



سجده

صاحب امتیاز:

انجمن علوم سیاسی ایران

مدیر مسئول:

مجتبی مقصودی

سردبیر:

علی کریمی مله

## ● پژوهشنامه علوم سیاسی

فصلنامه علمی انجمن علوم سیاسی ایران

● سال نوزدهم، شماره ۱، زمستان ۱۴۰۲

● پژوهشنامه علوم سیاسی براساس مجوز شماره ۳/۹۰۹۷ مورخه ۸۵/۹/۲۵

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فصلنامه علمی محسوب می شود.

## ● هیئت تحریریه

طاهره ابراهیمی فر (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی)، قاسم افتخاری (دانشیار دانشگاه تهران)، محمدرضا تاجیک (دانشیار دانشگاه شهید بهشتی)، امیرمحمد حاجی یوسفی (دانشیار دانشگاه شهید بهشتی)، محسن خلیلی (استاد دانشگاه فردوسی مشهد)، سید محمد کاظم سجادیور (استاد دانشکده روابط بین الملل وزارت امور خارجه)، حسین سلیمی (استاد دانشگاه علامه طباطبائی)، حسین سیف زاده (استاد دانشگاه تهران)، علی کریمی (استاد دانشگاه مازندران)، مجتبی مقصودی (دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی)، ارسلان قربانی شیخ نشین (استاد دانشگاه خوارزمی)

## ● مشاوران علمی

حمید احمدی (استاد دانشگاه تهران)، رضا رئیس طوسی (دانشیار دانشگاه تهران)، مسعود غفاری (استادیار دانشگاه تربیت مدرس)، عبدالعلی قوام (استاد دانشگاه شهید بهشتی)، ابراهیم متقی (استاد دانشگاه تهران)، سید علی مرتضویان (استادیار دانشگاه آزاد اسلامی)، محسن مدیر شانه چی (استادیار دانشگاه آزاد اسلامی مشهد)، بهرام نوازی (دانشیار دانشگاه امام خمینی)، داوود هرمیداس باوند (مدرس دانشگاه های کشور)

## ● داوران این شماره

روح اله اسلامی (عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)، علی اسمعیلی اردکانی (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)، علیرضا افشاری (کارشناس تاریخ ایران)، علی ایخانی پور (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان)، مرضی بحرانی (عضو هیئت علمی پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی)، میرقاسم بنی هاشمی (عضو هیئت علمی پژوهشکده مطالعات راهبردی)، محمدرضا تاجیک (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)، محمدعلی توانا (عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز)، حسین جمالی (عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران)، سیمین حاجی پور ساردوبی (دکترای علوم سیاسی)، ناسادات حاجی وثوق (دکترای علوم سیاسی)، امیرمحمد حاجی یوسفی (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)، غلامرضا حداد (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)، سیدعلیرضا حسینی بهشتی (عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس)، شقایق حیدری (دکترای علوم سیاسی)، زهرا خشک جان (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان)، عباس خلجی (عضو هیئت علمی دانشگاه جامع امام حسین (ع))، رضا خلیلی (عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی)، محسن خلیلی (عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)، امیر دیرری مهر (دکترای علوم سیاسی)، شهاب دلایی (دکترای علوم سیاسی)، پهلروز ديلم صالحی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد چالوس)، مقصد رنجبر (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد قم)، پناه سازمند (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، سجاد ستاری (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، حسین سلیمی (عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)، حسین سیف زاده (عضو هیئت علمی بازنشسته دانشگاه تهران)، وحید سنینی (عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)، شهرزاد شریعی (عضو هیئت علمی دانشگاه تربیت مدرس)، عنایت الله شریف پور (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان)، محسن شفیعی سیف آبادی (عضو هیئت علمی دانشگاه اردکان)، محمد شفیعی فر (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، صدیقه شیخ زاده جوشانی (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان)، سیدجواد صالحی (عضو هیئت علمی دانشگاه شیراز)، محمد عابدی اردکانی (عضو هیئت علمی دانشگاه یزد)، مراد کاپیانی زاد (عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی)، حامد عامری گلستانی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز)، حسین علایی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، مجتبی مقصودی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، احمد فاطمی نژاد (عضو هیئت علمی دانشگاه فردوسی مشهد)، حسین فروغی نیا (عضو هیئت علمی دانشگاه فروردین قائمشهر)، ابوالفضل قاسمی (عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران)، علی اصغر قاسمی (عضو هیئت علمی دانشگاه خوارزمی)، محمدتقی قزلسلفی (عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران)، علی کریمی (عضو هیئت علمی دانشگاه مازندران)، الهه کولایی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، یحیی کمالی (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید باهنر کرمان)، علی مرشدی زاد (عضو هیئت علمی دانشگاه شاهد)، محسن مدیر شانه چی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد مشهد)، حمیرا مشیرزاده (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، مجتبی مقصودی (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی)، عباس ملکی (عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی شریف)، محمد منصور نژاد (دکترای علوم سیاسی دانشگاه تهران)، داود میرمحمدی (دکترای جامعه شناسی و مدرس دانشگاه)، سید عبدالامیر نبوی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، رضا نجف زاده (عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی)، علی اشرف نظری (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، بهرام نوازی (عضو هیئت علمی بازنشسته دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره))، حسینی نوذری (عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرج)، رضا نصیری حامد (عضو هیئت علمی دانشگاه تبریز)، حسین نوروزی (عضو هیئت علمی گروه روابط بین الملل دانشگاه تهران)، هادی نوری (عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان)، سید امیر نیاکوئی (عضو هیئت علمی دانشگاه گیلان)، حمید هوشنگی (عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق (ع))

مدیر داخلی:

شقایق حیدری

ویراستار و صفحه آرا:

سیمیه صالح نیا

این فصلنامه در پایگاه های اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی به نشانی [www.sid.ir](http://www.sid.ir) و کتابخانه منطقه ای علوم و تکنولوژی شیراز به نشانی [www.srlst.com](http://www.srlst.com) و بانک اطلاعات نشریات کشور به نشانی [www.magiran.com](http://www.magiran.com) نمایه می شود.

● نشانی: تهران، خیابان کریمخان زند، ابتدای آبان شمالی، ساختمان دانشگاه علامه طباطبائی، طبقه سوم، دفتر انجمن های علمی ایران، شماره ۳۰۵، انجمن علوم سیاسی ایران، پژوهشنامه علوم سیاسی تهران، خیابان انقلاب، خیابان لبافی نژاد، بین خیابان دانشگاه و فخر رازی، نش کوچه انوری، پلاک ۱، طبقه همکف، انجمن علوم سیاسی ایران.

کد پستی: ۱۹۵-۱۳۱۴۵، سایت انجمن: <http://www.ipsa.ir>، سایت فصلنامه: <http://www.ipsajournal.ir>

پست الکترونیک: [ipsajournal@gmail.com](mailto:ipsajournal@gmail.com) شماره گان: ۱۰۰۰ نسخه، قیمت: ۳۰۰۰۰۰ ریال

## فراخوان

انجمن علوم سیاسی ایران به‌عنوان یکی از مراجع مهم علمی در حوزه علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، با هدف توسعه و ترویج این علوم در ایران از صاحبان قلم و اندیشه برای همکاری علمی و ارسال مقالات علمی – پژوهشی دعوت می‌نماید. از استادان، دانشجویان و پژوهشگرانی که مایل به همکاری با فصلنامه هستند، درخواست می‌شود مقالات خود را از طریق نشانی اینترنتی <http://www.ipsajournal.ir> ارسال نمایند.

### راهنمای ارسال مقاله‌ها

۱. حجم مقاله از ۷۰۰۰ کلمه بیشتر نباشد.
۲. مقاله با نرم‌افزار word حروف‌نگاری شده باشد (ارسال فایل مقاله پس از پذیرش آن ضروری است).
۳. کلمات غیرفارسی در داخل متن با عدد توک شماره‌گذاری و معادل آنها در پایین صفحه درج شود.
۴. ارجاعات در پایان مقاله و به روش زیر ذکر شود:  
الف: نحوه ارجاع فقط در متن به‌صورت: نام نویسنده، سال: صفحه، مانند (احمدی، ۱۳۸۳: ۸-۲۱۷). در صورت تعدد منابع از یک نویسنده (الف) و (ب) در کنار سال انتشار افزوده می‌شود. مانند (احمدی، ۱۳۸۳ (الف): ۲۳)؛  
ب: ارجاع در پایان با روش: نام خانوادگی، نام نویسنده (سال)، عنوان کتاب/ ترجمه، جلد، محل نشر: ناشر. تنظیم شود. در مورد مقالات علمی پس از عنوان مقاله، نام مجله، دوره، شماره و مکان نشر آن ذکر شود؛  
ج: معادل لاتین اسامی و اصطلاحات غیرفارسی متن در پانویس درج شود؛  
د: جداول، شکل‌ها، نمودارها، منحنی‌ها، تصاویر و نقشه‌ها به ترتیبی که در متن آمده‌اند شماره‌گذاری شوند و مأخذ آنها به‌طور دقیق ذکر گردد.

## چگونگی تدوین مقاله‌ها

### صفحه نخست

۱. عنوان کامل مقاله
۲. نام و نام خانوادگی کامل نویسنده یا نویسندگان
۳. نشانی پست الکترونیکی نویسنده یا نویسنده پاسخگو
۴. چکیده فارسی و انگلیسی
۵. واژه‌های کلیدی (بین ۳ تا ۵ کلمه)
۶. در پایین صفحه، مشخصات علمی نویسنده یا نویسندگان به ترتیب رتبه علمی دانشگاهی، رشته تحصیلی و محل کار یا تحصیل
۷. در صورتی که مقاله برگرفته از پایان‌نامه یا طرح پژوهشی باشد، نام سازمان یا نهادی که هزینه مالی پروژه را پرداخت کرده است، در پانوشت صفحه اول درج شود.

### صفحات دوم به بعد

انجمن علوم سیاسی ایران مقاله‌هایی را علمی-پژوهشی می‌داند که دارای ویژگی‌ها زیر باشند:

۱. مقدمه یا بیان مسئله پژوهش
۲. بررسی ادبیات و نظرات موجود
۳. تعیین و توضیح هدف پژوهش
۴. تعیین روش مناسب برای مشاهده واقعیت
۵. کاربرد روش تعیین شده در گردآوری و تحلیل داده‌ها
۶. استفاده از منابع معتبر
۷. روایی نتیجه‌گیری از تحلیل داده‌ها
۸. بیان صریح یافته‌های پژوهش و پیامدهای نظری و علمی آنها
۹. رعایت ترکیب و تناسب در سازماندهی پژوهش
۱۰. رعایت قواعد شکلی در نگارش گزارش پژوهش



## فهرست مطالب

- ۷ - گفت‌وگو استقلالی خواهی و آزادی خواهی نزد جبهه ملی چهارم  
محمد حسین ایوبیان، حجت فلاح توتکار و محمد بختیاری
- ۳۷ - ارزیابی چالش‌های اشتغال علم سیاست در ایران: درک حلقه مفقوده  
علی اشرف نظری و پرهام پوررمضان
- ۶۳ - زمینه‌ها و پیامدهای مشارکت نسل Z در تنش‌های سیاسی-اجتماعی ایران (۱۴۰۱-۱۳۹۶)  
حسین دوست‌محمدی و محسن عباس‌زاده مرزبالی
- ۱۰۳ - تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر ادراک شهروندان از انتخابات پاک: نقش میانجی ارزش‌های فرهنگی  
محمود رضا رهبرقازی و مرتضی ابراهیمی
- ۱۳۱ - واکاوی مفهوم مدرنیته بازنمایشانه با چشم‌اندازی به مدرنیته ایرانی  
سلمان صادقی‌زاده
- ۱۵۷ - ارائه مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی: یک پویای کیفی با رویکرد داده‌بنیاد  
حسین عبادی، سید عبدالله حیدریه و یونس وکیل‌الرعایا
- ۱۹۳ - خیال اجتماعی ایرانیان، ابزارهای تداوم مفهوم شاهنشاه در ایران عصر قاجار  
سید نوید کلهرودی



**Research Paper****Independence and Freedom-Seeking Discourse at the Fourth National Front****\*MohammadHossein Ayoubian<sup>1</sup>**  **Hojjat Fallah Tootkar<sup>2</sup>**  **Mohammad Bakhtiari<sup>3</sup>**

1. Ph.D. of History of Iran after Islam, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

2. Associate Professor, Department of History, Faculty of Literature and Humanities, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

3. Assistant Professor, Department of History, Faculty of Literature and Humanities, Imam Khomeini International University, Qazvin, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.4867.4139>

Receive Date: 08 May 2024

Revise Date: 21 July 2024

Accept Date: 12 August 2024



©2021 by the authors. Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Extended Abstract****Introduction**

Since its establishment in 1949, the National Front of Iran has always followed the ideas of seeking independence and freedom, and by protesting the parliamentary elections and continuing to emphasize the amendment of the law of the press and elections on the one hand and the tireless struggle for the nationalization of Iran's oil industry and Getting rid of foreigners, on the other hand, emphasizes these two. The National Front in the later periods of its life in the 1960s also maintained the same feature, to the extent that the emphasis on independence and freedom became two inseparable characteristics of the struggles of this political movement and it was also emphasized in their campaign charter. In 1977, after the implementation of the political open space policy by the Shah, the National Front was one of the groups that after many years was allowed to operate openly again, and using the situation, to campaign and criticize the Pahlavi government through letters, official statements, announcements of positions and public speeches, critical articles in the National Front newsletter, etc. The questions raised are whether the fourth national front, like the first to third fronts, paid attention to the issue of "desire for independence" and "desire for freedom" and how did these two appear in their discourse literature? Considering the occurrence of the Islamic revolution and the division of the activity of the Fourth National Front into two periods before and after the revolution, is there any difference between these two periods in the matter of independence and freedom of the National Front? An attempt has been made to answer with the method of discourse analysis and examination of the discourse of freedom and independence in the 4th National Front by observing the speeches and writings of the front's leaders, their statements and articles in their publications. The assumption of the article is that, like its predecessors, the Fourth National Front, both before and after the victory of the Islamic Revolution, has given independence and freedom a high place in its discourse. Also, despite the fact that after the revolution, the National Front had a disagreement with the government that emerged from the revolution, but in terms of the territorial integrity of the country, which was related to the independence of Iran, at least in its speech, it moved in line with the government.

**\* Corresponding Author:****MohammadHossein Ayoubian, Ph.D.****E-mail:** kasra.farhad15@gmail.com



## Methodology

The method of conducting this research is discourse analysis. Discourse analysis as an interdisciplinary trend examines language in a sense beyond spoken language (both spoken and written). Discourse analysis itself is divided into different types and methods. Examining and analyzing signs and trying to identify the main and hidden meaning among the spoken and written words, as a method arising from the knowledge of linguistics pioneered by the famous Swiss linguist Saussure, is one of the most widely used discourse analysis approaches in other fields of humanities and social sciences, which are also used in this article. This approach makes the main assumption on the existence of non-appearance meanings and meanings in the external language and follows the emergence of the main intellectual components governing a subject and in larger dimensions, a person or a flow (signified), through the examination of words and apparent expressions (symbols). It is should be mentioned that the discourses are analyzed chronologically and based on historical order.

## Results and Discussion

The National Front can be considered a group loyal to the discourse of freedom and independence. Various dimensions of political freedom such as belief in freedom of speech, freedom of media and press, freedom of parties, freedom of gatherings, etc. have been emphasized by the National Front and this emphasis on freedom can be seen in all the lifetime of the Fourth National Front. During the struggle against the Shah's government, this movement attacked the tyranny formed by him, in a way that from the three-person letter of June 26, 1977, which many believe is the source of the formation of the Fourth National Front, to the speeches of the leaders and important figures of the front and Their official statements and the articles they wrote in the organ of their time, "Newsletter of the National Front of Iran", were full of anti-dictatorship literature and words related to the discourse of freedom. This continued after the victory of the Islamic Revolution. Both during the short period of the National Front's association with the revolutionary government and after their separation from the governing body, which was accompanied by severe criticisms of the government, the leaders of the National Front, their statements and the articles of the Front's organ publications (the National Front of Iran and then the Message of the National Front of Iran ) emphasized the necessity of adhering to freedom, taking care of this brilliant achievement of the revolution and worrying about the resurgence of tyranny in a new form. Although the National Front was accused of being liberal by its opponents in the post-revolution period, it distinguished between the liberalism that it believed in and the liberalism that always opposed its intellectual foundations and expressed this clearly. . In the issue of seeking independence, this national movement acted in the same way. They, who considered themselves the inheritors of Dr. Mossadegh as one of the greatest symbols of the struggle against imperialism, during the era of the revolution by emphasizing the struggle against the agents of imperialism inside, whose main symbol was the king, emphasized the need for the independence of the homeland, and after the revolution also He insisted on this importance, which, ironically, was one of the most important slogans of the revolution, along with freedom. In the post-revolution era, even after having severe disagreements with the government, at least in language and discourse, when it came to the territorial integrity of Iran, it was aligned with the ruling system and in this sense, with other groups of The opponents of the Islamic Republic, such as the People's Mojahedin and some royalists, had differences, the most important examples of which are the Nojeh coup story, the crises after the occupation of the American embassy, and the war imposed by Iraq against Iran.

**Table No. 1: Important keywords used in the independence and freedom discourse of the Fourth National Front**

Fourth National Front (1978-1981)	Before the Revolution	After the Revolution
Independence-seeking, Freedom-seeking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- External dependence</li> <li>- Colonialism</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Struggle with imperialism</li> <li>- Strengthening the army</li> <li>- Economic dependence</li> <li>- Support for cutting off relations with the United States</li> <li>- Support against the Baathist enemy</li> </ul>
Independence-seeking, Freedom-seeking	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Return to the Constitution</li> <li>- Freedom of expression</li> <li>- Freedom of assembly</li> <li>- Freedom of parties</li> <li>- Freedom of the press</li> <li>- Release of political prisoners</li> <li>- Freedom of the judiciary</li> <li>- Media freedom,</li> <li>- Implementation of the Universal Declaration of Human Rights</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Individual and social freedoms</li> <li>- The possibility of criticism - Media freedom - Freedom of the press</li> <li>- Fighting tyranny</li> <li>- Independence of the judiciary</li> <li>- Implementation of the Universal Declaration of Human Rights</li> </ul>

**Conclusion**

The National Front of Iran was a political movement that, since its establishment in 1949, defined the two topics of independence and freedom as its important intellectual and practical foundations and put them on the agenda in its political struggles. They, who emphasized these two issues as the most important goals of their campaign in the charter of the National Front, showed this emphasis in practice during the first to fourth fronts at different times. The results of the article show that the fourth national front, like the first to third national fronts, during its lifetime, regardless of its relationship with the government of the time; Both in the period before the victory of the Islamic revolution and in the period after it, which itself is divided into two initial periods of short-term association with the revolutionary government and then separation and disagreement with it, at least in the discourse, adherence to the desire for independence and freedom has represented.

**Keywords:** The Fourth National Front, Independence-seeking, Freedom-seeking, Liberalism, Islamic Revolution.



## References

- Arblaster, Anthony (2009). *The Rise and Decline of Western Liberalism*. Translated by Abbas Mokhber, Tehran: Markaz. (In Persian).
- Ashoori, Dariush (1994). *Political Encyclopedia*. Tehran: Morwarid. (In Persian)
- Alamouti, Mustafa (1992). *Iran in the Pahlavi Era: Crisis in 1979*. London, Peka (In Persian).
- Ali Babaei, Gholamreza (2012). *Arash Political Dictionary*. Tehran: Ashtian (In Persian).
- Amini, Ali (1997). *Memoirs of Oral History, edited by Habib Lajvardi*. Cambridge: Harvard University Middle East Studies Center (In Persian).
- Bazargan, Mehdi, (1998). *Sixty Years of Service and Resistance*, by Gholamreza Nejati, Tehran: Rasa (In Persian).
- Bakhtiar, Shapour (1982). *Monochrome*, translated by Mahshid Amirshahi. Paris: Albin Michael (In Persian).
- Bashirieh, Hossein (1999). *History of 20th Century Political Ideas of Liberalism and Conservatism*. Tehran: Nei (In Persian).
- Berlin, Isaiah (2008). *The Search for Freedom*. translated by Khojastekia. Tehran: Nei (In Persian).
- Banisadr, Abolhassan (2020). *Independence and Freedom*. Paris: Islamic Revolution (In Persian).
- Bayat, Abdul Rasool (2006). *Dictionary of Words (Introduction to Contemporary Schools and Thoughts)*. Qom: Institute of Religious Thought and Culture (In Persian).
- Constituent Organizations of the National Front Forces Alliance of Iran (1357)*. Massachusetts: Iran's Freedom Movement (In Persian).
- Ettelaat Newspaper. years 1357-1358* (In Persian).
- Farhikhta, Shamsuddin, (1377). *Farhikhtah's Dictionary*. Tehran: Zarrin (In Persian).
- Farooqi, Ahmad and Jean Lorurieh (1979). *Iran against Reza Shah*. translated by Mohammad Mehdi Naraghi, Tehran: Amir Kabir (In Persian).
- Ghasemi, Abolfazl (1979). *History of Iran's National Front*. Tehran: Iran Party (In Persian).
- Haddock, Bruce (1391). *A History of Political Thought: From Antiquity to the present*. translated by Mohammad Hossein Waqar. Tehran: Ettelaat (In Persian).





- Hassan Beigi, Mohammad Reza (2018). *Political Culture of Iran and the World*. Tehran: Behnu (In Persian).
- Hegel, Georg Wilhelm Friedrich (2012). *Philosophy of History*. translated by Ziba Jebeli. Tehran: Shafi'I (In Persian).
- Hobbs, Thomas (1380). *Leviathan*. translated by Hossein Bashirieh. Tehran: Nei (In Persian).
- Iranian National Front* (1979) (In Persian).
- Iran National Front Newsletter*. 1978-1979 (In Persian).
- Journal of the Islamic Revolution of Iran*. Islamic Revolution Literature Office, Vol. 6 and 7 (In Persian).
- Kay Estvan, Hossein (1976). *Negative Balance Policy in the 14th Parliament*. Tehran: Mossadegh (In Persian).
- Kayan Newspaper*. years 1979-1980 (In Persian).
- Lock, Jan (2017). *A Treatise on Government*. translated by Hamid Azdanlud. Tehran: Nei (In Persian).
- Mackenzie, Yan (2006). *An Introduction to Political Ideologies*. translated by Mohammad Qaed. Tehran: Marka. (In Persian).
- Malairi, Mohammad Hossein and Reza Haez (2010). *Culture of Governance*. Tehran: Pangan (In Persian).
- Nejati, Gholamreza (1992). *Twenty Years of Iranian Political History*. Tehran: Rasa (In Persian).
- Organization of Documents and National Library of Iran*. document number 39595/999. (In Persian)
- Organization of Documents and National Library of Iran*. document number 20726/296 (In Persian).
- Paik, Jan (2012). *Dictionary of Political Philosophy Terms*. translated by Seyyed Mohammad Ali Tagvi and Mohammad Javad Rangkesh. Tehran: Markaz (In Persian).
- Sanjabi, Karim (1989). *Hopes and Disappointments*. by Habib Lajvardi. London: Mellion Iran Front (In Persian).
- Shapiro, John Salwyn (2001). *Liberalism, Its Meaning and History*. translated by Mohammad Saeed Hanai Kashani. Tehran: Makaz (In Persian).
- Tabataba'i, Mohammad Hossein (2006). *The Principles of Philosophy and the Method of Realism*. with an introduction and footnote by Morteza Motahari. Vol. 3, Ch. 14, Tehran: Sadra (In Persian).
- Taheri, Hossein-Reza (1389). *Dictionary of Political Terms*. Tehran: Avai



Daneshgostar (In Persian).

*The Message of the National Front of Iran. 1980-1981* (In Persian).

Vincent, Andrew (1992). *Theories of State*. translated by Hossein Bashirieh, Tehran: Nei (In Persian).

## گفتمان استقلال خواهی و آزادی خواهی نزد جبهه ملی چهارم

\* محمدحسین ایوبیان<sup>۱</sup> ID، حجت فلاح توتکار<sup>۲</sup> ID، محمد بختیاری<sup>۳</sup> ID

۱. دانش‌آموخته دکتری تاریخ ایران بعد از اسلام، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)، قزوین، ایران

۲. دانشیار گروه تاریخ، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)، قزوین، ایران

۳. استادیار گروه تاریخ، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی(ره)، قزوین، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult?ItemID=4373423013/1.69%>

<https://dori.net/dor/20.1001.1.1735790.1402.19.1.1.1>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۴/۳۱

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۲

### چکیده

مقاله حاضر درصدد است با مطالعه مواضع جبهه ملی چهارم، ضمن بررسی نسبت این جبهه با دو گفتمان استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی، میزان پابندی آن را به این دو آرمان، با توجه به روند رویدادهای سیاسی و پیروزی انقلاب اسلامی، واکاوی کند. در این راستا از روش تحلیل گفتمانی با رویکرد نشانه‌شناسی سوسوری استفاده شده و روش گردآوری اطلاعات نیز کتابخانه‌ای مبتنی بر منابع دست اول و روایت مسئولان جبهه ملی بوده است. جبهه ملی ایران، جریانی سیاسی بود که از همان زمان بنیان‌گذاری در سال ۱۳۲۸، دو مبحث استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی را به‌عنوان مبانی مهم فکری و عملی خود تعریف کرده و در پیکارهای سیاسی خویش در دستورکار قرار داد. افرادی که در منشور جبهه ملی نیز بر این دو موضوع به‌عنوان مهم‌ترین اهداف مبارزاتی خود تأکید کرده بودند، در دوران جبهه‌های اول تا چهارم در بزنگاه‌های مختلف، در عمل نیز بر این دو اصل تأکید داشته‌اند. نتایج مقاله نشان می‌دهد که جبهه ملی چهارم نیز همانند جبهه‌های ملی موسوم به اول تا سوم، در طول حیات خویش فارغ از نسبت خود با حکومت وقت چه در دوران پیش از پیروزی انقلاب اسلامی و چه در دوران پس از آن که خود به دو دوره اولیه همراهی کوتاه‌مدت با حکومت انقلابی و سپس جدایی و اختلاف با آن تقسیم می‌شود دست‌کم در گفتمان، پابندی به استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی را نشان داده است.

