی اخلاقی و تقویت هنجارهای اخلاقی

اسلام، محور و پایه همه تعلیمات اخلاقی خود را بر عزت و کرامت نفس نهاده و در آموزه‌های دینی، روی هیچ موضوعی به این اندازه تکیه نکرده است (مطهری، ۱۳۷۲، ص ۱۶۸). در این راستا اسلام هر چیزی را که زمینه‌ساز ذلت باشد؛ از جمله تقاضا و درخواست از اشخاص یا کم‌ترین رابطه‌ای با خوار شدن انسان داشته باشد، نهی کرده است.

رابطه بین عزت نفس و هنجارهای اخلاقی، رابطه داد و ستدی و تعامل مثبت و سازنده است. انسان عزت‌مند، هنجارهای اخلاقی را رعایت می‌کند و رعایت هنجارهای اخلاقی به تقویت و پایدار شدن عزت می‌انجامد. اساس و محور اخلاق در اسلام بر عزت و تکریم نفس و تطهیر آن از هرگونه آلودگی قرار داده شده است. تهذیب نفس، آزادسازی آن از بند شهوات و مبارزه با امیال حیوانی، در اسلام، جهاد اکبر نام گرفته؛ زیرا موفقیت در این میدان، وی را کریم‌النفس می‌سازد و به سادگی دچار آلودگی نمی‌شود. کسی که برای نفس خود ارزشی قائل نیست، هوای نفس او رها شده و میدان‌دار است، و در واقع، برده و اسیر خواسته‌های نفسانی می‌شود. منظور از این نفس، همان خود حیوانی است که در واقع، ناخود است. روح انسان، میدان مبارزه دائمی میان خود اصلی و ناخود (امیال حیوانی) است. هر جا عقل حاکم نباشد و میل‌های حیوانی پیروز گردند، روی عقل و فطرت انسانی پوشیده شده و شهوات، یکه‌تاز میدان روح او می‌شود و از عزت و ارجمندی، اثری نمی‌ماند. در این صورت، خود اصلی انسان، مغلوب و فراموش و به تعبیری، «گم» شده است و باید آن را پیدا کرد: ﴿قُلْ إِنَّ الْخَاسِرِينَ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ...﴾ (زمر/۱۵). امام علی علیه السلام درباره لزوم خودیابی فرموده‌اند: «عجبت لمن ینشد ضالته و قد أضلّ نفسه فلا یطلبها» (تمیمی آمدی، ۱۳۸۳، ص ۵۴). در این گم‌گشتگی، نهایت حیرت، بی‌هویتی و حقارت نهفته

است. لذا در نظام اخلاقی اسلام، تسلط بر نفس و مهار آن از آغازین روزهای حیات توصیه شده است، تا از ابتدا خود را گم نکند و بر فرض که غفلت کرد، آن را ادامه ندهد و به خود آید و مردانه در ترمیم و جبران مافات برآید (امام خمینی رحمته الله علیه، ۱۳۶۸، ص ۵). امام علی علیه السلام می فرماید: «غالبا أنفسکم علی ترک المعاصی تسهل علیکم مقادتها إلى الطاعات» (تمیمی آمدی، ۱۳۸۳، ص ۶۷۷)؛ با ترک گناهان، بر نفس سرکش خود غلبه کنید تا عنانش را در دست گیرید و به آسانی به راه اطاعت بکشانید.

عزت نفس، با پستی، ناپاکی اخلاقی و آلودگی به گناهان، ناسازگار است. عزت نفس و شرافت، نیرویی است که خود به خود، مردم را به راه وظیفه شناسی و تعهد اخلاقی سوق داده، از اعمال خلاف اخلاق بازمی دارد. امام علی علیه السلام می فرمایند: «من کرمت علیه نفسه لم یهنها بالمعصیه» (تمیمی آمدی، ۱۳۸۳، ص ۶۷۷)؛ کسی که نفشش را گرامی می دارد، آن را با معصیت خوار و پست نمی کند.

### ۳. حاکمیت ارزش های اسلامی

یکی از عوامل مؤثر و مهم در ایجاد عزت و تقویت آن، حاکم شدن ارزش های اسلامی در همه زمینه ها و در زندگی فردی و اجتماعی است. این ارزش ها در یک تعبیر کلی، همان فرامین الهی و خواسته هایی است که مکتب اسلام، مردم را به رعایت آن الزام کرده است؛ از قبیل تحقق کامل عدالت، امنیت، اصلاح امور فرهنگی و اجتماعی، آبادانی و عمران، ارتقای سطح فکر و اندیشه، پرهیز از غفلت، نفاق، تملق و رفتارهای تحقیر آمیز (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، حکمت ۳۷)، بها دادن به انسان به عنوان خلیفه خدا، تساوی در برابر قانون (نهج البلاغه، ۱۳۸۸، نامه ۵۳)، دوری از ظلم و تبعیض و هرگونه فساد، امر به معروف و نهی از منکر و رعایت اصل اهلیت و شایستگی در تصدی امور، اجرای دقیق قوانین و... با حاکم شدن این گونه ارزش ها، امت اسلامی، عزت مند گشته و زیر بار هیچ ذلتی

نخواهد رفت. اما به طور قطع چنین حاکمیت فراگیری از ارزش‌ها بدون وجود حکومت دینی که خود نیز از جمله ارزش‌هاست، امکان‌پذیر نیست. علت این که اسلام، علاوه بر عرضه ارزش‌ها و قوانین عزت‌آفرین، بر روی مجری قانون و تحقق آن آرمان‌ها تأکید دارد، همین است که ارزش‌های دینی چون با اجتماع سر و کار دارد و جامعه بدون رهبری ره به جایی نمی‌برد، نیاز به حکومتی آگاه و قوی (و مقتدر) دارد. حکومت دینی بر اساس شرافت و کرامت انسان‌ها بنا شده و تعلیم و تربیت و تکامل فرهنگی و معنوی و پیشرفت، سرلوحه کار آن است. در حکومت غیر دینی، ممکن است برخی افراد با همت بلند، کرامت و عزت خود را حفظ کنند، اما اکثریت جامعه، تابع برنامه‌های حاکمان هستند که نه از عزت آگاهند و نه ارزش‌های دینی. از این رو، تحکیم همه‌جانبه و عزت‌آور ارزش‌های دینی، نیازمند حکومت آگاه و مقتدر دینی است (نهج‌البلاغه، ۱۳۸۸، خطبه ۴۰) بهای رسیدن به «حق و عزت» سنگین است و پرداختن این هزینه نیز هر اندازه که بزرگ باشد، بر جامعه اسلامی واجب و لازم تلقی می‌گردد و البته رهبران و الگوها در این ایستادگی و پرداخت هزینه حق خواهی‌شان سرآمد دیگرانند (نبوی، ۱۳۷۶، ص ۴۵). این که قرآن کریم از ولایت دشمنان خدا (ممتحنه/۱)؛ دوستی غیر مؤمنان (آل عمران/۱۱۸) و ولایت‌پذیری کفار (نساء/۱۳۹؛ مائده/۵۱)؛ برائت/۲۳ و ممتحنه/۹) و منافقان به شدت نهی می‌فرماید، برای این است که در چنان ولایت‌هایی، چون ارزش‌ها حاکم نیست، عزتی وجود ندارد. پس عزت در سایه تحکیم ارزش‌ها حاصل می‌شود و حاکمیت ارزش‌ها بدون حکومت دینی، قابل پیاده‌سازی و اجرا نمی‌باشد.

### عزت نفس و سبک زندگی اسلامی

هر کس دارای سبکی در زندگی است که شامل برنامه غذایی، تغذیه، خواب، روابط اجتماعی، تفریح، ورزش، کار و مسائل اقتصادی می‌شود. سبک زندگی ممکن است جبری باشد یا اختیاری، سنتی باشد یا مدرن و انسان عاقل و بالغ

می‌تواند سبک زندگی خود را انتخاب کند یا آن را اصلاح کرده و در آن تجدید نظر نماید. بسیاری از افراد به یک سبک زندگی عادت می‌کنند و تمایلی برای تغییر آن نشان نمی‌دهند. سبک زندگی می‌تواند سازنده یا تخریبی باشد، سالم یا ناسالم باشد. سبک زندگی، سلامت افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهد. با اصلاح سبک زندگی می‌توان سلامت افراد را تأمین کرد. اصلاح سبک زندگی، می‌تواند منجر به بهبودی در بیماران جسمی و روانی شود.

دین اسلام به عنوان آخرین و کامل‌ترین راه رستگاری بشریت، برنامه‌ای جامع برای زندگی آدمی ارائه می‌کند. مصداق بارز این برنامه در رفتار، گفتار و سیره اهل بیت علیهم‌السلام تبلور یافته است. می‌طلبد که در راستای عملی شدن و آموزش این سیره و سبک، به مطالعه و عینی‌سازی آن براساس اقتضات زندگی انسان امروزی پرداخته شود.

عزت به معنای «توانایی» و مقابل ذلت است. شیء کمیاب را از آن جهت عزیز و عزیزالوجود گویند که در حالت توانایی قرار گرفته و رسیدن به آن سخت است. تعزیز هم به معنای «تقویت» است. در سوره یس آیه ۱۴ می‌فرماید: «با فرستادهٔ سوم آنها را تقویت کردیم». عزیز از اسماء حسنی خداوند است و به معنی توانا و قادر.

به عبارت دیگر، فرد عزیز، فرد توانائی است که مغلوب نمی‌شود و به قولی کسی است که چیزی بر او ممتنع نیست. عزیز گاهی به معنی «دشوار و سخت» آمده است. مثلاً در آیه ۲۰ از سوره ابراهیم علیه‌السلام می‌فرماید: «آن بر خداوند، عزیز و مشکل نیست» و یا در مورد پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم در آیه ۱۲۸ از سوره توبه می‌فرماید: «عزیز و سخت است بر پیامبر که شما رنج بکشید». عزیز به معنی «گرامی و محترم» نیز آمده است؛ چنان که در آیه ۹۱ از سوره هود آمده: «و تونزد ما گرامی و محترم نیستی». عزیز به معنی «حکمران و شخص قدرت‌مند» نیز استعمال شده مانند آیه ۳۰ سوره یوسف در مورد همسر عزیز یا حکمران مصر (قاموس

قرآن، ج ۴، ص ۳۳۸-۳۴۱).

در بیان ارزش و اهمیت عزت نفس در راستای تحقق سبک زندگی اسلامی همین یک بیان امام عزیز علی علیه السلام کفایت می‌کند که فرمود: «ساعة ذل لا تنفی بعز الدهر» (غرر و درر، ج ۴، ش ۵۵۸۰، ص ۱۳۳)؛ یک ساعت ذلت هرگز نمی‌تواند با عمری عزت جبران شود. کنایه از این که مسلمان و مؤمن نباید حتی یک لحظه به خود اجازه دهد تا ذلیل و خوار و حقیر شود. شایسته است یک‌بار دیگر در مفهوم و معنای عمیق عبارت فوق امیر مؤمنان و افتخار بشریت امام علی علیه السلام دقت کنیم تا ارزش و جایگاه عزت نفس برای فرد تربیت شده مسلمان از نظر نظام تربیتی اسلام روشن شود.

بنابراین، یکی از عواملی که اغلب بر تلاش و بصیرت تأثیر دارد، عزت نفس است که با فرد در ارتباط است. عزت نفس درجه‌ای از باور و اعتقاد افراد است که آنان می‌توانند نیازهایشان را به وسیله سهم شدن در نقش‌های درون جامعه برآورده سازند. این مسأله به ارزش خود ادراک شده افراد در مورد خودشان به عنوان انسانی که در آن عمل می‌کنند، اشاره دارد. نظریه کورمن، عزت نفس را نه به وسیله تجارب فردی، بلکه به عنوان یک تعیین کننده کلیدی در انگیزش، نگرش و رفتار بیان می‌دارد. عزت نفس به نظر می‌رسد که پاسخ‌های مشابه و مثبتی را به فرد القا می‌کند. این مسأله می‌تواند به جوامع اسلامی در بهبود بخشیدن اعمال کمک نماید (پیرس و همکاران، ۱۹۹۳).

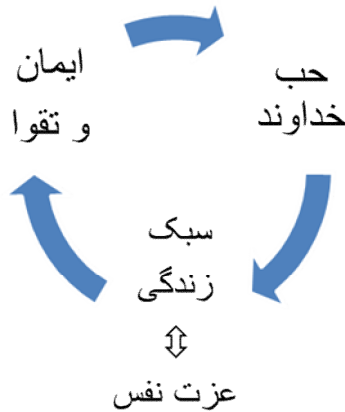
همان طور که در مباحث فوق ذکر شد، بر مبنای آیات و روایات عزت نفس زمینه‌ساز احساس ارزش مندی (خودپنداره مثبت در گام‌های زندگی در تقابل با سختی‌ها و وسوسه شیطان)، تن ندادن به ذلت و خواری (حفظ اقتدار و پرورش منش دینی)، پرورش شخصیت مستحکم و موفق (پشتکار با الگوگیری از ائمه علیهم السلام و رهبران اسلامی)، تقویت اراده و خودباوری (ایمان)، آراستگی به کمالات اخلاقی (نمود رفتاری ارزش‌های فرهنگی و دینی در زندگی)، استقلال



(خودتکایی با تکیه بر خدا و ائمه)، ستم‌گریزی (پیکار و جهاد)، هنجاریابی اخلاقی (امر به معروف و نهی از منکر)، تسلط ارزش‌های اسلامی (شهر اسلامی، زندگی اسلامی و سبک زندگی اسلامی) می‌باشد.

آثار اجتماعی و فردی عزت نفس مبنایها و مؤلفه‌های شکل‌دهنده سبک زندگی اسلامی می‌باشد. در واقع زمانی که انسان با دید دینی و بینش اسلامی در زندگی گام بردارد و به صورت قلبی و عملی تجلی‌گر این ارزش‌های ظلم‌ستیز و تعالی‌بخش باشد، سبک زندگی اسلامی را تسهیل می‌بخشد و در کل بین سبک زندگی اسلامی و عزت نفس بر معنای آموزه‌های اسلامی ارتباطی متقابل می‌باشد، هم ارتقای عزت نفس انسان با تکیه بر ارزش‌های اسلامی منجر به تسهیل سبک زندگی اسلامی می‌شود و هم سبک زندگی متکی بر بار و ایمان و عمل به آموزه‌های دینی، اقتدار خود‌پنداره افراد را بالا می‌برد.

چه چیزی بیشتر از اعتقادات و باورهای دینی، مبنایهای شکل‌دهنده سبک زندگی اسلامی می‌توانند به ما اعتماد به خود، استقلال و عزت نفس ببخشند و این موضوع در جامعه امروز به مراتب بیشتر اهمیت می‌یابد؛ زیرا در سراسر یک جامعه اسلامی در راستای تحقق آمال سبک زندگی اسلامی تهدیدهای داخلی و خارجی وجود دارد. بنابراین بر مریبان، والدین و مؤسسه‌های فرهنگی و آموزشی لازم می‌باشد که در مرتبه اول با روش‌های مناسب و معتدل مبنای دین اسلام و پیامدهای مثبت این اعتقادات را در زندگی به صورت لمسی و عینی تبیین و آموزش داده تا زمینه سبک زندگی اسلامی در سراسر جامعه فراهم شود.



لازم به ذکر است با توجه به روابط فوق این گونه برداشت می‌شود که عشق و محبت خداوند، ایمان و تقوا، مکانیسم‌های کلیدی تحقق عزت نفس و سبک زندگی می‌باشد و سبک زندگی و عزت نفس همدیگر را تقویت و برهم متکی می‌باشند و این چرخه دوباره منجر به تقویت ایمان و عشق و علاقه انسان می‌شود.

### نتیجه‌گیری

برای جامعه جوان ایرانی که دوران رشد خود را سپری می‌نماید ضروری است، که بتواند با تلاش و پشتکار، عقب ماندگی‌های علمی، فرهنگی و اقتصادی دوران گذشته را جبران نماید. یکی از راه‌های دست‌یابی به این مهم، برخوردار بودن از روحیه مثبت‌اندیش نسبت به خود و آینده و احساس عزت نفس و احترام به خود است. در غیر این صورت، همانا یأس، سرخوردگی و دل‌مردگی، تهدیدی جدی برای اهداف و آمال این تمدن کهن قلمداد خواهد شد. پای‌بندی به تعهدات، رعایت ادب و نزاکت، برخورد باز و گشوده با انتقادات و راحتی در پذیرش اشتباهات خود، برخورد اندیشمندانه با مشکلات و چالش‌های زندگی، مثبت‌اندیشی و... این‌ها همگی از آثار احترام گذاشتن به خود می‌باشد. عزت نفس از طرفی برای تمام افراد یکی از بزرگ‌ترین فضیلت‌های اخلاقی است و از

طرف دیگر، محرک آدمی در اجرای دیگر برنامه‌های اخلاقی تلقی می‌شود. شرافت نفس، افزون بر آن که خود از نظر فردی صفتی نیکو است، می‌تواند ضامن اجرای دیگر صفات پسندیده در محیط خانواده و اجتماع نیز به شمار آید. اگر انسان‌ها به ویژه جوانان بتوانند این تمایل والای فطری را همواره در درون خود زنده و حاکم نگه دارند و رفتار و گفتار خویش را با آن هماهنگ سازند، توانسته‌اند اساس نیک‌بختی انسانی خود را برای تمام دوران عمر پایه‌گذاری کنند. این انسان‌های وارسته در زندگی خویش همواره حق خداوند، والدین، فرزندان، همسایگان، همکاران، گیاهان و حتی طبیعت را به خوبی پاس خواهند داشت. خودباوری و عزت نفس بالا هموارکننده مسیر زندگی آدمی در سختی‌ها، مصائب و آرامش روان است. با برآورده شدن نیاز انسان به عزت نفس، انسان سعی می‌کند که خود تأمین‌کننده نیازهای زندگی‌اش باشد؛ و روی پای خود بایستد. احساس لیاقت، توانمندی، کارآمدی و ارزش‌مندی خواهد داشت. جامعه‌ای که افراد آن از احساس ارزش‌مندی و عزت نفس بالایی برخوردار باشند، در مقابل انواع مشکلات و مسائل زندگی، مقاوم و پایدار خواهد بود. نمود آن یک جامعه متعادل است که در این جامعه، همه انسان‌ها به آستانه تعادل و تساوی در فرصت‌های فردی و اجتماعی رسیده باشند.

از آثار مهم عزت نفس، حاکم شدن ارزش‌های اسلامی در همه زمینه‌ها و در زندگی فردی و اجتماعی است. این ارزش‌ها در یک تعبیر کلی، همان فرامین الهی و خواسته‌هایی است که مکتب اسلام، مردم را به رعایت آن الزام کرده است. از قبیل تحقق کامل عدالت، امنیت، اصلاح امور فرهنگی و اجتماعی، آبادانی و عمران، ارتقای سطح فکر و اندیشه، پرهیز از غفلت، نفاق، تملق و رفتارهای تحقیرآمیز، بها دادن به انسان به عنوان خلیفه خدا، تساوی در برابر قانون، دوری از ظلم و تبعیض و هرگونه فساد، امر به معروف و نهی از منکر و اجرای دقیق قوانین و... با حاکم شدن این گونه ارزش‌ها، امت اسلامی، عزتمند

گشته و زیر بار هیچ ذلتی نخواهد رفت.

