



روایت نگارنده کتاب «گونه‌شناسی طلاب کنشگر در شبکه اجتماعی اینستاگرام» از نوع مواجهه با مسئله تا نتایج آن



پژوهش بیش رو تلاشی از مجموع همکاری‌های قطب اخلاق، خانواده و سبک زندگی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، پژوهشکده مطالعات تمدنی و اجتماعی و گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی است که در سال ۱۴۰۰ به چاپ رسید. نگارنده این اثر سیدمحمد کاظمی قهفرخی، دانش‌آموخته رشته فرهنگ و ارتباطات می‌باشند که در طول سه سال مطالعه، موفق به عرضه این اثر به مجامع علمی شده است. در ادامه به خلاصه‌ای از کتاب مورد نظر اشاره خواهد شد.

سیاست‌ها و رسانه‌های داخلی می‌شود. آنچه که باعث شد تا به سمت این مسئله برویم، نگاه دیگری است که برآمده از یک نگاه فعالانه؛ ولی مؤلف در مواجهه کنشگران دینی با پدیده‌های مورد نظر است. هدفی که در این اثر مهم است تمرکز بر انسان به عنوان کاربر تکنولوژی است که به آن معنا می‌دهد و بدون آن که یک موجودی منفعل صرف باشد و با پذیرش اقتضات هر رسانه، آن را در اختیار خود و در راستای اهداف مد نظر بازتعریف می‌کند؛ این نوع نگاه قائل به این نیست که هیچ‌گاه انسان و کاربر تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد؛ بلکه بر این باور است که زمان طیفی از محیط و محاط شدن انسان و تکنولوژی ایجاد می‌کند تا سرانجام به

تعادل می‌رسد. آنچه بیان شد سبب گردید در این اثر به جای آن که به سمت بایدها برویم، به هست‌های موجود در میدان توجه کنیم تا با نگاه همدلانه با کنشگران روحانی که برآمده از سنت چند هزار ساله هستند نوع مواجهه فعال را با پدیده‌های نوظهور نشان دهیم؛ بر این اساس نمونه‌های مورد مطالعه به سمت افرادی رفت که استفاده از این تکنولوژی را پذیرفته و در آن فعال هستند و به تبع شناخت طیف‌های خارج از این حیطه را منوط به

در فصل کلیات به مواردی؛ همچون ضرورت و اهمیت، مسئله و روش انجام کار پرداخته شده است. پرسشی که در مورد رسانه‌های جدید در دوره‌های گوناگون انجام می‌شود در تقابل دوگانه غرب-اسلام می‌باشد و همیشه برای حوزه و حکمرانی دینی دارای مسئله بوده است. سویه مسئله مورد نظر غالباً نگاه جبرگرایانه و توسعه‌محورانه فرهنگ غربی با اشاعه تکنولوژی‌های جدید و محصولات آن‌ها در یک توازن منفی صادرات و واردات به عنوان ابزار سلطه است؛ از این رو آنچه تا کنون بیشتر به عنوان سیاست‌گذاری با آن مواجه هستیم، تقابل زیرساختی با اعمال محدودیت‌ها و تلاش برای دست‌کاری در آن‌ها جهت کنترل و مدیریت فضاهای بیان

شده است. این نگاه انفعالی که برآمده از شکل‌گیری ناتوانایی داخلی، نگاه زیرساختی به مسئله رسانه‌ها و نیز دست برتر «دیگری‌ها» در این عرصه است، جای خالی نگاه تازه را برای متخصصان این حوزه پررنگ می‌کند. آنچه در نگاه فعالانه کنونی مشهود است توجه ویژه به اقتباس از لحاظ تکنولوژی و محتوایی است، که اساس کار سیاست‌گذاران می‌باشد و منجر به پذیرش بیشتر فرهنگ رقیب به دلیل مشروعیت‌یافتن آن‌ها در

هدفی که در این اثر مهم است تمرکز بر انسان به عنوان کاربر تکنولوژی است که به آن معنا می‌دهد و بدون آن که یک موجودی منفعل صرف باشد و با پذیرش اقتضات هر رسانه، آن را در اختیار خود و در راستای اهداف مد نظر بازتعریف می‌کند؛ این نوع نگاه قائل به این نیست که هیچ‌گاه انسان و کاربر تحت تأثیر قرار نمی‌گیرد؛ بلکه بر این باور است که زمان طیفی از محیط و محاط شدن انسان و تکنولوژی ایجاد می‌کند تا سرانجام به تعادل می‌رسد.