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

جبهه ملی چهارم، استقلال‌خواهی، آزادی‌خواهی، لیبرالیسم، انقلاب اسلامی

\* نویسنده مسئول:

محمدحسین ایوبیان

پست الکترونیک: kasra.farhad15@gmail.com

## مقدمه

جبهه ملی ایران از هنگام تأسیس خود در سال ۱۳۲۸، همواره اندیشه‌های استقلال‌طلبی و آزادی‌خواهی را دنبال کرده و با اعتراض به انتخابات مجلس و در ادامه، تأکید بر اصلاح قانون مطبوعات و انتخابات از یک سو و مبارزه خستگی‌ناپذیر در راستای ملی‌سازی صنعت نفت ایران و کوتاه کردن دست بیگانگان از سوی دیگر، بر این دو تأکید می‌کرد. جبهه ملی در دوره‌های بعدی حیات خود در دهه ۱۳۴۰ نیز همین ویژگی را حفظ کرده است؛ تاجایی که استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی به دو ویژگی جدایی‌ناپذیر پیکارهای این جریان سیاسی تبدیل شده و در منشور مبارزاتی آن‌ها نیز بر آن تأکید شده بود. در سال ۱۳۵۶، پس از اجرای سیاست فضای باز سیاسی توسط شاه، جبهه ملی، یکی از گروه‌هایی بود که پس از سال‌ها، بار دیگر اجازه فعالیت علنی یافته و با استفاده از موقعیت به دست آمده، به فعالیت‌های مبارزاتی و نقد حکومت پهلوی از طریق نامه‌ها، بیانیه‌های رسمی، اعلام مواضع و سخنرانی‌های عمومی، چاپ مقاله‌های انتقادی در نشریه «خبرنامه جبهه ملی» و... پرداخت.

در پژوهش حاضر، در پی بررسی این پرسش‌ها بوده‌ایم که «آیا جبهه ملی چهارم نیز همچون جبهه‌های اول تا سوم به موضوع «استقلال‌خواهی» و «آزادی‌خواهی» توجه داشت و این دو چگونه در ادبیات گفتمانی آن‌ها نمود پیدا می‌کرد؟» و «با توجه به وقوع انقلاب اسلامی و تقسیم شدن فعالیت جبهه ملی چهارم به دو دوره پیش و پس از انقلاب، آیا تفاوتی میان این دو دوره در امر استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی جبهه ملی مشاهده می‌شود؟»

در این مقاله تلاش کرده‌ایم با استفاده از روش تحلیل گفتمانی و بررسی گفتمان آزادی‌خواهی و استقلال‌طلبی نزد جبهه ملی چهارم (از طریق مشاهده گفتار و نوشتار رهبران جبهه، بیانیه‌ها، و مقاله‌های آن‌ها در نشریه‌هایشان) به پرسش‌های یادشده پاسخ دهیم. فرض مقاله این است که جبهه ملی چهارم نیز همچون پیشینیان خود، چه در دوران پیش از پیروزی انقلاب اسلامی و چه پس از آن، در گفتمان خویش به استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی جایگاه والایی بخشیده است. همچنین، با اینکه جبهه ملی، پس از انقلاب، خیلی زود با حکومت برآمده از انقلاب دچار اختلاف شد، ولی در مقوله‌هایی چون تمامیت ارضی کشور که به استقلال ایران مربوط می‌شد، دست‌کم در بیان و گفتار، هم‌راستا با حکومت حرکت می‌کرد.

روش انجام این پژوهش، تحلیل گفتمان است. تحلیل گفتمان، به‌عنوان یک گرایش میان‌رشته‌ای، زبان را در معنایی فراتر از زبان گفتاری (اعم از گفتاری و نوشتاری) بررسی می‌کند. تحلیل گفتمان،

خود به انواع و روش‌های گوناگونی تقسیم می‌شود. بررسی و تحلیل نشانه‌ها و کوشش در راه شناخت معنای اصلی و نهفته در میان واژگان بیان‌شده و نگارش‌شده، به‌عنوان یک روش برآمده از دانش زبان‌شناسی که سوسور، زبان‌شناس نامدار سویسی، پیشگام آن بود، از پرکاربردترین رویکردهای تحلیل گفتمان در سایر رشته‌های علوم انسانی و علوم اجتماعی است که در مقاله حاضر نیز به‌کار رفته است. این رویکرد، فرض اصلی را بر وجود معانی و منظوره‌های غیرظاهر در زبان بیرونی گذارده و در پی یافتن مؤلفه‌های اصلی فکری حاکم بر یک مطلب و در ابعاد کلان‌تر، یک فرد یا یک جریان (مدلول)، از طریق بررسی واژگان و عبارات‌های ظاهری (دال) است. گفتمانی است، گفتمان‌ها به شیوه کرنولوژیک و براساس ترتیب تاریخی بررسی می‌شوند.

### ۱. پیشینه پژوهش

کتاب «جبهه ملی ایران»، نوشته سعید صمدپور، یکی از کتاب‌های انگشت‌شماری است که درباره جبهه ملی چهارم نوشته شده و تاریخچه مختصری از جبهه ملی را از زمان تشکیل تا خروج از جریان سیاست ایران در آغاز دهه ۱۳۶۰، به‌صورت توصیفی بیان می‌کند.

فریده باوریان نیز در مقاله‌ای با عنوان «تعامل جبهه ملی با جنبش اسلامی ایران»، ارتباط میان جبهه ملی و جریانات اسلامی را بررسی کرده و همکاری جبهه ملی با روحانیت را یک‌سویه و ناشی از ناآگاهی آن‌ها از مواضع امام خمینی دانسته است. البته نویسنده در این پژوهش به موضوع‌های مهمی مانند تحول موضع جبهه ملی در برابر انقلابی‌گری توجه نداشته است.

علیرضا ملایی توانی و فریده باوریان در دو مقاله «بررسی روند همراهی جبهه ملی از فضای باز سیاسی تا دیدار با امام خمینی» و «واکاوی رفتار سیاسی جبهه ملی چهارم در تحولات منتهی به پیروزی انقلاب اسلامی (از آبان تا بهمن ۱۳۵۷)» روند ارتباط جبهه ملی را با جریان مذهبی انقلابی در دو مقطع جداگانه تأسیس تا اعلامیه پاریس و سپس، اعلامیه پاریس تا انقلاب اسلامی مطالعه کرده و به دوره پس از انقلاب اسلامی نپرداخته‌اند.

مقاله دیگری با عنوان «جبهه ملی چهارم و انقلاب اسلامی (۱۳۵۷-۱۳۵۵)» به‌قلم محمدحسین خسروپناه نیز تاریخ شکل‌گیری و تغییر مواضع جبهه ملی چهارم تا هنگام پیروزی انقلاب اسلامی را واکاوی کرده است.

همچنین، محمدحسین ایوبیان، حجت فلاح توتکار، و عبدالرفیع رحیمی در مقاله‌ای با عنوان «تحول گفتمان جبهه ملی چهارم از مشروطه‌خواهی به جمهوری‌خواهی» با روشی

مشابه مقاله حاضر به تحول گفتمانی جبهه ملی چهارم در دوران پیش از انقلاب و حرکت این جریان به سوی انقلابی‌گری نگریسته‌اند. در حالی که بخش اصلی پژوهش حاضر درباره مواضع جبهه ملی در دوره پس از انقلاب و مطابق با تغییر شرایط سیاسی است و از این منظر، با پژوهش‌های پیشین متفاوت است.

## ۲. تعریف مفاهیم

قبل از پرداختن به دیدگاه جبهه ملی درباره استقلال و آزادی، لازم است که تعاریفی از این مفاهیم ارائه شود.

### ۲-۱. استقلال

حالت عدم وابستگی یک شخص یا یک جمع به شخص یا جمع دیگر را استقلال گویند. به این ترتیب، استقلال، به معنای برخورداری کامل از خودمختاری در رابطه با شخصی یا چیزی است (بنی‌صدر، ۱۳۹۹، ۱۵). استقلال، در معنای سیاسی آن، عبارت است از وضعیتی که براساس آن، یک دولت، اداره امور کشور و جامعه خود را فارغ از حمایت بیگانگان در اختیار داشته باشد. این واژه، در توضیح آزادی عمل دولتی به کار می‌رود که در امور سیاسی-اجتماعی خود، اعم از امور داخلی یا خارجی، استقلال عمل داشته باشد (فرهیخته، ۱۳۷۷، ۶۴؛ علی‌بابایی، ۱۳۹۱، ۹۴؛ طاهری، ۱۳۸۹، ۱۰).

### ۲-۲. آزادی

واژه «آزادی» در فارسی به معانی پرشماری چون حریت، اختیار، قدرت بر عمل و ترک عمل، قدرت انتخاب، رهایی، خلاصی، و... به کار رفته است (بیات، ۱۳۸۶، ۹). مبحث آزادی در اسلام، مانند بسیاری از مباحث کلامی، متکی به رابطه میان انسان و خدا بوده است. در این جهان‌بینی، مسئله جبر و اختیار، از موضوعات محوری علم کلام اسلامی بوده و «آزادی» در چارچوب این مبحث بررسی شده است؛ به عنوان مثال، معتزله، هوادار اختیار و آزادی و اشاعره، طرفدار جبر بوده‌اند (طباطبایی، ۱۳۸۵، ۱۷۸/۳). ولی آزادی در معنای مدرن، همچون بسیاری دیگر از مفاهیم نوین، به رابطه انسان با انسان، یعنی روابط اجتماعی، می‌پردازد (آشوری، ۱۳۷۳، ۲۱).

هگل، فیلسوف نامدار آلمانی، آزادی را جوهر حیات می‌دانست (هگل، ۱۳۹۲، ۳۶).

آیزایا برلین نیز در رساله‌ای با عنوان «دو مفهوم»، آزادی را به دو نوع «آزادی مثبت» و «آزادی منفی» تقسیم می‌کند که آزادی مثبت، «آزادی برای» و آزادی منفی، «آزادی از» خوانده می‌شود. وی می‌گوید: «ما در برابر دو پرسش متفاوت قرار داریم. یکی این است که چند در به روی من باز است؟ و دیگری اینکه چه کسی نگهبان اینجاست؟ چه کسی مراقب است؟ این پرسش‌ها درهم تنیده است، ولی یکی نیست... چند در به روی من باز است، پرسشی است درباره حد آزادی منفی - چه موانعی پیش پای من است؟ یعنی آنچه دیگران مانع می‌شوند که من انجام دهم... پرسش دیگر این است که چه کسی بر من فرمان می‌راند؟ آیا دیگران بر من حاکمند یا خودم بر خودم حاکم؟ اگر دیگرانند، به چه حقی، به چه حجتی؟ اگر من حق دارم بر خود فرمان برانم، خودمختار باشم، آیا می‌توانم این حق را از دست بدهم؟ می‌توانم رهایش کنم؟ از آن دست بردارم؟ یا بازبالمش؟ به چه طریقی؟ قوانین را چه کسی وضع می‌کند و به کار می‌بندد؟ آیا طرف مشورت‌م؟ آیا اکثریت، حکومت می‌کنند؟ یا خدا؟ یا کشیش‌ها؟ یا حزب‌ها؟ یا فشار افکار عمومی؟ یا سنت؟ این پرسشی است جداگانه» (برلین، ۱۳۸۷، ۷۳).

اعلامیه جهانی حقوق بشر، مهم‌ترین شاخص‌های آزادی را آزادی عقیده و مذهب، آزادی بیان، آزادی قلم، آزادی اجتماعات و آزادی جابه‌جایی و مسافرت دانسته (ملایری و حانز، ۱۳۸۰، ۱۱۰) و توماس هابز نیز می‌گوید: «مقصود از آزادی، براساس معنای درست آن، فقدان موانع خارجی است» (هابز، ۱۳۸۰، ۱۶۰).

### ۲-۳. لیبرالیسم

در دوران جدید، مکتبی به نام «لیبرالیسم» در غرب شکل گرفته است که تقریباً همسو با آزادی سیاسی، اقتصادی، و مذهبی به کار می‌رود. لیبرالیسم، در طول تاریخ، معانی و کاربردهای پرشماری داشته است که برخی از آن‌ها، مثبت و برخی دیگر، منفی بوده‌اند؛ به عنوان مثال، در اروپای قرون وسطا، هم در معنای روشن‌اندیشی و سخاوتمندی و هم در معنای بی‌قیدی اخلاقی به کار می‌رفته است (وینسنت، ۱۳۷۱، ۴۲). این واژه، در آثار ویلیام شکسپیر، به معنای فرد هرزه و ولنگار به کار رفته است (شاپیرو، ۱۳۸۰، ۱۰). در قرون جدید در غرب، این واژه کم‌کم بار مثبت خود را بازیافته و لیبرال در معنای مثبت بر بار منفی آن چربیده است. بروس هداک، احیای مفهوم لیبرالیسم به عنوان یک آرمان مثبت را به دوران انقلاب فرانسه و چهره‌هایی چون روسو نسبت می‌دهد (هداک، ۱۳۹۱، ۲۷۰).

لیبرال‌ها معمولاً مشروعیت نهادهای دولتی و الزام اطاعت از آن‌ها را پذیرفته‌اند و به همین سبب از آنارشیست‌ها متمایز می‌شوند؛ باین‌حال، به نظر لیبرال‌ها یا آزادی‌خواهان، حقوق انسانی، چیزی نیست که توسط دولت‌ها قابل نقض باشد. «وجه مشخصه لیبرالیسم، تحمل تفاوت‌ها، توجه به آزادی‌اندیشه، آزادی بیان و برابری در مقابل قانون است» (پایک، ۱۳۹۱، ۱۴۹). «هدف لیبرالیسم، ایجاد یک ملت است...؛ ملتی از مردان و زنان آزاد، مسئول، تابع قانون و متکی به خود، آزاد از نوکری و فقر خردکننده، آزاد از جباریت محیط...، برخوردار از برابری واقعی در فرصت‌ها» (مکنزی، ۱۳۸۵، ۳۹). مبارزه با زور، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های لیبرالیسم است. «لیبرالیسم از ابتدا با حقوق کشیشان یا پادشاهان مبنی بر اعمال زور بر وجدان افراد به جدال برخاسته است» (آربلاستر، ۱۳۸۸، ۲۲).

اما لیبرالیسم سیاسی که توماس هابز، جان لاک و ژان ژاک روسو<sup>۱</sup> را می‌بایست سرآمدان آن دانست، «نظریه یا سیاستی است که خواهان حفظ درجاتی از آزادی است در برابر تسلط یا هدایت دولت یا هر مؤسسه دیگری که تهدیدکننده آزادی بشر فرض شود. لیبرالیسم، نهضتی است که معتقد است، مردم، اتباع دولت خودرأی نیستند، بلکه قانون باید از آن‌ها در زندگی خصوصی‌شان حمایت کند و در امور عمومی، مردم باید از طریق مجلسی که با انتخابات آزاد برگزیده شده باشد، بر دولت نظارت کنند» (حسن‌بیگی، ۱۳۹۷، ۴۸۸).

جان لاک، فیلسوف سیاسی نامدار قرن هفدهم، با ارائه نظریه «قرارداد اجتماعی»، این‌گونه استدلال می‌کند که افراد عاقل به این فکر می‌افتند که برای ایجاد نظم و امنیت در جامعه، یک قرارداد اجتماعی منعقد کنند. برپایه این قرارداد، همه افراد می‌پذیرند که به نفع آنان است که بخشی از آزادی‌های خود را در راستای ایجاد یک نظام قانونمند، فدا کنند؛ وگرنه حقوق و زندگی آنان همواره در معرض تهدید قرار خواهد گرفت. فلسفه وجودی دولت نیز خدمت به نیازها و منافع افراد جامعه در کنار برقراری نظم و امنیت بوده و این قرارداد دوجانبه تا زمانی اعتبار خواهد داشت که دولت به وظایف خود عمل کند و در صورت نقض آن از سوی دولت، ملت، حق شورش و براندازی دولت را خواهد داشت (لاک، ۱۳۹۶، ۱۵۲-۱۴۹).

بنا بر تعریف حسین بشیریه، مفهوم اصلی ایدئولوژی لیبرالیسم، آزادی شهروندان در سایه حکومت محدود به قانون و هدف اصلی لیبرالیسم از آغاز پیدایش، مبارزه با قدرت مطلقه و

## 1. Thomas Hobbes, John Locke and Jean-Jacques Rousseau

خودکامه و خودسر بوده است (بشیریه، ۱۳۷۸، ۱۲۴).

براین اساس، لیبرالیسم و لیبرال بودن در معنای سیاسی را می‌توان همان آزادی‌خواهی و اعتقاد به آزادی‌های سیاسی، از جمله آزادی بیان، آزادی گردهمایی‌ها، آزادی احزاب، آزادی مطبوعات و رسانه‌ها، و آزادی قلم دانست. در مقاله حاضر، در پی یافتن نسبت جبهه ملی چهارم با چنین گفتمانی بوده‌ایم و گفتنی است، منظور ما از لیبرالیسم در این بحث، مکتب لیبرالیسم، به عنوان یک مکتب فراگیر سیاسی-اقتصادی-فلسفی که نسبت تنگاتنگی با سرمایه‌داری نوین غربی یافته و «لیبرال-دموکراسی بورژوازی»، به معنای خاص آن، که در مقابل «سوسیالیسم» پدید آمده، نیست؛ زیرا، همان‌گونه که خواهیم دید، آزادی‌های اقتصادی، به عنوان یکی از اصول مکتب گسترده لیبرالیسم غربی، با تفکرات جبهه ملی در تضاد بود.

### ۳. جبهه ملی و گفتمان استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی

استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی از مهم‌ترین مفاهیم موردنظر جبهه ملی بود که از آغاز تشکیل آن تا آخرین روزهای فعالیت در سال ۱۳۶۰ به آن وفادار ماندند. در ادامه، دیدگاه آن‌ها، از جبهه ملی اول تا چهارم، درباره استقلال و آزادی بررسی شده است.

#### ۳-۱. جبهه‌های اول تا سوم و نسبت آن‌ها با استقلال و آزادی

دکتر محمد مصدق، چند سال پیش از تشکیل جبهه ملی، نخستین بار در مجلس چهاردهم، اصل موازنه منفی را که در بردارنده دو اصل «استقلال» و «آزادی» بود، مطرح کرد. وی در آبان ۱۳۲۳ و پس از رد قرارداد نفت شمال میان ایران و شوروی گفت: «ملت ایران، آرزومند توازن سیاسی است؛ یعنی توازنی که به نفع مملکت باشد و آن، «توازن منفی» است.... اگر از نظر «توازن مثبت» هرچه دول مجاور می‌خواهد بدهند، واضح است که دول مجاور، بسیار خوشوقت می‌شوند و دولت‌های خائن هم خوشوقتی آن‌ها را برای خود، سرمایه بزرگی قرار می‌دهند و آن را به رخ ملت می‌کشند؛ ولی ملت می‌داند که با این رویه، طولی نخواهد کشید که هرچه دارد، از دست بدهد» (کی استوان، ۱۳۵۵، ۱۸۱).

به‌طور مشخص، با اجرای سیاست موازنه منفی، امکان هرگونه تعلل، سیاست‌ورزی غلط یا خیانت توسط دولت‌ها در امضای قراردادهای خارجی از بین رفته و کشور، به‌طور کامل، روی پای خود ایستاده و بدون نیاز به بیرون، به زیست خود ادامه می‌دهد. در سوی دیگر، هنگامی که دولتی مستقل و بی‌نیاز از کمک خارجی باشد، خواه‌ناخواه به حمایت شهروندان خود نیاز

داشته و در نتیجه، امکان اعمال دیکتاتوری توسط حکومت یادشده کاهش می‌یابد. در واقع، موازنه منفی، زمینه استقلال بیشتر و استقلال بیشتر، خود زمینه آزادی بیشتر را فراهم می‌کند. هنگامی که در سال ۱۳۲۸ جبهه ملی اول، به رهبری محمد مصدق، شکل گرفت، انجام انتخابات آزاد، اصلاح قانون مطبوعات، و... مهم‌ترین برنامه و هدف آن‌ها بود. افزون‌براین، اگرچه روند تشکیل جبهه ملی از درون یک نهضت ضد استبدادی، یعنی تحصن علیه تقلب در انتخابات آغاز شد، ولی در ادامه راه، جبهه ملی با پافشاری نمایندگانش بر لایحه ملی شدن صنعت نفت، هویت خود را از این امر نیز متمایز کرد؛ به گونه‌ای که دو هدف آزادی‌خواهی و استقلال‌خواهی، در کنار یکدیگر به شناسه جبهه ملی تبدیل شدند.

در دوران جبهه ملی دوم نیز متناسب با شرایط موجود، همین دو مورد، اهداف اصلی مبارزات جبهه ملی بودند. جبهه ملی دوم با باز شدن نسبی فضای سیاسی از سوی شاه تشکیل، با تحصن نمایندگان در اعتراض به تقلب در انتخابات مجلس بیستم، تثبیت (بازرگان، ۱۳۷۷، ۳۵۰/۱)، و با گردهمایی جنجالی میدان جلالیه در اردیبهشت ۱۳۴۰ — که در آن نقدهای تندى به سیاست خارجی شاه مطرح شد — به دوران اوج رسید. در این اجتماع، کریم سنجابی، غلامحسین صدیقی، و شاپور بختیار، سه تن از رهبران جبهه ملی دوم، سخنرانی کردند که نطق بختیار، تندتر از همه و بیشتر در نقد سیاست خارجی شاه و از دست رفتن استقلال وطن بود (امینی، ۱۹۹۷، ۱۳۰؛ فاروقی و لوروریه، ۱۳۵۸، ۱۸۳). رویداد اول بهمن ۱۳۴۰ دانشگاه تهران، که سبب کشته و زخمی شدن تعدادی از دانشجویان و دانش‌آموزان شد (نجاتی، ۱۳۷۱، ۱۹۰/۱) نیز یکی دیگر از نقاط عطف فعالیت‌های جبهه ملی دوم بود که در آن شعار آزادی را فریاد می‌زدند. فعالیت جبهه ملی سوم به کنش‌های عملی نینجامید و همان‌گونه که می‌دانیم، این گروه پیش از تولد، از درجه حیات ساقط شد.

### ۲-۳. بررسی استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی جبهه ملی چهارم پیش از انقلاب

جبهه ملی چهارم، فعالیت خود را در شرایطی آغاز کرد که محمدرضا شاه پهلوی، همچون سال ۱۳۳۹، بار دیگر تصمیم به گشایش فضای سیاسی کشور و کاهش اختناق حاکم گرفت. با کاهش سخت‌گیری‌ها، از اوایل سال ۱۳۵۶، اعضای پیشین جبهه ملی، ابتدا جسارت به خرج داده و دست به نگارش نامه انتقادی به شخص شاه زدند؛ نامه‌ای با امضای کریم سنجابی، شاپور بختیار، و داریوش فروهر که در ۲۲ خرداد ۱۳۵۶ به آدرس کاخ سلطنتی و با انتقاد شدید

از اوضاع مملکت و ارجاع این شرایط به اعمال شاه نوشته شد (بختیار، ۱۹۸۲، ۱۰۶-۱۰۵؛ سنجابی، ۱۳۶۸، ۴۴۲-۴۴۱) و در ماه‌های آتی با تکرار چنین اقداماتی، زمینه فعالیت رسمی موج چهارم جبهه ملی ایران را فراهم کرد.

مشکل بزرگ جامعه ایران در آن دوران، که مخالفان را به‌فغان آورده بود، استبداد سیاسی بزرگی بود که از سال ۱۳۳۲ روزه‌روز بیشتر می‌شد. در این شرایط، همه اختیارات، برخلاف قانون اساسی، به شخص شاه داده شده بود، پارلمان برخلاف قانون اساسی به نهادی فرمایشی و به‌قربان‌گو تبدیل شده بود، دولت‌ها و نخست‌وزیران بی‌اراده که وظیفه‌ای جز اجرای اوامر همایونی نداشتند بر سر کار آمده بودند، یک نهاد پلیسی و امنیتی مخوف به نام ساواک تشکیل شده بود که به سرکوب بی‌رحمانه مخالفان می‌پرداخت، همه احزاب منحل شده و نظام تک‌حزبی اجباری ایجاد شده بود.

جبهه ملی چهارم، در نشریه خود به‌طور رسمی، آزادی و انواع آن را چنین تعریف کرد تا به‌این ترتیب، موضع خود را در مورد این مفهوم مشخص کند: «از نقطه نظر ما، آزادی، عبارت است از آزادی قلم و اندیشه در کلیه ابعاد آن، آزادی بیان عقاید و افکار، آزادی اجتماعات منظم به‌منظور اعتراض‌ها و انتقادات، آزادی انتخاب کردن چه در شوراها و چه در انتخابات و آزادی‌های فردی تا آنجا که به حقوق اجتماعی و فردی دیگر افراد جامعه زیان نرساند». در ادامه، آنان در پاسخ به این پرسش که آیا مرزی بین آزادی و آزادی‌های سرمایه‌داری و اقتصادی وجود دارد، می‌گویند: «به‌طور قطع، آزادی‌های اجتماعی، انفرادی، و سیاسی با آزادی‌های اقتصادی متفاوت است؛ زیرا آزادی‌های مالی و اقتصادی، موجب ایجاد یا احیای نظام سرمایه‌داری شده و... برابری و عدالت اجتماعی را نقض می‌کند» (پیام جبهه ملی، ۲۵ فروردین ۱۳۶۰، ش ۶۲، ص ۲). به‌این ترتیب، جبهه ملی، مرزبندی خود با آزادی اقتصادی یا همان «لیبرال‌دموکراسی مبتنی بر سرمایه‌داری غربی» را مشخص کرده و انواع دیگر آزادی، که غالباً در چارچوب آزادی سیاسی و همان «لیبرالیسم اولیه سیاسی» قرار می‌گیرد را به‌عنوان اصول قابل قبول خود مطرح می‌کند.

این مطلب در ماه‌های پایانی زیست جبهه ملی چهارم منتشر شد، ولی اشاره نامه سه‌نفره کریم سنجابی، شاپور بختیار، و داریوش فروهر به ویژگی‌های گفتمان آزادی‌خواهی، یعنی دعوت شاه به ترک حکومت استبدادی، تمکین مطلق به اصول مشروطیت، احیای حقوق ملت، احترام واقعی به قانون اساسی و اعلامیه جهانی حقوق بشر، انصراف از حزب واحد، آزادی مطبوعات، آزادی زندانیان و تبعیدشدگان سیاسی و استقرار حکومتی که متکی به اکثریت نمایندگان منتخب ملت

باشد، تأکید جبهه ملی بر آزادی خواهی را در همان آغاز شکل‌گیری جبهه چهارم نمایانگر می‌سازد؛ خواسته‌هایی که در نخستین بیانیه رسمی اتحاد نیروهای جبهه ملی (جبهه ملی چهارم) در آذر ۱۳۵۶ نیز دیده می‌شود (سازمان‌های مشکله اتحاد نیروهای جبهه ملی ایران، ۱۳۵۷، ۶-۷).