### پیشنهادهای کاربردی

با استناد به یافته‌های این پژوهش موارد ذیل به عنوان پیشنهاد‌های کاربردی ارائه می‌گردد:

به اصل عزت و کرامت نفس باید در تمام سنین و دوره‌های تحصیلی توجه ویژه کرد و نباید این تصور وجود داشته باشد که چون کودک قادر به درک خوب و بد نیست، پس توجه به او چندان مهم نیست، بلکه به عکس اساس و شالوده عزت نفس از کودکی ریخته می‌شود و باید در جامعه احترام به همه سنین کودکی تا پیری درونی شده و تبدیل به یک فرهنگ عمومی شود. برای رسیدن به جامعه و افراد عزت‌مند باید از دوران اولیة زندگی فرزندان، برنامه‌هایی تدوین و اجرا نمود که وقتی این افراد به سن نوجوانی می‌رسند عزت نفس در آنها شکوفا و نهادینه گردد و تا پایان عمر با زندگی عزت‌مندانه سعادت این دنیا و آخرت برایشان فراهم گردد.

با توجه به تأثیرات تربیتی گسترده عزت نفس در ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها و از طرفی تهاجم فرهنگی بسیار گسترده توسط ایادی شرق و غرب در براندازی اصول و اعتقادات مذهبی فرزندان عزیز کشورمان لذا لزوم آسیب‌شناسی عزت نفس باید به عنوان موضوع تحقیقات آتی پژوهشگران قرار گیرد و کاربست نتایج آن در اجتماع مد نظر مسئولین تعلیم و تربیت قرار گیرد. بر این اساس به منظور تسهیل سبک زندگی اسلامی با توجه به مؤلفه عزت نفس می‌توان اصول ارزش‌شناختی، مبانی ارزش‌شناختی و اهداف آموزشی برای تعلیم و تربیت ارائه نمود.

اهداف برنامه درسی	مبانی ارزش شناختی	اصول ارزش شناختی
پاکی، اندیشه ورزی، تدبیر اخلاقی، کسب بینش، مشارکت، تمیز زشتی و زیبایی	اعتباری بودن ارزش‌ها، ثبات و تغییر در ارزش‌ها، ارزش ابزاری طبیعت، کرامت انسان، آزادی، عدالت، احسان، مطلق بودن هستی مطلق و ناپایداری جهان هستی	تقویت ایمان و تقوا، اعتبار یابی و اعتبار سازی، درک سلسله مراتبی مهارت و استقلال، حفظ و ارتقای کرامت، تأمین آزادمنشی، برقراری عدالت تربیتی

### پی‌نوشت‌ها

1. Self-Esteem
2. Carson & Bener
3. Branden

### منابع و مأخذ

- قرآن کریم (۱۳۷۴)، ترجمه مهدی الهی قمشه‌ای، قم، انتشارات اعتماد.
- نهج البلاغه، گردآوری سید شریف رضی (۱۳۸۸)، ترجمه محمد دشتی، تهران، انتشارات پیام عدالت، چ ۵.
- ۱. ابراهیمیان، سید حسین (۱۳۸۱)، «عزت حسینی در فرهنگ عاشورا»، مجله دانشگاه اسلامی، ش ۱۶، صص ۱۶۷-۱۷۸.
- ۲. امام خمینی علیه السلام (۱۳۶۸)، چهل حدیث، تهران، مرکز نشر فرهنگی رجاء.
- ۳. براندن، ناتانیل (۱۳۸۹)، چگونه عزت نفس خود را تقویت کنیم، ترجمه اسماعیل کیوانی، تهران، انتشارات گلریز.
- ۴. بهرامی، بهرام و کاظمی، محمود (۱۳۸۹)، «بررسی مفهوم شناختی کرامت انسانی از منظر قرآن کریم»، دوفصلنامه علمی تخصصی علامه، س ۱۰، ش ۲۴، صص ۲۵-۳۸.
- ۵. بیابانگرد، اسماعیل (۱۳۸۲)، روش‌های افزایش عزت نفس در کودکان و نوجوانان، تهران، انتشارات انجمن اولیا و مربیان، چ ۷.
- ۶. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۴۱۰ق)، غرر و درر، ج ۴، قم، دارالکتاب الاسلامی.
- ۷. تمیمی آمدی، عبدالواحد (۱۳۸۳)، غررالحکم و دررالکلم، چ ۶، تهران، انتشارات فرهنگ اسلامی.
- ۸. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۶۹)، کرامت در قرآن، تهران، انتشارات رجاء، چ ۳.

۹. دلشاد تهرانی، مصطفی (۱۳۸۳)، *نَهضت حسینی عزت حسینی*، قم، انتشارات دریا، چ ۲.
۱۰. راغب اصفهانی، ابوالقاسم حسین بن محمد (۱۳۶۳)، *المفردات*، تهران، دفتر نشر کتاب، چ ۱.
۱۱. صادقی، عباس و شاکری نیا، ایرج (۱۳۸۷)، «نشانه های عزت نفس در رفتار بازماندگان قیام عاشورا»، فصلنامه علمی ترویجی بانوان شیعه، س ۵، ش ۱۸، صص ۶۴-۵۲.
۱۲. صدرالسادات، سید جلال و شمس اسفند آباد، حسن (۱۳۸۰)، *عزت نفس در کودکان با نیازهای ویژه*، تهران، انتشارات سازمان بهزیستی کشور و دانشگاه علوم بهزیستی و توان-بخشی.
۱۳. طباطبایی، سید محمد حسین (۱۳۸۰)، *تفسیر المیزان*، ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، ج ۱۷، قم، دفتر انتشارات اسلامی، چ ۱۴.
۱۴. عادل پور، محمد حسین (۱۳۸۱)، *عزت رمز موفقیت*، فریدن، دفتر انتشارات انصاری.
۱۵. قرشی بنائی، علی اکبر (۱۴۱۲ق)، *قاموس قرآن*، ج ۴، تهران، دارالکتب الاسلامیه، صص ۳۳۸-۳۴۱.
۱۶. کاویانی ارانی، محمد (۱۳۸۸)، «نظریه سبک زندگی براساس دیدگاه اسلام و ساخت آزمون سبک زندگی اسلامی و بررسی ویژگی های روان سنجی آن»، پایان نامه دکتری، دانشگاه اصفهان.
۱۷. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۷۵)، *اصول کافی*، ترجمه و شرح سید جواد مصطفوی، ج ۲، تهران، اسوه.
۱۸. ----- (۱۳۶۷)، *فروع کافی*، ج ۸، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۱۹. مجلسی، محمد باقر (۱۳۸۸)، *بحارالانوار*، جلد های ۴۳، ۴۴، ۶۹، ۷۴، ۷۸، ۹۶، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۰. مطهری، مرتضی (۱۳۹۰)، *انسان کامل*، تهران، انتشارات صدرا، چ ۵۰.
۲۱. مطهری، مرتضی (۱۳۷۹)، *تعلیم و تربیت در اسلام*، تهران، انتشارات صدرا، چ ۳۵.
۲۲. مطهری، مرتضی (۱۳۷۲)، *فلسفه اخلاق*، تهران، انتشارات صدرا، چ ۱۱.
۲۳. میر شاه جعفری، سید ابراهیم و تقوی نسب، سیده نجمه (۱۳۸۷)، «اصول بهداشت روانی از منظر صحیفه سجادیه»، *مجله مطالعات اسلام و روان شناسی*، ش ۳۰، صص ۷۸-۹۶.
۲۴. نبوی، سید عباس (۱۳۷۶)، «انسان و جامعه توسعه یافته از دیدگاه اسلام»، *مجله دانشگاه اسلامی*، ش ۲، صص ۶۱-۳۸.
۲۵. نوایی، علی اکبر (۱۳۸۱)، «اقتدار سیاسی و پیوند آن با عزت و افتخار جامعه دینی»، *مجله دانشگاه اسلامی*، ش ۱۶، صص ۲۰۲-۱۷۹.
۲۶. نوروزی، رضا علی و بدیعان، راضیه (۱۳۸۸)، «تربیت دینی در سیره امام حسین (علیه السلام) در واقعه عاشورا (۲)»، *مجله فرهنگی دندانپزشکی جامعه اسلامی دندانپزشکان*، دوره ۲۱، ش ۴، صص ۲۴۰-۲۳۵.

۲۷. نیک صفت، ابراهیم (۱۳۸۵)، «روش مبانی و نظریه انسان کامل در اسلام و انسان‌گرایی»، مجله پژوهش و حوزه، ش ۲۱، صص ۹۸-۱۳۷.

28. Carson I, Benner V. and Arnold E.N., (1996), (Mental Health Nursing, the Nurse Patient Journey, W.B. Saunders Company, 114:135-148.

29. Pierce, J. L., D. G., Dunhum, R. B. & Cummings, L. L. (1993). Moderation by organization-based self-esteem of role condition-employee response relationship, *Academy of Management Journal*, 2, 271-288.





## ریشه‌یابی گرایش به تنوع‌طلبی در جامعه اسلامی و غربی\*

□ علی عطافر<sup>۱</sup>

□ احسان نامدار جویمی<sup>۲</sup>

### چکیده

در این تحقیق به دنبال این هستیم که سیاستمداران و مدیران غربی با توجه به کدام نیازها و کدام سرمایه‌های انسانی، میل به تنوع‌گرایی مبتنی بر الگوی غربی را نهادینه کرده‌اند تا بتوان به کمک این مهم و مهندسی معکوس این فرایند الگوهای مبتنی بر فرهنگ، اجتماع و اقتصاد غربی را در هم شکست و بتوان برای آن جایگزین و یا الگوهای متناسب با الگوی ایرانی - اسلامی پرورید و در جامعه اشاعه داد و حتی به کشورهای دیگر صادر کرد.

تحقیق از جهت هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از نظر روش به صورت مروری و تحلیلی صورت گرفته است، تحقیق حاضر یک پژوهش کیفی از نوع تحلیل انتزاعی و محتواست.

تنوع‌گرایی و تنوع‌طلبی در جواب نمادهای اقتصادی - اجتماعی - فرهنگی به وجود آمده است و برای ارضای نیازهای ثانویه، تبیین شده که ابتدا در نیازهای اولیه و در نهایت در نیازهای ثانویه تجلی می‌یابد. به طور کلی تنوع‌طلبی در

\* تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۱۲/۱۹ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۰۵/۰۵.

attafar@yahoo.com

۱. هیأت علمی دانشگاه دولتی اصفهان - گروه مدیریت

۲. کارشناس ارشد دانشگاه دولتی ایلام، مدیریت بازرگانی - گرایش بازاریابی (نویسنده مسؤول)

راستای الگوی مبتنی بر مادی گرایی غربی و لذت طلبی صرف به وجود آمده است و از این رو می توانست به جای این تنوع طلبی، الگوهای دیگری طراحی و تبیین شود، اما با الگوی مادی گرایانه و غربی تناقض دارد و گرنه می توانست سادگی به جای تنوع صرف و یا تنوع نسبی به جای تنوع صرف معرفی و نمادسازی شود.

واژگان کلیدی: الگوی غربی، الگوی ایرانی و اسلامی، تنوع گرایی، سرمایه اقتصادی، سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی.

### مقدمه و بیان مسأله

انسان همیشه موجودی ناشناخته بوده، مانده و خواهد ماند و این از آن رو است که به طور کلی به تمامی زوایا و ابعاد وجودی وی پرداخته نمی شود و طبق نظریه هرمونوتیک رفتار، گفتار و پندار خود را با مرور زمان و تغییر مکان تغییر می دهد. از این رو این موجود را باید همراه از دو بعد مادی و معنوی و از نظر گفتاری، پنداری و کرداری مطالعه و بررسی کرد تا بتوان جوانب مختلف رفتاری و علت های رفتاری وی را شناخت.

انسان همواره موجودی بی نهایت طلب و کمال گرا بوده است و در این راستا متناسب با تفهیم و باور وی از کمال، این نیاز و خواسته را در هر چیزی دنبال می کند و همواره به دنبال نیازها و خواسته های نداشته خود است و متناسب با وسعت وجودی و تمکین مالی خود تقاضاهای مختلفی می کند. انسان ها نیازهای محدود و متناسب با آن خواسته های متفاوت دارند و براساس قدرت خرید خود تقاضاهای مختلفی برای برآورده ساختن خواسته ها و در نهایت نیازهای خود می کنند.

از این قبیل خواسته های وی خواسته تنوع طلبی است که دوست دارد خود را از دیگران متمایز کند و یا خود را از شکل فعلی خود تغییر بدهد و به شکل گروه مورد نظر خود (گروه مرجع) درآورد و از شکل گروه فعلی خود به شکل گروه ایده آل خود درآید. این خواسته انسان که همیشه به دنبال چیزی است که ندارد، به نیازهای اجتماعی، احترام و منزلت و خودشکوفایی یا به عبارتی کمال گرایی و

بی نهایت طلبی وی برمی گردد.

عبارات بالا در قرآن به صراحت بیان شده که در ادامه به بیان آنها می پردازیم:

﴿۱۷۹﴾

نظرات قرآن درباره نیازها و خواسته های انسان (بشر) و فطرت انسان:

﴿زَيْنَ لِلنَّاسِ حُبُّ الشَّهَوَاتِ مِنَ النِّسَاءِ وَ الْبَنِينَ وَ الْقَنَاطِيرِ الْمُقَنْطَرَةِ مِنَ الذَّهَبِ وَ الْفِضَّةِ وَ الْخَيْلِ الْمُسَوَّمَةِ وَ الْأَنْعَامِ وَ الْحَرثِ﴾ (آل عمران/۱۴)؛ برای مردم علاقه به زنان و فرزندان و اموال فراوان از طلا و نقره و اسب های ممتاز و چهارپایان و زراعت زینت داده شده است.

در این آیه لفظ «حب» که به معنای علاقه و گرایش است و همچنین لفظ «زین» به معنای زینت داده شده، نشان گر آن است که تمایلات مذکور در نهاد انسان قرار دارد و از جمله فطریات انسان به شمار می رود.

از نظر قرآن انسان ذاتاً عجول است: ﴿كَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا﴾؛ انسان موجودی شتاب گر است. یعنی انسان برای رسیدن به نداشته های خود شتاب می کند و همواره در پی نداشته های و نیمه گم شده خود است.

انسان موجودی حریص است: ﴿إِنَّ الْإِنْسَانَ خُلِقَ هَلُوعًا إِذَا مَسَّهُ الشَّرُّ جَزُوعًا وَ إِذَا مَسَّهُ الْخَيْرُ مَنُوعًا﴾. انسان در پی نداشته های خود طمع دارد و دست از رسیدن به آنها بر نمی دارد.

انسان موجودی فخر فروش است: ﴿أَنَّهُ لَفَرِحَ فَخُورًا﴾؛ همانا او بسیار شاد و فخر فروش است. انسان نیاز به احترام و منزلت دارد و باید مهارت ها و استعداد های خود را بروز دهد و نیاز به جلوه نمایی و نشان دادن خود دارد.

انسان ها چه به این مسأله اقرار بکنند یا نکنند، این نیاز در درون ذات آنها نهفته است. در آیاتی دیگر از حب خدا سخن به میان آمده است: ﴿وَ الَّذِينَ آمَنُوا أَشِدُّ حُبًا لِلَّهِ﴾. الله نماد کمال و بی نهایت است، از این رو این نیاز، به نیاز خود شکوفایی و بی نهایت طلبی انسان باز می گردد که همواره انسان همه چیز خواه است و از این رو برای داشتن همه چیز حرص می زند و در این راه شتاب می کند.

از آیات بالا این چنین استنباط می‌شود که انسان دو بعد دارد: یک روحانی و معنوی و دیگری بعد مادی و حیوانی. به عبارتی انسان دارای دو دسته نیاز هست نیازهای اولیه و نیازهای ثانویه.

از طرفی دیگر ما در عصری زندگی می‌کنیم که پیرامون ما را سازمان‌ها و افراد محاصره کرده‌اند، این سازمان‌ها و افراد نقش خاصی را برای جامعه ایفا می‌کنند و برای رسیدن به هدفی خاص تلاش نموده و با سازمان‌های دیگر در رقابت هستند. وجود سرمایه‌ها<sup>۱</sup> در جامعه به صورتی است که وجود سرمایه‌ها را نمی‌توان در عرصه‌ای خاص از جامعه در نظر گرفت و می‌توان گفت که تمامی جامعه، توسط میدان‌های مختلف که در هر میدان، سرمایه‌های مختلف به میزان متفاوت وجود دارند، پوشیده شده است (جنکینز<sup>۲</sup>، ۱۳۸۵، ص ۱۳۶). وجود سرمایه مختص به جامعه و سازمان‌ها نمی‌باشد و افراد را نیز مشمول می‌شود، همه انسان‌ها از سرمایه‌های مختلف برخوردار می‌باشند و می‌توان گفت که جامعه و انسان‌ها را بدون وجود سرمایه نمی‌توان در نظر گرفت (بوردیو<sup>۳</sup>، ۱۹۸۹).

سرمایه‌ها را می‌توان در اصول به چهار مقوله کلی تقسیم کرد: سرمایه اقتصادی<sup>۴</sup> (دارایی‌های جاری و غیر جاری)، سرمایه اجتماعی<sup>۵</sup> (انواع روابط ارزش مند با دیگران)، سرمایه فرهنگی<sup>۶</sup> (انواع و اقسام معرفت مشروع) و سرمایه نمادین<sup>۷</sup> (پرستیژ و افتخار اجتماعی) (جنکینز، ۱۳۸۵، ص ۱۳۷).

سرمایه اقتصادی: دارایی تولیدی از قبیل پول و هر چیز مادی که می‌تواند در تولید کالا و خدمات به کار گرفته شود.

سرمایه اجتماعی: موقعیت و شرایط افراد در گروه و رابطه فرد در شبکه اجتماعی است.

سرمایه فرهنگی: مهارت‌های غیر رسمی در بین اشخاص، عادات، سبک زندگی، وضعیت تحصیلی، ذائقه و زبان است.

سرمایه نمادین: استفاده از نمادها، برای مشروع جلوه دادن تعلق به سطوح

متفاوت اجتماع است.

جامعه از مجموعهٔ انسان‌ها تشکیل شده است که این انسان‌ها مجموعه‌ای از سرمایه‌های اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی هستند و هر کدام دارای نیازهای اولیه و ثانویه‌ای هستند. یعنی با توجه به این ویژگی‌ها در این افراد می‌توان به جایگاه بهتر تنوع‌طلبی پی برد. تنوع‌طلبی و نوگرایی از خصایص انسان است و همیشه او را به سمت نوشدن برای یک زندگی بهتر سوق می‌دهد. این نیاز از تغییرات اساسی دوران بلوغ و نوجوانی است که به شکل‌های مختلف در نوع رفتار، صحبت کردن و پوشش دیده می‌شود. جامعه‌شناسان و روان‌شناسان دلایل متفاوتی برای پیروی از مد ذکر می‌کنند. برای مثال یکی از دلایل گرایش جوانان به مد به خاطر مورد توجه قرار گرفتن و پاسخ‌گویی به نیازهای روانی آنهاست. جوانان به دلیل داشتن روحیه تأثیرپذیر آمادگی بیشتری برای پدیده‌های نو دارند. دلیل دیگر هم می‌تواند سرخوردگی‌ها و نداشتن اعتماد به نفس و چشم و هم‌چشمی باشد که افراد را به سوی مدهای مختلف می‌کشاند. البته عده‌ای هم هستند که هیچ دلیل خاصی برای تبعیت از مد ندارند و فقط به خاطر این که این پدیده در جامعه رواج پیدا کرده از آن استقبال می‌کنند. از طرف دیگر می‌توان گفت افرادی که خرید کالاهای مد روز را انتخاب می‌کنند، می‌خواهند جای خود را در میان اطرافیان و هم‌سن و سال‌های خود باز کنند و بابت آن هزینه‌های بسیاری را تقبل می‌کنند، حتی اگر برایشان مشکل باشد.