پروژه‌های دیگر دانستیم.

از سوی دیگر محقق برای شناخت کنشگران، به سراغ بستری رفت که کاربر بیشتر در آن نمود داشته باشد و بازنمایی خود را مورد توجه قرار دهد. با مطالعه تحقیقات پیشین، اینستاگرام برای این منظور انتخاب شد و نیز نظریه مبنایی این کاربر مبنای مقدمه بیان شده، نظریه گافمن در باب موضوع نمود خود در زندگی روزمره مورد توجه قرار گرفت. برای انتخاب نمونه از روش گلوله برفی استفاده شد بدین شکل که هنگامی کنشگری بررسی می‌شد، پیگیرکنندگان او هم مورد توجه قرار می‌گرفت و سوژه‌های دیگر بر این اساس انتخاب می‌شدند. پس از بررسی حدود سیصد صفحه، تحلیل محتوای ۴۰ کاربر به گونه‌ای ده‌تایی از کنشگران روحانی متمایز در اینستاگرام رسیدیم که در حدود بررسی، اشباع ایجاد کردند. بدیهی است که نمی‌توان بیان کرد طیف‌های بررسی شده در این اثر کامل هستند؛ بلکه می‌توان ادعا کرد در بررسی، به تکرار رسیدیم.

در فصل ادبیات نظری، نظریه گافمن از سوی متخصصان علوم اجتماعی، اکنون در حوزه شناخت شبکه‌های اجتماعی بازخوانی شده مورد توجه قرار گرفت. تئوری بیان‌شده دارای سه مؤلفه خود، حضار (دیگری) و صحنه است. نگاه ذات‌گرایانه به خود در این دیدگاه مورد پذیرش نیست و کارخود (self=work) بازیگری و کنشگری بر اساس تصور

برداشت دیگران از خود است که در دو نگاه ماکیاولی و دورکیمی مورد توجه قرار گرفته است، بر اساس رویکرد ماکیاولی، دیدگاه گافمنی فرد را به سمت نسبی‌تی می‌برد که با تغییر چهره خود به دنبال کنترل و مدیریت نگاه دیگران در راستای اهداف شخصی است و در نگاه دورکیمی تحول در بازنمایی خود، به معنای توجه به ارزش‌ها و آیین‌های ارتباطی و اجتماعی در موقعیت‌های گوناگون است که امری پسندیده به حساب می‌آید؛ از سوی دیگر خود، دارای دو وجه قیافه و منش است و اگر بین آن‌ها در بازنمایی تفاوت باشد یا منشأ رؤیایی دارد و یا آن‌ها که برای مخاطب ایجاد جذابیت می‌کند. حضار و دیگری در دیدگاه گافمنی، مخاطبانی هستند که خود تلاش در حفظ موقعیت در اذهان آن‌ها دارد و به تبع با تغییر آن‌ها، نوع بازیگری و کنشگری تغییر می‌کند. در این راستا صحنه دوجهی دارد که من فاعلی در پشت صحنه به دنبال برنامه‌ریزی بر اساس من مفعولی در جلوی صحنه است و از این‌رو اقتضائات این دو فضا با هم متفاوت هستند. پشت صحنه و جلوی صحنه در شبکه‌های اجتماعی به فضای آفلاین و آنلاین صورت‌بندی می‌شوند و بر مبنای مرکزیت هر کدام در تحقیقات گوناگون در حوزه تأثیر و تأثر دسته‌بندی‌های گوناگونی انجام می‌گیرد. برخی با مرکزیت خودآفلاین، قسمت آنلاین را امتداددهنده

برآمده از سنت منبر شده است. در قسمت مرتبط با حضار یا دیگری در خودهای دینی، سیاسی، صنفی و اجتماعی تحولات دیگری ایجاد شده است که می‌توان از مهم‌ترین آن‌ها در خودسیاسی به فاصله نقش از خودحاکمیتی در کنشگری فضای مجازی برای گذر از چالش ملت-دولت، تنوع گفتمانی، نظارت از پایین به بالا نسبت به قدرت و ایجاد حکمرانی جایگزین اشاره کرد؛ ولی در صحنه که مرتبط با شبکه اجتماعی اینستاگرام است، تحول اساسی مسئله‌شناسی انضمامی و زمینه‌ای به جای انتزاعی و برگرفته از پایگاه حوزوی و دینی است که نوع مواجهه با مخاطب و احکام دینی را تغییر داده است؛ از سوی دیگر موضوعات مطرح شده در مناظر دینی، زبان مبلغان، نوع تنظیم مطالب و وسایل مرتبط با صحنه به نسبت رسانه‌های سنتی؛ همچون مسجد و حسینیه‌ها تغییر کرده و مهم‌تر از موارد بیان شده، مرجعیت دینی در این فضا متحول شده است.