در نخستین شماره خبرنامه جبهه ملی در دوران جبهه چهارم، پایمال شدن قانون اساسی، نقض صریح اعلامیه جهانی حقوق بشر، و گسترش بی‌امان استبداد با به‌کارگیری وحشتناک‌ترین روش‌های پلیسی کشور، از گناهان نابخشودنی رژیم شاه خوانده شده است (خبرنامه اتحاد نیروهای جبهه ملی، ۲۰ بهمن ۱۳۵۶، ش ۱، ص ۱).

در تابستان ۱۳۵۷، هنگامی که اتحاد نیروهای جبهه ملی نام خود را به جبهه ملی چهارم تغییر داد، در بیانیه‌ای «استقلال» را مقدم بر «آزادی» به‌کار برد و نوشت: «ما برای رهایی ایران از هرگونه سلطه بیگانه و دست یافتن به استقلال کشور و زنده‌داشت «حقوق ملت» و بازگرداندن آزادی‌های فردی و اجتماعی مردم از راه اجرای تفکیک‌ناپذیر اصول قانون اساسی و متمم آن... دوران جدیدی از مبارزه را آغاز می‌نماییم» (سازمان‌های مشکله اتحاد نیروهای جبهه ملی، ۱۳۵۷، ۸۷).

در شهریور ۱۳۵۷ و در بیانیه‌ای به‌مناسبت تشکیل دولت جعفر شریف‌امامی، ۱۲ مورد به‌عنوان خواسته‌های اصلی جبهه در آن مقطع مطرح شد که استقلال واقعی قوه قضائیه، آزادی همه زندانیان سیاسی، آزادی اندیشه، گفتار، آزادی قلم، آزادی اجتماعات، آزادی احزاب، رسانه‌ها و سندیکاها، کارگری، از جمله آن‌هاست (خبرنامه جبهه ملی، ۱۰ شهریور ۱۳۵۷، ش ۲۷، ص ۲). ویژگی‌هایی که پیشتر برای آزادی سیاسی مطرح شد، یعنی انواع آزادی‌ها، در این بیانیه نیز قابل مشاهده است.

رهبر جبهه ملی چهارم، همچنین در همین روزها، پس از اعلام قانونی و آزاد شدن فعالیت‌های احزاب از سوی دولت، در گفت‌وگویی اظهار داشت: «سیاست و اصول هدف‌های جبهه ملی، همان است که مرحوم دکتر مصدق گفت. مبارزه پیگیر و همه‌جانبه با استعمار و استبداد. این دو، بلایی است که توأم و شریک منافع یکدیگرند و استقلال و آزادی ملت ما را تهدید می‌کنند» (الموتی، ۱۹۹۲، ۱۸۹).

در این میان، گفتمان «استقلال‌طلبی» نیز به فراموشی سپرده نمی‌شود. در ادامه تحلیل گفتمان جبهه ملی با استفاده از کشف و جست‌وجوی واژگانی که نشانه‌های وجود گفتمان‌های استقلال‌طلبی و آزادی‌خواهی نزد جبهه ملی به‌شمار می‌آیند، با یکی از پرکاربردترین کلیدواژه‌های

گفتمان استقلال طلبی روبه‌رو می‌شویم. در بیانیه‌ای که جبهه ملی در آستانه سفر کریم سنجابی و داریوش فروهر به پاریس در ۶ آبان ۱۳۵۷ منتشر کرد، می‌بینیم: «...در پهنای پیکار با ستم، «همبستگی ملی»، شریف‌ترین شعار ملت‌هایی است که علیه استبداد و استعمار می‌جنگند» (روزشمار انقلاب اسلامی، ۱۳۷۹، ۱۳۵/۷). داریوش فروهر نیز در میانه آبان ۱۳۵۷ می‌گوید، مبارزه مردم ایران تا دستیابی به استقلال کاملشان ادامه خواهد داشت (روزشمار انقلاب اسلامی، ۱۳۷۹، ۳۸۳/۷) و خبرنامه در پایان آبان، فردای باشکوه ملت ایران را مظهر جهان آزادی‌خواه و ضد استعمار نوید می‌دهد (خبرنامه جبهه ملی ایران، ۳۰ آبان ۱۳۵۷، ش ۲۱، ص ۲).

دیکتاتوری، خیانت، چپاول ثروت‌های ملی، و جای‌گیری در پناه بیگانگان، ویژگی‌های حکومت پهلوی و کارگزاران آن است که به عقیده نویسنده خبرنامه جبهه ملی در ۹ آذر ۱۳۵۷، راهی برای سازش و آشتی و گفت‌وگو با ملت باقی نگذاشته است. انتقادهای تند و صریحی که عدم آزادی و عدم استقلال رژیم پهلوی را نشانه گرفته است (خبرنامه جبهه ملی ایران، ۹ آذر ۱۳۵۷، ش ۲۹، ص ۲). وابسته بودن حکومت، از انتقادهای مهمی بود که جبهه ملی به رژیم پیش از انقلاب وارد می‌کرد؛ نقدی که کلیدواژه‌ای مهم در گفتمان استقلال‌خواهی را به همراه خود داشت. جبهه ملی، چهل روز پیش از پیروزی انقلاب، در بیانیه‌ای که با گفتمان آزادی و استقلال همراه است، می‌نویسد: «در این لحظات حساس و پرشکوه تاریخ ایران، جبهه ملی به شما ایرانیان شرافتمندی که همگام و هم‌صدا با مردم به‌پا خاسته میهنمان به مبارزه با نظام استبدادی فاسد وابسته به سیاست خارجی برخاسته‌اید، درود می‌فرستد» (خبرنامه جبهه ملی ایران، ۱۳ دی ۱۳۵۷، ش ۵۶، ص ۱). همان‌گونه که ناصر تکمیل‌همایون، از اعضای مبارز و فعال جبهه ملی در اجتماعی که در واپسین روزهای حکومت پهلوی در وزارت بهداشت تشکیل شده بود، ایران را تنها کشوری می‌خواند که در بالاترین درجه وابستگی و نبود استقلال و بالاترین درجه اختناق و نبود آزادی به‌سر می‌برد (کیهان، ۲۸ دی ۱۳۵۷، ش ۱۰۶۱۶، ص ۲).

### ۳-۳. بررسی استقلال‌خواهی و آزادی‌خواهی جبهه ملی چهارم، پس از انقلاب

در دوران پس از انقلاب، جبهه ملی چهارم، با توجه به تغییر و تحولات سیاسی به‌وجود آمده، در شرایط متفاوتی قرار گرفت که بر دیدگاه آن‌ها در مورد مسائل گوناگون، از جمله موضوع استقلال و آزادی، تأثیرگذار بود؛ از این رو، دیدگاه آن‌ها با توجه به این شرایط متفاوت به‌گونه‌ای جداگانه بررسی شده است.

### ۱-۳-۳. دوران پیش از شروع نقدها

با پیروزی انقلاب اسلامی، جبهه ملی، همچنان به گفتمان استقلال‌طلبی و آزادی‌خواهی سیاسی پایبند ماند. ابوالفضل قاسمی، دو روز پس از پیروزی انقلاب، در پیامی، با بیان واژگان «امپریالیسم» و «دیکتاتوری»، به‌عنوان دو شر مغلوبه جامعه ایران، از این دو که از مؤلفه‌های گفتمان استقلال و آزادی به‌شمار می‌روند، استفاده کرده و انقلاب اسلامی را مرحله به‌زانو درآوردن غول خون‌آشام امپریالیسم و دیکتاتوری در ایران خواند (کیهان، ۲۴ بهمن ۱۳۵۷، ش ۱۰۶۳۷، ص ۶).

کریم سنجابی در دعوت عامی که در اسفند ۱۳۵۷ برای سازمان‌دهی جبهه ملی انجام داد، به اصول اساسی جبهه ملی اشاره کرد. سنجابی، درباره تعریف آزادی از منظر جبهه ملی می‌گوید: «مفهوم واقعی آزادی، شناسایی شخصیت انسانی و قبول مشارکت واقعی و مؤثر انسان‌ها در همه شئون زندگی اجتماعی است...». او در مورد تعریف استقلال در منظومه فکری جبهه ملی نیز بیان می‌کند: «ما استقلال را نیز شناسایی شخصیت آزاد کشور ایران، این واحد ملی، در قلمروی بین‌المللی می‌دانیم. استقلال، تنها یک مفهوم حقوقی محسوب نمی‌شود، بلکه انعکاس اعمال حاکمیت ملی در صحنه بین‌المللی است» (اطلاعات، ۲۲ اسفند ۱۳۵۷، ش ۱۵۸۰۷، ص ۲).

جبهه ملی در ۲۹ اسفند ۱۳۵۷ که هم‌زمان با نخستین سالروز ملی شدن صنعت نفت پس از پیروزی انقلاب اسلامی بود، گردهمایی عظیمی در میدان آزادی برگزار کرد تا این امر، حلقه پیونددهنده جبهه چهارم و فضای انقلابی آن دوران با گفتمان استقلال‌طلبی و استعمارستیزی جبهه ملی اول باشد. سازمان زنان جبهه ملی، در بیانیه دعوت به تجمع آن روز می‌نویسد: «... برای بزرگداشت ۲۹ اسفند، روز ملی شدن صنعت نفت و روز تحقق بخشیدن به بزرگ‌ترین آرمان ضدامپریالیستی ملت ایران، به همت جبهه ملی ایران و رهبری قاطعانه دکتر مصدق، شرکت خلاق تمام زنان آزادی‌خواه و مترقی را در این مقطع زمانی و برای بزرگداشت این نهضت... توصیه می‌کنیم» (کیهان، ۲۳ اسفند ۱۳۵۷، ش ۱۰۶۶۱، ص ۸). در یکی از بندهای قطعنامه نهایی این تجمع، روز ۲۹ اسفند، «روز مبارزه با امپریالیسم» نام‌گذاری شد و به‌قول خودشان، تصمیمی قاطع گرفتند تا پیکارهای ضدامپریالیستی را تا پایان بخشیدن به هرگونه سلطه استعماری در ایران و دیگر نقاط جهان، ادامه دهند (اطلاعات، ۲۹ اسفند ۱۳۵۷، ش ۱۵۸۱۳، ص ۲).

واژه «امپریالیسم»، که یکی دیگر از آشناترین واژگان گفتمان استقلال‌طلبی است، در

بیانیه دوم خرداد ۱۳۵۸ جبهه ملی نیز فراوان به چشم می خورد؛ جایی که جبهه ملی در محکومیت مصوبه «جاویتس»، سناتور آمریکایی، علیه اقدامات انقلابی در ایران، بیانیه ای صادر کرد: «امپریالیسم آمریکا که با طرح و اجرای کودتای ۲۸ مرداد ۱۳۳۲، دولت ملی دکتر مصدق را ساقط و سلطنت محمدرضا پهلوی را اعاده کرد، بزرگ ترین عامل خفقان و فساد و غارت و تباهی دوران منفور پهلوی محسوب می شود. امپریالیسم آمریکا موجب شد که در دوران استبداد، تمام منابع نفت مملکت ایران به غارت برود. استبداد سیاه محمدرضاشاهی، بدون حمایت امپریالیسم آمریکا نمی توانست دوام یابد و تمام ارزش های ملت را آن سان به باد دهد» (اطلاعات، ۲ خرداد ۱۳۵۸، ش ۱۵۸۶۱، ص ۸).

### ۲-۳-۳. آغاز انتقادهای به جمهوری اسلامی

یکی از نخستین نقدهای تند جبهه ملی در عصر جمهوری اسلامی، بیانیه اعتراضی آن ها به بازداشت فرزند آیت الله طالقانی در فروردین ۱۳۵۸ بود. در این بیانیه، جبهه ملی چهارم از محدود شدن آزادی های فردی و اجتماعی به شدت ابراز نگرانی کرده و از جشن و سرور کسانی می گوید که آزادی، استقلال، و شخصیت انسانی این ملت را به مسخره می گرفتند (اطلاعات، ۲۶ فروردین ۱۳۵۸، ش ۱۵۸۳۰، ص ۸).

به این ترتیب، جبهه ملی چهارم، پس از دوره بسیار کوتاه همکاری و موافقت با نظام حاکم، این بار، تیغ تیز نقدهای آزادی خواهانه خود را روانه نظام نوپای جمهوری اسلامی کرد. از همین روزها، جبهه کم کم در میان ادبیات گفتمانی خود، در پس ستایش آزادی، نقد نبود آزادی را جای داده است؛ به عنوان مثال، در مقاله ای در نشریه جبهه ملی آمده است: «اگر مفهوم دموکراسی را حق اظهار نظر پیرامون مسائلی که مربوط به سرنوشت انسان است بدانیم، در آن صورت، انتقادهای اجتماعی نمی بایستی هیچ گونه حساسیتی ایجاد کند. اگر سیستم اجتماعی و نظام جامعه به گونه ای باشد که مقام های مسئول بتوانند اظهار نظر مردم و انتقادهای آن ها را، اگرچه به زیان آن ها باشد، تحمل کنند، آن را می توان نظامی بر مبنای آزادی تلقی کرد. توجیه بیان انتقادی به آشوب طلبی و اغتشاش گری، مقابله با آزادی و فضیلت است. از بین رفتن حق انتقاد، به ایجاد محیطی خاموش و ساکت و فضایی چون گورستان می انجامد» (جبهه ملی ایران، ۱۳ اردیبهشت ۱۳۵۸، ش ۱۲، ص ۵).

کریم سنجایی در صدمین سالروز تولد دکتر محمد مصدق، با بیان اینکه همه آزادی های فردی

و اجتماعی‌ای که هدف انقلاب اسلامی ملی ایران بود، باید رعایت شود، خاطرنشان کرد: «هدف اصلی انقلاب بزرگ اسلامی ملت ایران از واژگون کردن دستگاه فاسد و جبار و ظالم سلطنت پهلوی، همان‌طور که حضرت امام بارها اظهار فرموده‌اند، برقرار ساختن آزادی و دموکراسی و استقلال و استقرار حاکمیت ملی بوده است. ما معتقدیم که سلب آزادی‌های فردی و اجتماعی افراد ملت، کشور را ناگزیر و خودبه‌خود، به‌طرف استبداد خواهد برد و استبداد، تمام ارزش‌های جامعه را نابود خواهد کرد و مملکت را بار دیگر به زیر یوغ استعمار خواهد کشاند. ما معتقدیم که آزادی عقیده و بیان و گفتار و آزادی اجتماعات و انتشارات و مطبوعات برای همه و همه مردم و گروه‌های سیاسی و اجتماعی نیز به‌عنوان اساسی‌ترین رهاورد انقلاب بزرگ ملت ایران باید حفظ و رعایت شود» (جبهه ملی ایران، ۳ خرداد ۱۳۵۸، ش ۱۵، ص ۲).

رهبر جبهه ملی در خرداد ۱۳۵۸، ضمن ابراز نگرانی از شکل‌گیری جریانی انحصارطلب و مرتجع، خواهان رعایت آزادی‌های مطرح‌شده در اعلامیه جهانی حقوق بشر، در قانون اساسی جدید ایران شد (اطلاعات، ۱۰ خرداد ۱۳۵۸، ش ۱۵۸۶۸، ص ۱).

سنجایی در آغاز تابستان ۱۳۵۸ در یک گفت‌وگو، به‌صراحت می‌گوید: «جبهه ملی در اصل، براساس دو نهاد تشکیل شده است و در آن خط‌مشی بوده و هست و آن‌دو، مبارزه علیه استعمار است و مبارزه علیه استبداد و هنوز هم این خط‌مشی را دارد» (کیهان، ۳ تیر ۱۳۵۸، ش ۱۰۷۴۰، ص ۸).

در یکی از بیانیه‌های جبهه ملی که در تابستان ۱۳۵۸ و در آستانه انتخابات مجلس خبرگان قانون اساسی منتشر شد، بر رعایت «حقوق و آزادی‌های فردی و اجتماعی ملت، که جزو اساسی‌ترین هدف‌های انقلاب بوده»، تأکید شده و در ادامه این بیانیه، که توسط اصغر پارسا خوانده شد، بر بحث آزادی رسانه نیز تأکید شده است. در این بیانیه می‌خوانیم: «آزادی نشر عقاید تأمین شود و سانسور نشر اطلاعات و اخبار در رادیو و تلویزیون، از میان برود و بی‌طرفی رادیو و تلویزیون در برابر احزاب و گروه‌های سیاسی و اجتماعی رعایت شود. فشار از مطبوعات برداشته شود و قانون مطبوعات به‌نحوی تنظیم شود که به آزادی‌های نشر عقاید و افکار، صدمه وارد نیاورد» (کیهان، ۳ مرداد ۱۳۵۸، ش ۱۰۷۶۶، ص ۱۰). تأکید پیوسته جبهه ملی چهارم بر مواردی چون لزوم حفظ آزادی‌های فردی و اجتماعی، لزوم رعایت کامل اصول اعلامیه جهانی حقوق بشر، آزادی رسانه، احزاب و...، که پیش از انقلاب نیز بر آن‌ها تأکید داشت، نشان‌دهنده استمرار پابندی این گروه به گفتمان آزادی‌خواهی است.

نقدهای تند جبهه ملی به آنچه روند حرکت نظام جمهوری اسلامی به‌سوی استبداد

می خواند، در قالب مؤلفه آزادی رسانه و آزادی بیان، این بار به بهانه توقیف روزنامه «آیندگان» نیز ادامه یافت: «جبهه ملی ایران... اقدام دولت را در توقیف مطبوعات کشور، از جمله روزنامه آیندگان و بازداشت نویسندگان آن، به شدت محکوم می کند و توجه عموم ملت ایران را به این قبیل اقدامات خودسرانه و ضدآزادی دولت جلب می نماید» (کیهان، ۱۷ مرداد ۱۳۵۸، ش ۱۰۷۷۷، ص ۲).

جبهه ملی، شخصیت های بیرونی را نیز بر پایه مؤلفه های استقلال خواهی و آزادی طلبی ارزش گذاری می کرد؛ به عنوان مثال، با درگذشت آیت الله طالقانی در ۱۹ شهریور ۱۳۵۸، جبهه ملی در بیانیه خود، ضمن تسلیت فقدان این شخصیت بزرگ، آرمان وی و اندیشه و الایش را مبارزه با استعمار، استبداد، و استثمار خواند (کیهان، ۲۰ شهریور ۱۳۵۸، ش ۱۰۸۰۴، ص ۱۲).

در روزهای پایانی سال ۱۳۵۸، واژه «امپریالیسم» را در بیانیه جبهه ملی به مناسبت نخستین انتخابات مجلس شورای ملی اسلامی می بینیم: «پس از این همه کوشش و فداکاری، اگر چه به سلطه سیاسی امپریالیسم شرق و غرب و نفوذ صهیونیسم پایان داده شده و ملت ایران نخستین سالروز پیروزی انقلاب عظیم و تاریخی خود را در محیطی سرشار از شادی و امید جشن می گیرد، ولی سایه سیاه این تسلط، همچنان بر بسیاری از شئون زندگی اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی جامعه ایرانی گسترده است. به علاوه، این خطر نیز احساس می شود که اگر رشته های مرئی و نامرئی پیوند اجتماع ما با امپریالیسم جهانی از روی آگاهی و تدبیر قطع نگردد، بازگشت نفوذ شوم امپریالیسم جهان خوار و تجدید حیات و تسلط اقتصادی، سیاسی، و اجتماعی آن، امکان پذیر خواهد بود» (ساکما، شماره سند ۲۰۷۲۶/۲۹۶). در همین بیانیه، اصل اول و دوم خواسته های جبهه ملی به ترتیب، بیانگر دو اصل «استقلال» و «آزادی» است.

### ۳-۳-۳. اوج گیری نقدها

حملات جبهه ملی چهارم به آنچه استبداد تازه شکل گرفته در لوای نظام جدید می دانست، روز به روز بیشتر شد و یکی از مهم ترین ویژگی های ادبیات گفتمانی آن ها در سال ۱۳۵۹ و اوایل ۱۳۶۰ تا هنگام انحلال بود. «پیام جبهه ملی»، در این دوران، همواره مطالبی درباره نگرانی از به گوش رسیدن صدای پای استبداد و از بین رفتن دستاوردها و آرمان های انقلاب ملی اسلامی می نوشت.

دوره انقلاب فرهنگی و تعطیلی دانشگاه ها در بهار سال ۱۳۵۹، یکی از زمان هایی بود که جبهه ملی، با قاطعیت بر حق آزادی بیان تأکید کرد و بر همین اساس، این اقدام را محکوم کرد. «پیام

جبهه ملی» در مقاله‌ای به قلم دکتر جهانشاه برومند، تصفیۀ دانشگاه‌ها از استادان دگراندیش را عملی همچون اعمال رژیم طاغوت معرفی کرد (پیام جبهه ملی، ۲۶ فروردین ۱۳۵۹، ش ۵، ص ۲). صادق سرفراز در مطلبی که عبارت‌ها و نشانه‌هایی از گفتمان آزادی‌خواهی در آن موج می‌زند، می‌نویسد: «اوضاع و احوال نشان می‌دهد که جامعه ایران، به قعر استبداد و فساد و سلطۀ فردی می‌گلتد. مراکز متعدد حاکمیت غیرقانونی، رویش و ایجاد نهادهای غیرطبیعی و ناسالم بر ساقه و ریشه انقلاب، کشور را به هرج و مرج و آشوب و بی‌نظمی کشیده است و این‌ها گویای این راز تلخ است که دوران انتقال را صحیح و سالم نمی‌گذرانیم» (پیام جبهه ملی، ۷ اردیبهشت ۱۳۵۹، ش ۹، ص ۲). در مقاله‌ای دیگر به تاریخ ۲۵ اردیبهشت ۱۳۵۹، با ابراز نگرانی جبهه ملی از شکل‌گیری استبداد جدید و وابستگی به امپریالیسم جهانی روبه‌رو می‌شویم. گویی در گفتمان جبهه ملی، همواره این دو عنصر نامطلوب، یعنی استبداد و وابستگی به امپریالیسم، همسوی با یکدیگر، به کشور حمله می‌کنند: «هر نوع حکومت استبدادی با هر ترکیبی از افراد و عناصر و با هر شعار و هدفی که روی کار بیاید، مایۀ اصلی نظام، وابستگی به امپریالیسم جهانی خواهد بود. رنگ‌آمیزی استبداد و تبلیغات ظاهرپسند و شعارهای چشمگیر، نمی‌تواند ماهیت رژیم استبدادی را دگرگون کند. امروز حکومت استبدادی، با هر شکل و قیافه و با هر ترکیبی، امید نهایی امپریالیسم جهانی است. اخباری که از گوشه و کنار می‌رسد و حوادثی که در کشور روی می‌دهد، همه حکایت از کوشش‌هایی می‌کند که برای تکوین حکومت استبدادی به عمل می‌آید...» (پیام جبهه ملی، ۲۵ اردیبهشت ۱۳۵۹، ش ۱۶، ص ۴).

با هجوم هواداران حزب جمهوری اسلامی به دفتر مرکزی جبهه ملی و تخریب تشکیلات جبهه، این جریان به اوج ناخرسندی از فضای آزادی و حتی استقلال کشور رسیده و «پیام جبهه ملی»، ضمن یادآوری وعده‌های امام خمینی و آنچه موجب جذابیت انقلاب شد، به شدت به نبود آزادی تاخت: «خطابه‌های امام خمینی در نجف اشرف و پیام‌های معظم‌له از پاریس، همه نویدبخش یک جامعه آزاد و مرفه، جامعه‌ای دور از اختناق و بدون ظلم و تعدی و بری از هرگونه وحشت بود و خطابه ایشان در روز ورود به خاک وطن در بهشت‌زهرا، یکی از بهترین تحلیل‌های اجتماعی درباره اصل حاکمیت ملت و لزوم اعمال اراده ملت از طریق انتخابات عمومی و آزاد بود...؛ ولی امروز بر اثر حوادثی که روی داده است، یک‌سال و نیم بعد از آن همه امید و آرزو، از آزادی، هیچ‌گونه خبری نیست و اصل اراده ملت و حاکمیت ملت، کلاً تخطئه شده است. استقلال کشور نیز با وابستگی اقتصادی روزافزونی که عملاً پیدا شده است، به عنوانی بدون محتوا

تبدیل شده است» (پیام، ۲۸ تیر ۱۳۵۹: ش ۴۳، ص ۱).

جبهه ملی با یادآوری شعارهای استقلال و آزادی برای پیروزی انقلاب اسلامی، در اواخر مرداد ۱۳۵۹، در بیانیه خود بر لزوم پایان استبداد تازه شکل گرفته در نظام جمهوری اسلامی تأکید می‌کند: «... بدون آزادی، استقلال ملی تحقق پیدا نخواهد کرد و بدون استقلال ملی، مقاومت در برابر امپریالیسم میسر نخواهد بود. متأسفانه امروز که یک‌سال و نیم از پیروزی انقلاب می‌گذرد، میهن ما از نظر آزادی‌های سیاسی و اجتماعی، به عقب رفته است و وضع به جایی رسیده است که علیرغم هدف‌های انقلاب و خواست همه مردم، وابستگی اقتصادی به امپریالیسم، روزبه‌روز بیشتر می‌شود...؛ ما می‌خواهیم از فرصت استفاده کرده و توجه حضرت آیت‌الله‌العظمی امام خمینی را به این امر اساسی معطوف داریم که مسیر کشور از هدف‌هایی که برای انقلاب اعلام شده بود، کلاً منحرف شده است و کوشش می‌شود، نظام استبدادی جدیدی جایگزین نظام استبدادی سابق شود» (ساکما، شماره سند ۹۹۹/۳۹۵۹۵).

جبهه ملی چهارم در ماه‌های پایانی زیست خود، تیغ تیز حملات ضد استبدادی را این بار به نخست‌وزیر وقت، محمدعلی رجایی، که مورد حمایت حزب جمهوری اسلامی، یعنی دشمن درجه اول آن روزهای جبهه بود، نشانه رفته بود؛ به گونه‌ای که از حرکت رجایی به سوی استبداد سخن می‌گفت (پیام جبهه ملی، ۲۱ دی ۱۳۵۹، ش ۴۷، ص ۲).