پیشرفت فن آوری و به وجود آمدن پدیده‌هایی مثل ماهواره و اینترنت تأثیر بسیار زیادی در سبک زندگی مردم داشته است. وقتی کرهٔ زمین تبدیل به یک دهکدهٔ جهانی می‌شود، علی‌القاعده مردم کشور ما هم از ابزارهایی مثل اینترنت و ماهواره استفاده می‌کنند. ولی متأسفانه استفادهٔ نادرست، آن را تبدیل به معضلی کرده است که امروزه شاهد آن هستیم. جوان‌ها ساعت‌ها پای اینترنت و ماهواره می‌نشینند تا جدیدترین مدل‌ها را بیابند و خود را شبیه فلان خواننده یا هنرپیشهٔ

مورد علاقه‌شان کنند. حتی اگر هیچ‌سختی با ارزش‌های جامعه‌شان نداشته باشد. همین باعث می‌شود بسیاری از والدین که به فرهنگ اصیل ایرانی و سنت‌ها پای‌بندند با فرزندان خود مقابله کنند که احتمالاً نتیجه‌ای در بر نخواهد داشت، زیرا جوانان به الگویی که از جامعه می‌گیرند اهمیت بیشتری می‌دهند.

با توجه به مطالب بیان شده در بالا باید این چنین گفت که شبکه‌های ماهواره‌ای و رسانه‌های جمعی بر روی نیاز و خواسته‌های افراد تمرکز دارند و این خواسته‌ها را به سمت مد نظر خودشان سوق می‌دهند که در بعضی موارد مبتنی بر الگوی غربی است. بدین صورت فرهنگ، اجتماع و اقتصاد کشورهای دیگر تحت تأثیر قرار می‌گیرد و می‌تواند فرهنگ، اجتماع و اقتصاد کشورهای دیگر را رهبری و مدیریت کنند. در این تحقیق به دنبال این هستیم که سیاستمداران و مدیران غربی با توجه به کدام نیازها و کدام سرمایه‌های انسانی میل به تنوع‌گرایی مبتنی بر الگوی غربی را نهادینه کرده‌اند تا بتوان به کمک این مهم و مهندسی معکوس این فرایند الگوهای مبتنی بر فرهنگ، اجتماع و اقتصاد غربی را در هم شکست و بتوان برای آن جایگزین و یا الگوهایی متناسب با الگوی ایرانی - اسلامی پرورید و در جامعه اشاعه داد و حتی به کشورهای دیگر صادر کرد. لذا در این تحقیق به دنبال چیستی و ماهیت و خاستگاه تنوع‌طلبی هستیم و این خواسته را در سرمایه‌های افراد که به سه بخش فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نیازهای افراد که به دو دسته اولیه و ثانویه بازمی‌گردد، جست و جو می‌کنیم تا بتوانیم با شناخت آن در جایگزینی هر چه بهتر الگوهای ایرانی - اسلامی گامی برداشته باشیم.

## مروری بر ادبیات نظری سرمایه فرهنگی<sup>۸</sup>

از دیدگاه بوردیو، سرمایه آن چیزی است که به عنوان رابطه اجتماعی در درون

یک سازواره<sup>۹</sup> از تعاملات عمل می‌کند و دامنه آن بدون هیچ تمایزی به تمامی کالاها، اشیاء و نشانه‌هایی که خود را به عنوان چیزهایی کم‌یاب و ارزش‌مند عرضه می‌دارند [و در یک ساختار مشخص اجتماعی، مورد قضاوت هستند] کشیده می‌شود و سرمایه فرهنگی به عنوان یک رابطه اجتماعی درون سازواره‌ای از تعاملات که مشتمل بر دانش فرهنگی انباشته عمل می‌کند، منتهی به قدرت و منزلت می‌گردد (روحانی، ۱۳۸۸، ص ۹).

### میدان<sup>۱۰</sup>

در نظریه بوردیو، پهنه اجتماعی کم و بیش محدودی است که در آن تعداد زیادی از بازیگران یا کنش‌گران اجتماعی با منش‌ها یا عادت‌ها واره‌هایی تعریف شده و یا توانایی‌های سرمایه‌ای، وارد عمل می‌شوند و به رقابت، هم‌گرایی یا مبارزه با یکدیگر می‌پردازند تا بتوانند به حداکثر امتیازات ممکن دست یابند. جامعه در واقع از تعداد بی‌شماری میدان تشکیل شده است، میدان دانشگاهی، میدان هنری، میدان این و آن صنعت و تجارت، میدان حکومت، میدان رسانه‌ها و از این قبیل (فکوهی، ۱۳۸۴، ص ۱۴۵).

در چند دهه گذشته، پژوهش‌گران گوناگون تفاسیر و تعابیر گوناگون از این مفهوم و مکانیسم‌های تأثیرگذاری آن در عرصه نابرابری‌های اجتماعی ارائه نموده‌اند. گروهی در قالب مدل بازتولید فرهنگی بوردیو، بر ارتباط بین پیشینه اجتماعی و سرمایه فرهنگی و موقعیت‌های اکتسابی افراد تأکید دارند. در مقابل این رویکرد، گروهی دیگر در قالب مدل تحرک فرهنگی<sup>۱۱</sup> معتقد هستند که سرمایه فرهنگی نقش مهمی در شکل دادن به نابرابری‌های اجتماعی بازی می‌کند، اما این نابرابری‌ها بیشتر از آن که ناشی از ارتقاء موقعیت‌های متمایز انتسابی افراد باشد، ناشی از توسعه فرصت‌های بیشتر برای طبقات پایین است. این مدل قائل به تعامل تأثیرگذار بین منابع فرهنگی والدین و پیشینه اجتماعی آنها و سرمایه فرهنگی فرزندان نیست و این دو را مستقل از هم در نظر می‌گیرند،

خصوصاً سرمایه فرهنگی والدین را برای فرزندان لایه‌های بالا چندان مفید نمی‌داند (آشیافنبرگ و ماس، ۱۹۷۷).

بورديو تأثير سرمایه فرهنگی بر مصرف، فعالیت و سبک زندگی را با توسل به نظریه تمایز بیان می‌کند. به طوری که دارندگان سرمایه فرهنگی زیاد، خود را با مصرف فرهنگ و هنر متعالی از بقیه متمایز می‌کنند. داشتن سرمایه فرهنگی، بیشتر به معنای داشتن توان شناختی بالاتر و گرایش به هنر متعالی ناشی از شایستگی بیشتر دارندگان این سرمایه است (فاضلی، ۱۳۸۲، ص ۳۸).

نکته حائز اهمیت در اندیشه بورديو، راجع به انواع سرمایه آن است که اشکال گوناگون سرمایه، قابل تبدیل به هم هستند. پس می‌توان گفت که جوهر نظریه بورديو راجع به انواع سرمایه، در این امر نهفته است که سرمایه‌های غیر اقتصادی یا غیر مادی نیز قابل انباشت، مبادله و تبدیل به سایر انواع سرمایه‌اند (کروبی، ۱۳۸۷، ص ۳۱۳).

### ابعاد سرمایه فرهنگی از دیدگاه بورديو

#### ۱. سرمایه فرهنگی تجسم یافته<sup>۱۲</sup>

این سرمایه، با شخصی که در آن تجسم می‌یابد، ارتباط نزدیک دارد. سرمایه فرهنگی تجسم یافته، نوعی ثروت بیرونی است که به عنوان بخش جدایی ناپذیری از فرد درآمده است. این همان بخشی است که بورديو آن را ابعاد سرمایه فرهنگی همراه با تولد می‌نامد که نمی‌توان آن را از راه هدیه، خرید و یا با مبادله به دیگری منتقل نمود. این نوع سرمایه، به صورت آمادگی مداوم ذهن و جسم تجلی می‌یابد (شارع‌پور و خوش‌فر، ۱۳۸۱، ص ۱۳۷).

این بعد از سرمایه فرهنگی، توانایی بالقوه‌ای دارد که به تدریج بخشی از وجود فرد شده و در او به تثبیت رسیده است؛ این سرمایه می‌تواند با سرمایه‌گذاری زمان در شکل‌گیری یادگیری افزایش یابد. این سرمایه در فرد عجين شده و نوعی از اجزای فرد می‌شود و بنابر این نمی‌تواند به طور آنی انتقال



یابد (نوغانی، ۱۳۸۳، ص ۱۳۷).

## ۲. سرمایه فرهنگی عینیت یافته<sup>۱۳</sup>

این بعد از سرمایه فرهنگی، از بدیهی ترین و آشکارترین نوع سرمایه فرهنگی است که افراد جامعه می توانند از آن بهره مند شوند و بیشتر در کالاها و اشیاء مادی تجسم می یابد و از ویژگی های بارز آن، قابل انتقال بودن آن است. این سرمایه به نوعی در شکل اقتصادی هم مطرح می باشد و می تواند جنبه نمادی آن نیز حفظ شود. به طور خلاصه، به تمامی اشیاء و کالاهای فرهنگی، سرمایه فرهنگی عینی می گویند، اما خصلت اساسی این سرمایه، در این است که اثر آموزشی بر دارندگان آن می گذارد (محسنی، ۱۳۶۷، ص ۱۸۱).

## ۳. سرمایه فرهنگی نهادینه شده<sup>۱۴</sup>

لازمه سرمایه فرهنگی نهادینه شده، در درجه اول، وجود افراد با صلاحیت و مستعد در جهت کسب انواع مدارک تحصیلی و دانشگاهی است. از طرف دیگر، مستلزم وجود نهادهای رسمی که این مدرک تحصیلی را صادر و به آن رسمیت بخشند، می باشند. از ویژگی های بارز این سرمایه، این است که به شکل پلّی میان اقتصاد و فرهنگ عمل می کند و این توانایی را دارد که سرمایه فرهنگی را، از راه کاربرد آن به طریق معقول و رسمی، به نوعی سرمایه اقتصادی تبدیل نماید. سرمایه فرهنگی نهادینه شده، با قانون و مقررات نهادینه شده حاصل می شود و برای دارنده آن، پایگاه اجتماعی ایجاد می کند. این بعد از سرمایه فرهنگی، به کمک ضوابط اجتماعی و به دست آوردن عنوان هایی مانند: مدارک تحصیلی، تصدیق حرفه کار برای افراد دارنده آن کسب موقعیت می کند. این سرمایه قابل انتقال و واگذاری نمی باشد و به دست آوردن آن برای افراد به شرایط معینی بستگی دارد (روح الامینی، ۱۳۶۵، ص ۱۱۸).

کاربرد مفهوم سرمایه اجتماعی به صورت آنچه که امروزه مد نظر است، به تدریج در دهه ۱۹۹۰ رایج شده است، اما این به معنای این نیست که در آثار جامعه‌شناسان کلاسیک اثری از این مفهوم نباشد، در آثار اندیشمندان و جامعه‌شناسانی چون مارکس وبر و دورکیم می‌توان به جست و جوی این مفهوم پرداخت و در اندیشمندانی چون مارکس وبر، امیل دورکیم و پارسونز به مفاهیمی همچون اضطرار، نفع جمعی، ارزش‌ها و اعتماد اجتماعی<sup>۱۶</sup> توجه شده است که هر یک ابعادی از مفهوم سرمایه اجتماعی را دربرمی‌گیرد (توسلی، ۱۳۸۴، ص ۳).

سرمایه اجتماعی دلالت بر اشکالی از سازمان همچون اعتماد، قواعد و شبکه‌ها دارد که می‌تواند کارایی جامعه را از طریق کنش‌های متناسب تسهیل کند. در نتیجه، تعاون خودانگیخته از طریق سرمایه اجتماعی تسهیل می‌شود (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳، ص ۲۷۸).

در اندیشه پاتنام و فوکویاما، سرمایه اجتماعی به عنوان یک پدیده جامعه‌شناسانه کلان لحاظ شده است. به نظر آنها ملت‌ها می‌توانند از سطوح متفاوتی از سرمایه اجتماعی برخوردار باشند که فرصت برای تحقق دموکراسی یا صنعتی شدن آنها فراهم می‌سازد، در نهایت در شرایط وجود سرمایه اجتماعی، شاهد بسط و گسترش فرایند مشارکت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی و نیز بسط انجمن‌های داوطلبانه خواهیم بود، فرایندی که می‌تواند ساز و کار مؤثری برای نیل به توسعه باشد (از کیا و غفاری، ۱۳۸۳، ص ۲۷۹).

جدول (۱): نظریه‌های سرمایه اجتماعی

نظریه پرداز	نظریه سرمایه‌های جدید			نظریه کلاسیک	نظریه پرداز
	سرمایه اجتماعی	سرمایه فرهنگی	سرمایه انسانی		
بورديو، کلمن و پاتنام	لین و کلمن	بورديو	شولتز	مارکس	نظریه پرداز
تیین	روابط اجتماعی: استثمار کارگران توسط سرمایه داران (بورژوازی)	انباشت ارزش اضافی توسط کارگران	بازتولید نمادها و معنایی (ارزش‌های مسلط)	۱. بخشی از ارزش اضافی بین ارزش استفاده (در بازار مصرف) و ارزش مبادله کالا (در بازار تولید کار)	سرمایه
سرمایه گذاری در تأیید در پذیرش متقابل	دسترسی و استفاده از منابع نهفته در شبکه های اجتماعی	سرمایه گذاری در شبکه‌های اجتماعی	درونی کردن یاد درک نادرست از ارزش‌های مسلط	۲. سرمایه گذاری در تولید و گردش کالا	سطح تولید
گروه - فرد	فرد	فرد - طبقه	فرد	ساختاری (طبقات)	سطح تولید

منبع: (لین، ۱۹۹۹)

با توجه به نظریات صاحب‌نظرانی همچون بورديو، پاتنام، کلمن و فوکویاما می‌توان مؤلفه‌های اجتماعی را به صورت اعتماد اجتماعی، انسجام اجتماعی و مشارکت اجتماعی تعریف کرد. این مؤلفه‌ها از مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی هستند.

### ۱. اعتماد اجتماعی

اعتماد، لازمه شکل‌گیری پیوندها و معاهدات اجتماعی است، اعتماد اجتماعی ایجاد کننده تعاون و همیاری<sup>۱۷</sup> است و فقط در این حالت است که در عین وجود تفاوت‌ها قادر به حل مشکلات و انجام تعهدات اجتماعی<sup>۱۸</sup> می‌شود. اعتماد اجتماعی برگرفته از عدالت، برابری و امنیت اجتماعی نیز زاینده آنهاست. آنتونی گیدنز، اعتماد و تأثیر آن بر فرایند توسعه را زیربنا و زمینه‌ساز اصلی در جوامع مدرن می‌داند، هر جا که سطح اعتماد اجتماعی بالا باشد، مشارکت و همیاری (انسجام) مردم در عرصه‌های اجتماعی بیشتر و آسیب‌های اجتماعی کم‌تر است

(اکبری، ۱۳۸۳، ص ۱۱).

در واقع اعتماد، به معنی اعتقاد یا اطمینان راسخ به صداقت، درستی، وثوق و عدالت یک شخص، گروه یا کلیت جامعه می‌باشد (صفدری، ۱۳۷۴، ص ۷۷).

برای سنجش میزان اعتماد اجتماعی افراد، ابتدا دو نوع اعتماد از هم مجزا شده و سپس با استفاده از آن دو، متغیر اعتماد اجتماعی مورد سنجش قرار می‌گیرد. این دو نوع اعتماد اجتماعی عبارتند از:

**الف - اعتماد بین شخصی (شخصی):** این شاخص میل به اعتماد را در میان افراد و بین روابط شخصی نشان می‌دهد.

**ب - اعتماد غیر شخصی (نهادی):** این شاخص میزان تمایل به اعتماد، نسبت حسن نیت و حسن انجام کار (عملکرد) خرده نظام‌های مختلف جامعه را نشان می‌دهد (چلبی، ۱۳۸۱، ص ۱۳۴).

هر چه یک گروه اجتماعی دارای شعاع اعتماد<sup>۱۹</sup> بالاتری باشد، سرمایه اجتماعی بیشتری نیز خواهد داشت.

## ۲. انسجام اجتماعی<sup>۲۰</sup>

جوامع مادامی که جمعیت آنها اندک بوده و جوامعی ساده با باورها و ارزش‌های محدود و ساده بودند، انسجام در آنها مکانیکی بوده است، اما دورکیم معتقد است که جوامع سنتی در روند تکاملی خود تحت تأثیر عواملی، تغییراتی را پذیرا می‌شوند، مهم‌ترین آنها از نظر دورکیم، پیشرفت تقسیم کار است که باعث تحولی عظیم در این جوامع گشته و در حقیقت به دلیل تقسیم کار است که جامعه سنتی مبتنی بر انسجام مکانیکی، به جامعه صنعتی مبتنی بر هم بستگی ارگانیکی تبدیل می‌گردد. لذا وجود تقسیم کار است که جامعه‌ای با ماهیت سنتی را به جامعه‌ای دگرگون شده و با ماهیتی صنعتی بدل می‌کند. تقسیم کار هر چه پیچیده‌تر و تخصصی‌تر می‌شود، توافق روی دایره‌های اخلاقی کاهش می‌یابد و تمایزات بین افراد رشد می‌کند، وفاق حاصل از انسجام مکانیکی جای خود را

به وفاق جدید می‌دهد که برخاسته از انسجام ارگانیک نظم جدید است (اکبری، ۱۳۸۳، ص ۱۸).

### ۳. مشارکت اجتماعی<sup>۲۱</sup>

یونسکو، مشارکت را فرایندی برای خودآموزی اجتماعی و مدنی می‌داند، حق بشر و پیش شرط توسعه می‌داند و معتقد است توسعه باید از مشارکت مردم و از آنچه می‌خواهند و از آنچه که می‌اندیشیدند و باور دارند، آغاز شود (همان، ۳۰). مشارکت کردن به معنای سهمی در چیزی یافتن است و از آن سود بردن و یا در گروهی شرکت جستن، بنابراین به معنای با هم همکاری داشتن است. به همین جهت از دیدگاه جامعه‌شناسی، باید بین مشارکت به عنوان حالت و وضع (امر شرکت کردن) و مشارکت به عنوان عمل و تعهد (عمل مشارکت) تمیز قائل شد. مشارکت در معنای اول از تعلق به گروهی خاص و داشتن سهمی در هستی آن، خبر می‌دهد و در معنای دوم، داشتن شرکتی فعالانه در گروه را می‌رساند و به فعالیت‌های اجتماعی انجام شده نظر دارد (آلن بیرو، ۱۳۶۷، ص ۲۵۷).