در فصل چهارم کتاب با توجه به گونه‌های روحانیون کنشگر، مطالب بیان شده در بخش قبلی در سطح تحلیل دیگری صورت‌بندی شده‌اند. در این فصل کتاب، نگارنده به ده گونه کنشگری روحانیت در اینستاگرام اشاره می‌کند: بنیادگرا، تجددطلب، فانتزی، یاریگر، معلم، رمانتیک، عقلایی، ممنوعه، تمایزگرا و روشنگر که به شرح ذیل می‌باشد:

(۱) **مسئله خودبنیادگرا؛** اجتهاد درباری در مقابل اجتهاد اصیل و مشروعیت دینی قدرت

می‌دانند، بعضی دیگر خودآنلاین را تشکیل‌دهنده خودآنلاین قلمداد می‌کنند و دیگران قائل به ارتباط متقابل هستند. حضار متفاوت در فضای مجازی در این نگاه چهره‌هایی را از فرد بروز می‌دهد که در شرایط واقعی به دلیل فشار آیین‌های اجتماعی امکان بروز ندارند؛ چراکه به قول کیرکیگارد در معرض قرار گرفتن که منشأ اخلاق عملی است حذف می‌شود و فرد را از این باب آزاد می‌کند. از سوی دیگر برد و هوگان معتقدند که این فضا باعث می‌شود فرد به دلیل آن که باید به توقعات دیگری‌های متنوع جواب دهد، بین آن‌ها مخرج مشترک گیرد و از این نظر دچار محدودیت مضاعف شود.

از این رو در فصل سوم کتاب تلاش شد بدون توجه به گونه‌ها، خوانشی کلی از سه‌گانه خود، دیگری و صحنه و تأثیر آن بر کنشگری روحانیت انجام شود. در قسمت بازنمایی خود، مدیریت چهره و تحول خودسنتی دوگانه مرتبط با خودروحانی است که مرکزیت مفهومی مرتبط با قسمت بیان شده، آن است که روحانیت در کنشگری فضای مجازی به دنبال حرکت از چهره قدسی به زمینی و به بیان دیگر آن جهانی به این جهانی برای ایجاد همذات‌پنداری با مخاطب است؛ از این رو در موقعیت‌یابی مذکور، توجه به سلیقه مخاطب، مدیریت بدن و ترسیم چهره‌های متنوع برای دیگری‌های گوناگون جایگزین متن‌گرایی، دنیاگریزی و تمرکز بر یک چهره

در مقابل افیون زدایی و آنچه در بازنمایی خوداساس قرار می‌دهد، احیاگری مرجعیت پیشانقلابی، هاله‌زدایی از قدرت و حفظ سرمایه اجتماعی روحانیت است و بدین منظور فاصله نقش از خودحاکمیتی را سرآغاز کنشگری می‌داند. گونه بیان شده، از فضای مجازی برای به چالش کشاندن گفتمان روحانیون حاکمیتی در شبکه‌های اجتماعی، پرسش از رهبران دینی غیر روحانی، نقد حاکمیت با هجو و کنایه از طریق منابع مجازی، تبلیغ دین و کاهش مخالفت و هدایت افراد غیر همسو و متخاصم (اعتمادسازی، تخلیه، تزریق) استفاده می‌کند. مخاطبان این نوع از روحانیت گروه‌های مخالف نظام جمهوری اسلامی، رهبران حاکمیتی و گروه‌های منتسب به آن‌ها و روحانیون و نظارت اخلاقی بر آن‌ها است. موانع سر راه طلاب بیان شده فشارهای امنیتی و درون‌صنفی است.