در آن روزها، «آزادی» از هر جهت، مورد تأکید جبهه ملی چهارم بود. این جبهه در اعلامیه‌ای به مناسبت دومین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی بیان کرد: «آزادی در تمام ابعاد آن، به گونه‌ای وحشتناک توسط ارگان‌ها و پدیده‌های بعد از انقلاب، به بند کشیده شده و سخت زیر فشار قرار گرفته است. امنیت عمومی، جای خود را به هرج و مرج و تجاوز زورمندان اسلحه‌به‌دست و چماق‌داران، به مردم سپرده است. امنیت قضایی و رعایت اصول نخستین حقوق انسانی، به هیچ گرفته شده و تمامی ضوابط حقوقی مورد قبول جامعه، زیر پا گذارده شده و خشونت و بی‌رحمی و سنگسار کردن، اصول حاکم بر کار خطیر قضاوت را تشکیل می‌دهد» (پیام جبهه ملی، ۲۱ بهمن ۱۳۵۹، ش ۵۲، ص ۴).

جبهه ملی چهارم در واپسین روزهای زیست و در اعلامیه معروف دعوت به راهپیمایی ۲۵ خرداد ۱۳۶۰ نیز بار دیگر، حکومت جمهوری اسلامی را به نقض همه آزادی‌های فردی و اجتماعی، استبداد و انحصار، و ایجاد خطر برای استقلال مملکت متهم کرد؛ بیانیه‌ای که به رویداد ۲۵ خرداد ۱۳۶۰، سرکوب شدید جبهه، و انحلال و پایان کار آن انجامید (پیام جبهه

ملی، ۱۹ خرداد ۱۳۶۰، ش ۷۷، ص ۱).

#### ۴-۳-۳. استقلال خواهی در دوران تقابل با نظام حاکم

در همان سال ۱۳۵۹ و اوایل ۱۳۶۰ که شاهد اوج گیری انتقادهای جبهه از جریان حاکم بر قدرت در مورد فقدان آزادی‌های وعده داده شده بودیم، آن‌ها اهمیت استقلال در نظام فکری خود را با بیان مطالبی که گاهی موجب نزدیکی به حکومت می شد، نمایش می دادند.

حفظ و تقویت ارتش، یکی از عبارات‌های مهم دال بر گفتمان استقلال خواهی جبهه ملی به شمار می آید که در دوران پس از انقلاب، مورد تأکید این جبهه بود. جبهه ملی در فروردین ۱۳۵۹ در نشریه «ارگان» خود، پیشنهاد تشکیل «ارتش خلقی» با این ویژگی‌ها را مطرح کرد: «شناخت صحیح آنان از امپریالیسم و عملکردهای آن، اعتقاد به اسلام راستین توحیدی، اعتقاد به ملیت و وطن پرستی، تجربه جنگ‌های چریکی و مبارزات ضد استبدادی و ضد استثماری و نیز دور بودن از قدرت طلبی» (پیام جبهه ملی، ۱۷ فروردین ۱۳۵۹، ش ۱، ص ۲).

نشریه «پیام جبهه ملی» در همان روزها در سلسله مطالبی، ارتش ایده آل برای حفظ استقلال و تمامیت ارضی وطن را تشریح می کرد (پیام جبهه ملی، ش ۱، ۳، ۳۱، ۳۲ و ۳۳، ۵ تیر ۱۳۵۹، ص ۳).

جبهه ملی در اردیبهشت سال ۱۳۶۰ در نشریه خود به شدت از تضعیف ارتش ابراز نگرانی کرده و این عمل را، به ویژه در شرایط جنگ، عامل از دست رفتن استقلال کشور دانست (پیام جبهه ملی، ۱۵ اردیبهشت ۱۳۶۰، ش ۶۸، ص ۴-۱).

این جبهه در راستای اصل استقلال طلبی خود، پس از ماجرای گروگان گیری و اشغال سفارت آمریکا، در بیانیه‌ای، این کشور را از هرگونه حرکت نظامی علیه ایران بر حذر داشت و در حالی که در همان روزها و در رویداد همه پرسی قانون اساسی، اختلافات بسیار شدیدی با جریان حاکم داشت، هنگامی که پای استقلال وطن به میان آمد، اولویت خود را تغییر داد. در بخشی از این بیانیه آمده است: «دنیا باید بداند که ملت ما در مبارزه ضد امپریالیستی خود از وحدت کامل برخوردار بوده و اختلاف سلیقه در نحوه اداره امور کشور، کوچک ترین تأثیری در وحدت و یکپارچگی ملی در مبارزه ضد استعماری و دفاع از مرزوبوم خود ندارد» (اطلاعات، ۴ آذر ۱۳۵۸، ش ۱۱۰۶، ص ۱۲).

قطع رابطه با آمریکا، یکی از موقعیت‌های تاریخی فراهم سازنده یکی دیگر از مؤلفه‌های

گفتمان استقلال‌طلبی جبهه ملی بود. جبهه ملی، از قطع رابطه ایران و آمریکا در بیستم فروردین ۱۳۵۹، به شدت اظهار خوشحالی کرده و آن را قطع وابستگی‌ها دانست. این جریان حتی این عمل را دیر هنگام خوانده و از اینکه از سوی آمریکا و نه از طرف ایران صورت گرفت، اظهار نارضایتی کرد (پیام جبهه ملی، ۲۱ فروردین ۱۳۵۹، ش ۳، ص ۱).

در همین روزها و در یکی از شماره‌های نشریه «ارگان» جبهه ملی می‌خوانیم: «ما از ابتدای انقلاب شکوهمند ملت ایران و از نخستین روزهای پیروزی انقلاب بر نظام پوسیده ۲۵۰۰ ساله، نقطه‌نظرهای خود را در برخورد با مسائل سیاسی، به‌ویژه در رابطه با آمریکای جهان‌خوار، در نشریه‌ها و اعلامیه‌های متعدد به استحضار مردم قهرمان ایران رساندیم. ما از همان ابتدای کار گفتیم و نوشتیم که رابطه با آمریکای کودتاگر، آمریکایی که عامل و گرداننده اصلی سقوط دولت ملی دکتر مصدق و موجد خفقان ۲۵ ساله دوران سیاه دیکتاتوری محمدرضاخانی است، به زیان وطن ماست» (پیام جبهه ملی، ۲۶ فروردین ۱۳۵۹، ش ۵، ص ۲).

نشریه «پیام جبهه ملی» در ایام قطع رابطه با آمریکا به توصیف و تعریف واژه و مفهوم امپریالیسم پرداخته و هم‌زمان، شاعر جبهه ملی، یعنی ادیب برومند، در وصف ستمگری‌های آمریکا و لزوم قطع رابطه شعر می‌سرود. در اشعار ادیب برومند می‌خوانیم:

چون ز آمریکا نباشد بهره، ما را جز گزند	ارتباط اوست با ما ناخوش و نا دلپسند
با دغل‌بازان هرآن‌کو باخت نرد اختلاط	عاقبت در شش در حیرت فند خوار و نژند
کیست آمریکا به‌جز غارتگری نیرنگ‌باز؟	کآخر از پیوند او حاصل نگردد جز گزند

(پیام جبهه ملی، ۲۴ فروردین ۱۳۵۹، ش ۴، ص ۳)

پس از افشای کودتای ناکام نوژه در تیرماه همان سال، جبهه ملی بار دیگر ضمن تأکید بر وحدت، انتقاد از تفرقه‌افکنان، و دفاع از کلیت نظام جمهوری اسلامی، به استعمارگران و عوامل داخلی آنان حمله‌ور شد: «ما مکرر در مکرر به این مسئله مهم اشاره داشته‌ایم که قدرت‌های سلطه‌گر جهانی و به‌ویژه آمریکا، پس از ضربه مهلکی که از انقلاب شکوهمند ملت ایران بر آن‌ها وارد شد و منافع بسیاری را در این سرزمین از دست دادند، از پای نخواهند نشست.... ملت ایران در شرایط بحرانی کنونی، با وجود بسیاری گله‌ها و انتقادهای نارضایتی‌هایی که دارد، هیچ‌گاه اجازه نخواهد داد تا کسانی که انقلاب او را نفی می‌سازند و با آن، سر دشمنی دارند، در این ملک به قدرت برسند. ملت ایران با به‌جای گذاردن بیش از ۶۰ هزار شهید و هزاران معلول، اعتقاد قلبی خویش را با تمامی وجود به یک حرکت بنیادی علیه رژیم سیاه شاه و وابستگان او و حامیان قدرتمند خارجی‌اش، به دنیا اعلام داشت و

بی شک با چنگ و دندان از انقلاب خویش با وجود تمامی نارسایی‌هایی که شاهد گرفت، حمایت خواهد کرد و هوشیارانه با هرگونه توطئه و طرح براندازی مواجه خواهد شد و آن را سرکوب خواهد ساخت» (پیام جبهه ملی، ۲۲ تیر ۱۳۵۹، ش ۴۰، ص ۱).

پس از حمله عراق به خاک ایران در شهریور ۱۳۵۹ نیز جبهه، با وجود همه نقدها و ایرادهایی که به حکومت داشت، قاطعانه این حمله را محکوم کرده و دفاع از وجب‌به‌وجب خاک وطن را بر همه چیز مقدم دانست. همچنین، کریم سنجابی، به تندی به شاپور بختیار، به سبب همکاری‌اش با رژیم متجاوز عراق، حمله کرد (سنجابی، ۱۳۶۸، ۴۰۹).

#### ۴. لیبرال‌دموکرات یا سوسیال‌دموکرات؟

در پایان مبحث آزادی‌خواهی جبهه ملی و نمود گفتمان لیبرالیسم در ادبیات آن‌ها، بیان یک نکته مهم و رفع یک ابهام، ضروری به نظر می‌رسد و آن، چگونگی لیبرال بودن جبهه‌ای است که خود، دم از سوسیالیسم و پایبندی به سوسیال‌دموکراسی می‌زد. در دوران جبهه ملی اول و حتی دوم، صف‌بندی‌های ایدئولوژیک و اعلام پایبندی به یک مکتب سیاسی خاص را شاهد نبودیم؛ اما در دوره جبهه چهارم، ابوالفضل قاسمی، از سوسیالیسم، به‌عنوان یکی از اصول سه‌گانه جبهه ملی نام برده (قاسمی، ۱۳۵۷، ۵۴). کریم سنجابی، قصد شرکت در کنگره جهانی سوسیالیست‌ها را داشته (سنجابی، ۱۳۶۸، ۲۹۲) و شاپور بختیار، نظام ایده‌آل آینده ایران را سوسیال‌دموکراسی دانسته است (روزشمار انقلاب اسلامی، ۱۳۷۸، ۵۸/۶).

همان‌گونه که مطرح شد، آزادی بیان، آزادی احزاب، آزادی رسانه‌ها، آزادی گردهمایی‌ها، آزادی افکار و اندیشه‌ها، و... همگی از اصول اولیه آزادی‌های سیاسی و لیبرالی هستند که در لیبرالیسم مطرح است و به این معنا، هر آزادی‌خواهی، لیبرال به‌شمار می‌آید. همین مؤلفه‌هاست که در مقاله حاضر نیز به‌عنوان شاخص‌ها و معیارهای ما برای سنجش آزادی‌خواه بودن و لیبرال بودن جبهه ملی به کار رفته است. لیبرالیسم در معنای سیاسی آن، گفتمانی جدا از «لیبرال‌دموکراسی بورژوازی» موردنقد سوسیالیست‌هاست و سوسیالیست‌ها هنگامی از لیبرالیسم جدا می‌شوند که پای امور اقتصادی، سرمایه‌داری، نفوذ دولت در تولید، و این‌گونه امور به میان آمده و حد و اندازه دخالت دولت و آزادی فردی، مرز این دو مکتب را تعیین می‌کند. در تأیید این مطلب، به نوشته‌های رسانه رسمی خود جبهه ملی استناد می‌کنیم که در پاسخ به طرح اتهام لیبرال بودن آن توسط حکومت جمهوری اسلامی، نه تنها آن را نفی نکرده، بلکه با تشریح

ویژگی های لیبرالیسمی که به آن معتقد است (که با لیبرال دموکراسی مبتنی بر سرمایه داری متفاوت است)، لیبرال بودن خود را تأیید می کند. در سال ۱۳۶۰، یعنی سال پایان کار جبهه ملی چهارم، صدای گفتمان آزادی طلبی آن ها بلندتر از همیشه بود. در اواخر فروردین همان سال، «پیام جبهه ملی» با انتقاد شدید از آنچه چماق داران - که حالا جزئی از ادبیات گفتمانی جبهه ملی در توصیف استبداد حاکم شده بود - می نامید، استبداد داخلی را عامل نفوذ امپریالیسم دانسته و در حالی که تا پیش از آن، همواره خود را سوسیال دموکرات می خواند، این بار به شرح و تفسیر لیبرالیسم و تفاوت لیبرالیسمی که آن ها به آن پایبندند، با لیبرالیسم حامی سرمایه داری و استثمار، پرداخت (پیام جبهه ملی، ۲۵ فروردین ۱۳۶۰، ش ۶۲، ص ۲).

همچنین، جبهه ملی در یکی از بیانیه های خود در همین روزها که به مناسبت روز جهانی کارگر سال ۱۳۶۰ صادر شد، ضمن تعریف آزادی های سیاسی، آن را از آزادی سرمایه داری و بورژوا لیبرالیسم جدا می داند: «همه کسانی که آزادی اندیشه و بیان، آزادی قلم و مطبوعات، آزادی احزاب و دستجات، آزادی اجتماعات و تظاهرات، آزادی انتخابات و بالاخره آزادی در انتخاب سرنوشت خویش را انگ بورژوا لیبرال می زنند و به آزادی در سرمایه داری و استثمار تعبیر می کنند، در واقع، مردم را از حقیقت آزادی های سیاسی و حقوق اجتماعی، دور و منحرف کرده و زمینه ساز حکومت فردی هستند و جاده را برای استبداد سیاه، یعنی وابستگی به امپریالیسم جهانی، آماده می کنند...» (پیام جبهه ملی، ۱۲ اردیبهشت ۱۳۶۰، ش ۶۷، ص ۴).

جدول شماره (۱). کلیدواژه های مهم مورد استفاده در گفتمان استقلال خواهی و آزادی خواهی جبهه ملی چهارم

پس از انقلاب	پیش از انقلاب	جبهه ملی چهارم (۱۳۵۶-۱۳۶۰)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مبارزه با امپریالیسم</li> <li>- تقویت ارتش</li> <li>- وابستگی اقتصادی</li> <li>- حمایت از قطع رابطه با آمریکا</li> <li>- حمایت از مقابله با دشمن بعثی</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- وابستگی به خارج</li> <li>- استعمار</li> </ul>	استقلال خواهی
<ul style="list-style-type: none"> <li>- آزادی های فردی و اجتماعی</li> <li>- امکان انتقاد</li> <li>- آزادی رسانه</li> <li>- آزادی مطبوعات</li> <li>- مبارزه با استبداد</li> <li>- استقلال قوه قضائیه</li> <li>- عمل به اعلامیه جهانی حقوق بشر</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- بازگشت به قانون اساسی</li> <li>- آزادی بیان</li> <li>- آزادی اجتماعات</li> <li>- آزادی احزاب</li> <li>- آزادی مطبوعات</li> <li>- آزادی زندانیان سیاسی</li> <li>- آزادی قوه قضائیه</li> <li>- آزادی رسانه</li> <li>- عمل به اعلامیه جهانی حقوق بشر</li> </ul>	آزادی خواهی

## نتیجه‌گیری

در مجموع جبهه ملی را می‌توان یک گروه استقلال‌طلب و وفادار به گفتمان آزادی‌خواهی دانست. ابعاد گوناگون آزادی سیاسی، همچون اعتقاد به آزادی بیان، آزادی رسانه و مطبوعات، آزادی احزاب، آزادی اجتماعات، و... مورد تأکید جبهه ملی بوده و این تأکید آن‌ها بر امر آزادی در همه دوران زیست جبهه ملی چهارم قابل مشاهده است. این جریان در هنگامه مبارزه با حکومت شاه، بر استبداد شکل گرفته توسط وی تاخت؛ به گونه‌ای که از نامه سه‌نفره ۲۲ خرداد ۱۳۵۶، که به اعتقاد بسیاری سرچشمه شکل‌گیری جبهه ملی چهارم بود، تا سخنرانی‌های سران و چهره‌های مهم جبهه و بیانیه‌های رسمی آن‌ها و مقاله‌هایی که در نشریه ارگان وقت خود، یعنی «خبرنامه جبهه ملی ایران» می‌نوشتند، همگی آکنده از ادبیات ضد دیکتاتوری و واژگان مرتبط با گفتمان آزادی‌خواهی بود. این امر در دوران پس از پیروزی انقلاب اسلامی نیز همچنان ادامه یافت؛ چه در دوره کوتاه همراهی جبهه ملی با حکومت انقلابی و چه پس از جدایی آن‌ها از بدنه حاکمیت، که همراه با انتقادهای شدید از دولت بود، رهبران جبهه ملی، بیانیه‌هایشان و مقاله‌های نشریات ارگان جبهه (جبهه ملی ایران و سپس، پیام جبهه ملی ایران) بر لزوم پایبندی به آزادی، مراقبت از این دستاورد درخشان انقلاب، و نگرانی از سربرآوردن دوباره استبداد در قالب جدید، تأکید می‌کردند. اگرچه در دوره پس از انقلاب، مخالفان جبهه ملی، آن را به لیبرال بودن متهم می‌کردند، اما خود، میان لیبرالیسمی که به آن اعتقاد داشت و لیبرالیسمی که با مبانی فکری آن همواره مخالفت کرده و می‌کرد، تفاوت قائل بوده و این امر را آشکارا بیان می‌کرد.

در مبحث استقلال‌خواهی نیز این جریان ملی، همین‌گونه عمل می‌کرد. آن‌ها که خود را میراث‌داران دکتر مصدق، به عنوان یکی از بزرگ‌ترین نمادهای مبارزه با امپریالیسم می‌دانستند، در عصر انقلاب با تأکید بر مبارزه با عاملان امپریالیسم در داخل که نماد اصلی آن شاه بود، بر لزوم استقلال وطن تأکید کرده و پس از انقلاب نیز بر این موضوع که از قضا، در کنار آزادی از مهم‌ترین شعارهای انقلاب بود، پافشاری می‌کرد. جبهه ملی در دوران پس از انقلاب، حتی پس از آنکه دچار اختلاف‌های شدید با حاکمیت شد، دست‌کم در زبان و گفتمان، هنگامی که صحبت از تمامیت ارضی ایران می‌شد، هم‌راستا با نظام حاکم بود و از این لحاظ، با گروه‌های دیگر مخالف جمهوری اسلامی، همچون مجاهدین خلق و برخی سلطنت‌طلبان، تفاوت داشت که مهم‌ترین نمونه‌های آن در ماجرای کودتای نوژه، بحران‌های پس از اشغال سفارت آمریکا، و جنگ تحمیلی عراق علیه ایران قابل مشاهده است.\*

## منابع

- آربلاستر، آنتونی (۱۳۸۸). *لیبرالیسم غرب ظهور و سقوط*. ترجمه عباس مخبر. تهران: مرکز. آشوری، داریوش (۱۳۷۳). *دانشنامه سیاسی*. تهران: مروارید.
- الموتی، مصطفی (۱۹۹۲). *ایران در عصر پهلوی؛ بحران در ۵۷*. لندن. امینی، علی (۱۹۹۷). *خاطرات تاریخ شفاهی*. به کوشش حبیب لاجوردی. کمبریج: مرکز مطالعات خاورمیانه دانشگاه هاروارد.
- بازرگان، مهدی (۱۳۷۷). *شصت سال خدمت و مقاومت*. به کوشش غلامرضا نجاتی. تهران: رسا. بختیار، شاپور (۱۹۸۲). *یکرنگی*. ترجمه مهشید امیرشاهی. پاریس: آلبین مایکل.
- برلین، آیزایا (۱۳۸۷). *در جستجوی آزادی*. ترجمه خجسته کیا. تهران: نی. بشیریه، حسین (۱۳۷۸). *تاریخ اندیشه‌های سیاسی قرن بیستم لیبرالیسم و محافظه‌کاری*. تهران: نی.
- بنی‌صدر، ابوالحسن (۱۳۹۹). *استقلال و آزادی*. پاریس: انقلاب اسلامی. بیات، عبدالرسول (۱۳۸۶). *فرهنگ واژه‌ها؛ درآمدی بر مکاتب و اندیشه‌های معاصر*. قم: مؤسسه اندیشه و فرهنگ دینی.
- پایک، جان (۱۳۹۱). *فرهنگ اصطلاحات فلسفه سیاسی*. ترجمه سید محمدعلی تقوی و محمدجواد رنجکش. تهران: مرکز.
- حسن‌بیگی، محمدرضا (۱۳۹۷). *فرهنگ سیاسی ایران و جهان*. تهران: بهنو. خبرنگارنامه جبهه ملی ایران. سال‌های ۱۳۵۷-۱۳۵۶.
- روزشمار انقلاب اسلامی ایران. دفتر ادبیات انقلاب اسلامی. ج ۶ و ۷. روزنامه اطلاعات. سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۵۷.
- روزنامه کیهان. سال‌های ۱۳۵۸-۱۳۵۷.
- سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران. شماره سند ۹۹۹/۳۹۵۹۵.
- سازمان اسناد و کتابخانه ملی ایران. شماره سند ۲۹۶/۲۰۷۲۶.
- سازمان‌های متشکله اتحاد نیروهای جبهه ملی ایران (۱۳۵۷). *ماساچوست: نهضت آزادی ایران*. سنجابی، کریم (۱۳۶۸). *امیدها و ناامیدی‌ها*. به کوشش حبیب لاجوردی. لندن: جبهه ملیون ایران.
- شاپیرو، جان (۱۳۸۰). *لیبرالیسم*. معنا و تاریخ آن. ترجمه محمدسعید حنایی کاشانی. تهران: مرکز. طاهری، حسین‌رضا (۱۳۸۹). *فرهنگ اصطلاحات سیاسی*. تهران: آوای دانش‌گستر.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۸۵). *اصول فلسفه و روش رئالیسم*. با مقدمه و پاورقی مرتضی مطهری. ج ۳. ج ۱۴. تهران: صدرا.
- علی‌بابایی، غلامرضا (۱۳۹۱). *فرهنگ سیاسی آرش*. تهران: آشتیان.
- فاروقی، احمد؛ لوروریه، ژان (۱۳۵۸). *ایران بر ضد شاه*. ترجمه محمد مهدی نراقی. تهران: امیرکبیر.
- فرهیخته، شمس‌الدین (۱۳۷۷). *فرهنگ فرهیخته*. تهران: زرین.
- قاسمی، ابوالفضل (۱۳۵۷). *تاریخچه جبهه ملی ایران*. تهران: حزب ایران.
- کی‌استوان، حسین (۱۳۵۵). *سیاست موازنه منفی در مجلس چهاردهم*. تهران: مصدق.
- لاک، جان (۱۳۹۶). *رساله‌ای درباره حکومت*. ترجمه حمید عضدانلو. تهران: نی.

- مکنزی، یان (۱۳۸۵). مقدمه‌ای بر ایدئولوژی‌های سیاسی. ترجمه محمد قاعد. تهران: مرکز. ملایری، محمدحسین؛ حائز، رضا (۱۳۸۰). فرهنگ حکومت. تهران: پنگان. نجاتی، غلامرضا (۱۳۷۱). تاریخ سیاسی ۲۵ ساله ایران. تهران: رسا. نشریه پیام جبهه ملی ایران. سال‌های ۱۳۶۰-۱۳۵۹. نشریه جبهه ملی ایران. سال ۱۳۵۸. وینسنت، اندرو (۱۳۷۱). نظریه‌های دولت. ترجمه حسین بشیریه. تهران: نی. هابز، توماس (۱۳۸۰). لویاتان. ترجمه حسین بشیریه. تهران: نی. هداک، بروس (۱۳۹۱). تاریخ اندیشه سیاسی از عهد باستان تا امروز. ترجمه محمدحسین وقار. تهران: اطلاعات. هگل، گئورگ؛ فردریش، ویلهلم (۱۳۹۲). فلسفه تاریخ. ترجمه زیبا جبلی. تهران: شفیعی.



## Research Paper

**Evaluating the Challenges of Political Science Employment in Iran:  
Understanding the Missing Link**\*AliAshraf Nazari<sup>1</sup>  Parham Pourramezan<sup>2</sup> 

1. Associate Professor of Political Science, School of Law and Political Science, University of Tehran, Tehran, Iran  
2. Researcher, Conflict and Cooperation in the Middle East Group, Center for Middle East Strategic Studies, Tehran, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.508>

Receive Date: 18 May 2024

Revise Date: 06 August 2024

Accept Date: 23 August 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Extended Abstract****Introduction**

Political science in Iran originally emerged as a response to crises, yet it failed to establish a coherent and logical path. In 1898, with the appointment of Mirza Nasrollah Khan as the Minister of Foreign Affairs, it became apparent that there was a pressing need to enhance foreign relations and develop a cadre of skilled diplomats. With the help of his son, Mirza Hassan Khan, and by taking inspiration from the Political and Military School in Moscow, he established a school of political science in Iran as an influential institution focused on policymaking. This initial outlook persisted during the Qajar era until 1934, when the University of Tehran was founded in the early Pahlavi period. At that point, it evolved into the Faculty of Law and Political Science and Economics, which continues to operate today, albeit with the economics aspect having been separated. From another perspective, since the dawn of humanity, the necessity of income to satisfy diverse and multifaceted needs has compelled individuals to seek employment. However, a historical analysis of Iranian society reveals that the population element has always been a significant factor influencing either rising or declining unemployment. Observing this trend through the lens of the Islamic Republic of Iran, we notice that unemployment has adversely affected the educated class and some of the elites, leading to growing alarms about employment policy in the country. Political science, as a discipline that can significantly mitigate societal crises, is not exempt from this issue. In the past decade, it has become increasingly evident that students and graduates in this field suffer from unemployment. This research aims to investigate, analyze, and propose strategies to address this pressing issue. In this study, we employ a mixed-method research approach that includes both quantitative and qualitative elements. Data collection was conducted through interviews—both in person and online—with a sample of 150 individuals selected based on Cochran's model. This sample consists of students, graduates from universities, and researchers from think tanks across the country. The analysis culminates in the identification of various challenges facing political science graduates in Iran, classified into three categories: challenges related to the individuals themselves, challenges regarding the educational institutions, and challenges pertaining to the governance system of the Islamic Republic of Iran. Although the results of this research have been thoroughly analyzed, the authors contend that students and graduates of political science in Iran do not accurately perceive the disparities between the realities of domestic and foreign policy and the theoretical frameworks presented in their

\* Corresponding Author:  
AliAshraf Nazari, Ph.D.  
E-mail: aashraf@ut.ac.ir





textbooks. Moreover, the university, as a policy-formulating institution, has failed to establish a proper and effective relationship between itself and society, resulting in a pervasive sentiment among students that universities bear little responsibility toward them. Ultimately, it appears that the governance system, primarily due to the turbulent context of the first decade following the Islamic Revolution, has not developed a clear understanding of universities, viewing them as idealistic institutions at odds with societal realities. These challenges highlight the absence of a connection between academic institutions and policy-making bodies. This research is warranted in that it offers an insightful elucidation of individuals' perceptions through opinion surveys and provides valuable assistance to policymakers. To date, no study has comprehensively addressed these issues and offered thorough analytical insights. Furthermore, the significance of this research lies in its ability to address and complete overlooked aspects illuminated by other scholars and researchers in the field of political science.