مشارکت اجتماعی را می‌توان، فرایند سازمان یافته‌ای دانست که از سوی افراد جامعه به صورت آگاهانه، داوطلبانه و جمعی با در نظر داشتن هدف‌های معین و مشخص به منظور سهم داشتن در منابع قدرت انجام می‌گیرد. شهود چنین مشارکتی، وجود نهادهای مشارکتی همچون انجمن‌ها، گروه‌ها، سازمان‌های محلی و غیر دولتی است (ازکیا و غفاری، ۱۳۸۳، ص ۲۹۲).

جدول (۲): سیر تاریخی اندیشمندان سرمایه اجتماعی در یک نگاه

نظریه پردازان	هدف	عناصر اصلی	تعریف سرمایه اجتماعی
لیدا هانی فن (۱۹۱۶)	افزایش روابط اجتماعی در بین افراد و خانواده	حسن تفاهم، رفاقت و دوستی و احساس هم دردی	سرمایه اجتماعی به عنوان نوعی دارایی است، مانند: حسن تفاهم، هم دردی و رفاقت در بین افراد و خانواده
ژان ژاکوب (۱۹۶۱)	داشتن جامعه و شهری سالم	همکاری داوطلبانه، شهروندی و شبکه‌های اجتماعی	شبکه‌های اجتماعی فشرده در محدوده‌های قدیمی و مختلط شهری
پیر بوردیو (۱۹۷۳)	دستیابی به سرمایه انسانی	تعاملات فردی و گروهی، اعتماد، ارزش‌ها و هنجارها	تسهیل دسترسی به خدمات گروه و ایجاد پیوندهایی با توجه به اندازه شبکه برای عضویت افراد در آن
جیمز کلمن (۱۹۸۸)	تولید سرمایه انسانی و توسعه سیاسی	تعهدات و انتظارات، ظرفیت بالقوه اطلاعات، هنجارها و ضمانت‌های اجرایی مؤثر	نشان دهنده توان ساختار اجتماعی یک گروه به عنوان منبعی برای ایجاد روابط اجتماعی بین افراد آن گروه
رابرت پاتنام (۱۹۹۰)	توسعه سیاسی و اقتصادی	تعهد و اعتماد متقابل و ارزش‌های میان افراد و احساس تعلق و تعاملات اجتماعی	تشکلات اجتماعی، مانند: اعتماد، هنجارها و شبکه‌هایی که توان اصلاح و ارتقای کارکرد مناسب جامعه را از طریق زمینه اعمال هماهنگ داراست
فرانسیس فوکویاما (۱۹۹۷)	توسعه اقتصادی	هنجارهای غیر رسمی، صداقت و اعتماد	مجموعه‌ای از هنجارها یا ارزش‌های غیر رسمی که اعضای گروهی که همکاری تعاون میانشان مجاز است و در آن سهم هستند

## سرمایه نمادین<sup>۲۲</sup>

مفهوم سرمایه نمادین، مهم‌ترین بخش کار بوردیو در زمینه تئوری قدرت نمادین<sup>۲۳</sup> است. وی در تعریف این مفهوم می‌گوید:

من به هر نوع از سرمایه [اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی] چنانچه از مقولات فاهمه<sup>۲۴</sup> دریافت شود، به اصول بیش و تقسیم به نظام‌های طبقه‌بندی کننده و به قالب‌های شناختی که تا اندازه‌ای محصول درون کالبد شدن ساختارهای عینی مربوطه یعنی ساختارهای توزیع سرمایه در میدان هستند، سرمایه نمادین می‌گویم (بورديو، ۱۳۸۴، ص ۱۵۵).

به کار بردن لفظ «هر نوع سرمایه» این طور می‌نمایاند که سرمایه نمادین در ابتداء وجه تغییر شکل یافته و تغییر معنا یافته از سایر سرمایه‌هاست. فونتن، سرمایه نمادین را محصول تغییر رابطه قدرت در رابطه معنایی می‌داند، که اثر خشونت غیرمادی اشکال دیگر سرمایه را بر وجدان‌ها مشخص می‌کند (شویره، ۱۳۸۵، ص ۱۰۰).

در واقع این سرمایه به نوعی معنای آشکار و جوه دیگر سرمایه‌اندوزی است. هر نوع سرمایه [اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی] به درجات مختلف مانند سرمایه نمادین عمل می‌کند. به طوری که بهتر باشد، به دقیق‌ترین وجه از اثرات سرمایه نمادین سخن گفته شود، به ویژه زمانی که این سرمایه بازشناسی آشکار و عملی پیدا می‌کند. برای آن که حرکت جهشی انواع سرمایه‌ها به سوی اثرات نمادین خود را بررسی نماییم، می‌توانیم از مثال نام خانوادگی افراد استفاده کنیم. «نام خانوادگی»، نام آبا و اجدادی<sup>۲۵</sup> است که به طور نمادین تمام ثروت‌های عادی و غیرعادی گرد آمده و به ارث رسیده را انبار می‌کند و دارندگان این نام به دلیل قدرت «فضایل»<sup>۲۶</sup> نمادینی که دارند، همه را به دنبال خود می‌کشاند (شویره، ۱۳۸۵، ص ۱۰۱).

بورديو برای بسط مفهوم سرمایه نمادین از مفاهیم کاریزماتیک و مشروعیت و بر کمک می‌گیرد. در واقع، شاید بتوان گفت مهم‌ترین تأثیر و بر بورديو در این جا نمایان می‌شود. بورديو، همچون و بر معتقد است، اعمال قدرت به مشروعیت نیاز دارد. افراد و گروه‌هایی که می‌توانند خود را از گروه‌ها و افرادی

که دارای منافع مشخصی هستند، به گروه‌ها و افرادی که منافی ندارند، تغییر دهند، به گفته بوردیو به کسب سرمایه نمادین نائل گشته‌اند (سوارتز، ۱۳۸۱، ص ۳).

سرمایه نمادین، به نوعی سرمایه انکار شده است. این سرمایه روابط مبتنی بر منافع بنیادین را که با آنها مرتبط است، با مشروعیت دادن به آنها پنهان می‌کند. پس، سرمایه نمادین، شکلی از قدرت است که نه به عنوان قدرت بلکه به عنوان تقاضای مشروع برای به رسمیت شناختن، احترام، اطاعت و خدمات دیگران مشاهده می‌شود (سوارتز، ۱۳۸۱، ص ۲۷).

به عبارت دیگر می‌توان گفت، سرمایه نمادین هر نوع از سرمایه است که، دست‌هایی از اعضای اجتماع آن را درک می‌کنند، به رسمیت می‌شناسند و برای آن ارزش قائل می‌شوند. سرمایه نمادین که از شأن و حیثیت شخص سرچشمه می‌گیرد، مجموعه ابزارهای نمادینی همچون پرستیژ، احترام، قابلیت‌های فردی در رفتارها (کلام و کالبد) و شکوه و فرهمنندی را به فرد اعطا می‌نماید (فکوهی، ۱۳۸۴، ص ۳۰۰).

وجه دیگر و بسیار مهم سرمایه نمادین، وجود یک نوع رابطه دوسویه در مسئله شناخت آن است. به نوعی می‌توان سرمایه نمادین را حاصل تصدیق<sup>۲۷</sup> مشروعیت<sup>۲۸</sup> کسی دانست که آن را در اختیار دارد. پس قدرت و تسلط آن کس به دیگران به دلیل همین مشروعیت داشتن از یک سو و تأیید این مشروعیت از سوی دیگران به دست می‌آید (شویره، ۱۳۸۵، ص ۱۰۲).

این سرمایه جز در احترام، بازشناسی، باور، اعتبار و اعتماد دیگران وجود خارجی پیدا نمی‌کند و تا زمانی که باور دیگران به وجود آن را به همراه نداشته باشد، نمی‌تواند دوام بیاورد. اما از سوی دیگر، در صورت وجود آن، اعتماد و پذیرش از سوی همگان شخص به مشروعیت دست می‌یابد (جنکینز، ۱۳۸۴، ص ۱۱۹). شکل‌های گوناگون سرمایه (اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی) هم وسیله و



هم هدف استراتژی ما هستند که برای دستیابی به تمایز و تشخیص در هر میدان پی گیری می شوند.

﴿۱۹۳﴾

بوردیو: چیزی به عنوان زبان یا فرهنگ وجود ندارد، فقط زبان و فرهنگ معرفتی وجود دارد که در هر متن و زمینه‌ای کمابیش مسلط است. «عظمت» تولیدکنندگان کلام فرد در این نیست که آنها به عمل می آورند و این یعنی ارزش آنها در بازار مورد نظر (جنکینز، ۱۳۸۴، ص ۳۲).

به این ترتیب می توان سرمایه نمادین را به نوعی سرمایه مشروع نامید، چرا که سرمایه نمادین مشخص می کند که چه اشکال و کاربردهایی از سرمایه، مبنای مشروعی را برای جایگاه‌های اجتماعی افراد در یک جامعه فراهم می آورد. کارایی سرمایه نمادین به عملکرد واقعی ارتباطات وابسته است. پس سرمایه نمادین در تصور بین‌الذهانی<sup>۲۹</sup> وجود دارد و رشد و نمو می کند و درک می شود.

بوردیو: برای آن که گفتمان‌ها و بازنمودها بتوانند بر واقعیت‌ها تأثیر بگذارند، باید برخی شرایط اجتماعی بیرونی تحقق یابد. اثر تئوری بر عمل را می توان از آن جمله دانست، یعنی تأثیر یک نظریه فلسفی یا جامعه‌شناسی بر جهان اجتماعی. قدر مسلم برای چنین تأثیری، عواملان باید مبنای این نظریه را بشناسند و این تئوری بتواند به نهادها تکیه کند. مناسبات میان «شناخت عالمانه<sup>۳۰</sup>» با «شناخت عامیانه<sup>۳۱</sup>» مثال دیگری است. این فرایند بعد نمادین، نظم اجتماعی را تشکیل می دهد که در جهت عکس می تواند به شکل «خشونت نمادین» متجلی شود.

خشونت نمادین، صورت‌های متفاوت سلطه مشروع و غیر مسلح است که صورت رسمی و قانونی پیدا می کند، طوری که سلطه‌پذیر خود به نظم مسلط می پیوندد و مدافع آن می شود، بدون آن که از ساز و کارهای آن آگاه باشد. خشونت‌های زبانی و بازنمودهای آن از جمله واقعیت‌های اجتماعی، خشونت نمادین هستند (بوردیو، ۲۰۰۲م، ص ۱۴۳).

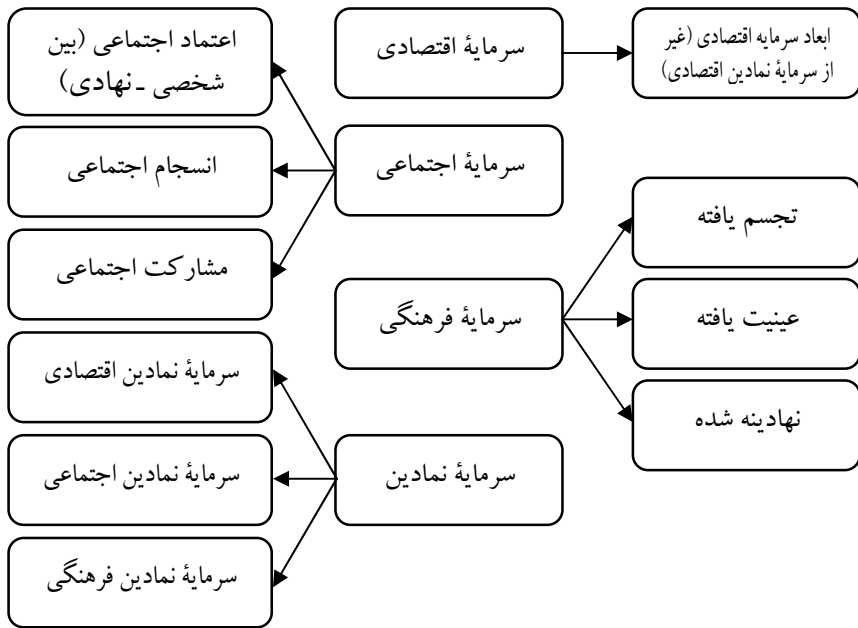
با افزایش سرمایه نمادین، سلطه افزایش می‌یابد و بر قشر پایین‌تر تحمیل می‌شود. به این ترتیب واقعیت‌های اجتماعی نه آن چنان که دورکیم مدعی بود، مجموعه‌ای از هنجارها و نمادهای مشروع، بلکه از روابط و مناسبات قدرت است که بین گروه‌های مختلف درگیر در عرصه‌های اجتماعی بروز می‌کند، این روابط و مناسبات اجتماعی به همان اندازه که اقتصادی است، نمادین و معنایی نیز هست. گفتمان‌ها و نمادها بر واقعیت‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد و به صورت مختلف سلطه، شکل می‌دهد (بورديو، ۱۹۸۰م، ص ۱۵).

بحث گردآوری سرمایه نمادین، توجه می‌کند که چگونه بسیاری از افراد که در ابتدا از یک ظرفیت و استعداد معمولی برخوردار بودند، در شرایط اجتماعی خوب و مناسبی قرار گرفته، با کمک عوامل جانبی همچون بحران و مسائل جمعی، توانسته‌اند به جایگاه قدرت بی‌نظیری دست یابند و به صلاحیت علمی و هنری برسند. مصارف نمادین بر حسب طبقات و اقشار اجتماعی متغیر است و به فضای اجتماعی که فرد در آن زندگی می‌کند، یعنی به حجم سرمایه نمادینی که در دسترس و اختیار هر طبقه است و به معیار فرهنگی که هر طبقه، خود را با آن مشخص می‌کند، وابسته است. در همین راستا طبقه مسلط در صدد است که جایگاه خود را از راه کار تمایز و تشخیص حفظ نماید و در پی آن است که خواست خود را به سایر اعضای جامعه و گروه‌ها تحمیل نماید. برای همین زمانی که سرمایه اجتماعی و یا سرمایه فرهنگی همه گیر می‌شود و برای همه شناخته می‌شود با رفتار فرهنگی و اجتماعی جدیدی که به طبقه مسلط تعلق دارد، جایگزین می‌شود (بورديو، ۱۹۸۵).

با توجه به موارد بیان شده در قسمت ادبیات، باید چنین اظهار کرد که در درجه اول سرمایه نمادین نوع تغییر شکل یافته از هر نوع سرمایه محسوب می‌شود که به عنوان نماد و سمبل محسوب می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورد عزت و احترام قرار می‌گیرد و به نوعی، به عنوان پرستیژ محسوب می‌شود و

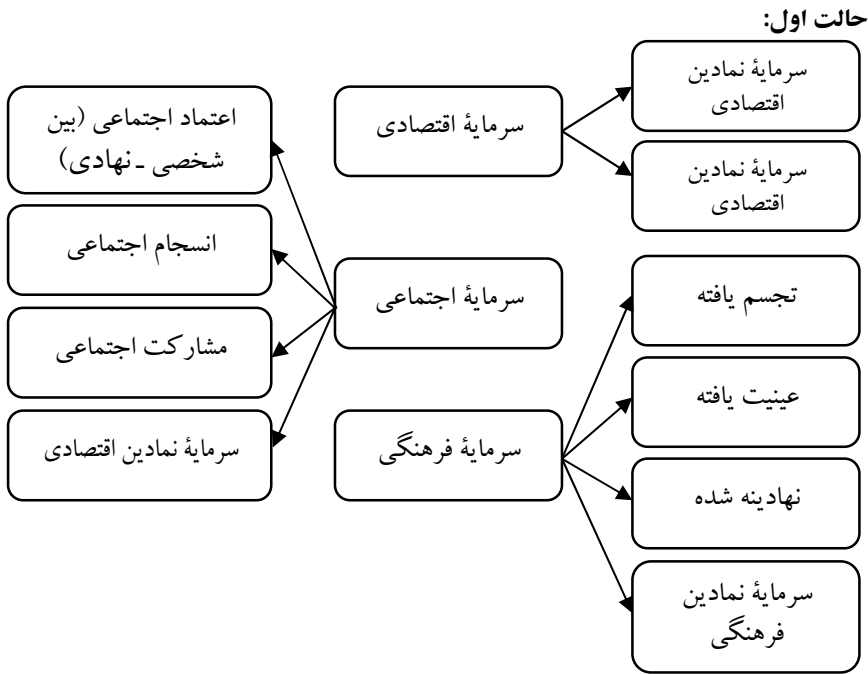
از طرفی هر نوع از سرمایه می‌باشد که در چشم دیگران به عنوان نماد محسوب می‌شود. در بیانی دیگر می‌توان این چنین گفت که سرمایه نمادین از هر نوع سرمایه به عنوان بعدی جداگانه محسوب می‌شود و در واقع باید سرمایه نمادین را به عنوان بعدی از هر سرمایه محسوب نمود.

### حالت اول:



شکل (۱): ابعاد سرمایه نمادین

منبع: (نامدار، ۱۳۹۳)



شکل (۲): ابعاد سرمايه نمادين

منبع: (نامدار، ۱۳۹۳)

در حالت اول، می توان سرمايه نمادين را به عنوان متغيري جداگانه از ساير سرمايه ها و به عنوان سرمايه چهارم محسوب نمود و در حالت دوم، سرمايه نمادين را می توان به عنوان يك بعد از هر سرمايه محسوب نمود. در ادامه به تعريف هر يك از ابعاد سرمايه نمادين می پردازيم:

### ۱. سرمايه نمادين اقتصادي

با توجه به مطالب بيان شده می توان چنين اظهار نمود كه سرمايه نمادين اقتصادي، آن دسته از سرمايه اقتصادي می باشد كه به عنوان نماد توسط جامعه پذيرفته شده است و دارنده آن، از طرف مردم صاحب احترام و منزلت می باشد.

سرمایه اقتصادی: هر نوع سرمایه و دارایی مشهود می‌باشد که دارنده آن می‌تواند آن را به سرعت به وجه نقد تبدیل نماید. (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اقتصادی به معنای داشتن سرمایه اقتصادی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی ساده‌زیستی و زندگی بدون تجملات و ساده به عنوان سرمایه نمادین اقتصادی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین اقتصادی، هرگونه از سرمایه اقتصادی محسوب می‌شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد (نامدار، ۱۳۹۳).

## ۲. سرمایه نمادین فرهنگی

سرمایه نمادین فرهنگی آن دسته از سرمایه فرهنگی می‌باشد که برای مردم به عنوان نماد محسوب می‌شود و مردم برای دارنده آن احترام و منزلت خاصی قائل می‌شوند (سرمایه فرهنگی نمادین، سرمایه فرهنگی است که فرد با داشتن آن سرمایه فرهنگی در چشم مردم، مورد ستایش و احترام است). (البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین فرهنگی به معنای داشتن سرمایه فرهنگی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی فرهنگ خاص و یا کلاً فرهنگ منفی و متضاد با فرهنگ پذیرفته شده به عنوان سرمایه نمادین فرهنگی دارای ارزش و احترام باشد) (نامدار، ۱۳۹۳).

ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین فرهنگی، هرگونه از سرمایه فرهنگی محسوب می‌شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم (یا گروهی خاص) مورد احترام قرار می‌گیرد.

در پایان برای تفهیم هر چه بهتر سرمایه نمادین و ابعاد سرمایه نمادین،

مثال‌هایی آورده می‌شود که امیدواریم برای محققان در فهم و نزدیک شدن به معنای واقعی این سرمایه مثر ثمر واقع شود.

### ۳. سرمایه نمادین اجتماعی

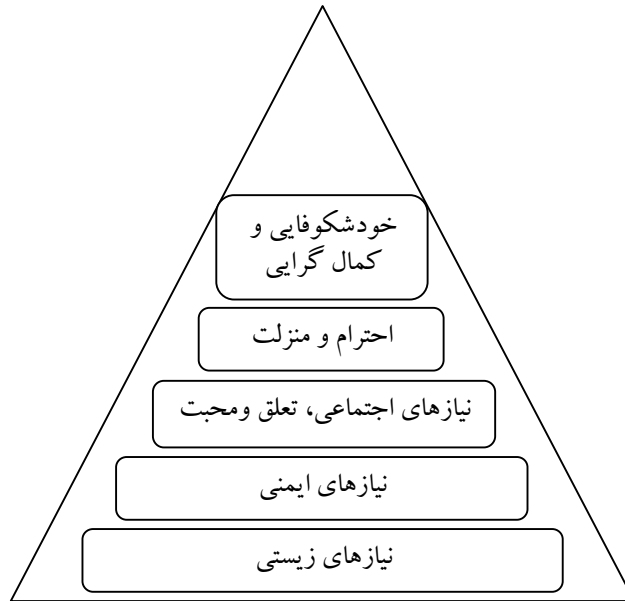
سرمایه نمادین اجتماعی آن دسته از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که در میان مردم از احترام و منزلت بالایی برخوردار می‌باشد و به عنوان نماد از سوی جامعه محسوب می‌شود، (مانند عضویت و همکاری و مشارکت و ارتباط با اشخاص و گروه‌هایی که مردم آن را به عنوان نماد به شمار می‌آورند و برای فرد منزلت و احترام به همراه دارد) (نامدار، ۱۳۹۳).

(البته باید به این نکته اشاره نمود که سرمایه نمادین اجتماعی به معنای داشتن سرمایه اجتماعی بیشتر نمی‌باشد و گاهی خلاف آن نیز صدق می‌کند، یعنی شاید در برخی مناطق و میان افراد خاصی، زندگی بدون رفت و آمد و ساده به عنوان سرمایه نمادین اجتماعی دارای ارزش و احترام باشد). ولی در کل باید چنین بیان نمود، که سرمایه نمادین اجتماعی، هرگونه از سرمایه اجتماعی محسوب می‌شود که به عنوان نماد و سمبل و پرستیژ استفاده می‌شود و دارنده آن از جانب مردم مورد احترام قرار می‌گیرد (همان).

### تئوری و سلسله مراتب نیازهای مازلو

آبراهام مازلو چارچوب قابل توجهی برای شرح و نیازهای مختلف انسان در سال ۱۹۴۳ ارائه داده است. وی از طریق تجارب خود به این نتیجه می‌رسد که نیازهای انسانی را می‌توان به شیوه سلسله مراتبی تنظیم کرد. وی اصولاً عقیده داشت که هرگاه سطح مفروض یک نیاز ارضا شود، دیگر آن سطح نیاز به عنوان عامل انگیزشی عمل نمی‌کند. در این صورت لازم است که برای ایجاد انگیزش در انسان به نیازهای سطوح بالاتر توجه شود (دانایی فرد، ۱۳۹۰).

سلسله مراتب نیازهای مازلو شامل پنج سطح به صورت زیر است:



شکل (۳): سلسله مراتب نیازهای مازلو

### نیازهای زیستی (اولیه):

اساسی‌ترین سطح سلسله مراتب نیازها، یعنی نیازهای فیزیولوژی، به طور اعم به نیازهای اولیه و غیراقتصادی مربوط می‌شود. این نیازها بیشترین شدت را دارند.

### نیازهای ایمنی:

نیاز به حفاظت از خود در حال و آینده و تأمین نیازهای زیستی و مهم در آینده، اساس نیازهای ایمنی را تشکیل می‌دهد. به عبارتی انسان در این مرحله باید امنیت جانی، مالی، شغلی و... را اکتساب کند.

### نیازهای اجتماعی، تعلق و محبت:

انسان‌ها موجوداتی اجتماعی هستند، لذا نیازمند تعلق هستند و می‌خواهند به وسیله گروه‌های مختلف پذیرفته شوند. در این راستا به برقراری روابط معناداری با

دیگران می‌کوشند. شکل‌گیری گروه‌های غیررسمی بیشتر به منظور تأمین این نیاز هستند.

### نیازهای احترام و منزلت:

بعد از ارضای نیازهای تعلق، افراد می‌خواهند وارد یک سری ارتباطات رسمی شوند و از این پس نیازمند به احترام و منزلت می‌شوند. احترام قبل از هر چیزی نسبت به خود است و سپس قدر و منزلتی است که توسط دیگران برایشان اصل می‌شود. از این جهت افراد می‌کوشند که قدرت و پایگاه اجتماعی کسب کند.

### نیاز به خودشکوفایی:

خودشکوفایی یعنی آنچه که انسان می‌تواند بشود. به عبارتی انسان نیازمند آن است که استعدادهای بالقوه خود را بالفعل کرده و به مرحله ظهور و تجلی برساند.

در ادامه این نکته را باید اشاره کرد که مازلو بر این عقیده نبود که در همه افراد، این نیازها به صورت مراتبی برانگیخته می‌شود و استثناهایی وجود دارد، اما در بیشتر افراد و مواقع این الگو صادق است (دانایی فرد، ۱۳۹۰).

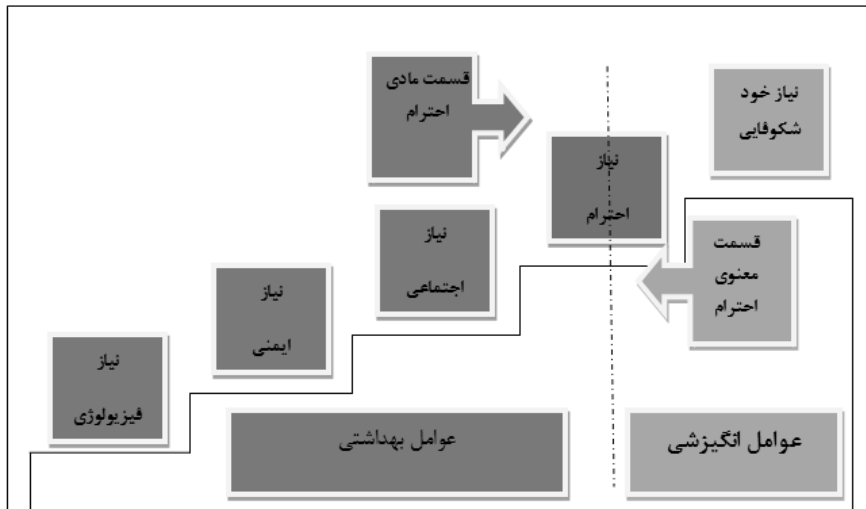
### تئوری دو عاملی هرزبرگ

فردریک هرزبرگ، مازلو را گسترش داد و درباره انگیزش یک نظریه محتوایی مطرح کرد که فراوان از آن نام برده می‌شود. مطالعات مربوط به این نظریه، درباره عملکرد حدود ۲۰۰ حسابدار و مهندس انجام شده است. مطالعات مربوط به این مصاحبه به شناسایی و بررسی احساس شاغلان درباره محتوای شغلی آنان پرداخت و بیان کرد، هرزبرگ در یافته‌های خود به این موارد دست یافت که انسان‌ها دو دسته نیاز دارند که از اساس متفاوت با یکدیگر هستند و به طریق متفاوتی رفتار را تحت تأثیر قرار می‌دهند. او پی برد که وقتی افراد از کار خود ناراضی هستند، نارضایتی‌های خود را به محیط مربوط می‌دانند و استناد به



محیطی کاری می‌کنند. در مقابل وقتی افراد درباره کار خود احساس خشنودی می‌کنند، این خشنودی به خود و ماهیت کار مربوط می‌شود و به ذات کار استناد می‌کنند. هرزبرگ طبقه اول نیازها را عوامل بهداشتی و دومین سطح نیازها را عوامل انگیزشی نامید (دانایی فرد، ۱۳۹۰).

**عوامل بهداشتی:** مربوط به محیط کار می‌شود و باعث جلوگیری از نارضایتی می‌شوند، ولی وجود آنها به طور حتم باعث رضایت نمی‌شود.  
**عوامل انگیزشی:** مربوط به ماهیت کار می‌شوند و باعث ایجاد انگیزه می‌شوند.



شکل (۴): ارتباط بین نظریه انگیزش - بهداشت و نظریه سلسله مراتب نیازها

### نظریه ERG آلدرفر

این نظریه، نظریات مازلو و هرزبرگ را تعدیل می‌کند و توسعه می‌دهد. این نظریه توسط کلی تون آلدرفر در سال ۱۹۶۹ به وجود آمد. آلدرفر نیازهای افراد را در سه سطح دسته‌بندی می‌کند.

۱. نیازهای وجودی یا حیاتی (E)؛

۲. نیازهای وابستگی (R)؛

۳. نیازهای رشد (G).

۱. نیازهای وجودی یا حیاتی (E):

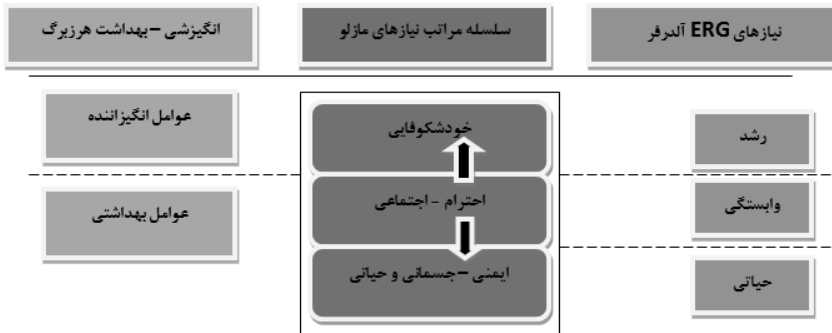
این سطح شامل آن دسته از نیازهایی است که برای ادامه حیات انسان لازم است. مانند: نیازهای فیزیولوژی و ایمنی.

۲. نیازهای وابستگی (R):

این سطح بستگی به این دارد که مردم چگونه با هم و محیط اجتماعی اطراف خود ارتباط دارند و شامل نیازهای اساسی اجتماعی و ارتباطات میان اشخاص می‌شود.

۳. نیازهای رشد (G):

این دسته از نیازها مربوط به بالاترین طبقه نیازها می‌شود، مانند: احترام و خودشکوفایی (دانایی فرد، ۱۳۹۰).



شکل (۵): ارتباط بین نظریه آلدرفر، مازلو و هرزبرگ

## واکاو و پیشینه تجربی

۱. تحقیقی در سال ۱۳۹۲، توسط محمدی ژیانپور و همکاران تحت عنوان

«کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاهی (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه دانشگاه دولتی اصفهان)» انجام شده است. در این تحقیق با توجه به نظریات جامعه‌شناسی پیر بوردیو میزان سرمایه فرهنگی دانشجویان در چهار رشته جامعه‌شناسی، پزشکی، حقوق و طراحی صنعتی (هنر) بررسی شده است که نتایج نشان دهنده آن است که با پدید آمدن سلسله مراتبی تمایزها به نام سلسله مراتب فرهنگ‌ها و سلسله مراتب اجتماعی، میدان دانشگاهی واجد قطب‌های جدید و کشاکش‌های نمادین میان رشته‌های دانشگاهی می‌شود.

۲. تحقیق در سال ۱۳۹۱، توسط مرتضی منادی تحت عنوان «سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی» انجام شده است که در آن محقق به دنبال بررسی ارتباط بین انتخاب‌های مختلف زنان (شاغل و خانه‌دار) از جمله انتخاب کالاهای مصرفی غربی یا مارک‌دار (مانند: لباس، کیف و کفش) با سرمایه فرهنگی بوده است. تحقیق به صورت کیفی با ابزار مصاحبه به صورت تصادفی انجام شده است. روش تحلیل داده‌ها به صورت تحلیل محتوا می‌باشد. نتایج حاکی از آن است که سرمایه فرهنگی زنان، تأثیر مهمی در تبعیت از مد یا انتخاب کالاهای غربی یا مارک‌دار ندارد. همچنین در پیروی از مد و انتخاب کالاهای غربی یا مارک‌دار، تفاوت ناچیزی بین زنان شاغل و خانه‌دار وجود دارد.

۳. تحقیقی در سال ۱۳۹۱، با عنوان «دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه‌های هنری، تحلیل کمی رابطه بین سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهران توسط امیر ملکی و ملاکه رفیعی انجام شده است. این تحقیق با استفاده از تکنیک پرسش‌نامه بر روی نمونه‌ای معرف از جوانان ۱۵-۲۹ سال ساکن شهر تهران صورت گرفته است. نتایج این تحقیق نشان دهنده آن است که سرمایه فرهنگی با انتقال بین نسلی و جهت دادن به منش‌ها و سلیقه‌های متفاوت جوانان، موجبات شکل‌گیری الگوی مصرفی متنوعی را فراهم می‌آورد.

۴. تحقیقی در سال ۱۳۹۲، توسط سید جواد امام جمعه‌زاده و همکاران با عنوان «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مصرف‌گرایی سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه اصفهان» انجام شده است. نمونه مورد بررسی در این تحقیق شامل ۲۵۰ نفر از دختران و پسران دانشجوی دانشگاه اصفهان می‌باشند. با تقسیم سرمایه اجتماعی به دو متغیر اعتماد اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی، به همراه در نظر گرفتن سه وجه از مصرف‌گرایی سیاسی یعنی رفتارها، انگیزه‌ها و عادات مشاهده شده است که همبستگی‌های معناداری میان ابعاد سرمایه اجتماعی و میزان مصرف‌گرایی سیاسی پاسخ‌گویان وجود دارد. در این میان، مصرف‌گرایی سیاسی، بیشترین تأثیر را از انسجام اجتماعی و از مؤلفه‌های شبکه اجتماعی و کم‌ترین تأثیر را از اعتماد تعمیم یافته از مؤلفه‌های اعتماد اجتماعی می‌پذیرد.

۵. تحقیقی در سال ۱۳۸۹، توسط محمد مهدی رحمتی و سجاد مرادی با عنوان «توزیع اجتماعی الگوی مصرف» انجام شده است. در این تحقیق به اهمیت مصرف به عنوان مهم‌ترین موضوع پژوهشی در جامعه‌شناسی اشاره شده است و این تحقیق به دنبال بررسی سلیقه‌های هنری در شهر تهران می‌باشد. در بخش نظری از نظر پیر بوردیو و صاحب‌نظران پست مدرنیست استفاده شده است. تحقیق به روش پیمایشی و با استفاده از ابزار پرسش‌نامه به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چند مرحله‌ای در میان ۴۱۰ نفر از افراد ۱۵ تا ۴۵ ساله شهر تهران انجام شده است. طبق یافته‌های تحقیق، سلیقه‌های هنری افراد رابطه معناداری با متغیرهایی چون سن، جنسیت، قومیت و شغل نشان نمی‌دهد. از طرفی نوعی در هم آمیختگی و التقاطی شدن در میان الگوی مصرف کالاها و فرهنگی و هنری در جمعیت مورد مطالعه مشاهده شده است.

۶. تحقیقی در سال ۱۳۸۹، توسط محمد عبداللهی و سجاد مرادی تحت عنوان «تحلیل جامعه‌شناسی الگوی مصرف در بین ساکنان شهر تهران» انجام شده است. در این تحقیق بر تغییر نیازهای اقتصادی، صورت‌بندی اجتماعی معاصر از تولید به

مصرف، چرخش فرهنگی در جامعه‌شناسی و رواج علاقه به فرآیندهای نمادین در جریان کنش‌های اجتماعی تأکید شده است. این پژوهش برای شناسایی الگوی مصرف و بررسی عوامل مؤثر بر این الگوها انجام شده است. تحقیق به وسیله پرسش‌نامه در میان ۴۱۰ نفر از افراد ۱۵-۴۵ ساله شهر تهران انجام شده است. نتایج تحقیق، نشان دهنده توزیع طبقاتی الگوی مصرف و انطباق آنها بر جایگاه افراد در فضای سلسله مراتب اجتماعی است.

۷. تحقیقی که در سال ۱۳۸۹، توسط محسن نوغانی با عنوان «عوامل اجتماعی مؤثر بر انجام جراحی زیبایی زنان» انجام شده است، که ۸۰ نفر از زنان ۱۸ الی ۴۵ ساله به دو گروه زنان با عمل جراحی و زنان بدون عمل جراحی زیبایی تقسیم شده و مطالعه روی آنها صورت گرفته است. نتایج تحقیق نشان دهنده آن است که متغیرهای سرمایه فرهنگی، فشارهای هنجاری و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با طراحی زیبایی رابطه مثبت و معنادار، و متغیرهای تصور از بدن و روابط اجتماعی با انجام جراحی زیبایی رابطه معنادار و منفی دارد.

۸. تحقیقی که موضوع پایان نامه بوده و در سال ۱۳۹۰، توسط همایون فرزانی با عنوان «بررسی عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کنندگان در خرید صنعت پوشاک با مارک خارجی (مطالعه موردی شهر سنندج)» انجام شده است، به بررسی تأثیر هفت عامل: وجهه ظاهری، هم‌خوانی گروهی، هنجارهای ذهنی، ویژگی‌های محصول، کنترل رفتار ادراک شده، نگرش‌های مصرف کننده با میل به خرید لباس و خرید واقعی، بر رفتار مصرف کننده، پرداخته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که میان هم‌خوانی گروهی، نگرش مصرف کنندگان بر میل خرید لباس، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، میل به خرید و خرید واقعی و ویژگی‌های محصول رابطه معنادار وجود دارد.

۹. تحقیقی توسط آقای هاشم خدابخش با عنوان «تعیین و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کننده پوشاک شرکت رولان» در سال ۱۳۸۹ انجام

شده است. هدف از این تحقیق، بررسی و تعیین عوامل مؤثر بر رفتار مصرف کننده در خرید پوشاک کودک می‌باشد. در این پژوهش با مراجعه به تحقیقات انجام شده در صنعت پوشاک از سال ۱۳۸۳ به بعد، در مورد انتخاب پوشاک، عوامل متعددی که برای مصرف کننده مهم بوده است، استخراج گردیده است. این عوامل در ۱۴ طبقه: برند، مد، کیفیت، تبلیغات، قیمت، فروشندگان و قابلیت مرجوع شدن طبقه‌بندی شده‌اند. نتایج ۱۰ مورد از عوامل مورد بررسی را جزء عوامل مؤثر نشان داد. عوامل ذیل به ترتیب جز عوامل مؤثر بر خرید پوشاک شناسایی گردیده است، کیفیت، جور بودن، جنس، قیمت مناسب، طراحی، قابلیت مرجوع بودن، فروشگاه، مد، خرید پرستیژی، برند و خرید هدیه‌ای (اشانتیون).