۲) مسئله خودتجددطلب؛ تصور ایستایی و کهنگی دین و تلاش برای نشان دادن پویایی و تجددخواهی دین و روحانیت است. تمرکز بر تقابل با آن جهانی و در زمانی بودن و تعریف این جهانی و هم‌زمانی دین و کاراکتر روحانیت در بازنمایی خود اساس بازنمایی این نوع از طلاب هستند. از شبکه‌های اجتماعی برای تجسم و عینیت‌بخشی زندگی

روحانی برای مخاطب داخلی و ایجاد زبان مشترک تصویر و هنر در سطح بین‌الملل مورد استفاده قرار می‌گیرند. مخاطبان در داخل، نسل جدید با تعلق غیر مداوم به دین و در حوزه بین‌الملل، گروه‌های متأثر از شرق‌شناسی، رسانه‌های بزرگ جهانی در اسلام و ایران‌هراسی هدف می‌باشند. مانعی که این گروه برای خود متصور است هم‌لباسی‌ها و رقیبان درون‌گروهی هستند که با آن‌ها در کنشگری مذکور به تقابل می‌پردازند.

۳) مسئله خودفانتزی؛ جذابیت تبلیغ دینی است؛ از این رو تلاش دارد خود را در موقعیت‌های جذاب برای نسل جدید قرار دهد. مؤلفه‌هایی همچون پرسه‌زنی، بی‌واسط شدن با مخاطب، کاهش فشار محیطی و آیینی، تصاویر و جذابیت بصری و روایت رخدادهای فانتزی زندگی روزمره در فضای مجازی برای همذات‌پنداری مخاطب برای این گونه مهم به حساب می‌آید و حصار آن فراتر از مخاطبان هموفیلی رسانه‌های سنتی هستند.

۴) مسئله خودپاریگر؛ فقر اقتصادی و ناکارآمدی جمهوری اسلامی با وجود امکان به ثمر رساندن آن‌ها در میدان‌های گوناگون برای افراد آسیب‌دیده متفاوت است؛ از این رو گونه مذکور، خودامدادگر اجتماعی برای خود تعریف و تلاش می‌کند از

اجتهاد‌درباری در مقابل اجتهاد اصیل و مشروعیت دینی قدرت در مقابل افیون‌زدایی و آنچه در بازنمایی خوداساس قرار می‌دهد، احیاگری مرجعیت پیشانقلابی، هاله‌زدایی از قدرت و حفظ سرمایه اجتماعی روحانیت است و بدین منظور فاصله نقش از خودحاکمیتی را سرآغاز کنشگری می‌داند.

جهت اصلاح کلیشه مذکور برای هدف مذکور بازنمایی می‌شود. از فضای مجازی برای تجسم و عینیت‌بخشی به روابط عاطفی خانوادگی جهت همدلی مخاطب و نیز ورود و حکومت جذابیت بر شأنیت استفاده می‌شود. مخاطبان این گروه بانوان و جوانان، به طور خاص متدینین برای تعریف الگو زندگی روحانی به جای عاشقانه‌های مذهبی و سبک‌های غربی زندگی مشترک هستند.

۷) مسئله خودعقلایی؛ سفاهت

اجتماعی در استفاده از عقل و پررنگ شدن تمایزات اجتماعی است؛ از این رو همدلی در زندگی اجتماعی و پرداختن به اصلاح استنباط‌های اجتماعی به جای استدلال‌ها، اساس این نوع کنشگری می‌باشد. ریش‌سفیدی و شیخوخت، مبنای بازنمایی روحانیت در این گونه در نظر گرفته می‌شود.

شبکه‌های اجتماعی امکان کاهش حساسیت تمایزات با تغییر تصورات ذهنی به شکل عینی و مبنا قرار گرفتن زبان استنباطی به جای زبان منطقی ارسطویی را برای کنشگری طیف بیان شده از روحانیون فراهم آورده‌اند.

۸) مسئله خودممنوعه؛ زبان نخبگانی طلاب و فاصله گرفتن آن‌ها از توده مردم است. در این نوع کنشگری تمرکز اصلی در نشان دادن توده‌ای بودن دین می‌باشد؛ از این رو خودهای ممنوعه پررنگ می‌شوند. مخاطبان این گروه،

شبکه‌های اجتماعی برای جایابی واسط بین منابع و مسائل اجتماعی، بازنمایی گروه‌های آسیب‌دیده، گزارش‌دهی و اعتبارسازی و تبدیل شدن به برند استفاده نماید. حصار گروه بیان شده گروه‌های حامی، سوژه‌های آسیب‌دیده و فعالان اجتماعی و مهم‌ترین موانع؛ شهرت یافتن، اغراض غیر اخلاقی مخاطبان و خودشیفتگی هستند.