### Methodology

In Iranian society, particularly within the field of political science, interview-based data is less frequently examined. This is despite the fact that significant insights and intellectual foundations derived from the populace, who play a critical role as actors, are intrinsically valuable. Nowadays, this method is recognized globally as an effective and practical approach for policy formulation. This method, which involves interviewing individuals either in person or virtually, encompasses various groups depending on the research type, including graduates, students, and researchers, thereby contributing to the field of elucidation (Nazari, 176:1401).

#### 1. Data Collection Method

In this study, we employed a structured and spectrum-oriented approach for data collection through interviews. Specifically, we developed a set of pre-defined questions aligned with our research objectives and administered these questions to our target population. The participants responded to the questions using a questionnaire, evaluating each question on a quality scale ranging from 1 to 5.

#### 2. Statistical Population of the Research

In this study, the statistical population comprises all students, graduates, and researchers in fields related to the specializations of political science in Iran, including political thought, diplomacy and international organizations, international relations, public policy, political science, and regional studies. The sample size was determined to be 150 individuals based on Cochran's formula.

#### 3. Descriptive statistics in research

The science of statistics deals with methods used for collecting, presenting, analyzing, and interpreting data. Any action performed on data that leads to predictions or inferences about a larger group of data is considered part of inferential statistics, while the set of methods and rules that simplify the results is classified as descriptive statistics (Research School of Quantitative and Qualitative Studies, 2023).

#### 4. Sampling Method

Refer to the practice of selecting a portion of a population for the purpose of identifying its characteristics. In random sampling, or probability-based sampling, every member of the population has a positive probability of being included in the sample. In contrast, non-random sampling methods do not guarantee that all members of the population have an opportunity for inclusion in the sample; some may be entirely excluded. The criteria for selecting members of the sample may be based on personal judgment or the discretion of the researcher, aligned with the objectives of the statistical investigation. Therefore, in

this study, we have employed non-random sampling.

## 5. Method of Research Execution

In order to analyze the descriptive statistical questions regarding employment issues in political science within the current society, the questions were initially differentiated from one another. Subsequently, coding operations were performed using SPSS software. Following this, the data from the questionnaires were entered into the software environment in the Data view section. Thereafter, the frequencies command was employed to calculate the mean of each question and compile them into a comprehensive table, the results of which are detailed in the findings of the research.

## Results and Discussion

Using a qualitative interview method, both in-person and online, we engaged with a target population comprising 150 individuals, including students, graduates, and researchers in the field of political science. Our aim was to generate items based on the questions posed to this demographic. Subsequently, by categorizing the items into various domains such as individuals studying political science, the relationship between universities and political science in Iran, the governance system of the Islamic Republic of Iran, and political science analysis, we were able to derive a range of diverse results. Below, we will present a selection of these findings:

1. Among the respondents, it is observed that this target community has a low quality perception, with 52.7 percent believing that political science can shape a desirable future under economic, cultural, and political conditions. Additionally, a significant 43.2 percent of individuals in this community acknowledge a markedly increasing presence of special rents within this field, which further emphasizes this point. Furthermore, 57.3 percent of this target population indicates that they did not choose the field of political science for the sake of fame or recognition. Consequently, the opposing percentage of individuals who may be motivated by such aspirations could signal a concerning trend, particularly regarding their influence within decision-making and policy-making institutions.
2. Among the respondents, it has been observed that this target population possesses a high level of proficiency in software essential for the field of Political Science, with a notable percentage of 17.4% demonstrating significant expertise in SPSS. Additionally, it is worth mentioning that a considerable portion of this target population, accounting for 26%, has shown limited inclination towards acquiring any specific skills throughout their academic journey. Furthermore, a substantial 52.7% of this population expresses dissatisfaction with the teaching methods employed by instructors across various disciplines.
3. Among the respondents, it is observed that this target population believes, to a very high extent (4%), that the university institution welcomes their ideas and solutions for addressing societal issues. Conversely, a significant majority, indicating a very low extent (49.3%), feels that the university institution and political science faculty are not concerned about their future employment. Furthermore, a substantial portion, amounting to 30.7%, strongly believes that there is no meaningful connection between the courses taught in the university environment and job opportunities.
4. One of the challenges of employment policy in Iran is the expectation that everyone has of the government to provide job opportunities. This phenomenon is evidenced among respondents, as a significant portion of the target population—29.3%—believes that opportunities in the field of political science are largely limited to employment in government institutions and teaching within schools and higher education systems.
5. Among the respondents, it is observed that this target community believes that decision-making or decision-influencing institutions exhibit a significantly high level of (46.7) quality in their differentiation—both materially and spiritually—between the fields of technical and engineering disciplines and the humanities, particularly in the field of political science in Iran. This distinction has contributed to the disenchantment of this community regarding societal



issues and challenges.

6. Among the respondents, 29.3% believe that governance considers their solutions to problems as entirely idealistic and unresponsive. This perception seems to play a significant role in the lack of connectivity between decision-making institutions and higher education.

### Conclusion

Ultimately, through the evaluation and analysis of interview trends, the authors have outlined suggestions aimed at fostering better communication between political science and employment policymaking:

1. It seems that if the government's perspective on the field of political science and universities as a significant source for providing specialized workforce changes, and if individual rent-seeking in recruitment is curtailed as a result of broader employment opportunities, it could alter societal attitudes towards this discipline and enhance the perception of its utility.
2. It appears that within the decision-making bodies, there is a lack of awareness regarding the field of political science and the necessity of giving it due attention in addressing political and social crises. This issue needs to be acknowledged and addressed.
3. It seems that the policymaking regarding the compilation of textbooks in this field significantly differs from the educational policies of other countries. Therefore, it is suggested that the definition of effective curricula appropriate for advanced academic institutions worldwide be prioritized in future endeavors.
4. It seems that during the course of their studies, students lack adequate training in problem-solving techniques and proper research methodologies. The Ministry of Science, Research and Technology should focus on policy-making to address this issue.
5. It seems that the chain-like connection for effective communication between universities, think tanks, and centers of power at the governance level has not been established or is not in an optimal state. It is evident that governance institutions can improve this situation by changing their attitudes.
6. It seems that changing the educational structure of the country and the acquisition of additional languages is not merely a necessity, but should be considered an important and undeniable solution.
7. It appears that establishing communication between elites and rulers with graduates of this field is essential, not merely as superficial meetings to implement ideas and concepts, but rather to enable graduates to identify their career paths.
8. The alignment of university program capacities with the needs of the province, utilizing the scholarship capacities of various organizations to support students, especially those in graduate programs, as well as leveraging the one percent educational budget of these organizations to aid students, are recommended. It appears essential to establish a connection between elites and policymakers with graduates of this field, not merely through formal meetings, but in a way that facilitates the practical implementation of ideas and concepts, allowing graduates to identify their career paths.

**Keywords:** Reality, Political Science, Employment, Islamic Republic of Iran, Unreality.

### References

- Alam, Rahman (2007). *Foundations of Political Science*. Tehran: Nei Publications (In Persian).
- Deen Parast, f., Karami, Sanaz. (2018). Evaluation of political science in Iran. *Political Strategic Studies*, 7(24), 67-93. doi: 10.22054/qps.2018.1142.1526 (In Persian).



- Harandi, Fatemeh, Falah Mohsen Khani, Zahra (2014). Youth Employment and its Challenges. *Social Welfare*, 6(25), 133-146 (In Persian).
- Jackson, Niall, Tennessee, Steven D. (2016). *Middle Politics*. translated by: Jaafar Mohseni Dareh Beidi, Tehran: Phoenix Publications (In Persian).
- Kalhor, Mohammad, Shahabadi, Hamidreza (2013). Mirza Mahdi Khan. *The examiner of al-Dawlah and School of Political Sciences, Moscow Quarterly*, 6(20), 30-52 (In Persian).
- Khalili, F. (2019). Study the Factors and Policies Affecting Labor Employment. *Quarterly Journal of The Macro and Strategic Policies*, 7(27), 372-395. doi: 10.32598/JMSP.7.3.3 (In Persian).
- Khoram Nasr, M., & Maghsoodi, M. (2019). The Challenges of the Oppositionalism of the Social Science Societies in Iran and its Impact on Political Development. *Research Letter of Political Science*, 14(1), 95-124 (In Persian).
- Marcus, B., & Wagner, U. (2015). What Do You Want To Be? Criterion-Related Validity of Attained Vocational Aspirations versus Inventoried Person-Vocation Fit. *Journal of Business and Psychology*, 30(1), 51-62. Available at: <https://doi.org/10.1007/s10869-013-9330-9>.
- Mira, A., Heidari, A., Rostami, V., & Sham Bayati, N. (2021). Analysis of the Challenges Related to the Labor Law of the Islamic Republic of Iran in order to Create, Maintain, and Develop Job Opportunities (A Focus Group Study in Small Businesses). *Journal of Business Management*, 12(4), 956-975. doi: 10.22059/jibm.2020.296351.3754 (In Persian).
- Mujahid, Masoumeh, Radmehr, Iraj (2022). Evaluating the Consequences of Paying Attention to Job Characteristics and its Role in Reducing Job Alienation. *New Research Approaches in Management and accounting*, 6(84), 2080-2094 (In Persian).
- Nazari, A. (2023). Interview-based research and the understanding of political data. *Political and International Approaches*, 14(2), 159-183. doi: 10.29252/piaj.2023.228575.1292. (In Persian)
- Nazari, A. A. (2020). Quantitative and qualitative status of Political Science Education in Iran: Case Study of Political Science Students at university of Tehran. *Political Quarterly*, 50(1), 367-383. doi: 10.22059/jpq.2020.252367.1007224 (In Persian).
- Pierce, D., & Johnson, J. (2017). Applying Holland's vocational choice theory in sport management. *Sport Management Education Journal*, 11(2), 72-87. <https://doi.org/10.1123/smej.2016-0015>.



Rani, Austin (1994). Acquaintance with the Science of Politics. translated by: Leila Magazag. Tehran: Jihad University Press (In Persian).

Saffarian, A., & Rahbar, A. (2017). Influence of Islamic Revolution on Political Science in Iran. *The Islamic Revolution Approach*, 11(39), 3-22 (In Persian).

Salimi, H., & Haddad, G. R. (2020). Future study of Iranian political science Based on the trend analysis model (STEEP (V)). *Research Letter of Political Science*, 15(1), 75-110. doi: 10.22034/ipsa.2020.394. (In Persian)

Zainudin, Z. N., Rong, L. W., Nor, A. M., Yusop, Y. M., & Othman, W. N. W. (2020). The Relationship of Holland Theory in Career Decision Making: A Systematic Review of Literature. *Journal of Critical Reviews*. Innovare Academic Sciences Pvt. Ltd. <https://doi.org/10.31838/jcr.07.09.165>.

## ارزیابی چالش‌های اشتغال علم سیاست در ایران: درک حلقه مفقوده

\* علی اشرف نظری<sup>۱</sup> پرهام پوررمضان<sup>۲</sup>

۱. دانشیار، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه تهران، تهران، ایران  
 ۲. پژوهشگر، گروه کشمکش و همکاری در خاورمیانه، مرکز مطالعات استراتژیک خاورمیانه، تهران، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=1273645171/2.93%>

<https://doi.org/10.1735790.1402.19.1.7.7>

### چکیده

در زیست‌جهان کنونی، اشتغال به‌عنوان یک امر هستی‌شناسانه و معرفت‌محور، اهمیت فزاینده‌ای دارد و خوانش رشته‌های گوناگون در کشورها، بازار کار را برای دانشجویان و دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف، به امری چالش‌برانگیز تبدیل کرده است. رشته علوم سیاسی در ایران، به‌عنوان یک رشته وارداتی و هدفمند، نیز از همین نکته پیروی کرده و سیاست‌گذاری‌های اشتغال در آن، همواره به‌عنوان یک دغدغه مطرح بوده است. با توجه به مشکلاتی که جامعه ایران، به‌لحاظ جامعه‌شناسی سیاسی، با آن روبرو است، به‌کارگیری دانش‌آموختگان علم سیاست، می‌تواند نوعی راه‌غلبه به‌شمار آید؛ براین‌اساس، مقاله حاضر با مطالعه فاصله بین ادراک از خود و چالش‌های اشتغال در علوم سیاسی ایران، در پی تبیین دلایل و پیامدهای این فاصله، بر آینده رابطه میان نخبگان علمی و نهادهای تصمیم‌ساز دولتی بوده است. روش پژوهش در این مقاله، روش تحلیل کیفی و استقرایی (رسیدن از مشاهدات به استدلال) است. همچنین، ابزار گردآوری داده‌ها، عبارتند از: مطالعه کتابخانه‌ای و اسنادی و مصاحبه ساختارمند براساس مدل کوکران (در قالب پرسش‌نامه) با ۱۵۰ نفر از دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاهی و اندیشکده‌ای. در پایان این پژوهش، داده‌ها این‌گونه تحلیل شده است که یکی از دلایل اصلی ابربحران اشتغال در علم سیاست در جامعه ایران، عدم شکل‌گیری ارتباط منطقی میان ساختار تصمیم‌گیری و جامعه علم سیاست است و این به‌آن معناست که باید درک مشترک و درستی برای حل مشکلات بین این دو ساختار شکل گیرد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۲

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

واقعیت، علم سیاست، اشتغال، جمهوری اسلامی ایران، ناواقعیت

\* نویسنده مسئول:

علی اشرف نظری

پست الکترونیک: aashraf@ut.ac.ir

## مقدمه

علوم سیاسی در ایران، در ابتدا به منظور حل بحران ایجاد شد، اما توانست راه و ارتباطی درست و منطقی را در پیش گیرد؛ به گونه‌ای که در سال ۱۲۷۷ با منصوب شدن میرزا نصرالله‌خان به وزارت امور خارجه و با رصد سطوح روابط خارجی ایران، به این نتیجه رسید که باید، به بیان امروزی، کادرسازی کند و برای نهاد وزارت امور خارجه، دیپلمات‌های زبردستی با شرایطی همچون نگاهی بسیط و آگاهانه به شرایط جهانی بسازد. این امر او را رهنمون کرد تا با کمک فرزندش، میرزا حسن خان و با الگوگیری از مدرسه سیاسی و نظامی مسکو، مدرسه علوم سیاسی را به‌عنوان یک نهاد تأثیرگذار با رویکرد سیاست‌گذاری ایجاد کند. این نگرش اولیه در زمان قاجار تا سال ۱۳۱۳، یعنی تأسیس دانشگاه تهران در عصر پهلوی اول، ادامه یافت و در آن زمان، به دانشکده حقوق و علوم سیاسی و اقتصادی تبدیل شد که تا امروز نیز با جدا شدن پسوند اقتصاد از آن، به فعالیت خود ادامه داده است (کلهر و دیگران، ۱۳۹۱، ۳۵).

در نگاهی دیگر، بشر از بدو تولد، برای رفع نیازهای پرشمار و متنوع خود، نیاز به درآمدی دارد که از طریق اشتغال فراهم می‌شود؛ اما با مشاهده جامعه ایران براساس تجربه تاریخی می‌توان درک کرد که در این فرایند، همواره عنصر جمعیت بر بی‌اشتغالی فزاینده یا کاهنده تأثیرگذار بوده است. با نگاه به این روند و رسیدن به عصر جمهوری اسلامی ایران، شاهد رسیدن بحران عدم‌اشتغال به طبقه تحصیل کرده و نخبگان جامعه بوده‌ایم که سبب شده است که زنگ خطر سیاست‌گذاری‌های اشتغال در کشور به صدا درآید. علم سیاست، به‌عنوان رشته‌ای که می‌تواند تأثیر بسیار زیادی بر کاهش بحران‌های جامعه داشته باشد، نیز از این امر مستثنا نیست و در یک دهه اخیر، به گونه‌ای فزاینده‌تر شاهدیم که دانشجویان و دانش‌آموختگان این رشته در جامعه کنونی از معضل عدم اشتغال رنج می‌برند؛ از این رو، در پژوهش حاضر در پی واکاوی، تحلیل، و ارائه پیشنهادهایی برای حل این بحران خواهیم بود. براین اساس، در این پژوهش، با استفاده از روش پژوهش ترکیبی در قالب دو بخش کمی و کیفی و از طریق ابزار گردآوری داده به شکل مصاحبه مبتنی بر مدل حضوری و برخط و جامعه هدف ۱۵۰ نفری (براساس مدل انتخاب کوکران)، که مجموعه‌ای از دانشجویان، دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، و پژوهشگران اندیشکده‌های کشور هستند، درصدد گویه‌آفرینی از پرسش‌های پژوهش برآمده‌ایم. در پایان برپایه یافته‌های پژوهش، می‌توان بیکاری دانشجویان و دانش‌آموختگان این رشته را به سه گروه چالش‌های فردی دانش‌آموختگان علم سیاست، چالش‌های نهادی

دانشگاه، و چالش‌های سیستمی حکمرانی جمهوری اسلامی ایران تقسیم کرد و به گویه‌های پرشمار و گوناگونی رسید. براساس تحلیل داده‌های پژوهش، نگارندگان بر این نظرند که دانشجویان و دانش‌آموختگان علم سیاست در ایران، فاصله میان واقعیت‌های عرصه‌های سیاست داخلی و خارجی و مطالعات تبیینی کتاب‌های درسی را به درستی درک نمی‌کنند و افزون‌براین، دانشگاه به‌عنوان یک نهاد سیاست‌گذار نتوانسته است رابطه درستی میان جامعه و دانشگاه برقرار کند؛ به‌گونه‌ای که دانشجویان تاحدزیادی احساس می‌کنند که دانشگاه در برابر آن‌ها مسئول نیست و سرانجام، به نظر می‌رسد که نظام حکمرانی، به دلایلی مانند فضای روزهای پراشتهاب دهه نخست انقلاب اسلامی، بینش درستی درباره دانشگاه نداشته و آن را نهادی ایده‌آل‌گرا و در تضاد با واقعیت‌های جامعه می‌داند. این چالش‌ها، سبب عدم شکل‌گیری حلقه پیوند میان نهاد علم و نهاد تصمیم‌گیری یا تصمیم‌سازی شده است.

انجام پژوهش حاضر به این سبب ضرورت دارد که می‌تواند تبیین درستی برای ادراک بینش افراد از طریق افکارسنجی ارائه دهد و به سیاست‌گذاری تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران کمک کند؛ زیرا، تاکنون پژوهشی که همه جنبه‌های این معضل را تبیین و تحلیل کرده باشد، انجام نشده است. افزون‌براین، می‌توان اهمیت این پژوهش را در تکمیل‌کنندگی نقاط موردغفلت سایر پژوهشگران علم سیاست مطرح کرد.

### ۱. پیشینه پژوهش

مطالعات پیشینی مربوط به موضوع پژوهش حاضر را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد: نخست، پژوهش‌های مرتبط با اشتغال و چالش‌های آن در جامعه ایران؛ به‌عنوان نمونه، در این دسته، هرنیدی و فلاح (۱۳۹۴) در مقاله‌ای با عنوان «اشتغال جوانان و چالش‌های آن» این نگرش را دنبال می‌کنند که مهم‌ترین چالش در عرصه اشتغال جوانان را می‌توان عدم شکل‌گیری ارتباط زنجیروار میان دولت و جوانان دانشجویان یا دانش‌آموختگان دانست.

میرا و دیگران (۱۳۹۹) نیز در مقاله‌ای با عنوان «واکاوی چالش‌های قانون کار جمهوری اسلامی ایران، در راستای ایجاد، حفظ و توسعه فرصت‌های شغلی» این ایده را دنبال می‌کنند که با توجه به ماهیت قانون کار، ایجاد فرصت شغلی در جامعه، به‌ویژه برای نسل جوان، بسیار دشوار است، اما حفظ این فرصت شغلی، به‌ویژه برای جامعه هدف پژوهش، یعنی جوانان، وضعیت بسیار نامطلوب‌تری دارد.

سرانجام، خلیلی (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «بررسی عوامل و سیاست‌های مؤثر بر اشتغال نیروی کار» بر این نکته تأکید می‌کند که تحریم‌های واردشده بر جامعه ایران، به‌ویژه در دهه ۱۳۹۰، سبب شده است که تولید ناخالص داخلی و همچنین، سرمایه‌گذاری‌های خارجی در کشور، به‌میزان فزاینده‌ای کاهش یابد که این امر، ارتباط مستقیمی با عدم اشتغال در گروه‌های سنی جامعه، به‌ویژه نسل جوان، دارد.

دسته دوم، پژوهش‌های مربوط به رشته علوم سیاسی و آینده آن در ایران هستند؛ به‌عنوان نمونه، دین‌پرست و کریمی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی وضعیت دانش سیاسی در جامعه ایران» این ایده را دنبال می‌کنند که رشته علوم سیاسی در ایران، یک رشته شکل‌گرفته در بستر تحولات سیاسی و اجتماعی ایران نیست، بلکه نوعی عنصر بیرونی به‌شمار می‌آید و با تکیه بر این فرض نمی‌تواند پاسخ‌گوی نیازهای جامعه ایران در شرایط کنونی باشد.

سلیمی و حداد (۱۳۹۹) نیز در پژوهشی با عنوان «آینده‌پژوهی وضعیت علوم سیاسی در ایران براساس الگوی تحلیل روند STEEP» بر این نظر بوده‌اند که نگرش ناکارایی این رشته در ذهن تصمیم‌گیران ساختار سیاسی شکل گرفته است و دلیل این فرض را نیز می‌توان در عدم رابطه بخش اجرایی و بدنه بوروکراتیک کشور با بخش علمی در نهاد دانشگاه دانست که از رابطه‌ای دوسویه پیروی نمی‌کند و هر یک جداگانه اهداف برنامه‌های توسعه را پیگیری می‌کنند و در صورت عدم اصلاح این شرایط نمی‌توان به آینده خوش بین بود.

همچنین صفاریان خوزانی (۱۳۹۶) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر انقلاب اسلامی بر علوم سیاسی ایران» بر این نظر است که با وقوع انقلاب اسلامی در ایران، علوم سیاسی ماهیتی معنوی‌گرایانه یافته و به‌نوعی با نیازهای مادی جامعه در بطن رهیافتی آن، دچار چالش شده است.

دسته سوم، پژوهش‌های مرتبط با اشتغال و علوم سیاسی در ایران هستند؛ به‌عنوان نمونه، بزرگمهری (۱۳۸۸) در مقاله‌ای با عنوان «کاربردسازی علوم سیاسی براساس نیازهای عینی بازار کار» این نگرش را دنبال می‌کند که باید برای اشتغال در عرصه علوم سیاسی در ماهیت درس‌های تدریس شده به دانشجویان، بازبینی کرد؛ زیرا، این درس‌ها با واقعیت جامعه ایران هماهنگی ندارد.

مقصودی و خرم‌نصر (۱۳۹۸) نیز در مقاله‌ای با عنوان «چالش‌های اپوزیسیون‌انگاری انجمن‌های علمی علوم اجتماعی در ایران و تأثیر آن بر توسعه سیاسی» بر این نظر بوده‌اند که دلیل عدم اشتغال دانش‌آموختگان علوم سیاسی را می‌توان منتقد بودن این افراد به سیاست‌ها دانست؛ به‌گونه‌ای که ساختار تصمیم‌گیری با تمرکز بر این امر، این طیف را اپوزیسیون می‌داند

و در واقع، از چرخه تصمیم‌گیری در مورد امور اجرایی خارج می‌شوند. نظری (۱۳۹۹) نیز در مقاله‌ای با عنوان «ارزیابی وضعیت کمی و کیفی آموزش علوم سیاسی در ایران: مطالعه موردی دانشجویان رشته علوم سیاسی دانشگاه تهران» بیان می‌کند که مهم‌ترین نیاز یک جامعه موفق برای اشتغال، دارا بودن مهارت است؛ از این رو، دانشجویان و دانش‌آموختگان این رشته در زمینه‌های پژوهشی، بایستی از توانایی گفت‌وگو کردن به زبان‌های مختلف خارجی و استفاده از نرم‌افزارهای مرتبط با این رشته برخوردار باشند. در همه پژوهش‌هایی که به عنوان پیشینه مطرح شد، می‌توان به گونه‌ای نمایان، رویکرد تئوریک و برداشت‌هایی بر مبنای شرایط سال‌های پیشین را مشاهده کرد؛ از این رو، وجه تمایز این مقاله با آثار پژوهشی دیگر را می‌توان در ارجاع‌دهی به‌روز مطالب و تبیین واقعیت‌های نوین در رابطه میان امر اشتغال و علم سیاست در عصر جمهوری اسلامی ایران براساس افکارسنجی مبتنی بر پرسش‌نامه دانست. در مقام بررسی می‌توان گفت که نکته مهم دیگر نیز این است که در این پژوهش کوشش شده است تا در مسیری همسو با پژوهش‌های یادشده گام برداشته شود و با یک خوانش دقیق در این راستا براساس نظرات جامعه آماری ارزیابی شود.

## ۲. چارچوب مفهومی پژوهش

چارچوب مفهومی به مجموعه‌ای از مفاهیم، نظریه‌ها، و اصولی اطلاق می‌شود که به منظور تحلیل یک پدیده یا موضوع خاص ایجاد می‌شود. این چارچوب به پژوهشگران کمک می‌کند تا پرسش خود را در زمینه‌ای هدفمند مطرح کنند و به تبیین مسائل از این امر بپردازند؛ از این رو، با توجه به روند پژوهش ما هم از این امر استفاده خواهیم کرد.