۱۰. محمدی در سال ۱۳۸۷، پژوهشی میدانی با عنوان «رابطه بین سبک زندگی و نگرش هویت جنسیتی در بین دو نسل مادران و دختران» انجام داده است. براساس یافته‌های پژوهش، نظرات مادران و دختران در زمینه اهمیت قیمت پوشاک، بادوام بودن آنها، تفاوت معناداری با یکدیگر ندارد. در مورد مد بودن، شیک بودن، زیبا بودن و تک بودن، آراستگی و آرایش داشتن، هماهنگی رنگ و مد لباس با هم و مطابق روز لباس پوشیدن، نظرات مادران با دختران تفاوت معناداری مشاهده شده است.

۱۱. تحقیق در سال ۲۰۱۴، توسط انخولد کولونباتار و همکاران تحت عنوان «نقش خوشه و سرمایه اجتماعی در توسعه صنایع فرهنگی خلاق‌تر» انجام شده است. در این تحقیق به اهمیت و جایگاه خوشه به عنوان بخش حیاتی صنایع فرهنگی و خلاق اشاره شده است. خوشه به معنای آن است که افراد در مناطق جغرافیایی متفاوت ساختارهای متفاوت فرهنگی و اجتماعی دارند که متناسب با آن، بیشتر در صنایع مختلف باید از خود افراد و مردم دارنده فرهنگ درباره کالا و محصولات فرهنگی تولیدی نظرخواهی می‌شود و در تولید کالا و خدمات

فرهنگی اعمال می‌شود.

۱۲. در تحقیقی در سال ۲۰۱۳، توسط آندریو نیومن و همکاران با عنوان «چگونگی سرمایه فرهنگی، عادات و طبقه و نفوذ پاسخ از افراد مسن به حوزه هنرهای تجسمی معاصر» انجام شده است. در این تحقیق، محقق به جمع‌آوری اطلاعات از ۳۸ نفر از افراد مسن به مدت ۲۸ ماه با هدف، هنرهای تجسمی معاصر و ساز و کار هویت‌بخشی به هنرهای تجسمی معاصر، با توجه به نقش سرمایه فرهنگی می‌پردازد. در این تحقیق افراد مسن به ۵ گروه تقسیم شده‌اند و از طیف وسیعی در زمینه‌های مختلف از سرمایه فرهنگی و هنرهای تجسمی معاصر با آنها بحث شده است و نتایج به دست آمده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند (تحقیق به صورت کیفی و با استفاده از ابزار مصاحبه انجام شده است). نتایج به دست آمده حاکی از آن است که مصاحبه‌شوندگان هر کدام به نظر خودشان و متناسب با سرمایه فرهنگی خودشان و تجربه دوره زندگی که به دست آورده‌اند، استنباطی خاص از هویت‌بخشی از هنرهای تجسمی را درمی‌یابند. برخی از افراد برخی به هنرهای موجود را هنر به شمار نمی‌آورند تا درباره هویت‌بخشی آن نظر بدهند و در این زمینه، پویایی گروه و تحرک کلاس، (طبقه) فرد در هنر به حساب آوردن هنر معاصر، و هویت‌بخشی آن رابطه معنادار وجود دارد (هر کس متناسب با سرمایه فرهنگی خود، به هنرهای تجسمی معاصر هویت می‌بخشد).

۱۳. فورایجی و لاتوسینسکا و وارزینیاک<sup>۳۲</sup> ۲۰۱۱، رابطه بین متغیرهای مختلف، که متغیرهای مستقل آن شامل فرهنگی، اجتماعی، شخصی، روان‌شناختی و عوامل آمیخته بازاریابی و متغیر وابسته آن رفتار مصرف‌کننده است را در بازار لوازم الکترونیکی عراق بررسی کردند. هدف از این مطالعه، تعیین عوامل مؤثر بر مراجعات و رفتار مصرف‌کننده، در بازار لوازم الکترونیکی در عراق می‌باشد. داده‌های مورد استفاده برای تجزیه و تحلیل عوامل مؤثر بر

فرآیندهای تصمیم‌گیری خرید مصرف‌کنندگان، از طریق یک پرسش‌نامه که در دسامبر ۲۰۱۱، در بصره، شهری در جنوب عراق توزیع شد، به دست آمد. نتایج طرح تحقیقاتی آنها نشان داد که عوامل اجتماعی، عوامل روان‌شناختی و عناصر آمیخته بازاریابی به شدت با رفتار مصرف‌کننده در ارتباط است.

۱۴. تیگمان و لیبسی<sup>۳۳</sup> در سال ۲۰۰۹، در طرحی با عنوان «رضایت بدن، سرمایه‌گذاری ظاهری و کارکردهای لباس در میان خریداران زن» به بررسی ارتباط بین لباس و تجربه بدن زنانه از بین زنان خرید لباس در استرالیا پرداخته است. نتایج حاصل از تکمیل پرسش‌نامه و متغیرهای تصور از بدن، کارکرد لباس، اعتماد به نفس و لذت بردن از خرید لباس نشان داد که انتخاب لباس براساس مد روز برای تمامی سنین از طرف زنان مورد استفاده قرار می‌گیرد. از طرف دیگر، نارضایتی از بدن با تجربه منفی خرید لباس ارتباط دارد. همچنین سرمایه‌گذاری برای ظاهر با انتخاب لباس ارتباط دارد و از دیدگاه زنان، لباس بخش مهمی از حضور آنان در جامعه است.

۱۵. باون<sup>۳۴</sup> در سال ۲۰۰۶، در مطالعه‌ای با عنوان «بررسی هویت پست مدرن و تأثیر مد بر آن» با استفاده از ابزار پرسش‌نامه و مصاحبه عمیق به بررسی رابطه بین پوشاک و هویت از منظر مصرف و مد در بین جوانان شهر میلان پرداخته است، بررسی صورت گرفته نشان می‌دهد که میزان مصرف پوشاک، راهی برای نشان دادن هویت غیر انحصاری در نظر گرفته می‌شود.

۱۶. ساسوما<sup>۳۵</sup> در سال ۲۰۰۴ در طرحی با عنوان «تأثیر شیوه زندگی در رفتار مصرف‌کننده لباس» به تأثیر عوامل سبک زندگی در رفتار مصرفی لباس و تمایلات جنسی دانشجویان پرداخته است، که نتایج آن نشان می‌دهد، جنسیت، مصرف رمانتیک<sup>۳۶</sup>، مصرف جلوه‌گرایانه<sup>۳۷</sup> و مصرف جنسی<sup>۳۸</sup> می‌تواند نقش مهم در این رابطه داشته باشد. همچنین بین سبک زندگی و مصرف رمانتیک و جلوه‌گرایانه رابطه معناداری وجود دارد.



## روش‌شناسی پژوهش

تحقیق از جهت هدف، کاربردی و از نظر ماهیت، توصیفی و از نظر روش به صورت مروری و تحلیلی صورت گرفته است، تحقیق حاضر یک پژوهش کیفی از نوع تحلیل انتزاعی و محتواست. روش جمع‌آوری اطلاعات در این پژوهش شامل مطالعات کتابخانه‌ای - اسنادی و تحلیل محتوای کیفی و انتزاعی انجام گرفته است. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات به دست آمده، از روش تجزیه و تحلیل تم<sup>۳۹</sup> استفاده شد. در این روش پس از مطالعه دقیق متون پیاده شده، مفاهیم حاصل از آن استخراج گردیده و به هر کدام یک کد اختصاص داده شد. سپس مفاهیم مشابه شناسایی گشته و با ترکیب آنها تم‌های فرعی تدوین گردید. جداول زیر حاوی مثال‌هایی از مفاهیم شناسایی شده متون است. همچنین تم‌های فرعی اختصاص یافته به این مفاهیم نیز در جداول قابل ملاحظه می‌باشد. چنین اقدامی برای همه متن‌ها انجام شده و در صورت وجود گویه‌هایی (مفاهیم) با مضامین مشابه، در متن‌های قبلی از کدهای قبلی استفاده گردید.

جدول (۳): چارچوب کلی روش تحقیق

توسعه‌ای - کاربردی	جهت‌گیری تحقیق
پست مدرنیست	فلسفه تحقیق
استقرایی	رویکرد تحقیق
توصیفی	هدف تحقیق
مروری - طولی	استراتژی تحقیق
انتزاعی - تحلیلی	روش
کیفی	صیغه پژوهش
اسناد و مدارک - مشاهده	ابزار تحقیق
کتابخانه‌ای - میدانی	روش جمع‌آوری داده‌ها

## یافته‌های تحقیق

جدول (۴): تقسیم‌بندی طبقات جامعه بر اساس سرمایه و الگوهای رفتاری

(۲۱۰)

الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اقتصادی	طبقه مسلط	تقسیم بندی افراد جامعه بر اساس طبقه بندی اجتماعی، سرمایه‌ها و الگوهای متناسب با غربی و یا ایرانی - اسلامی
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اجتماعی		
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	فرهنگی	طبقه خرده بورژوازی	
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اقتصادی		
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اجتماعی	طبقه عامه و تسلط پذیر	
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	فرهنگی		
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اقتصادی	طبقه عامه و تسلط پذیر	
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	اجتماعی		
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			
الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی	فرهنگی		
الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی			

در علوم اجتماعی به طور کلی افراد جامعه به سه طبقه تقسیم می‌شوند و هر کدام از این طبقات دارای میزانی از سرمایه‌های اقتصادی - اجتماعی و فرهنگی هستند، که این میزان در طبقات بالاتر بیشتر است. حال این سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی که در هر طبقه به مقادیر مختلف موجود است، می‌تواند مبتنی بر دو الگوی ایرانی - اسلامی و یا غربی باشد.

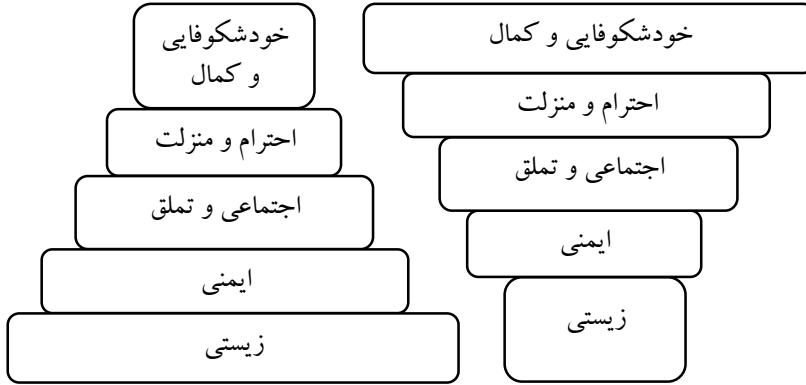
جدول (۵): سرمنشاء نیازها و تجلیگاه هر نیاز متناسب با نوع گرای و نمادگرایی افراد

الگوی مبتنی بر مفاهیم غربی و الگوی مبتنی بر ایرانی - اسلامی		
منشاء تنوع گرای و نمادگرایی	کمال گرایی و خودشناسی	تجلیگاه تهابی تنوع گرای و نمادگرایی
	احترام و منزلت	تجلیگاه ثانویه تنوع گرای و نمادگرایی
	اجتماعی	
	ایمنی	تجلیگاه اولیه تنوع گرای و نمادگرایی
	زیستی	

در جدول همان طور که قابل مشاهده است، طبق سلسله مراتب نیازهای مازلو، افراد دو الگوی رفتاری برای جهت‌دهی به نیازها و خواسته‌هایشان دارند که یکی غربی و دیگری ایرانی - اسلامی است. از این رو با توجه به این مطلب، منشاء نیازها و خواسته‌های افراد به نیازهای کمال‌گرایی و احترام و اجتماعی باز می‌گردد که در ابتدا خود را در نیازهای ایمنی و زیستی نشان می‌دهد و در مراتب بالاتر در نیازهای احترام و اجتماعی بروز می‌کند و تجلی می‌یابد و در نهایت این نیازها و خواسته‌های افراد در نیاز کمال‌گرایی و خود شکوفایی فرد تجلی و بروز می‌کند.

به عبارتی از یک طرف افرادی با نیازها و خواسته‌های مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی، منشاء و تجلی‌گاهی متفاوت و متناسب با الگوی اخلاقی - دینی دارند و در طرف دیگر افراد با نیازها و خواسته‌های مبتنی بر الگوی غربی، منشاء و تجلی‌گاهی مبتنی بر لذت‌گرایی و مادی‌گرایی دارند.

الگوی سلسله مراتب نیازهای مازلو  
 برای جوامع با توجه به گرایش و نمادگرایی جامعه به باطن (اخلاقیات) و ظاهر (جلوه‌های مادی)



شکل (۶): تغییر در شکل سلسله مراتب نیازها براساس الگوهای رفتاری طبقات جامعه

گروه‌ها و طبقاتی که بیشتر بر ظاهر و مادیات توجه دارند، توجه به نیازهای زیستی و ایمنی بیشتری دارند و به عکس آن طبقه و گروه‌هایی که توجه به اخلاقیات و معنویات و کمال دارند، بیشتر توجه‌شان به خودشکوفایی و احترام و روابط اجتماعی است. از این رو شکل، نحوه و سطح توجه به نیازهای هر طبقه، در سلسله مراتب نیازهای متناسب با الگوی مورد گفتار، پندار و کرداری افراد متفاوت است.

جدول (۶): طراحی و نماد سازی

الگودهی بر مبنای مفاهیم غربی	خود شکوفایی	الگوی غربی و توجه به دنیا پرستی و لذت گرایی	نماد سازی
	احترام		
	اجتماعی		
	ایمنی		
الگودهی بر مبنای مفاهیم اخلاقی - دینی	خودشکوفایی	الگوی ایرانی - اسلامی توجه به اخلاق و معنویات	
	احترام		
	اجتماعی		
	ایمنی		
	زیستی		

(۲۱۳)

نمادسازی می تواند به دو صورت کلی شکل گیرد و طراحی شود: الگوهای مبتنی بر مفاهیم غربی و الگوی مبتنی بر مفاهیم ایرانی - اسلامی. از این رو این شیوه الگودهی در تمامی طبقات نیازها، خودنمایی می کند.

برای مثال توجه به نیازهای زیستی در الگوی غربی و در الگوی ایرانی - اسلامی متفاوت است. همین طور در تمامی طبقات از جمله ایمنی، احترام، اجتماعی، کمال گرایی نیز این تفاوتها آشکار است و الگوی ایرانی - اسلامی با الگوی غربی متفاوت هستند و نحوه، شکل های مختلفی دارند. در الگوی غربی بر دنیا طلبی و لذت جویی تأکید می شود و این خواسته دنبال می گردد. متناسب با آن تقاضا می شود؛ اما در الگوی ایرانی - اسلامی توجه و خواسته ها متناسب با اخلاقیات و معنویات است و متناسب با آن تقاضا صورت می گیرد.

جدول (۷): طراحی و نمادسازی

کثرت گرایی و اخلاقیات به عنوان ابزار محسوب می شود و تنوع طلبی بی حد و مرز و افراطی	الگوی غربی	طراحی و نماد سازی
استفاده از کثرت برای رسیدن به کمال و مادیات ابزار است و هدف رسیدن به اخلاقیات و تنوع طلبی در حد نسبی و متوسط	الگوی ایرانی - اسلامی	

جدول (۸): رهبری و مدیریت نمادهای ساخته شده

ویژگی ظاهری محصول	استراتژی و مدیریت سرمايه نمادین	سرمايه اقتصادی	طبقه مسلط	رهبری و مدیریت نمادهای ساخته شده
		سرمايه فرهنگی		
		سرمايه اجتماعی		
ویژگی ظاهری محصول	استراتژی و مدیریت سرمايه نمادین	سرمايه اقتصادی	طبقه متوسط	
		سرمايه فرهنگی		
		سرمايه اجتماعی		
ویژگی ظاهری محصول	استراتژی و مدیریت سرمايه نمادین	سرمايه اقتصادی	طبقه تسلط پذیر	
		سرمايه فرهنگی		
		سرمايه اجتماعی		

در توضیح جدول بالا باید به این مطلب اشاره کرد که طبقات مختلف، متناسب با سرمایه های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، استراتژی ها و مدیریت های خاصی برای تغییر و نمادسازی طلب می کنند و باید برای آنها انواع مختلف استراتژی قیمت گذاری را با توجه به کیفیت و ویژگی های ظاهری محصول مورد بررسی قرار داد.

برای مثال تولید کالا برای طبقات بالا به طور قطع، باید با کیفیت بیشتر انجام شود، چون کم تر به قیمت حساسیت دارند و بیشتر به ارزش افزوده و ویژگی محصول توجه می کنند و از طرف دیگر، طبقات پایین جامعه بیشتر به قیمت حساس هستند و توجه نسبی تری به کیفیت اقلام مصرفی دارند و از این رو، هر

طبقه استراتژی خاصی را برای تولید و فروش طلب می‌کند. البته این مطالب به طور مطلق برقرار نیست و می‌تواند حتی در برخی موارد جهت معکوس و خلاف این مطلب هم صحت داشته باشد.

### نتیجه‌گیری

در این تحقیق به دنبال مطالعه‌ی خاستگاه تنوع‌طلبی و گرایش به تنوع در جامعه و ریشه‌یابی و تعیین علت رفتاری این عامل هستیم. از این رو دست به شناخت سرمایه‌ها و شناخت نیازها و سلسله‌مراتب نیازها زدیم تا شناسایی کنیم که این خواسته‌ی تنوع‌گرایی به کدام نیاز برمی‌گردد و متناسب با کدام سرمایه در جامعه اشاعه می‌یابد.

سرتاسر جامعه از سرمایه‌ها تشکیل و پوشیده شده است، این سرمایه‌ها به سه صورت سرمایه‌های اقتصادی، سرمایه‌های اجتماعی و سرمایه‌های فرهنگی هستند و این سرمایه‌ها به میزان‌های مختلف در میدان‌های مختلف اجتماعی برقرار است. شبکه‌ها و رسانه‌های غربی به این نکته توجه کرده‌اند و بر روی این سرمایه‌ها و اشاعه و تقویت برخی از این سرمایه‌ها در جامعه سرمایه‌گذاری می‌کنند. به عبارتی به طراحی و تولید سرمایه‌های نمادین، که مرکز ثقل و گرانی‌گاه سایر سرمایه‌ها در جامعه هستند مبادرت دارند، و این سرمایه‌ها را ایجاد می‌کنند و براساس تولید این سرمایه‌ها فرهنگ، اقتصاد و اجتماع مبتنی بر الگوی غربی (تکثرگرایی و لذت‌گرایی صرف و بی‌نهایت) را اشاعه و نهادینه می‌کنند. به عبارتی دست به تولید سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نمادین می‌زنند و آنچه را خود برایش احترام قایل هستند، به عنوان نماد و پرستیژ به جامعه معرفی می‌کنند و به دارنده و دنبال‌کنندگان آن سرمایه‌ها احترام و منزلت می‌دهند و دنباله‌روی و پیروی از آن سرمایه‌های مبتنی بر الگوی غربی و میزان دسترسی به آنها را به عنوان میزان دسترسی به کمال و خودشکوفایی و خودیابی معرفی می‌کنند.