۵) مسئله خودمعلم؛ فقر فرهنگی، عدم

توسعه‌نیافتگی، تغییر نقش معلمی روحانیون به کارگزار در دوران پسانقلاب و لزوم بازگشت به آن و خودآگاهی عاملان اجتماعی است. این گونه از شبکه‌های اجتماعی افزون بر جایابی واسط بین منابع و مسائل اجتماعی برای ارتباط بین متخصصان و مسائل اجتماعی و تخصصی برای افراد درگیر در آن مسئله استفاده می‌کند؛ از این رو

مخاطبان طیف بیان شده، گروه‌های آسیب‌دیده متخصص و گروه‌های حامی مادی و معنوی و موانع پیش رو در کنشگری، تراحم مسئله‌شناسی میدانی و برداشت‌های دوسویه از سوی جریان‌های سیاسی هستند.

۶) مسئله روحانیت در گونه رمانتیک؛ تصور

خشک و خشن بودن زندگی مؤمنانه و نشان دادن زندگی عاطفی روحانیون است؛ از این رو خودی تابوشکن در این جا برای ورود به عرصه‌های اندرونی زندگانی مؤمنانه

از فضای مجازی برای تجسم و عینیت‌بخشی به روابط عاطفی خانوادگی جهت همدلی مخاطب و نیز ورود و حکومت جذابیت بر شأنیت استفاده می‌شود. مخاطبان این گروه بانوان و جوانان، به طور خاص متدینین برای تعریف الگو زندگی روحانی به جای عاشقانه‌های مذهبی و سبک‌های غربی زندگی مشترک هستند.

طیف‌های مردمی متناظر با فرهنگ پایین هستند. تظاهر به عبور از خطوط قرمز، خودمانی‌شدن با مخاطب، برجسته‌سازی جنبه انسانی به جای حوزوی و ماورایی، یادگیری اصطلاحات مرتبط با جامعه هدف و بررسی مفاهیم برجسته‌شده در اذهان عمومی در فضای مجازی از اثاثیه‌های جلوی صحنه هستند.

۹) مسئله خودتمایزگرا؛

تبیین‌گری طلاب برای عموم مردم و فاصله‌گذاری بین حق و باطل است، که خود را در جناح‌بندی، بر اساس دوگانه مشروعیت و مقبولیت در اندیشه سیاسی نشان می‌دهد. مؤلفه‌های شبکه‌های اجتماعی که

مورد توجه این‌گونه در کنشگری است؛ تقابلی‌بودن، گفتمان‌سازی با برجسته و غیریت‌سازی، موضع‌گیری در میدان‌های مبهم و مواقع سردرگمی جامعه هدف و توییتری و کوتاه‌بودن پیام برای ترندشدن هستند. مخاطبان این‌نوع از روحانیت، خودی‌ها و غیر خودی‌های جناحی و پیامد آن نرمالیت‌شدن روحانیون ذیل جریان‌های سیاسی است.

۱۰) مسئله خودروشنگر؛ سرمایه‌داری، الیگارشسی و آگاهی کاذب شکل‌گرفته در بازنمایی قدرت در دوران جمهوری

اسلامی برای رسیدن به عدالت، شایسته‌سالاری و روشننگری است. خودی که در این نوع کنشگری بازنمایی می‌شود، ناظر، مطالبه‌گر و وکیل مدافع عموم است. شبکه‌های اجتماعی برای پرونده‌سازی از پایین به بالا، ترسیم و رسانه‌ای کردن روابط داخل قدرت، تعریف قرائت جایگزین در حکمرانی و سیاست‌گذاری، تمرکز بر اقتصاد سیاسی و تصمیمات و سیاست‌گذاری‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند و مخاطبان آن گروه‌های آسیب‌دیده از قدرت سیاسی و طبقه حاکم می‌باشند.

آن‌چه بیان شد، خلاصه‌ای از کتاب چهارصدمه‌ای است که دارای جزئیات و دقایق بسیاری می‌باشد. پیشنهاد می‌شود گروه‌های گوناگون اجتماعی و به‌طور خاص روحانیت، برای شناخت ابعاد کنشگری در فضای مجازی به آن مراجعه کنند تا بتوانند حضوری فعال و با برنامه‌تری در این فضا داشته باشند.

پی‌نوشت:

* عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.