### ۱- ۲. علم سیاست

در باره علم سیاست از ابعاد گوناگون تعریف‌های متفاوتی را می‌توان مطرح کرد؛ به عنوان نمونه، پولاک بر این نظر است که سیاست، تنها دارای دو بعد کاربردی و نظری است (عالم، ۱۳۸۶، ۲۵) و برخی دیگر بر این نظرند که سیاست، امری مجزا نیست و با دانش‌های دیگری همچون جغرافیا، اقتصاد، و... درهم تنیده شده است (عالم، ۱۳۸۶، ۲۶)، اما کایتاموسکا این نگرش را دنبال می‌کند که آنچه سبب می‌شود انسانی بر انسان دیگر تسلط یابد و بر او حکمرانی کند را می‌توان سیاست نامید (رانی، ۱۳۷۴، ۸)؛ در حالی که، نولی با این نگرش که همه ساختارهای سیاسی با فراز و فرودهای متفاوت دارای امکاناتی هستند، بر این نظر است که سیاست، یک هنر

است و می‌توان آن را هنر استفاده از امکانات به‌شمار آورد (جکسون و دیگران، ۱۳۹۶، ۱۲) و سرانجام، استون، سیاست را با ارزش‌ها مرتبط دانسته و توزیع آمرانه این ارزش‌ها را در یک ساختار سیاسی، سیاست می‌نامد (عالم، ۱۳۸۶، ۳۰). در این پژوهش از ارائه تعریف جداگانه از علم سیاست پرهیز کرده و محتوای پژوهش را بر مبنای تعریف‌های یادشده پیش خواهیم برد.

### ۳. چارچوب نظری پژوهش

در پژوهش حاضر، از نظریه هالند<sup>۱</sup> (۲۰۰۸-۱۹۱۹) به‌عنوان چارچوب نظری بهره برده‌ایم. وی در نظریه خود در پی یافتن ارتباط میان شغل و شخصیت بوده است. حوزه مطالعاتی موردعلاقه هالند، امر توسعه است که او را به‌سوی این رهیافت سوق داده که برای اینکه یک فرد بتواند اشتغال تأثیرگذاری را تجربه کند، لازم است که میان رابطه فرد و محیط کاری او ارتباط درستی برقرار شود (هاشم‌لو، ۱۴۰۲).

یکی از نکات مهمی که در زمینه یافتن شغل، اهمیت فراوانی دارد، ارتباط میان مفهوم شخصیت و شغل است که در دهه ۱۹۷۰ به مرحله تبیین و تکامل رسید و اکنون بیش از پنج دهه است که در مکان‌های مرتبطی مانند دانشگاه‌ها و مدارس و در مناطق گوناگون جهان، از جمله آسیا، به امری تأییدشده تبدیل شده است (مجاهد و دیگران، ۱۴۰۱، ۶).

هالند برای ساختن چارچوب نظری خود از دو بنیان زیر بهره برده است:

۱. می‌توان میان شخصیت، شغل، و ابراز وجود، ارتباط معناداری پیدا کرد؛ به‌گونه‌ای که انتخاب شغل، ارتباط مستقیمی با شخصیت دارد و اگر رابطه خطی آن‌ها فراهم شود، فرد می‌تواند ابراز وجود کند؛

۲. انتخاب شغل با نگاه افراد به مسائل، ارتباط مستقیمی دارد. هالند بر این نظر است که بر پایه تجربه زیسته، می‌توان افراد ساکن در یک جامعه را به دسته‌های گوناگونی، از جمله علاقه‌مندان به فضاهای واقعی یا واقع‌گرایان، علاقه‌مندان به کاوشگری یا جست‌وجوگران، علاقه‌مندان به رشته‌های هنری، افراد درگیر با مسائل اجتماعی، و افراد علاقه‌مند به حضور در فضاهای قراردادی، تقسیم کرد.

هالند به‌منظور ساختارمند کردن نظریه خود، در پی پاسخ‌گویی به پرسش‌های مرتبط با این موضوع است؛ به‌گونه‌ای که نخستین پرسش او این است که «نتایج مثبت در یک رخداد از

#### 1. Holland

کدام ویژگی‌های شخصیتی منتج می‌شود؟» در دومین پرسش، به جست‌وجو درباره‌ی علایق شغلی و ارتباط میان انسان‌ها می‌پردازد، و در نهایت، به رابطه‌ی میان ویژگی‌های افراد و ثبات حرفه‌ای می‌اندیشد (مجاهد و دیگران، ۱۴۰۱، ۷).

هالند، همچنین در رویکرد عمل‌گرایانه خود، بسیاری از آزمون‌های مبتنی بر نظریه‌اش را به عرصه‌ی تحلیل درآورده است. وی پژوهش‌های متنوعی انجام داده است که بررسی تفاوت‌های جنسیتی و فرهنگی را نیز دربر می‌گیرد. براساس نظریه‌ی هالند، رضایت شغلی فرد به تناسب یا همخوانی بین شخصیت شغلی و محیط کار بستگی دارد که به آن تناسب فرد-محیط<sup>۱</sup> گفته می‌شود (زین‌الدین<sup>۲</sup>، ۲۰۲۰).

هالند، چهار ساختار را برای توصیف ارتباط بین شخصیت افراد و محیط‌های شغلی‌شان در نظر می‌گیرد:

۱. همخوانی<sup>۳</sup>: نقش محوری را در نظریه‌ی هالند ایفا می‌کند. همخوانی، به هماهنگی یک فرد با محیط مربوط می‌شود؛ به‌عنوان نمونه، کار کردن یک فرد متهور در محیط تهوری در مقایسه با کار کردن همان فرد در محیط جست‌وجوگر از همخوانی بالاتری برخوردار است؛
۲. تمایز<sup>۴</sup>: به میزان شناسایی علایق فرد مربوط می‌شود؛ زمانی که بین آنچه فرد، دوست دارد و ندارد، تفاوت روشنی برقرار باشد. این ساختار، نشان‌دهنده‌ی آن است که علایق به‌خوبی از هم متمایز شده‌اند؛
۳. همسانی<sup>۵</sup>: بازتابی از همبستگی درونی علایق فرد است؛ به‌عنوان مثال، یک فرد با علایق هنری و جست‌وجوگر، همسان‌تر از یک فرد با علایق هنری و قراردادی خواهد بود؛
۴. هویت<sup>۶</sup>: این مفهوم، میزان وضوح و ثبات هویت یک شخص یا هویت یک محیط را مشخص می‌کند. هویت شخصی، یعنی داشتن تصویر روشن و ثابتی از اهداف، علایق، و استعدادهای فردی. هویت محیطی، زمانی وجود دارد که محیط یا سازمانی با اهداف، وظایف، پاداش‌های روشن، و متشکل دارد که در زمان‌های طولانی، ثابت می‌ماند (هاشم‌لو، ۱۴۰۲).

1. PE Fit
2. Zainudin
3. Congruence
4. Differentiation
5. Consistency
6. Identity

بر پایه آنچه مطرح شد، نظریه هالند، ارتباط نزدیکی با تعیین مسیر شغلی یا آموزشی دارد. این نظریه می‌تواند به افراد کمک کند تا بهتر درک کنند که در شغل خود به چه چیزی نیاز دارند و چه چیزی را می‌خواهند. هرچه تناسب بین ویژگی‌های شخصیتی و محیط بیشتر باشد، رضایت فرد از شغل یا رشته تحصیلی بالاتر خواهد بود. افزون‌براین، عوامل پرشماری بر تصمیم‌گیری‌های شغلی و آموزشی تأثیر می‌گذارند. یکی از این عوامل، آموزش شغلی است. آموزش شغلی می‌تواند شانس به دست آوردن شغل بهتر و درآمد بالاتر در آینده را افزایش دهد. این نوع آموزش به افراد کمک می‌کند تا مهارت‌های توسعه شغلی بهتری به دست آورند که برای زندگی شغلی آن‌ها مهم است. همچنین، استرس مالی، یکی دیگر از عواملی است که می‌تواند منجر به تغییر در تصمیم‌گیری‌ها شود. کمبود حمایت مالی از سوی خانواده باعث می‌شود که فرد از برنامه‌های تحصیلی‌ای که هزینه زیادی دارند، بپرهیزد. فردی که زیر فشار مالی بالایی است، معمولاً از علایق خود دست می‌کشد و شغل یا رشته‌ای را انتخاب می‌کند که به او وضعیت بهتر و حقوق بالاتری بدهد (پیرس<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷).

افزون‌براین، تفاوت‌های جنسیتی و فرهنگی نیز بر تصمیم‌گیری‌های شغلی و آموزشی تأثیرگذار هستند. جنسیت‌های مختلف، گرایش‌ها و علایق متفاوتی دارند. مشاوران نیز باید به گونه‌ای خلاقانه به مسائل ناشی از تفاوت‌های فرهنگی پاسخ دهند. آن‌ها باید از توانایی‌های فرهنگی خود آگاه باشند و در مشاوره‌ها از آن بهره ببرند. مشاوران باید فرهنگ جامعه هدف خود را درک کنند و به مراجعان خود در انتخاب شغل مناسب کمک کنند. به‌طورکلی، می‌توان از نظریه هالند، در زمینه هدایت تصمیمات شغلی و آموزشی بهره گرفت (مارکوس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵). باتوجه به یافته‌های پژوهش به‌نظر می‌رسد، یکی از چالش‌های اشتغال دانش‌آموختگان علم سیاست در جامعه ایران، ناهماهنگی شرایط زیسته این افراد با ماهیت واقعیت‌های روزمره این علم باشد؛ از این‌رو، با مطالعه این نظریه توانستیم ارتباط معناداری میان این امر و یافته‌های پژوهش برقرار کنیم.

#### ۴. روش پژوهش

در جامعه ایران، به‌ویژه جامعه علوم سیاسی، کمتر از داده‌های مصاحبه‌محور استفاده می‌شود.

1. Pierce

2. Marcus

این درحالی است که بخش عمده بن‌مایه‌های فکری، از مردم، که نقش بازیگر را به‌عهده دارند، منتج می‌شود؛ به‌گونه‌ای که امروزه در سرتاسر جهان، این روش به‌عنوان روشی کارآمد و مؤثر در راستای سیاست‌گذاری‌ها به‌شمار می‌آید. این روش که با پرسش از افراد به‌صورت حضوری یا مجازی انجام می‌شود، بسته به نوع پژوهش، در میان افراد مختلف در سطوح دانش‌آموختگان، دانشجویان، و پژوهشگران، به‌عرصه تبیین درمی‌آید (نظری، ۱۴۰۱، ۱۷۶).

#### ۵. روش گردآوری داده‌ها

در پژوهش حاضر، در مصاحبه‌ها از روش ساختارمند، به‌شکل طیف‌محور، بهره برده‌ایم. به‌این‌معنا که با توجه به اهداف پژوهش، پرسش‌هایی از پیش تنظیم، و در قالب پرسش‌نامه به جامعه هدف پژوهش داده شده است و آن‌ها در مقیاس کیفیت از ۱ تا ۵، به پرسش‌ها ارزش داده‌اند.

#### ۶. جامعه آماری پژوهش

جامعه آماری پژوهش حاضر را همه دانشجویان، دانش‌آموختگان، و پژوهشگران گرایش‌های مختلف رشته علوم سیاسی در ایران، از جمله اندیشه سیاسی، دیپلماسی و سازمان‌های بین‌المللی، روابط بین‌الملل، سیاست‌گذاری عمومی، علوم سیاسی، و مطالعات منطقه‌ای تشکیل می‌دهند که حجم نمونه آن، براساس مدل کوکران، تعداد ۱۵۰ نفر تعیین شده است.

#### ۷. آمار توصیفی پژوهش

علم آمار با روش‌های مورد استفاده برای گردآوری، ارائه، تجزیه و تحلیل، و تفسیر داده‌ها سروکار دارد. هر نوع عملی روی داده‌ها که به پیش‌بینی‌ها یا استنباط‌هایی درباره گروه بزرگ‌تری از داده‌ها منجر شود، آمار استنباطی، و مجموعه روش‌ها و قوانینی که نتایج را ساده‌تر می‌کند، آمار توصیفی به‌شمار می‌آید (مدرسه پژوهش کمی و کیفی، ۱۴۰۳).

#### ۸. شیوه نمونه‌گیری

نمونه‌گیری، به‌کارگیری قسمتی از جامعه آماری، به‌منظور شناسایی ویژگی‌های آن است. در نمونه‌گیری تصادفی، یا نمونه‌گیری بر مبنای احتمال، این احتمال وجود دارد که هر عضوی از جامعه آماری در نمونه آماری قرار گیرد. در مقابل، در روش‌های نمونه‌گیری غیرتصادفی، این شرط وجود ندارد و ممکن است عضو یا اعضای از جامعه آماری، قابلیت قرارگیری در نمونه را نداشته باشند. انتخاب اعضای نمونه آماری ممکن است براساس نظر شخصی یا قضاوت

پژوهشگر انجام شود که در راستای هدف بررسی آماری است؛ از این رو، در این پژوهش نیز از نمونه‌گیری غیرتصادفی بهره برده‌ایم.

## ۹. شیوه اجرای پژوهش

در راستای تجزیه و تحلیل پرسش‌های آمار توصیفی مسائل اشتغال علم سیاست در جامعه کنونی، ابتدا پرسش‌ها از یکدیگر تفکیک و سپس، در نرم‌افزار SPSS کدگذاری شدند؛ پس از آن، داده‌های پرسش‌نامه‌ها در محیط نرم‌افزار ثبت شد و سپس، میانگین هر یک از پرسش‌ها و طبقه‌بندی آن‌ها در قالب جداول کلی تنظیم شد که نتایج آن در بخش یافته‌های پژوهش قابل مشاهده است.

## ۱۰. یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۱). آمار توصیفی شاخص جنسیت جامعه پژوهش

جنسیت	میزان فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۷۸	۵۲
زن	۷۲	۴۸
جمع	۱۵۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۲). آمار توصیفی شاخص سال ورود به دانشگاه جامعه آماری پژوهش

سال ورود به دانشگاه	میزان فراوانی	درصد فراوانی
۱۳۷۲	۱	۰/۷
۱۳۷۶	۱	۰/۷
۱۳۸۰	۱	۰/۷
۱۳۸۲	۱	۰/۷
۱۳۸۳	۲	۱/۳
۱۳۸۴	۱	۰/۷
۱۳۸۶	۲	۱/۳
۱۳۸۷	۵	۳/۳
۱۳۸۸	۲	۱/۳
۱۳۸۹	۴	۲/۷
۱۳۹۰	۵	۳/۳
۱۳۹۱	۳	۲
۱۳۹۲	۴	۲/۷
۱۳۹۳	۷	۴/۷
۱۳۹۴	۱۱	۷/۳
۱۳۹۵	۴	۲/۷
۱۳۹۶	۱۱	۷/۳
۱۳۹۷	۵	۳/۳

۶/۷	۱۰	۱۳۹۸
۸	۱۲	۱۳۹۹
۱۶/۷	۲۵	۱۴۰۰
۱۰/۷	۱۶	۱۴۰۱
۱۱/۳	۱۷	۱۴۰۲
۱۰۰	۱۵۰	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۳). آمار توصیفی شاخص مقطع تحصیلی جامعه آماری پژوهش

مقطع تحصیلی	میزان فراوانی	درصد فراوانی
دکتری	۵۷	۳۸
کارشناسی ارشد	۶۱	۴۰/۷
کارشناسی	۲۲	۲۱/۳
جمع	۱۵۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۴). آمار توصیفی شاخص گرایش تحصیلی جامعه آماری پژوهش

رشته تحصیلی	میزان فراوانی	درصد فراوانی
اندیشه سیاسی	۱۵	۱۰
دیپلماسی و سازمان‌های بین‌المللی	۲	۱/۳
روابط بین‌الملل	۳۴	۲۲/۷
سیاست‌گذاری عمومی	۷	۴/۷
علوم سیاسی	۶۷	۴۴/۷
مطالعات منطقه‌ای	۲۵	۱۶/۷
جمع	۱۵۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۵). آمار توصیفی نوع سیستم آموزشی جامعه آماری پژوهش

نوع سیستم آموزشی	میزان فراوانی	درصد فراوانی
دانشگاه آزاد اسلامی	۶۵	۴۳/۳
دانشگاه‌های سراسری	۸۳	۵۵/۳
دانشگاه‌های غیرانتفاعی	۱	۰/۷
دانشگاه‌های مجازی	۱	۰/۷
جمع	۱۵۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۶). آمار توصیفی وضعیت فعلی افراد جامعه آماری پژوهش

وضعیت فعلی افراد	میزان فراوانی	درصد فراوانی
دانشجو	۱۰۴	۶۹/۳
دانش‌آموخته	۴۶	۳۰/۷
جمع	۱۵۰	۱۰۰

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۷). آمار توصیفی وضعیت اشتغال افراد جامعه آماری پژوهش

وضعیت اشتغال افراد	میزان فراوانی	درصد فراوانی
دارای شغل می‌باشم	۷۳	۴۸/۷
دارای شغل نمی‌باشم	۷۷	۵۱/۴
جمع	۱۵۰	۱۰۰

جدول شماره (۸). تحلیل کمی و تعیین میزان مطلوبیت شاخص‌ها

مفهوم	ابعاد	گروه‌ها	میزان فراوانی کیفیت شاخص‌ها بر حسب درصد						
			خیلی کم (۱)	کم (۲)	متوسط (۳)	زیاد (۴)	خیلی زیاد (۵)		
تئوری‌های اشتغال علم	دانش آموخته علم سیاست	لذت از خواندن دروس علوم سیاسی	۱۲٫۷	۷٫۳	۲۴	۲۵٫۳	۳۰٫۷		
		علاقه به تغییر رشته علوم سیاسی	۴۰	۱۳٫۳	۱۶	۱۱٫۳	۱۹٫۳		
		امید به آینده رشته علم سیاست در ایران	۵۲٫۷	۱۵٫۳	۱۸	۸	۶		
		رضایت از تدریس استادان دانشگاه در این رشته	۱۹٫۳	۱۱٫۳	۳۲	۱۸	۱۹		
		احساس موفقیت از انتخاب این رشته	۲۰٫۷	۱۲٫۷	۱۸٫۷	۲۱٫۳	۲۶٫۷		
		سنجش ارتباط میان درس خواندن و وقت‌هدر دادن	۷۴	۱۵٫۳	۷٫۳	۱٫۳	۲		
		شناخت از فرصت‌های شغلی در بخش خصوصی	۱۸	۱۷٫۳	۳۰	۱۷٫۳	۱۷٫۳		
		مشهور شدن در علوم سیاسی	۵۷٫۳	۷٫۳	۱۳٫۳	۷٫۳	۱۴٫۷		
		ارتباط با استادان برای آینده بهتر	۵٫۸	۸	۲۸٫۳	۲۷٫۵	۳۰٫۴		
		وجود رانت بسیار زیاد در این رشته	۶٫۲	۲٫۱	۲۳٫۳	۲۵٫۳	۴۳٫۲		
دانشگاه و علم سیاست ایران	دانشگاه و علم سیاست ایران	کسب مهارت در دوران تحصیل	۲۶	۲۳٫۳	۱۸	۱۴٫۷	۱۷٫۴		
		مهارت در نرم‌افزارهای مرتبط با علم سیاست همچون spss	۲۶٫۲	۱۴٫۸	۲۷٫۵	۱۴٫۱	۱۷٫۴		
		ساخت شخصیت علمی از دانشجو	۱۸	۱۲	۳۳٫۳	۱۶	۲۰٫۷		
		نگرانی مسئولان و استادان دانشگاه برای آینده شغلی دانشجویان	۴۹٫۳	۲۰٫۷	۱۹٫۳	۵٫۳	۵٫۳		
		میزان سختی دروس تدریس شده در دانشگاه و فرصت‌های شغلی	۱۰	۶	۳۳٫۳	۲۰	۳۰٫۷		
		استقبال دانشگاه از ایده‌های من	۵۴	۱۶	۲۰٫۷	۵٫۳	۴		
		سیستم حکمرانی جمهوری اسلامی ایران و علم سیاست	سیستم حکمرانی جمهوری اسلامی ایران و علم سیاست	خلاصه شدن فرصت‌های شغلی در تدریس یا استخدام سازمان‌های دولتی	۱۶	۱۴٫۷	۲۴	۱۶	۲۹٫۳
				فقدان توجه کافی به این رشته نسبت به رشته‌های دیگر	۴	۴	۲۰٫۷	۲۳٫۳	۴۶٫۷
				حکمرانی میان من و جامعه از نظر ایده‌آل بودن من ارتباطی نمی‌بیند	۹٫۳	۸٫۷	۲۸٫۷	۲۴	۲۹٫۳
				فقدان توانایی دولت در جذب همه دانش‌آموختگان	۱۴٫۷	۸٫۷	۱۹٫۳	۱۲	۴۵٫۳
سهل‌گیری بخش خصوصی در راستای گزینش‌های لازم	۱۴			۱۳٫۳	۲۶٫۷	۱۶٫۷	۲۹٫۳		
فقدان رابطه عقلانی میان رنج‌های دوران تحصیل و دستمزد حکمرانی	۶			۵٫۳	۳۳٫۳	۱۹٫۳	۳۶		
سنجش رابطه میان تکرار ایدئولوژی و یافتن شغل	۶٫۷			۷٫۳	۳۶٫۷	۲۲	۲۷٫۳		
فقدان شغل پایدار در ایران	۸٫۷			۱۲٫۷	۳۲	۱۷٫۳	۲۹٫۳		
عدم توانایی سیستم حکمرانی در ایجاد شغل	۸			۵٫۳	۲۲	۲۳٫۳	۴۱٫۳		

منبع: یافته‌های پژوهش

### ۱.۱. رگرسیون خطی

رگرسیون، روشی آماری برای مدل‌سازی رابطه بین یک متغیر وابسته و یک یا چند متغیر مستقل است. این روش می‌تواند کمک کند تا پیش‌بینی‌هایی در مورد مقدار یک متغیر براساس متغیرهای دیگر انجام شود. در پژوهش حاضر از این روش نیز استفاده شده است که نتایج آن در قالب جدول‌های زیر ارائه شده است.

جدول شماره (۹). سنجش تأثیر مؤلفه جنسیت بر امکان تغییر رشته علوم سیاسی

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>						
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method			
1	اگر امکان تغییر رشته علوم سیاسی را داشته‌ام، رشته دیگری را انتخاب می‌کردم. <sup>b</sup>	.	Enter			
a. Dependent Variable:						
b. All requested variables entered.						
Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.044 <sup>a</sup>	.002	-.005	.502		
a. Predictors: (Constant),						
b. اگر امکان تغییر رشته علوم سیاسی را داشته‌ام، رشته دیگری را انتخاب می‌کردم.						
ANOVA <sup>a</sup>						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	.074	1	.074	.294	.589 <sup>b</sup>
	Residual	37.366	148	.252		
	Total	37.440	149			
a. Dependent Variable:						
b. Predictors: (Constant),						
اگر امکان تغییر رشته علوم سیاسی را داشته‌ام، رشته دیگری را انتخاب می‌کردم.						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.443	.079		18.270	.000
	اگر امکان تغییر رشته علوم سیاسی را داشته‌ام، رشته دیگری را انتخاب می‌کردم.	.014	.026	.044	.542	.589
a. Dependent Variable:						

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۱۰). سنجش تأثیر مؤلفه سال ورود به دانشگاه از میزان سن بر ایده‌آل‌گرا تلقی شدن توسط نظام حکمرانی

Variables Entered/Removed <sup>a</sup>			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	سیستم حکمرانی من را فردی ایده‌آل‌گرا می‌داند که بر مبنای واقعیت‌های جامعه نمی‌توانم تأثیرگذار باشم. <sup>b</sup>	.	Enter

Dependent Variable: سال ورودیه دانشگاه						
b. All requested variables entered.						
Model Summary						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate		
1	.058 <sup>a</sup>	.003	-.003	10.375		
a. Predictors: (Constant), سیستم حکمرانی من را فردی ایده‌آل‌گرا می‌داند که بر مبنای واقعیت‌های جامعه نمی‌توانم تأثیرگذار باشم.						
ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	52.969	1	52.969	.492	.484 <sup>b</sup>
	Residual	15931.724	148	107.647		
	Total	15984.693	149			
a. Dependent Variable: سال ورودیه دانشگاه						
b. Predictors: (Constant), سیستم حکمرانی من را فردی ایده‌آل‌گرا می‌داند که بر مبنای واقعیت‌های جامعه نمی‌توانم تأثیرگذار باشم.						
Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1393.740	2.549		546.689	.000
	سیستم حکمرانی من را فردی ایده‌آل‌گرا می‌داند که بر مبنای واقعیت‌های جامعه نمی‌توانم تأثیرگذار باشم.	.475	.677	.058	.701	.484
a. Dependent Variable: سال ورودیه دانشگاه						

## نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر با استفاده از روش مصاحبه‌های حضوری و برخط با جامعه آماری که متشکل از ۱۵۰ نفر از دانشجویان، دانش‌آموختگان، و پژوهشگران در حوزه‌های مرتبط با علم سیاست بوده است، سعی در گویه‌آفرینی از پرسش‌های مطرح‌شده از این جامعه آماری داشتیم. سپس، با توجه به دسته‌بندی گویه‌ها در حوزه‌های گوناگونی همچون دانش‌آموخته علم سیاست، دانشگاه و علم سیاست در ایران، نظام حکمرانی جمهوری اسلامی ایران، و علم سیاست و تحلیل آن‌ها توانستیم نتایج گوناگونی را برآورد کنیم که در ادامه به بخشی از آن‌ها اشاره شده است.