نمونه‌هایی از سرمایه‌های نمادین اشاعه داده شده براساس پارادایم‌های

مدرنیسم:

سرمایه‌های نمادین اقتصادی: مارک دار بودن و گران قیمت بودن، تجمل

گرایی و مد بودن و ... .

سرمایه‌های نمادین اجتماعی: انزواطلبی و انسان محوری، آزادی مطلق و عدم

پای‌بندی به هر چیزی که مخالف لذت‌گرایی و سود باشد و ... .

سرمایه‌های نمادین فرهنگی: انزواطلبی و عضویت در گروه‌های مجازی و

عضویت در گروه‌های فیزیکی با سرمایه‌های نمادین همسان، انسان‌خدایی،

دنیاگرایی، کثرت‌گرایی، لذت‌گرایی، آزادی مطلق بدون مرز، عدم پای‌بندی به

قوانین مخالف با لذت و تکثر، قهرمان‌اندیشی و خود قهرمانی و اله‌پروری و

پیروی از نظام بی‌نظمی و ... .

طبق سلسله مراتب نیازهای مازلو، نیازهای زیستی، ایمنی، اجتماعی، احترام،

خودشکوفایی بر مبنای الگوی مادی‌گرایی و مدرنیست بنیان‌گذاری می‌شوند و

از این رو انسان به طور مادی و با ابزار مادی و برای هدف مادی تبیین و تعریف

می‌شود. از این رو نیازهای احترام، اجتماعی و کمال به صورت بیشتر داشتن و

بهبتر داشتن در نیازهای زیستی و ایمنی تعریف می‌شود و به عبارتی نیازهای ثانویه

انسانی را بر بنیان نیازهای اولیه تعریف می‌کنند و به عبارتی افراد در دور باطل

نیازهای زیستی و ایمنی دور می‌زنند و به نیازهای متعالی نمی‌رسند، زیرا این

نیازها (احترام، اجتماعی، کمال) در نیازهای زیستی و ایمنی تعریف می‌شوند که

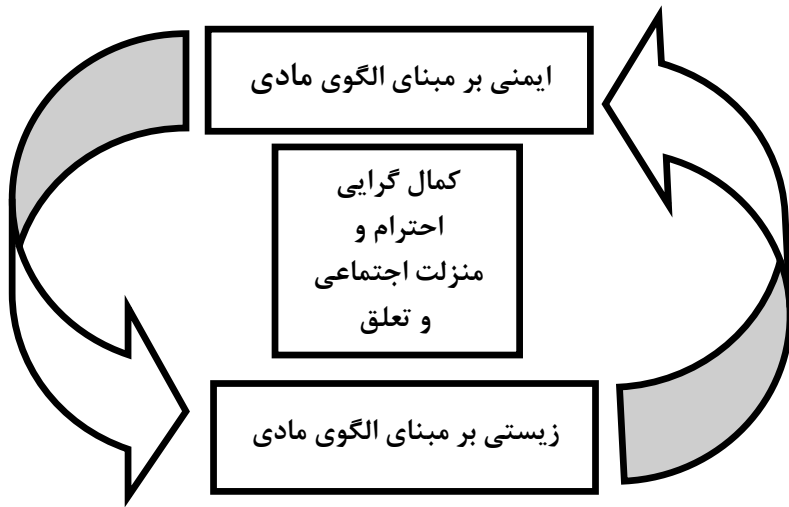
نمادهای زیستی و ایمنی نمادین تعریف شده بر مبنای الگوی غربی بیشتری داشته

باشد، نیازهای اجتماعی - احترام و کمال‌گرایی بر طرف می‌شود و از این رو دور

باطل نیازهای اولیه ایجاد می‌شود و از این رو افراد نیازها و تقاضاهایی متناسب با

نیازهای زیستی و ایمنی می‌کنند.





شکل (۷): الگوی نهادینه کردن نیازهای ثانویه بر اساس نیازهای اولیه و بر مبنای الگوی مادی

این نمادسازی به دو صورت آشکار و ضمنی انجام می‌شود، به عبارتی برخی نیازها و خواسته‌های افراد به طور مستقیم مشخص می‌شود که توسط کدام نماد و نمادگرایی برطرف می‌شوند و در برخی موارد به حدود آن اشاره می‌شود و در نحوه انتخاب نمادها و نمادگرایی‌های مختلفی تبیین می‌شوند که براساس الگو و نظام بی‌نظمی است.

اما برای تولید نمادهای طراحی شده و رساندن نوع نمادها و نحوه پیروی از نمادهای تولید شده برای آحاد افراد، این تولیدات توسط رسانه‌های جمعی و شبکه‌های مجازی نهادینه و اشاعه می‌یابد و به صورت تصویری و... به سمع و بصر مخاطبان رسانده خواهد شد.

### شعار قبلی کشورهای غربی و گرایش‌های آنها

هر کجا که افرادی باشند که ما را بخواهند، آن جا حضور خواهیم یافت و هم می‌خوریم و هم می‌خورانیم. جنگ‌های اول و دوم جهانی برای استعمار صورت می‌گرفت تا سرمایه‌ها از کشورهای دیگر به کشور مسلط وارد شود.

### شعار جدید کشورهای غربی و گرایش‌های آنها

از دیگران تماشاگران شیفته بیافرینید و در دیگران نفوذ کنید و بر آنها رهبری کنید. برای همین در زمان حال، اله پروری و نظم نوین جهان مبتنی بر الگوی غربی اشاعه داده می‌شود، زیرا پیروان این فکر، گفتار و رفتار پیروان و شهروندان غربی محسوب می‌شوند، هر چند در کشور مادر حضور نداشته باشند.

بعد از طراحی و تولید سرمایه‌های نمادین، نوبت به مدیریت و سودآفرینی از این سرمایه‌ها می‌شود، حال می‌توان حق استفاده از این نمادها و پخش این نمادها را واگذار کرد و یا تولید کرد و به صورت مجسمه‌ها، پوستر و فیلم و... به فروش رساند.

در این میان کشورهای سودجو هم هستند که از این نمادهای تولید شده استفاده می‌کنند و معادل این نمادها و همان نمادها را بدون خرید امتیاز تولید و صادر می‌کنند و از این میان سودهای سرشار می‌برند. حال باز هم با این وجود، بدون توجه به پشتوانه پارادایم فکری، معنا و مفهوم نماد، این نماد دانسته و ندانسته در کشورهای دیگر تولید و به کشورهای دیگر صادر می‌شود و این چنین به طور مستقیم و غیر مستقیم سودآوری برای تولید کننده این نمادها ایجاد می‌شود.

این نمادها در زمان‌ها و مکان‌های مختلف متفاوت هستند و در هر بازه‌ای متناسب با آن شرایط نمادی خاص تولید، اشاعه و در نهایت رهبری می‌شود که نتیجه آن رهبری تمامی افرادی است که از آن نماد تبعیت و پیروی می‌کنند. این رهبری همان مدیریت بر نظم نوین و بی‌نظمی در جهان و مبتنی بر الگوی غربی و مادی می‌باشد.

کشورهای تولید کننده نماد چه با اجازه و چه بدون اجازه و داشتن امتیاز، برای طبقات مختلف با سرمایه‌های مختلف، دست به تولیدات مختلف با کمیت (قیمت)، کیفیت و انواع مختلف می‌زنند که آن پرستیژ و نماد را بتوانند تهیه

کرده و به عبارتی با این نماد در جامعه حضور یابند و خود را بروز دهند که نیاز خودنمایی و خودشکوفایی خود را ارضا کنند و این نمادها همه در بدنه داشتن نمادهای مختلف است.

برای مثال فرض کنید که داشتن گوشی‌های مارک‌دار نماد معرفی می‌شود. حال افراد مختلف از هر طبقه توان به روز کردن و تجدید چندین باره این گوشی‌ها را برای دوره‌ها و بازه‌های زمانی کوتاه نخواهند داشت و از طرفی دیگر افرادی دارند این کار را به جهت داشتن سرمایه‌های بیشتر انجام می‌دهند، حال باید گوشی‌هایی با همان شکل ولی با کمیت، کیفیت و مشابه آن ساخت تا همان حس را به فرد که دارای آن نماد باشد، هر چند که آن نماد واقعی نباشد، بدهد. از این رو گوشی‌های بی کیفیت و ارزان قیمت و مشابه گوشی اصلی وارد کشور می‌شوند که از کشورهای سودجو ارائه و تولید می‌شوند. حال این اتفاق در پوشاک، لوازم تلفن همراه، متعلقات و بیشتر در خانه، ماشین و... اتفاق می‌افتد.

نتیجه این فرهنگ این است که افراد به طور دائم در حال تلاش و پول درآوردن خواهند بود تا بتوانند نمادهای بعدی ارائه شده و تجملاتی بعدی را تهیه کنند و توسط داشتن نمادهای بعدی که در چارچوب نیازهای زیستی و ایمنی هست، سایر نیازهای خود اعم از احترام، اجتماعی و کمال را ارضا کنند و این ادامه خواهد یافت و هیچ‌گاه به انتها نخواهد رسید تا زمان از دنیا رفتن افراد پیرو، که باز هم توسط قشر جدید و جوان‌تر پذیرش این نمادها ادامه خواهد یافت. این گونه گروهی که تولیدکننده نمادهای تعریف شده هستند، اله می‌شوند و به عبارتی بت هستند و دیگران، پرستنده آنها و پیرو بی چون و چرای آنها می‌شوند. حال در زمانی تنوع‌طلبی (استفاده از رنگ‌های مختلف و...) به عنوان ارضا کننده نیاز معرفی می‌شود و در زمان و مکانی دیگر پیروی از رنگ یکسان ارضا کننده (خواسته) برای نیاز معرفی می‌شود و گاهی لباس‌های گشاد، گاهی لباس‌های تنگ، گاهی لباس‌های بلند و گاهی لباس‌های کوتاه، گاهی

پوشاک رنگی، جیغ و گاهی پوشاک به صورت تیره و سبک (لایت)، گاهی آرایش آرام و گاهی آرایش تند، گاهی خط ابروی کلفت و گاهی نازک و همین طور در همه چیز و در همه جا و برای هر چیزی، نمادی تعریف می‌شود که می‌تواند از زمانی به زمان دیگر و از مکانی به مکان دیگر متفاوت باشد، این زیاد مهم نیست که چه نمادی مد می‌شود و از آن مهم‌تر، آن است که چرا این نمادها و توسط چه کسانی و برای چه تولید و مدیریت می‌شوند.

این نمادها توسط کشورهای غربی و از پیش برنامه‌ریزی شده سازماندهی می‌شوند و اشاعه می‌یابند و توسط آنها اقتصاد، اجتماع و فرهنگ سایر کشورهای دیگر را رهبری می‌کنند و می‌توانند بر اندیشه، گفتار و رفتار آحاد مردم جهان مدیریت کنند و این یعنی ریاست و کنترل همه مردم جهان و تسلیم کردن همه مردم در برابر بت‌های تولید شده و فرهنگ اله پروری، دنیاپرستی، لذت جویی بی‌نهایت و... که همگی براساس پارادایم مدرنیست صرف و یا پست مدرنیست صرف هستند.

یافته‌های این تحقیق با مطالعه مرتضی منادی (۱۳۹۱)، مطابقت دارد. در آن تحقیق سرمایه فرهنگی زنان، تأثیر مهمی در تبعیت از مد یا انتخاب کالاهای غربی یا مارک‌دار ندارد و پیروی از مد و انتخاب کالاهای غربی یا مارک‌دار، تفاوت ناچیزی بین زنان شاغل و خانه‌دار وجود داشته است، در این تحقیق نیز این یافته تأیید می‌شود، زیرا با نهادینه کردن سرمایه‌های نمادین در جامعه، این سرمایه نمادین است که می‌تواند بر تبعیت و پیروی از مد تأثیر داشته باشد و این سرمایه و تولیدکنندگان این سرمایه سعی در نزدیک کردن خواسته‌های افراد به هم دارند، تا یک نماد را برای همه افراد ایجاد کنند و از این رو می‌توان گفت که نباید بین نسل‌ها اختلافی در پیروی از نمادها وجود داشته باشد، چون نماد تابع زمان و مکان نیست و در یک زمان و مکان مشخص به طور واحد در جامعه نهادینه می‌شود و همه به عنوان نماد قبول می‌کنند.

تحقیقی نیز در سال ۱۳۸۹، توسط محسن نوغانی انجام شده و به این نتیجه رسیده است که متغیرهای سرمایه فرهنگی، فشارهای هنجاری و پایگاه اقتصادی - اجتماعی با جراحی زیبایی رابطه مثبت و معنادار، و متغیرهای تصور از بدن و روابط اجتماعی با انجام جراحی زیبایی رابطه معنادار و منفی دارد. این یافته هم با نتایج این تحقیق مطابقت دارد، زیرا توسط نمادسازی این نیاز به کمال‌گرایی و زیباگرایی نیز تبیین می‌شود و سرمایه فرهنگی‌ای که توسط کشورهای غربی به عنوان نماد معرفی می‌شود می‌تواند به الگودهی، به چستی زیبایی و پیروی از زیبایی‌های تعریف شده، نقش داشته باشد و همین طور نیز هر چه افراد روابط اجتماعی بیشتری داشته باشند با نمادهای ضمنی بیشتری رو به رو می‌شوند و از این رو دست به تنوع‌های مختلف برای رسیدن نماد مربوطه می‌زنند.

تحقیقی نیز در سال ۱۳۹۰، توسط همایون فرزانی انجام شده است که یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که میان هم‌خوانی گروهی، نگرش مصرف‌کنندگان بر میل به خرید لباس، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، میل به خرید و خرید واقعی و ویژگی‌های محصول رابطه معنادار وجود دارد. به عبارتی کشورهای غربی با نمادسازی می‌توانند بر روی میل خرید لباس، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک شده، میل به خرید و خرید واقعی و ویژگی‌های محصول تأثیر بگذارند و نماد خاصی را تعریف کنند و از این رو بر روی الگوی مصرفی افراد تأثیر می‌گذارند و نه تنها بر الگوی مصرف تأثیر می‌گذارند، بلکه بر الگوی نگرشی و گفتاری افراد نیز تأثیر می‌گذارند و گفتار، افکار و رفتار افراد را رهبری و جهت می‌دهند.

تحقیقی توسط فورایجی و لاتوسینسکا و وارزینیاک<sup>۴۰</sup> ۲۰۱۱، انجام شده است که در آن به این نتیجه رسیده‌اند که عوامل اجتماعی، عوامل روان‌شناختی و عناصر آمیخته بازاریابی به شدت با رفتار مصرف‌کننده در ارتباط است. به عبارتی کشورهای با مالکیت بر رسانه‌های جمعی و رسانه‌های مجازی می‌توانند

بهرتر نمادها را طراحی، تولید و مدیریت کنند و به جامعه ارائه دهند و پیرو بیافرینند. از این رو بازاریابی و روان‌شناختی و علوم اجتماعی و شناخت انسان‌ها (نیازها و خواسته‌های آنها) می‌تواند در نمادسازی کمک کند که تمامی این فرایندها به صورت علمی بررسی و نهادینه می‌شود.

تحقیق دیگری توسط تیگمان و لیزی<sup>۴۱</sup> در سال ۲۰۰۹، انجام شد و به این نتیجه رسید که سرمایه‌گذاری برای ظاهر، با انتخاب لباس ارتباط دارد و از دیدگاه زنان، لباس بخش مهمی از حضور آنان در جامعه است. به عبارتی زمانی که نمادسازی می‌شود، همان‌طور که بیان شد، اگر این نمادها بر مبنای الگوی غربی تعریف شوند، افراد رفع نیازهای ثانویه خود را در رفع نیازهای اولیه خود دنبال می‌کنند، از این رو نیاز اجتماعی آنها براساس نیاز پوشاک (زیستی) شکل گرفته که نوع لباسشان با ارتباطات اجتماعی و احترام توسط هم‌گروهی‌ها و خودشکوفایی دنبال می‌شود.

### پیشنهادهای محدودیت‌ها

این مهم یافت شد که خاستگاه تنوع در نیازهای اجتماعی، احترام و کمال‌گرایی است که در نیازهای زیستی و ایمنی تجلی می‌یابد و با این تجلی، در نیازهای اجتماعی، احترام و کمال‌گرایی نیز در وهله دوم تجلی می‌یابد.

پیشنهاد می‌شود که سیاستمداران و دولت‌مردان برای تهاجمات مبتنی بر الگوی اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و آن هم بر مبنای الگوی غربی و مادی‌گرایی تدابیری بیندیشند و با آن مقابله کنند. از این رو پیشنهاد می‌شود که همان فرایندی که کشورهای دیگر رفته و در این مهم به طراحی و مدیریت سرمایه نمادین دست یافته‌اند، مهندسی معکوس شود و فرایند به طور کامل شناخته شده و دوباره همان فرایند و این بار براساس و مبنای الگوی اخلاقی - دینی و به عبارتی ایرانی - اسلامی طراحی، مدیریت و تولید شود و نه تنها سرمایه‌های نمادین غربی را در هم بشکنند بلکه بتوانند به کشورهای دیگر هم صادر کنند و

جایگزین و رقیبی برای نمادهای مبتنی بر الگوی غربی باشند.

طبق الگوی غربی، انسان موجودی است مادی و برای همین، اهدافش هم باید بر مبنای لذت و مادی‌گرایی بی‌حد و مرز باشد.

اما در الگوی ایرانی - اخلاقی باید انسان به عنوان موجودی مادی و معنوی تعریف شود و متناسب با این مهم نمادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی تولید شود و به داخل و خارج کشور صادر شود. از این رو باید نمادهای ساخته شده، دربردارنده مفاهیم الله محوری، عبودیت، استفاده ابزاری از مادیات و آرمان‌گرایی اخروی، توحید و استفاده ابزاری از کثرت، جمع‌گرایی و حضور در اجتماعات انسانی با تنوعات و سلیق مختلف و تنوع‌های گفتاری، کرداری و پنداری، آزادی در راستای حدود و قوانین اجتماعی، لذت‌گرایی و سودجویی تعریف شده و عادلانه، عدم نظام ارباب و بردگی و... باشد.

از این رو در ساخت این نمادها نیز باید به این نکته توجه شود که این نمادها باید به صورت آشکار و ضمنی تعریف شوند و مفهوم تولید برای طبقه، به مفهوم امروزی نیز از بین برود و یا تلاش شود که این طبقات به هم نزدیک شوند.

به عبارتی به جای طبقه، مسلط، خرده بورژوازی و تسلط‌پذیر طبقه نخواهیم داشت و به جای آن افراد با سطح متوسط و متوسط رو به بالا و متوسط رو به پایین خواهیم داشت.

به طور کلی باید این چنین گفت که، تنوع‌گرایی و تنوع‌طلبی در جواب نمادهای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی به وجود آمده است و برای ارضای نیازهای ثانویه، تبیین شده که ابتدا در نیازهای اولیه و در نهایت در نیازهای ثانویه تجلی می‌یابد. به طور کلی تنوع‌طلبی در راستای الگوی مبتنی بر مادی‌گرایی غربی و لذت‌طلبی صرف به وجود آمده است و از این رو می‌توانست به جای این تنوع-طلبی الگوهای دیگری طراحی و تبیین شود اما با الگوی مادی‌گرایانه و غربی تناقض داشت و گرنه می‌توانست سادگی به جای تنوع صرف و یا تنوع نسبی به

جای تنوع صرف معرفی شود.