۱. براساس یافته‌های پژوهش، جامعه هدف با کیفیت خیلی کم (به میزان ۵۲/۷ درصد) بر این نظر است که علم سیاست در شرایط اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، و... می‌تواند آینده‌ای مطلوب را رقم بزند. همچنین، مصاحبه‌شوندگان، با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۴۳/۲ درصد)

بر این نظرند که رانت ویژه در این رشته به گونه‌ای فزاینده وجود دارد. افزون‌براین، جامعه هدف با کیفیت خیلی کم (به میزان ۵۷/۳ درصد) بر این نظرند که رشته علوم سیاسی را برای شهرت و معروف شدن انتخاب نکرده‌اند؛ از این رو، درصد عکس این امر می‌تواند در این رشته با نفوذ در نهادهای تصمیم‌گیر و تصمیم‌ساز، به عنوان یک زنگ خطر مطرح شود؛

۲. جامعه هدف، با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۱۷/۴ درصد) به نرم‌افزارهای موردنیاز رشته علوم سیاسی (همچون اس‌پی‌اس‌اس) تسلط دارند. گفتنی است، این جامعه هدف با کیفیت خیلی کم (به میزان ۲۶ درصد) در طول دوران تحصیل به کسب یک مهارت گرایش پیدا کرده است. افزون‌براین، جامعه هدف با کیفیت خیلی کم (به میزان ۵۲/۷ درصد) از تدریس استادان در رشته‌های گوناگون احساس رضایت دارند؛

۳. جامعه هدف، با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۴ درصد) بر این نظر است که نهاد دانشگاه از ایده‌ها و راه‌حل‌های آن برای حل مشکلات جامعه استقبال می‌کند و در نگاهی دیگر با کیفیت خیلی کم (به میزان ۴۹/۳ درصد) بر این نظر است که نهاد دانشگاه و استادان رشته علوم سیاسی برای اشتغال آینده او نگرانند؛ اما با کیفیت خیلی زیاد و به میزان (۳۰/۷ درصد) بر این نظر است که میان درس‌های تدریس شده در محیط دانشگاه و فرصت‌های شغلی، ارتباط معناداری را نمی‌توان درک کرد؛

۴. یکی از مشکلات سیاست‌گذاری اشتغال در ایران، انتظار همه از دولت برای استخدام است که در اینجا نیز مشاهده شده است؛ به گونه‌ای که جامعه هدف با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۲۹/۳ درصد) بر این نظرند که در رشته علوم سیاسی، فرصت‌های شغلی، محدود به استخدام در نهاد دولت و امر آموزش در مدارس و نظام آموزش عالی است؛

۵. جامعه هدف با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۴۶/۷ درصد) بر این نظر است که نهادهای تصمیم‌گیر یا تصمیم‌ساز، میان رشته‌های فنی و مهندسی و علوم انسانی، به ویژه رشته علم سیاست در ایران، تفاوت‌های معنوی و مادی قائل است و همین امر سبب دلسردی این جامعه از موضوعات و چالش‌های جامعه شده است؛

۶. پرسش‌شوندگان با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۲۹/۳ درصد) بر این نظرند که نظام حکمرانی، راه‌حل‌های آن‌ها را برای پاسخ به مشکلات، راه‌حل‌هایی کاملاً ایده‌آل‌محور و غیرپاسخ‌گو می‌داند که به نظر می‌رسد این امر بر عدم شکل‌گیری زنجیره میان نهادهای تصمیم‌ساز و آموزش عالی بسیار تأثیرگذار باشد؛

۷. پرسش‌شوندگان با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۴۵/۳ درصد) بر این نظرند که ناتوانی دولت در جذب همهٔ تحصیل‌کردگان این رشته، همواره به‌عنوان مانعی مهم بر سر راه سیاست‌گذاری اشتغال به‌شمار می‌آید که می‌تواند سبب‌ساز ایجاد بحران باشد؛
۸. نکتهٔ بسیار مهم دیگری که می‌تواند به‌عنوان زنگ خطری برای نهادهای حاکمیتی مطرح شود، امر گزینش است؛ به‌گونه‌ای که پرسش‌شوندگان با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۲۹/۳ درصد) بر این نظرند که بخش خصوصی در راستای سهل‌گیری این امر بهتر اقدام می‌کند و سبب شده است که در انتخاب شغل میان بخش خصوصی و دولتی، اولویت با خصوصی باشد؛
۹. درس خواندن، امری سخت و لذت‌بخش است و ارتباط منطقی میان این دو در پژوهش حاضر، بررسی شده است؛ به‌گونه‌ای که پرسش‌شوندگان با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۳۶ درصد) بر این نظرند که فقدان ارتباط عقلانی میان رنج‌های دوران تحصیل و دستمزد حکمرانی، آشکارا قابل مشاهده است؛
۱۰. در سال‌های اخیر شاهدیم که ایدئولوژی در همهٔ ارکان نظام تصمیم‌گیری و تصمیم‌سازی از اهمیت فزاینده‌تری برخوردار شده است و این به‌آن معنا است که می‌تواند راه‌حل‌های متفاوت را حذف و جامعه را تک‌قطبی کند؛ به‌گونه‌ای که پرسش‌شوندگان با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۲۷/۳ درصد) بر این نظرند که میان ایدئولوژی و یافتن شغل در ایران، ارتباط معناداری وجود دارد؛
۱۱. جامعهٔ هدف با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۲۹/۳ درصد) بر این نظر است که مشکل اشتغال در جامعهٔ علوم سیاسی را نمی‌توان خارج از سیاست‌گذاری‌های کلی جمهوری اسلامی در مورد این مسئله دانست. همچنین، جامعهٔ هدف بر این نظر است که فقدان شغل پایدار در ایران، آفتی مهم برای نظام سیاسی و نیز یکی از مشکلات هستی‌شناختی علم سیاست در ایران است؛
۱۲. جامعهٔ هدف با کیفیت خیلی زیاد (به میزان ۴۹/۳ درصد) بر این نظر است که نظام حکمرانی با توجه به چالش‌های پرشماری که در سیاست داخلی و خارجی خود دارد، در عمل قادر به ایجاد اشتغال در جامعه به‌گونه‌ای همه‌گیر نیست و این امر سبب می‌شود که ناتوانی نظام حکمرانی در ایجاد شغل، امری حتمی برای بخشی از جامعه به‌شمار آید. در این شرایط، شغل‌های نهانی، همچون دلالی، رواج می‌یابد که می‌تواند جامعهٔ علم سیاست را نیز تهدید کند؛

۱۳. در بررسی جدول شماره (۹)، یعنی سنجش تأثیر مؤلفه جنسیت بر امکان تغییر رشته علوم سیاسی می‌توان گفت، با توجه به ضریب "R Square"، شاهد این هستیم که متغیر وابسته پژوهش، یعنی امکان تغییر رشته علوم سیاسی در بین مردان و زنان، معادل عدد ۵ است. همچنین، با توجه به اینکه "sig" از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، می‌توان برداشت کرد که این سنجش در راستای مدل، معنادار به‌شمار می‌آید و سرانجام، می‌توان این‌گونه برداشت کرد که با توجه به اینکه "Standardized Coefficients" عدد ۰/۴۴ است، می‌توان دریافت که ۴۴ درصد از واریانس متغیر وابسته، توسط متغیر پیش‌فرض تعیین شده است. با یک نگاه تحلیلی نیز می‌توان گفت، وضعیت جامعه زنان دانش‌آموخته علم سیاست در ایران در حوزه شاخص گرایش به تغییر رشته، نسبت به مردان، از وضعیت مطلوب‌تری برخوردار است؛

۱۴. در بررسی جدول شماره (۱۰)، یعنی سنجش تأثیر مؤلفه سال ورود به دانشگاه و سن بر ایده‌آل‌گرا تلقی شدن توسط نظام حکمرانی می‌توان بیان کرد که با توجه به ضریب "R Square" شاهد این هستیم که متغیر وابسته پژوهش، یعنی ایده‌آل‌گرا تلقی شدن توسط نظام حکمرانی در بین مردان و زنان معادل عدد ۳ است؛ همچنین، چون "sig" از ۰/۰۵ کوچک‌تر است، می‌توان این‌گونه برداشت کرد که این سنجش در راستای مدل معنادار تلقی می‌شود و سرانجام، می‌توان برداشت کرد که با توجه به اینکه "Standardized Coefficients" عدد ۰/۵۸ است می‌توان گفت، ۵۸ درصد از واریانس متغیر وابسته توسط متغیر پیش‌فرض تعیین شده است. در تحلیل داده‌های یادشده نیز می‌توان گفت، ورودی‌های جدید رشته علوم سیاسی، به‌ویژه از دهه ۱۳۹۰ به‌این‌سو، در میان جامعه مردان و زنان این ویژگی را دارند که نسبت به دهه ۱۳۸۰، ارتباط خود با نظام حکمرانی در این رشته را ارتباطی منطقی نمی‌دانند؛ از این‌رو، وجه ایده‌آل‌گرا تلقی شدن در این جامعه پررنگ‌تر است.

درنهایت، نگارندگان پس از ارزیابی و تحلیل روند مصاحبه‌ها، پیشنهادهایی را در راستای ایجاد ارتباط بهتر میان علم سیاست و سیاست‌گذاری‌های اشتغال ارائه کرده‌اند:

۱. به‌نظر می‌رسد، اگر نگاه دولت به رشته علوم سیاسی و دانشگاه، به‌عنوان منبع مهم تأمین نیروی کار تخصصی و قطع رانت فردی در تأمین نیرو، در نتیجه بازتر شدن فضای شغلی باشد، می‌تواند نوع نگاه‌ها به این رشته در جامعه را تغییر دهد و کارگشایی آن احساس شود؛
۲. به‌نظر می‌رسد، در نهاد یا نهادهای تصمیم‌گیری، افزایش آگاهی در مورد رشته علوم سیاسی و لزوم توجه به آن برای حل بحران‌های سیاسی و اجتماعی، امری تعریف‌شده نیست و

لازم است به این نکته توجه شود؛

۳. به نظر می‌رسد، سیاست‌گذاری تألیف کتاب‌های درسی این رشته با سیاست‌گذاری‌های آموزشی کشورهای دیگر، تفاوت‌های بنیادینی دارد؛ از این رو، پیشنهاد می‌شود، تعریف سرفصل‌های کارآمد و متناسب با مراکز دانشگاهی پیشرفته در دنیا، در دستورکار قرار گیرد؛

۴. به نظر می‌رسد، در دوران تحصیل، جای آموزش حل مسئله و روش پژوهش درست به دانشجویان، خالی است و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری باید در این راستا سیاست‌گذاری کند؛

۵. به نظر می‌رسد، حلقه زنجیروار برقراری ارتباط اثربخش بین دانشگاه‌ها و اندیشکده‌ها با مراکز قدرت در سطح حکمرانی ایجاد نشده است، یا در وضعیت مطلوبی نیست. بدیهی است که نهاد حکمرانی می‌تواند با تغییر نگرش‌ها این وضعیت را بهبود بخشد؛

۶. به نظر می‌رسد، تغییر ساختار آموزشی کشور و یادگیری چند زبان دیگر لازم است و باید به‌عنوان یک راه‌حل مهم و انکارناپذیر مطرح شود.

۷. به نظر می‌رسد، برقراری ارتباط بین نخبگان و حکمرانان با دانش‌آموخته‌های این رشته (نه تنها به‌صورت نشست‌ها و به‌گونه‌ای ظاهری، بلکه ارتباط پیوسته و کارآمد) برای عملی کردن ایده‌ها و اندیشه‌ها و کمک به دانش‌آموختگان برای شناسایی مسیر، امری ضروری است؛

۸. تناسب ظرفیت رشته دانشگاه با نیازهای استان، استفاده از ظرفیت بورس دستگاه‌ها برای بورسیه کردن و حمایت از دانشجویان، به‌ویژه دانشجویان تحصیلات تکمیلی، و استفاده از ظرفیت بودجه یک‌درصد آموزشی دستگاه‌ها برای حمایت از دانشجویان نیز پیشنهاد می‌شود؛

۹. سرانجام، پیشنهاد می‌شود که انجمن علمی علوم سیاسی در ایران در ادراک تصمیم‌سازان و تصمیم‌گیران، به‌عنوان یک اقدام مهم، لازم، و حتمی ثبت و ضبط شود و در نگاه بعدی، سیاست‌گذاران از پژوهش‌های مؤثر این نهاد بهره‌برده و برای حل چالش‌های موجود در کشور به‌صورت میدانی، از آن‌ها استفاده کنند.\*

## منابع

- جکسون، نایل؛ تنسی، استیون دی (۱۳۹۶). مبانی سیاست. ترجمه جعفر محسنی دره‌بیدی، تهران: انتشارات ققنوس.
- خرم‌نصر، مهرداد؛ مقصودی، مجتبی (۱۳۹۷). چالش‌های اپوزیسیون‌انگاری انجمن‌های علمی علوم اجتماعی در ایران و تأثیر آن بر توسعه سیاسی. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۴(۱)، ۹۵-۱۲۴.
- خلیلی، فرزانه (۱۳۹۹). بررسی عوامل و سیاست‌های مؤثر بر اشتغال نیروی کار. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۷(۲۷)، ۳۷۲-۳۹۵.
- دین‌پرست، فائز؛ کرمی، ساناز (۱۳۹۷). ارزیابی وضعیت دانش سیاسی در ایران. پژوهش‌های راهبردی سیاست، ۶(۲۴)، ۹۳-۶۷.
- رانی، اوستین (۱۳۷۴). آشنایی با علم سیاست. ترجمه لیلا سازگار. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.
- سلیمی، حسین؛ حداد، غلامرضا (۱۳۹۹). آینده‌پژوهی وضعیت علوم سیاسی در ایران براساس الگوی تحلیل روند STEEP. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۵(۱)، ۷۵-۱۱۰.
- صفاریان خوزانی، امیررضا (۱۳۹۶). تأثیر انقلاب اسلامی بر علوم سیاسی در ایران. رهیافت‌های انقلاب اسلامی، ۱۱(۳۹)، ۲۲-۳.
- عالم، عبدالرحمان (۱۳۸۶). بنیادهای علم سیاست. تهران: نشر نی.
- کلهر، محمد، شاه‌آبادی، حمیدرضا (۱۳۹۱). میرزا مهدی‌خان ممتحن‌الدوله و مدرسه علوم سیاسی. فصلنامه مسکویه، ۶(۲۰)، ۵۲-۳۰.
- مجاهد، معصومه؛ رادمهر، ایرج (۱۴۰۱). ارزیابی پیامدهای توجه به ویژگی‌های شغلی و نقش آن در کاهش ازخود بیگانگی شغلی. رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، ۶(۸۴)، ۲۰۹۴-۲۰۸۰.
- میرا، سیدابوالقاسم؛ حیدری، علی؛ رستمی، ولی‌الله؛ شم‌بیاتی، ناصر (۱۳۹۹). واکاوی چالش‌های قانون کار جمهوری اسلامی ایران در راستای ایجاد، حفظ، و توسعه فرصت‌های شغلی (مطالعه گروه کانونی در بنگاه‌های کوچک). مدیریت بازرگانی، ۱۲(۴)، ۹۷۵-۹۵۶.
- نظری، علی اشرف (۱۳۹۹). ارزیابی وضعیت کمی و کیفی آموزش علوم سیاسی در ایران: مطالعه موردی دانشجویان رشته علوم سیاسی دانشگاه تهران. فصلنامه سیاست، ۱۵(۱)، ۳۸۳-۳۶۷.
- نظری، علی اشرف (۱۴۰۱). پژوهش مصاحبه‌محور و امکان درک داده‌های سیاسی. رهیافت‌های سیاسی و بین‌الملل، ۱۴(۲)، ۱۵۹-۱۸۳.
- هرندی، فاطمه؛ فلاح محسن‌خانی، زهره (۱۳۹۴). اشتغال جوانان و چالش‌های آن. رفاه اجتماعی، ۶(۲۵)، ۱۳۳-۱۴۶.

Zainudin, Z. N., Rong, L. W., Nor, A. M., Yusop, Y. M. & Othman, W. N. W. (2020). The Relationship of Holland Theory in Career Decision Making: A Systematic Review of Literature. *Journal of Critical Reviews*. Innovare

- Academics Sciences Pvt. Available at: <https://doi.org/10.31838/jcr.07.09.165>.
- Pierce, D. & Johnson, J. (2017). Applying Holland's Vocational Choice Theory in Sport Management. *Sport Management Education Journal*, 11(2), 72-87, available at: <https://doi.org/10.1123/smej.2016-0015>.
- Marcus, B. & Wagner, U. (2015). What Do You Want To Be? Criterion-Related Validity of Attained Vocational Aspirations Versus Inventoried Person-Vocation Fit. *Journal of Business and Psychology*, 30(1), 51-62, available at: <https://doi.org/10.1007/s10869-013-9330-9>  
<https://analysisacademy.com/2959>  
<http://jafarhashemlou.blogfa.com/post/1713>



## Research Paper

### The Context and Effects of Generation Z's Participation in Iran's Socio-Political Tensions (2017-2022)

Hossein Dostmohammadi<sup>1</sup> \*Mohsen Abbaszadeh Marzbali<sup>2</sup>

1. Ph.D. Student in Political Science (Iran Issues), University of Mazandaran, Babolsar, Iran

2. Assistant Professor, Department of Political Science, University of Mazandaran, Babolsar, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.505>

Receive Date: 05 March 2024

Revise Date: 03 June 2024

Accept Date: 20 June 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## Extended Abstract

### Introduction

Globalization, driven by communication and information technology, has gradually reached the borders of our country over the past three decades, influencing a wide range of objective and subjective aspects of Iranian life. In this context, we have witnessed a profound transformation in the perspectives and actions of those born in the last three decades, reflected in the socio-political tensions of recent years. Therefore, it is inevitable to re-examine the identity, behavior, and demands of the younger generation.

The new generation not only does not carry the values, norms, and beliefs of previous generations but is also in conflict and opposition with them. Their difference from previous generations lies not only in the nature and essence of issues and demands but also in their scale and level; that is, while past generations sought to achieve the notion of social "emancipation" through grand narratives like political freedom, social justice, and the like, today's adolescents and young adults are demanding a "life politics" or self-expressivism. They pursue demands such as rejecting hierarchical social systems and achieving equality with other generations, the right to a virtuous life, a satisfying life centered on dignity, the choice of dress, interaction with the opposite sex, the quality of social presence, and similar matters.

In other words, rather than delving into the depths of life and contemplating complex intellectual and philosophical matters, they are interested in reflecting on issues that flow on the surface of life but have not received sufficient attention. This emphasis on the "way of being" and lifestyle is the most fundamental principle of the politics of subjectivity in the life of the new generation and has pulled the political down from its lofty social position to the level of everyday individual affairs. This transformation, which has a history in developed Western countries, is a new phenomenon in our country and undoubtedly has significant causes, factors, results, and consequences.

Therefore, the present research seeks to answer the question of what contexts have led to encouraging adolescents and young adults to engage in political action and what results arise from it. The hypothesis of the research is that generational change, due to various social, cultural, and psychological reasons, has opened a different window for the new

◆ \* Corresponding Author:

Mohsen Abbaszadeh Marzbali, Ph.D.

E-mail: m.abbaszadeh@umz.ac.ir





generation and paved the way for different political activism, the consequences of which depend on how the political system confronts this phenomenon.

### Methodology

The approach chosen for this research is descriptive/analytical, utilizing library-based methods to organize the data descriptively/analytically. The independent variable in this study is Generation Z (adolescents and young adults born between 1995 and 2010), and the dependent variable is the political and social changes in Iran from 2017 to 2022. The intervening variable is the approach of the governing political system, which can either temporarily slow down or accelerate the changes or accumulate the demands of this generation.

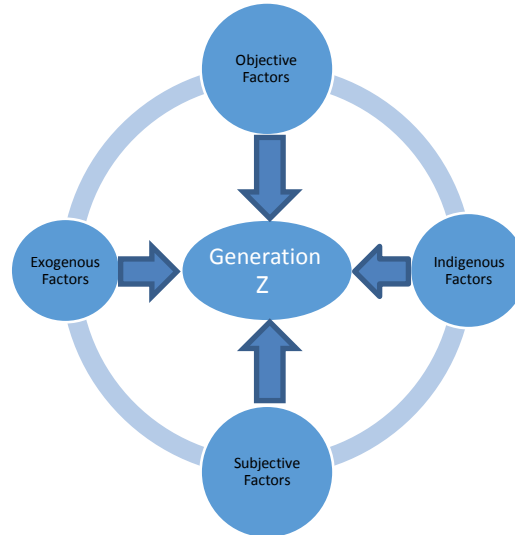
Analyzing the nature of this generation's activism requires a conceptual framework encompassing their drivers and agency modes. Therefore, to substantiate the hypothesis, a combined theoretical framework incorporating Karl Mannheim's "Generation Gap" theory and Anthony Giddens' concept of "Life Politics" is employed.

A) Mannheim's theory, situated within the sociology of knowledge, posits that thought is the product of human lived experience, which manifests uniquely in each era and period. This difference in the lived experience of each generation from the previous ones forms the basis for generational gaps. When the pace of cultural changes increases to the point where the current generation can challenge the cultural heritage of the past, a generational gap occurs.

B) Drawing from the literature of new social-political theory (within post-structuralist and late modernity approaches), the participation of Generation Z can be considered an act of "postmodern micro-politics against governmentality." As Foucault notes, power processes aimed at regulating and controlling life provoke forms of resistance that seek self-recognition in the name of the body and life; life "constantly" resists and rebels against the very system that seeks to control it. In this sense, Generation Z's activism can be understood within Anthony Giddens' interpretation of "Life Politics"; an activism that, by withdrawing the emancipatory holistic ideals of ideologies, pursues its meaning of life and manifests through new modes of "self-expression." This connects more with new social movements rather than traditional parties because it offers ordinary people more opportunities for direct and unmediated expression of identities and demands.

Overall, when the credibility of ideologies and existing institutions to guide and represent the demands of Generation Z is lost, the new generation turns away from the conventional political sphere (institutional activism through official channels of macro-politics) and gravitates towards a different sphere and style of political activity (non-institutional activism manifested in micro-politics of the streets and cyberspace).

In analyzing the emergence of this "generational gap in political activism," several interacting factors can be considered: 1) Objective or Hardware Factors: The most significant factor in this context is communication technology and social virtual networks, particularly messaging platforms like Instagram, WhatsApp, Telegram, Twitter, etc. 2) Subjective or Software Factors: Globalization, cosmopolitanism, postmodernity, and so on, in Giddens' interpretation, detach individuals from the historical context of their social life and local identity, thrusting them into the realm of life politics and global identity. 3) Endogenous or Internal Factors: The dominance of ideology, the creation of "others," and the division of society into "self" and "other" ultimately align two sets of values and norms—official (self) and unofficial (other)—against each other. 4) Exogenous or External Factors: The Islamic Republic of Iran's combative strategy against the Western world (based on the conflict between tradition and modernity) has confronted Iran with various challenges. Within this confrontational framework, generational gaps and the resulting socio-political tensions have always served to intensify the conflict between the Iranian government and external (especially Western) actors.



## Results and Discussion

One characteristic often attributed to Generation Z is political disengagement or apathy, driven by a focus on lifestyle and a superficial engagement with issues rather than deep contemplation of broader social ideals. However, this generation has been active in Iran's socio-political transformations, which can be explained on three levels: 1) Macro or Philosophical Level: There is an intellectual struggle rooted in a philosophical dichotomy between traditionalism and modernism, leading to two different life-worlds and lifestyles. Generation Z not only moves beyond tradition (especially its religious aspects) but sometimes even surpasses modern thought frameworks, showing an inclination toward postmodernism. 2) Intermediate Level: Here, the struggle is political with a legalistic underpinning. The ideological approach of the Islamic Republic of Iran, stemming from the Islamic Revolution's ideology, encompasses all aspects of life, from macro issues like societal management to micro ones such as body governance. This pervasive ideological stance has drawn Generation Z into political activism despite their inherently non-political identity. 3) Micro Level: Focused on individual psychology, here we encounter the restless non-citizen who is unrecognized by both the government and parts of society, seeking "recognition" as described by Axel Honneth.

If we consider December 2017 as the starting point of Generation Z's participation in Iran's socio-political transformations, the new generation has evolved from a neutral observer to a highly active and leading player over five stages: 1) December 2017 Protests: With economic motives but socio-political undertones, Generation Z, then at most 20 years old, did not actively participate but their sensitivity to societal issues was aroused. 2) November 2019 Protests: Initially driven by economic concerns, these protests rapidly took on a political nature, marking the first active role of Generation Z. 3) January 2020 Protests: Triggered by the government's mishandling of the Ukrainian passenger plane downing, Generation Z played a more prominent role with increased motivation and confidence. 4) Scattered Protests between January 2020 and September 2022: These included regional protests (e.g., farmers in Isfahan protesting water shortages) and national ones (e.g., against mandatory hijab). Generation Z's participation varied but was notably strong in national protests, especially among young women. 5) September 2022 Protests: Following the death of Mahsa Amini, these protests marked a significant turning



point with high levels of anger, support for protesters, and participation across three layers: A) Emotional/Legal: Protesting Mahsa Amini's death. B) Social/Civil: Protesting the political system's handling of social rights (e.g., optional hijab). C) Political/Ideological: Protesting the political system's lack of timely and transparent responses and harsh crackdown on protests.

The 2022 tensions had diverse consequences categorized into three areas: 1) National Political Sphere: These events polarized all active societal domains beyond the internal political discourse (reformist/conservative), uniting civil society and the masses against the entire political system. 2) International Political Sphere: There was widespread reaction and support from the diaspora, foreign media, opposing and critical governments, and international organizations, questioning Iran's credibility. 3) Social Sphere: The normative conflict between the state-centric official discourse and the society-centric discourse became more pronounced. If Generation Z's dispersed and subtle social movements continue, they may weaken the state's governance, as the widespread adoption of previously illegitimate behaviors can normalize them, creating more space for alternative behaviors and norms.

### Conclusion

Iranian society is once again on the brink of a significant transformation. Borrowing from Homa Katouzian's term, the "Short Term Society" of Iran faces the historic crossroads of "destruction and reconstruction or reform and completion." Generation Z, the driving force of protests, views the current societal structure as alien, unable to understand their language, emotions, and needs, and incapable of adapting to new conditions, thus desiring its destruction. The strategic question is how to shift from destruction to reform. Before treatment, recognizing the "representation crisis" in governance is crucial; a crisis in both representing material demands (economic-political) and recognizing post-material demands (identity and lifestyle). Based on this, two sets of actions are recommended:

- a) Tactical Actions: These are remedial, compensatory, and persuasive, aiming to "repair" the trust gap between the state and the people, "compensate" for the physical, financial, and emotional losses of those affected, and "convince" political activists, especially the youth, of the feasibility of political action within the existing political framework.
- b) Strategic Actions: These should occur in three areas: replacing the "governance" approach with "government" in bureaucracy, expanding "social justice" in the broadest sense (economic, cultural, social, political) in domestic policy, and leveraging "foreign policy capacities" to prioritize national interests and strengthen internal cohesion.

**Keywords:** Generation Gap, Generation Z, Life Politics, Self-expressivism, Socio-political Tensions, Iran.

### Resources

Alizadeh, Abdolreza; Azhdarizadeh, Hosein & Majid Kafi (2006). *Sociology of Knowledge*, 2nd edition, Qom: Research Center of Seminary and University.

Azad Armaki, Taghi & Gholamreza Ghafari (2004). *Generational Sociology in Iran*, Tehran: Institute for Humanities and Social Science.

Ashtiani, Manochehr (2017). *Karl Mannheim's Sociology of Knowledge*, Tehran: Ghatreh, 2nd edition.