برای مثال رهبران بزرگ در تمامی زمان‌ها توانسته‌اند در بازه زمانی خاصی، الگوهای نمادین (گفتاری، پنداری و رفتاری) را تغییر دهند و الگوی جدیدی را تبیین و معرفی کنند که توسط همه و بیشتر افراد پذیرفته شده و به کار بسته شود. نمونه‌هایی برای مثال:

مهاتما گاندی یک رهبر بود که توانست الگوهای غربی را در هم بشکند و نمادهای هندی و سادگی را جایگزین الگوهای تعریف شده و بر مبنای غربی کند، از این رو می‌توان پی برد که این مدیریت و رهبری سرمایه‌ها ممکن است و البته باید به صورت علمی مطالعه و تعریف و اجرا شود تا نتایجی در راستای اهداف مورد نظر داشته باشد.

همین طور به محققین آتی پیشنهاد داده می‌شود که متغیر سرمایه نمادین (اقتصادی نمادین، اجتماعی نمادین، فرهنگی نمادین) و سرمایه‌های نمادین مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی و غربی را در تحقیقات خود بررسی بیشتری کنند و تأثیر این متغیرها را در سایر علوم اجتماعی، روان‌شناسی و... ارزیابی کنند.

#### پی‌نوشت‌ها

1. Capital
2. Jenkins
3. Bourdieu
4. Economic capital
5. Social capital
6. Cultural capital
7. Symbolic capital
8. Cultural capital
9. Organisms
10. Field
11. Cultural Mobility
12. Embodied Cultural Capital
13. Objective Cultural Capital
14. Institutionalized Cultural Capital
15. Social capital
16. Social trust
17. Donations
18. Social commitments



19. Radis of Trust
20. Social Solidarits
21. Social Participation
22. Symbolic capital
23. Theory of symbolic power
24. Understanding
25. Ancestral
26. Virtues
27. Authentication
28. Legitimation
29. Imagine intersubjective
30. Scientific knowledge
31. Understanding Folk
32. Furaiji, Latuszynska, Wawrzyniak
33. Tiggeman and Lacey
34. Bovone
35. Sasouma
36. Romance
37. Realistic effects
38. Sexy
39. Thematic analysis
40. Furaiji, Latuszynska, Wawrzyniak
41. Tiggeman and Lacey

#### منابع و مأخذ

##### • قرآن کریم.

۱. ازکیا، مصطفی و غفاری، غلام رضا (۱۳۸۳)، توسعه روستایی با تأکید بر جامعه روستایی ایران، تهران، نشر نی.
۲. اکبری، امین (۱۳۸۳)، نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت: بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی سیاسی، اجتماعی (مطالعه موردی روستای فارسنج از توابع سقز)، دانشگاه علوم اجتماعی، دانشگاه تهران.
۳. امام جمعه‌زاده، سید جواد؛ رهبر قاضی، محمود رضا؛ محمود اوغلی، سجاد؛ روحانی، حسین و بیگی، مسلم (۱۳۹۲)، «بررسی رابطه سرمایه اجتماعی و مصرف‌گرایی سیاسی در دانشجویان دانشگاه اصفهان»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، ش پیاپی (۴۹)، شماره اول، صص ۳۷-۵۳.
۴. بوردیو، پیر (۱۳۸۴)، اشکال سرمایه (سرمایه اجتماعی، اعتماد و دموکراسی و توسعه)، ترجمه افشین خاکباز و حسن پویان، تهران، نشر شیرازه.
۵. ----- (۱۳۸۴)، طرحی از یک نظریه کنش، ترجمه مرتضی مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
۶. ----- (۱۳۸۰)، نظریه کنش: دلایل عملی و انتخاب عقلایی، ترجمه مرتضی

- مردیها، تهران، انتشارات نقش و نگار.
۷. بیرو، آلن (۱۳۶۷)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، انتشارات کیهان.
۸. توسلی، غلامعباس (۱۳۸۴)، «سرمایه اجتماعی، ثروت نامرئی»، نشریه حیات نو اقتصادی.
۹. جنکینز، ریچارد (۱۳۸۴)، پیر بوردیو، ترجمه لیلا جو افشانی و حسن چاوشیان، تهران، نشر نی.
۱۰. چلبی، مسعود (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی نظم، تشریح و تحلیل نظریه نظم اجتماعی، تهران، نشر نی.
۱۱. روحانی، حسن (۱۳۸۸)، «درآمدی بر نظریه سرمایه فرهنگی»، فصلنامه راهبرد، ش ۱۸، (۵۳)، صص ۷-۳۵.
۱۲. روح‌الامینی، محمود (۱۳۷۷)، زمینه فرهنگ‌شناسی، چاپ چهارم، تهران، انتشارات عطار.
۱۳. رحمتی، محمد مهدی و مرادی، سجاد (۱۳۸۹)، «توزیع اجتماعی الگوی مصرف (بررسی سلیقه‌های هنری در شهر تهران)»، جامعه‌شناسی هنر و ادبیات، سال دوم، ش ۱، بهار و تابستان، صص ۳۲-۵.
۱۴. ژیانپور، مهدی؛ حسن‌پور، آرش و نیلی، علی رضا (۱۳۹۲)، «کشاکش رشته‌ها در میدان دانشگاه (مقایسه سرمایه فرهنگی رشته‌های چهارگانه، دانشگاه دولتی اصفهان)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی (۵۱)، شماره سوم، پاییز، صص ۲۳۲-۲۱۳.
۱۵. سوارتز، دیوید (۱۳۸۱)، «اقتصاد سیاسی و قدرت نمادین»، ترجمه شفیعه صالحی، فصلنامه اقتصاد سیاسی، س اول، ش ۳.
۱۶. شارع‌پور، محمود (۱۳۸۵)، «سرمایه اجتماعی در حال فرسایش است، نقد و بررسی پایان نظم، بررسی سرمایه اجتماعی و حفظ آن»، کتاب ماه علوم اجتماعی، ش ۳۷-۳۶، تهران.
۱۷. شویره، کریستین و اولیویه فونتن (۱۳۸۵)، واژگان بوردیو، ترجمه مرتضی کتبی، تهران، نشر نی.
۱۸. صفدری، سلیمان (۱۳۷۴)، «رضایت اجتماعی و عوامل مؤثر بر آن»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شهید بهشتی.
۱۹. عبدالمهی، محمد و مرادی، سجاد (۱۳۸۹)، «تحلیل جامعه‌شناختی الگوی مصرف در بین ساکنان شهر تهران»، فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، شماره ۹، صص ۲۳-۲۰.
۲۰. فاضلی، محمد (۱۳۸۲)، مصرف و سبک زندگی، قم، انتشارات صبح صادق.
۲۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۴)، تاریخ نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران، نشر نی.
۲۲. کروی، مهدی (۱۳۸۷)، «فرهنگ قومی، سرمایه فرهنگی و صنعت گردشگری»، فصلنامه علمی و پژوهشی رفاه اجتماعی، ۷، (۲۸)، صص ۳۰۹-۳۲۴.

۲۳. محسنی، منوچهر (۱۳۶۷)، مقدمات جامعه‌شناسی، تهران، نشر دوران.
۲۴. ملکی، امیر و رفیعی، ملاکه (۱۳۹۱)، «دسترسی افتراقی به سرمایه و توزیع نابرابر سلیقه‌های هندی (تحلیل کمی رابطه سرمایه با مصرف فرهنگی، هنری جوانان تهرانی)»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سال هشتم، شماره ۲۹، زمستان، صص ۷۲-۸۹.
۲۵. منادی، مرتضی (۱۳۹۱)، «سرمایه فرهنگی زنان و انتخاب کالاهای مصرفی غربی (مطالعه تطبیقی تعدادی از زنان شاغل و خانه‌دار)»، فصلنامه فرهنگی - تربیتی زنان و خانواده، سال هفتم، شماره ۲۰، پاییز، صص ۱۹۳-۱۶۴.
۲۶. نامدار جویمی، احسان (۱۳۹۳)، «بررسی رابطه سرمایه فرهنگی، سرمایه اجتماعی و سرمایه نمادین با رفتار مصرف‌کننده در صنعت پوشاک (مطالعه موردی شهروندان اصفهان)»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد.
۲۷. نوغانی، محسن (۱۳۸۳)، «آموزش و پرورش و بازتولید فرهنگی»، رشد علوم اجتماعی، دوره جدید، ش ۳.
۲۸. نوغانی، محسن؛ آهنگیان، محمد رضا و رفیعی، محمد تقی (۱۳۹۰)، «تأثیر سرمایه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بر موفقیت در آزمون سراسری ورود به دانشگاه»، جامعه‌شناسی آموزش و پرورش، شماره ۱، پاییز، صص ۲۱۸-۱۹۱.
29. Aschaffenburg, K.&Mass,I. (1997). Cultural and educational careers: the dynamics of social reproduction. American sociological review, 62: 573-587.
30. Bourdieu,P.& Passeron,J.C.(1977). Rerproduction in education, society and cultural, Beverly hills, CA: sage.
31. Bourdieu, p. (RI: <http://WWw.iran-emroozde/wored.001207>)(26/2/2002).
32. ----- (1980), lesense pratique, paris, minuit,No.88. pp.100-110.
33. ----- (1985), ladistingtion (critique social dujudment), les edition mimiut,paris.
34. Lin Nan, (1999).Building ai Network theory of sodal capital. In ,Nam lin Katren Cook and Ronald s. Burt, social capital : Theory and research, newyork : Aldine de Gruyter.
35. Bovone, L. (2006), Urban style culture and urban cultural production in Milan: Postmodern identity and the tranformation of fashion.
36. Chuluunbaatar, Enkbold; Ottavia; Luh, Ding- Bang; Farkung, Shiann (2014), The role of cluster and social capital in cultural in cultural and creative industries development, world conference on business, economics and management 109, 552- 557.
37. Furajji, F., Latuszynska, M., Wawzyniak, A, An Empirical study of the factors influencing consumer behavior in the electric application market,

Contemporary Economics, 2012.

38. Newman, Andrew; Goulding, Anna; Whitehead, Christopher (2013): How cultural capital, habits and class influence the response of older adults to the field of contemporary visual art, *sciverse, poetics* 41, 456- 480.
39. Sasoma, K. (2004), Influence of life style factors on consumer behavior related to clothing and sexuality-The case of college students- *journal of the japan research association for Textile end- uses japan*.
40. Tiggeman, M. Lacey, M. (2009), Catherine shopping for clothes. *Body satisfaction, appearance investment, and functions of clothing among female shoppers*.

## The Root of Diversity in the Islamic Community and Western Community

□ *Ali Atafar*

□ *Ehsan Namdar Joyami*

This note aims to explore for what necessities and human capitals the western politicians and managers have systematized the tendency to the diversity based on western paradigm. It helps us with *reverse engineering* to come over this model which is based on western social culture and economics and it is displaced by Persian-Islamic paradigm and should be promoted in the society and even transferring to other countries. The research from the orientation of the goal is applied and from the side of the nature is descriptive and the method is review- analytic. The research is qualitative and is the kind of the abstract – content analysis. The diversity has been established in the response of economic, social and cultural symbols and it is determined for fulfilling the second necessities which it reveals in first needs and at last in second needs. Generally, diversity is emerged in the direction of the paradigm based on western materialism and self-indulgence. Therefore it is possible to plan other paradigms instead of this diversity but it is against western and materialism paradigm. Simplicity can displace absolute diversity or relative diversity and it can be symbolized.

Keywords: Western paradigm, Persian-Islamic paradigm, the diversity, economic capital, cultural capital, social capital

## **The Self – Esteem and Its Training Effects from the View of the Noble Quran and Islamic Traditions (Ahadith)**

- *Seyyed Ali Siadat*
- *Hussein Nazari*
- *Setareh Mousavi*

**T**he aim of the present research is the quiddity of the self-esteem and educational effects from the perspective of the noble Quran and Islamic traditions (ahadith) and for this, it is stated the concept of the self-esteem and its position, individual and social effects of the self- esteem from the view of the noble Quran and Islamic traditions (ahadith). This research is applied which with considering the nature of the issue, it is review- analytic method. Through studying the documents it is provided information from libraries and documentary centers, scientific documents, papers and other researches in this issue. The research method is analytic-descriptive. After analyzing the paper findings, the results present that self- esteem means being precious which makes man not be impressed and not be defeated. Being noble and not accepting abjectness and humiliation, training stable and successful personality, strengthening the will and self-respect, styling moral dignities, independence and self-confidence are of the personal impacts of self-esteem and deposing tyrants and cruelty, moral normalization and strengthening the moral norms are of the social impacts of self-esteem from the view of the noble Quran and Islamic traditions (ahadith).

Keywords: the noble Quran, the self-esteem, dignity, man, Islamic tradition (hadith), educational effects

﴿231﴾

### **Supporting the National products and the Principle of Negation Path (Nafi Sabil)**

- *Ghasem Jafari*
- *Ali Akbar Jalaeiannia*
- *Ali Reza Pourbaferani*
- *Fahimeh Yazdani*

**T**he concept of the national products is one of the important dimensions of the Islamic Revolution of Iran in the subject of independence in reality. The Independence in its real concept is the interpretation of the negation path (nafi sabil) principle. This Islamic jurisprudential principle is derived from this noble Quran verse "And never will Allah grant to the unbelievers a way (to triumphs) over the believers" ﴿لَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا﴾. It means that Allah will never grant the unbelievers a way (to triumphs) over the believers. Paying attention to the national products and multiplying it means *economic self-sufficiency and economic independence*. It is necessary to be stated that the acceptance of the negation path thought does not mean to stop relations with other countries. In the present note, the author with studying the negation path (nafi sabil) principle and supporting the national products has achieved a new relationship between these two issues which is supporting the national products is one of the obligatory preliminaries of the negation path (nafi sabil) principle. Keywords: the principle of negation path (nafi sabil), economic independence, supporting national products, Self-sufficiency

## Spiritual Intelligence from the Point of Islam and Western Schools

﴿232﴾

□ *Mikaeil Zareei*

□ *Vahid Hajilou*

Nowadays extensively one of the issues that it is regarded in response to the complicated and stormy environment in organizations is spirituality and morality. Spiritual intelligence is specialized for man and it is originated from awareness of an almighty dimension. It is an evolutionary intelligent which gives man ability to be creative and to change rules and plans and to be able to establish reforms in order to make the situations become different in the best form. With entering spirituality in an organization, the self of staff and prominent conducts emerge. In this note after presenting the definition of intelligence and spirituality, the different opinions about Spiritual intelligence have been discussed. The dimensions and features of each of them from the view of Islam and West have been examined and it has been tried to clarify a model with consideration these two views. Also, this note has compared the available components in spiritual intelligence from the point of Islam and West. The results show that the components in spiritual intelligence of western scholars are in Islamic components in a form and even from the view of Islam it is determined more perfect and deep which it can solve the problems more easily.

Keywords: intelligence, spirituality, spiritual intelligence, the components of the western spiritual intelligence, the Islam spiritual intelligence



## Examining the Obligations of Enjoining Good and Forbidding Wrong/Evil in Real Space and Cyberspace

﴿233﴾

□ *Muhammad Hussein Pazhouhandeh*

**E**ncouraging good and discouraging bad are two important chapters in *Ancillaries of the Faith* (Arabic: *furūʿ al-dīn*) which in comparison to the other ancillaries of the faith have been regarded less. It is because of forgetting the key problems such as ambiguity in the position and essence of them and the special different conditions which causes these to be wide-ranging specialty titles as not everyone with a little knowledge can carry on these two religious obligations. The author in the first chapter claims that these two religious obligations have different and several quiddities. Some have striving nature, some are counted in the chapter of criticizing and criticism and the others are of invitation to do good and advice and all these are except the kind of cultural type of encouraging good and discouraging bad and also the author clarifies strategies to get rid of what makes these be not regarded and give them the title of the forgotten religious obligations. In the second part, the author has considered encouraging good and discouraging bad in a different type in cyberspace and has disclosed the unknown secrets. The kind of research is basic –strategic and its style is descriptive with documentary- library/*archival* method.

Keywords: obligation, encouraging good, discouraging bad, valuable critique, cultural norms and abnorms , religious values

basic and fundamental questions about this category in the form of the system of Islamic cities such as al-Madina al-fadila (The Virtuous City) by al-Farabi, Abu Nasr (c.870-950), the city of Hikmat (Divine Wisdom) and Hakiman by Shihab al-Din al-Suhrawardi and *Islamic Government* (Hokumat-e Islami) by *Imam Khomeini*. The spirit of the note is Islam has a prominent and brilliant philosophy and without it, Islam has nothing except a name and there were no functional. Therefore, the Hozeh Elmieh which has responsibility to clarify Islam should achieve the profundity of this philosophy. Unless they are, they can carry out their great duty and community-building. The Hozeh Elmieh should be theoretical and intellectual backing for the Islamic Government. It is inevitable and necessary to present this political philosophy. This principle explains some other important principles. The principle of the Islamic Revolution need to the theoretical and software support, it is necessary to create the religious and Islamic civilization which should be formed by the Islamic jurisprudence establishing civilization. The principle of disambiguating Islam, facing the Colonialism authorization, the principle of honor and glory are instances of these necessities. If the Islamic scholars (ulama) do not fulfill their duties this important duty they will commit an unforgivable sin and follow a heavy punishment.

Keywords: political philosophy, government, authority, society, civilization, practicing Islamic jurisprudence, the Islamic scholars (ulama)

it provides that using effective propagative methods is the most important mechanism in a propagative function as it can be determined the level of success of a messenger from his propagative methods. The prophet (P.B.U.H) of Islam in his propagative *Sirah* (strategy) has used the different methods which can be said that the profound and extensive impact of the prophet (P.B.U.H) of Islam in the man guidance has a direct relation to these methods. The necessity of this research is studying the communicative and propagative system of the holy prophet (P.B.U.H) of Islam to practice a correct propagation of Islam. It means that the prophet (P.B.U.H) of Islam with regarding time and place (position) has been practicing what propagative and effective communicative methods to promote the goals of Islam.

Keywords: institutions, tools, techniques, propagation, the holy prophet (P.B.U.H) of Islam

### **The Responsibility of the Hozeh Elmieh in Explanation of the Political Philosophy of Islam**

□ *Ali Akbar Navaei*

Generally, the political philosophy of Islam intellectually and philosophically is to study the fundamental questions about government, governing, the category of power and its philosophy, the management of the society and the problems relating to it. The great Islamic philosophers by presenting philosophical theories and opinions which are originated from the religious have interpreted government, governing and power and have paid attention to the

## Abstracts

### Examining the propagative Institutions, Tools and Techniques of the Holy Prophet (Peace Be upon Him) of Islam

- *Saeid Reza Ameli*
- *Seyyedeh Maryam Mousavian*

The first and most important aim of the prophets and specially the holy prophet of Islam in order to transmit the message of God is propagation. The present note with documentary method tries to answer how the prophet could establish a great evolution in people in a limited time with few communicative vehicles which after a while it created a different society to what had been before. The hypothesis of the research is that the holy prophet of Islam with applying special propagative strategies and effective communicative techniques could achieve this importance. In reality