Aboli, Abedin; Haghighi, Ali-Mohammad & Ghafar Zarei (2002). "The Impact of

- Virtual Social Networks on the Political Behavior of Iranian Citizens (from 1997-87)", *Quarterly of Geography & Regional Planning*, 12 (46): 713- 732.
- Alimi, Mahmoud; Eltiaminia, Reza & Hoseini, Ali (2012). "Study of Role of Medias and Social Networks in the Political Developments of Middle East and North Africa", *Political and International Knowledge*, 2 (1): 75-98.
- Babayi-Fard, Asadollah & Rohi, Maryam (2017). "The Effect of Lifestyle on a Generation Gap between Young People in Kashan", *Intercultural Studies*, 11 (30): 35-61.
- Bagheri, Khosro (2020). "Possibility and Factors of Generations Gap from a Psychological View", *Quarterly of Education Growth, School Counselor*, 15 (3): 4-7.
- Bayat, Asef (2023). "Is Iran on the Verge of Another Revolution?", Retrieved from: <https://www.journalofdemocracy.org/is-iran-on-the-verge-of-another-revolution/>
- Bashirieh, Hosein (2015). *Reason in Politics*, Teharn: Negah-e Mo`aser.
- Bayat, A (2011). *Life as Politics: How Ordinary People Change the Middle East*, F. Sdeghi (Trans.), Amin Electronic Library, Retrieved from: WWW.AEL.AF. (In Persian)
- Beck, Ulrich (2018). *Risk Society*, R. Fazel & M. Farahmandnezhad (Trans.), Tehran: Sales.
- Castells, M. (2014). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, M. Gholipour (Trans.), Tehran: Markaz. (In Persian)
- Csobanka, Zsuzsa Emese (2016). "The Z Generation", *Acta Technologica Dubnicae*, 6 (2): 63 - 76.
- Dadgar, Yadollah & Hasan Mahmoodvand (2022). "Analyzing the Relationship between Inequality and Social Unrest: Iran and the Selected Countries", *The Journal of Economic Studies and Policies*, 9 (1): 116- 141.
- Delavari, Abolfazl (2022). "The Report of the 1st Symposium on Analysis and Future-Studies of the 2022 Protests", Retrieved from: <http://www.ipso.ir/content/7>
- Dolot, Anna (2018). "The characteristic of Generation Z", *e-mentor*, 44-50.
- Fathi, Soroush & Maesomah Motlagh (2011). Globalization and Generation Gap (A social study of generation gap by focusing on information and communication technologies). *Journal of Strategic Studies of Public Policy*, 2 (5): 145- 177.
- Gholipour, Mojtaba (2023). *From Linear to Fluid: Understanding the Dormant*



- Phase of the Lifestyle Movement. *Strategic Studies Quarterly*, 26 (1): 67- 97.
- Gibbins, John. R & Bo Reimer. (2002), *Politics of Postmodernity*, M. Ansari (Trans.), Tehran: Gam-e Noo. (In Persian)
- Giddens, A. (2004). *The Giddens Reader*, F. Castell (Ed.), Tehran: Ghoghnos. (In Persian)
- Golmohammadi, Ahmad (2010). *Globalization, Culture, and Identity*, 4th Ed, Tehran: Ney. (In Persian)
- Hunterm Shirin (2001). *Islam and the West*, H. Majd (Trans.), Tehran: Farzan. (In Persian)
- Ideological-Political Organization of the Army of Islamic Republic of Iran (2022). "A Comparative Review of the Sedition 2009 and Recent Disturbance", *Strategic-Political Monthly of Basa`er*, 435: 4- 82. (In Persian)
- Iftode, Dumitria (2019). "Generation Z and Learning Styles", *SEA - Practical Application of Science*, 7 (21): 255 - 262.
- Jafarzadeh- pour, Forouzandeh (2017). "Media, a Tool for Generations Classification in Iran", *Sociological Cultural Studies*, 8 (2): 1- 17. (In Persian)
- Kalhor, Sina; Rahmanipour, Reihaneh & Asieh Arhami (2018). "The Factors Effecting on Performativity of Hijab Policies and the Solutions", *Research Center of the Parliament of Islamic Republic of Iran*, Retrieved from: <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1067213> (In Persian)
- Khajeh-Pour, Leyla (2017). "The Phenomenon of Generation Gap from an Educational View", *The 1st National Conference on the Pathology and Solutions of the Phenomenon of Generation Gap*, 1- 12. (In Persian)
- Kriesi, Hanspeter. (2007). "Political Context and Opportunity", in David Snow (Ed), *The Blackwell Companion to Social Movements*, London: Blackwell.
- Madani, Saeed (2020). *The Dead Fire: On the Protests of November 2019*, Tehran: Rahman Institute. (In Persian)
- Melucci, Alberto. (1989) *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*, London: Hutchinson.
- Moidfar, Saeed (2004). "Generation Gap or Cultural Rapture (a Review of Generation Rapture in Iran", *Journal of Social Science Letter*, 24: 55- 80. (In Persian)
- Moshirzadeh, H. (2002), *A Theoretical Introduction to Social Movements*, Tehran: The Research Institute of Imam Khomeini and Islamic Revolution. (In Persian)
- Norozi, Morteza (2019). "Analysis of political protests of January 2018 in



- Iran". *Research Letter of Political Science*, 14 (4): 185- 220. (In Persian)
- Radrad, Aezam (1997). "A Critique on Karl Manheim`s Sociology of Knowledge", *Journal of Seminary and University*, 11 & 12: ۵۴- ۵۷. (In Persian)
- Rafie, Hosein & Majid Abbaszadeh Marzbali (2020). "The Challenges of Globalization and Cyber Space for Iran's National Identity and Solutions to Deal with them". *Journal of Politics and International Relations*, 3 (6): 85- 111. (In Persian)
- Raghfar, Hosein; Sangari Mohazab & Mahdieh Amini Abchoieh (2022). "Simulation of The Impact of Income Distribution on Social Unrest Using Agent-based Modeling Approach", *Quarterly Journal of Economic Research and Policies*, 30 (101): 57- 84. (In Persian)
- Sadeghi-Boroujerdi, Eskandar (2003). "Iran`s Uprisings for `Women, Life, Freedom`: Over-determination, Crises, and the Lineages of Revolt", *Politics*, 43 (3): 1- 36. DOI: 10.1177/02633957231159351
- Safaei, Reza, Jamshidian, Hadi & Hasan Darzian Rostami (2022). "The 2022 Disturbance from the Perspective of the Theory of Second Age of Media", *Quarterly Journal of Research on Security*, 21 (79): 83- 110. (In Persian)
- Salmani, Leila (2021). "The Place of Due Diligence Principle in Prevention of Air Accidents: Shooting of Ukrainian International Airlines Flight (752)", *Journal of Legal Research*, 19 (44): 61- 81. (In Persian)
- Sarokhani, Bagher (1996). *An Introduction to Encyclopedia of Social Science*, Tehran: Keyhan. (In Persian)
- Sharafi, Mohammadreza (2020). "Elements and Factors of Generation Gap from a Psychological View", *Quarterly of Education Growth, School Counselor*, 15 (3): 8- 13. (In Persian)
- Singh A. P & Dangmei, J (2016). "Understanding The Generation Z: The Future Workforce", *South Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 3 (3):1 – 5.
- Sohrabi, Mahsiana; Tajik, Mohammadreza & Mansoor Mirahmadi Chenarooieh (2021). "The Discourse of the Neo-Reformists and Rhizomatic Bio-Movements: (2013-2019)", *Research Letter of Political Science*, 16 (12): 111- 138. (In Persian)
- Soleymani, Mohammad-Mehdi & Mohammad Torabi (2023). "Analyzing Iran`s the 2022 Unrest based on Communicative Action", *International Journal of Nations Research*, 8 (87): 27-49. (In Persian)



- Soleymanpour Omran, Mahbobeh (2017). "Conceptology of Generation Gap and Educational Solutions to Overcome", *Scientific Quarterly Educational Research Letter*, 12 (50): 69- 96. (In Persian)
- Taheri, Behrang; Tohidfam, Mohammad & Seyyed Mostafa Abtahi (2022). "The Sociological Legitimacy of the Islamic Republic of Iran within the Framework of Identity Policy", *Journal of Political Science*, 18 (59): 47- 71. (In Persian)
- Tajik, Mohammadreza. (2019). *Bio-Movement: This is not a Movement*, Tehran: Negah-e Moaser. (In Persian)
- Tavakol, Mohamad & Maryam Ghazinezhad (2006). "Generation Gap from a Macro Sociological Approach: Reviewing and Criticizing the Historical Generation Approach and the Conflict Approach, Concentrating on the Theories of Manheim and Bourdieu", *Journal of Social Science Letter*, 27: 96-124. (In Persian)
- Touraine, Alain. (2021). *Return of Actor: Social Theory in Postindustrial Society*, S. Sadeghizadeh (Trans.), Tehran: Sales. (In Persian)
- Touraine, Alain. (2020). *What is Democracy*, S. Sadeghizadeh (Trans.), Tehran: Sales. (In Persian)
- Yousefi, Nariman (2004). *Generation Gap: A Theoretical and Empirical Survey*, Tehran: Institute for Humanities and Social Science (In Persian).

## زمینه‌ها و پیامدهای مشارکت نسل Z در تنش‌های سیاسی-اجتماعی ایران (۱۴۰۱-۱۳۹۶)

حسین دوست‌محمدی<sup>۱</sup> \* محسن عباس‌زاده مرزبالی<sup>۲</sup>

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی (مسائل ایران)، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

۲. استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=9771414014/1.92%>

<https://dori.net/dor/20.1001.1.1735790.1402.19.1.2.2>

### چکیده

دگرذیسی عمیق بینشی و کنشی در میان متولدان سه دهه اخیر و بازتاب آن در تنش‌های سیاسی و اجتماعی دهه اخیر، ضرورت بازخوانی هویت، رفتار، و خواسته‌های نسل جوان را گریزناپذیر کرده است. به‌منظور بررسی نسبت نسل Z با این تحولات، پژوهش حاضر درصدد پاسخ به این پرسش است که «چه زمینه‌هایی سبب ترغیب نوجوانان و جوانان به کنش سیاسی شده و چه نتایجی را می‌تواند در پی داشته باشد؟» در پاسخ، فرضیه پژوهش این است که «تغییر نسل، به‌دلایل پرشمار اجتماعی، فرهنگی، و روان‌شناختی، سبب گشوده شدن پنجره‌ای متفاوت در برابر نسل جدید و زمینه‌ساز کنشگری سیاسی متفاوتی شده است که پیامدهای آن تابعی از نحوه رویارویی نظام سیاسی خواهد بود». در راستای بررسی فرضیه یادشده، چارچوب نظری ترکیبی، متشکل از نظریه «گسست نسل‌ها»ی کارل مانهایم و مفهوم «سیاست زندگی» آنتونی گیدنز به‌کار گرفته می‌شود و در پایان، راهکارهایی برای تعامل و اشتراک مسائل و مشکلات جامعه ایران با این نسل پیشنهاد می‌شود. داده‌های برآمده از رویکرد اسنادی و کتابخانه‌ای، به شیوه توصیفی-تحلیلی سامان می‌یابد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۱۵

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۳۱

نوع مقاله: پژوهشی

واژگان کلیدی:

نسل Z، شکاف

نسل‌ها، سیاست

زندگی، خودابرازگری،

تنش‌های سیاسی و

اجتماعی، ایران

\* نویسنده مسئول:

محسن عباس‌زاده مرزبالی

پست الکترونیک: [m.abbaszadeh@umz.ac.ir](mailto:m.abbaszadeh@umz.ac.ir)

## مقدمه

روند جهانی شدن که به یاری فناوری ارتباطات و اطلاعات، تمام نقاط جهان را درنوردیده، در سه دهه گذشته به تدریج بر بخش گسترده‌ای از جنبه‌های عینی و ذهنی جهان زیست ایرانی تأثیرگذار بوده است. اما گویا به لحاظ ذهنی، جهان زیست ایرانی، دچار دگردیسی عمیق‌تری شده است که به دلیل تلاقی با سرعت فزاینده ارتباطات و انتقال اطلاعات، با نوعی آشفتگی و پریشانی همراه است؛ زیرا، نه تنها حامل ارزش‌ها، هنجارها، و باورهای نسل‌های گذشته نیستند، بلکه در تعارض و تقابل با آن‌ها نیز قرار می‌گیرند (بابایی فرد و روحی، ۱۳۹۵، ۵۸).

تفاوت نسل جدید با نسل‌های گذشته، افزون‌بر ذات و ماهیت مطالبات، در مقیاس و سطح مطالبات است؛ به این معنا که نسل‌های گذشته در پی تحقق انگاره «رهای اجتماعی» در قالب کلان‌روایت‌هایی همچون آزادی سیاسی، عدالت اجتماعی، و... بودند، اما نسل نوجوان و جوان امروز، خواهان «سیاست زندگی» یا خودابراگری<sup>۱</sup> است؛ یعنی آزمودن و کسب موفقیت در دستیابی به روایت‌های خردی که «فردیت» به معنای «خویش‌تن» در آن محوریت دارد؛ خواسته‌هایی همچون از بین رفتن نظام اجتماعی سلسله‌مراتبی و دستیابی به برابری با سایر نسل‌ها، حق زندگی رضایت‌بخش و کرامت‌محور، انتخاب نوع پوشش و سبک زندگی، نحوه ارتباط با جنس مخالف، کیفیت حضور در اجتماع و... به عبارت دیگر، به جای پرداختن به ژرفای زندگی و تعمق در امور پیچیده فکری و فلسفی، به تأمل در اموری علاقه دارند که در سطح زندگی جریان دارد؛ اما به اندازه کافی به آن‌ها توجه نمی‌شود.

در این فقره، گویا نسل جدید، خواسته یا ناخواسته به قلمرو میکروسیاست پسامدرن وارد شده‌اند. یکی از ویژگی‌های عمده این نسل، آمیختن دو حوزه خصوصی و عمومی است؛ زیرا، هرگونه امر شخصی را امری سیاسی به‌شمار می‌آورند. امر شخصی، به معنای «ابراز وجود»، برجسته‌ترین خط قرمز آن‌ها به‌شمار می‌آید. به تعبیر اولریش بک: «خواهان حق برخورداری از رویکرد شخصی خودشان درباره زندگی هستند و می‌خواهند «خود» در این زمینه تصمیم بگیرند» (بک، ۱۳۹۷، ۱۸۰) و به عنوان تجربه زیسته به جامعه تسری دهند؛ در این معنا، حامل تعبیر آلن تورن از سوژگی هستند؛ سوژگی به معنای تلاش برای تبدیل یک موقعیت زیسته به یک کنشگری آزاد و دمیدن روح «آزادی» در کالبد جبر اجتماعی و میراث فرهنگی (تورن، ۱۳۹۹، ۳۶).

## 1. Self-expressivism

براین اساس، کنشگری به‌مثابه مطالبه آزادی انتخاب «شیوه بودن» و سبک زندگی، امر سیاسی را از جایگاه بلند اجتماعی‌اش به زیر کشیده و تا حد امور روزمره فردی تنزل داده است. این «فروسیاست» یا نگاه به سیاست به‌مثابه امری در طول سایر عناصر زندگی، نه بر فراز آن‌ها، در کشور ما پدیده‌ای جدید است و بی‌تردید، علل، عوامل، و پیامدهای شگرفی دارد.

پژوهش حاضر، در پی آن است تا چرایی و چگونگی مشارکت نسل Z در امر سیاسی را در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ بررسی کند. پرسش این است که «چه زمینه‌هایی موجب ترغیب نوجوانان و جوانان به کنش سیاسی شده و چه نتایجی در پی داشته است؟» متغیر مستقل در این پژوهش، نسل Z (نوجوانان و جوانان متولد سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ یا ۱۳۷۵ تا ۱۳۹۰) و متغیر وابسته، تحولات سیاسی و اجتماعی ایران بین سال‌های ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۱ است. متغیر مداخله‌گر نیز رویکرد نظام سیاسی حاکم است که سبب کند شدن مقطعی یا سرعت بیشتر انباشت مطالبات این نسل و در نتیجه، تحولات اجتماعی سیاسی می‌شود. فرضیه پژوهش این است که «تغییر نسل، به دلایل پرشمار اجتماعی، فرهنگی، و روان‌شناختی، سبب گشوده شدن پنجره‌ای متفاوت در برابر نسل جدید و زمینه‌ساز کنشگری سیاسی متفاوتی شده است که پیامدهای آن، تابعی از نحوه رویارویی نظام سیاسی با این پدیده خواهد بود». در پژوهش حاضر، داده‌ها به شیوه توصیفی-تحلیلی ساماندهی شده‌اند.

### ۱. پیشینه پژوهش

آصف بیات (۲۰۲۳) در یادداشتی با عنوان «آیا ایران در آستانه انقلاب دیگری است؟»، تحركات خیابانی سال ۱۴۰۱ را حرکت آرام «نا-جنبشی» می‌داند که در پی ایجاد شیوه‌های زندگی و هنجارهای جایگزین است. به نظر او، این رویداد، حاکی از «یک تغییر پارادایم در ذهنیت ایرانی» است که در آن کرامت انسانی، به زمینه گسترده بسیج اجتماعی تبدیل شده است و خستگی معترضان، به معنای پایان جنبش نیست، بلکه به معنای پایان یک چرخه از اعتراضات است.

صادقی بروجردی (۲۰۲۳) در مقاله‌ای با عنوان «شورش‌های ایران برای، زن، زندگی، آزادی»، وقوع این رویدادها را تلاش‌هایی در راستای رسیدن به حقوق و آزادی‌های دموکراتیک در ایران ارزیابی می‌کند که بر اثر هم‌افزایی چند بحران جداگانه ریشه‌دار در سیستم، ظاهر شده‌اند. این بحران‌ها، عبارتند از: سرکوب جنسیتی، تداوم مشکله قومی-ملی، بن‌بست

اصلاحات در دموکراسی مذهبی، و اقتصاد سیاسی نولیبرال اقتدارگرا.

قلی‌پور (۱۴۰۲) در مقاله «گذار از جنبش خطی به جنبش سیال؛ چارچوبی برای درک دوره نهفتگی جنبش‌های اجتماعی» ابتدا با مقایسه ۷ شاخص (عرصه، نوع، معیار، مهم‌ترین تجلی، بروز نشانه‌ها، وجه غالب، و مخاطب اصلی) دو نوع جنبش اجتماعی خطی و سیال را معرفی کرده و تنش‌های سال ۱۴۰۱ را جزو جنبش‌های سیال معرفی می‌کند که پس از ظهور و اوج‌گیری در نیمه دوم سال ۱۴۰۱، دوره نهفتگی خود را تجربه می‌کند. او که یکی از ویژگی‌های عمده این جنبش را خلل در پیوندهای بین‌نسلی ارزیابی می‌کند، جوانان و نوجوانان دهه‌های ۱۳۷۰، ۱۳۸۰ و ۱۳۹۰ را موتور پیشران این جنبش و مهم‌ترین دغدغه‌شان را زیست خودمختارانه و سوژه‌محور می‌داند.

توحیدلو (۱۴۰۱) در مقاله «فرا ترکیب تحلیل‌های موجود درباره اعتراض‌های ۱۴۰۱ ایران»، عوامل به‌وجودآورنده این اعتراض‌ها را به سه دسته تقسیم می‌کند: «ناکارآمدی‌های سیاسی، اجتماعی، و اقتصادی»، «تغییرات اجتماعی و فرهنگی، از جمله در سبک زندگی»، و «شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و نقش پررنگ نسل Z در آن». براساس یافته‌های او، سوژگی، کانونی شدن مفاهیم حاشیه‌ای، و دگردیسی در هنجارها، از زمینه‌های عمده بروز این اعتراض‌ها به‌شمار می‌آیند.

صفایی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله «اغتشاشات مهر، آبان، و آذر ۱۴۰۱ از منظر نظریه عصر دوم رسانه‌ها»، بر نقش رسانه‌ها در تضعیف باورها و هنجارهای محلی و تقویت هنجارهای جهانی تأکید کرده و این وضعیت را عامل شکل‌گیری هویتی جدید در برابر هویت گذشته می‌دانند. در این مقاله، نقش رسانه‌های فارسی‌زبان خارج از کشور در شکل‌گیری این پدیده، بسیار برجسته ارزیابی شده است. همچنین، از آنجاکه شبکه‌های مجازی نیز در تشدید این فضا مؤثر بوده و بیش از نیمی از فعالان عرصه رسانه‌های مجازی را جوانان بین ۱۸ تا ۲۹ سال تشکیل می‌دادند، نقش برجسته نسل Z در این تحولات، بازشناسی شده است.

مفخمی شهرستانی و احتشامی (۱۴۰۱) در مقاله «تحلیل امنیتی-اجتماعی ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱»، ضمن تمایزگذاری میان اعتراض و اغتشاش، عوامل اصلی شکل‌دهی به این ناآرامی‌ها را در هفت بعد معرفی کرده‌اند که عبارتند از: تحركات قومی-مذهبی-جنسیتی، گسست فکری نسل جوان با والدین، انحرافات اعتقادی در نسل جوان، تمایل نسل جوان به خوشگذرانی، و... در ادامه، جوانان، زنان، و اقلیت‌های قومی و مذهبی، بازیگران اصلی این ناآرامی‌ها معرفی شده‌اند.

سهرابی، تاجیک، و میراحمدی (۱۴۰۰) در مقاله «گفتمان نواصلاح‌طلبی و گفتمان امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران؛ زیست-جنش‌های ریزوماتیکی (۱۳۹۸-۱۳۹۲)» حرکت‌های جمعی دهه اخیر را «زیست-جنش»‌های خودجوش، بی‌رهبر، بی‌مرکز، و درعین‌حال، احیای پذیرنده به‌شمار آورده‌اند که در سطح یک «نیروی واکنشی» و «بلوک‌های نیاز» همبسته آن هستند؛ نیرویی که تنها در پناه رخداد‌های ملت‌هت بیرونی پدیدار شده و فاقد توان ایجاد پیوندهای ریزوماتیک در راستای اعمال تغییرات بنیادین و انقلابی بوده است. در نتیجه، در حوزه گفتمان امنیت ملی، تهدید جدی‌ای به‌شمار نمی‌آید، بلکه نیازمند اتخاذ راهکارهای نجات و رویارویی بلندمدت است.

دال مرکزی مقاله‌های بررسی شده، بیشتر نسل جوان را به‌عنوان متغیر وابسته در نظر می‌گیرد که با تأثیرپذیری از عناصر مهم‌تری، وارد تنش‌های اخیر شده است و به‌همین دلیل، حضورشان در حاشیه می‌گنجد. همچنین، ویژگی‌ها و دلالت‌های اجتماعی، سیاسی، و امنیتی ناآرامی‌های نیمه دوم سال ۱۴۰۱ را بررسی کرده‌اند؛ درحالی‌که مقاله حاضر به تحولات فرهنگی و فکری نسل Z، بیش از تغییرات دیگر توجه داشته و در واقع، تغییر کنش آن‌ها را ناشی از تغییر بینششان می‌داند؛ هرچند از نقش عوامل محیطی در باز شدن پای این نسل به عرصه سیاسی نیز غفلت نمی‌ورزد.

## ۲. چارچوب نظری پژوهش

تحلیل ماهیت کنشگری نسل Z، نیازمند دستگاه مفهومی‌ای است که پیشران‌ها و نحوه عاملیت این نسل را دربرگیرد. در این راستا، تدارک یک چارچوب نظری ترکیبی ضروری به نظر می‌رسد.

### ۱-۲. نظریه «گسست نسل‌ها»ی کارل مانهایم

برای بررسی موضوع گسست نسل‌ها، رهیافت‌های پرشماری وجود دارد که در یک تقسیم‌بندی کلی می‌توان از دو رهیافت نسل تاریخی و رهیافت تضادگرا نام برد. در رهیافت نخست، تجربه‌های تاریخی، حوادث، و خاطرات مشترک و در رهیافت دوم، تضاد منافع به‌معنای موسع آن محوریت دارد. در رهیافت تاریخی، کارل مانهایم<sup>۱</sup> و در رهیافت تضاد، پی‌یر بوردیو<sup>۲</sup> از برجستگی خاصی برخوردارند (توکل و قاضی‌نژاد، ۱۳۸۵، ۱۰۸-۹۸). مانهایم

1. Karl Mannheim

2. Pierre Bourdieu

(۱۹۴۷-۱۸۹۳)، فیلسوف و جامعه‌شناس اروپایی، از برجسته‌ترین چهره‌هایی است که موضوع گسست نسل‌ها را بررسی کرده است. تأملات وی که در چارچوب جامعه‌شناسی شناخت قرار می‌گیرد، بر رابطه میان معرفت و هستی اجتماعی و انواع صورت‌بندی‌های اجتماعی تمرکز دارد (علیزاده و همکاران، ۱۳۸۵، ۲۷)؛ به این معنا که شرایط اجتماعی خاص هر دوره، چگونگی اندیشه در آن دوره را تعیین می‌کند (راو دراد، ۱۳۷۶، ۵۷-۵۴). دال مرکزی جامعه‌شناسی او، وحدت فکر و زندگی بود و اندیشه را حاصل تجربه زیسته بشر در نظر می‌گرفت که در هر زمانه‌ای با صورت‌بندی خاصی ظاهر می‌شود (آشتیانی، ۱۳۹۶، ۲۰۵). همین تفاوت تجربه زیسته هر نسل با نسل دیگر، زمینه‌ساز گسست نسل‌ها می‌شود.

مانه‌ایم بر این نظر است که زمانی که سرعت تغییرات فرهنگی به اندازه‌ای افزایش یابد که نسل کنونی بتواند با اتکا به آن میراث فرهنگی نسل گذشته را به چالش بکشد، گسست نسلی<sup>۱</sup> روی خواهد داد. نکته مهم این است که تعداد انگشت‌شماری از تحول‌خواهان نسل گذشته که «طلایه‌داران» خوانده می‌شوند، نخستین گام‌های این گسست را برمی‌دارند و نسل جدید، دنباله‌رو آن‌ها می‌شوند (معیدفر، ۱۳۸۳، ۶۱). از همین فراز کوتاه می‌توان دریافت که نگاه او به نسل، چیزی فراتر از اشتراک در سن و سال افراد است. به نظر وی، تعریف نسل، بیش و پیش از آنکه کمیت محور باشد، کیفیت محور است؛ نسل، تنها کسانی نیستند که در یک بازه زمانی خاص متولد شوند، بلکه صرف نظر از سن و سالشان، گروهی از انسان‌ها هستند که در یک جغرافیای واحد در دوره جوانی خود تجربه‌های تاریخی سترگی را پشت سر گذاشته و کم و بیش به هویت مشترکی دست یافته باشند. برجستگی این تعریف از نسل، محوریت نوعی آگاهی یا هویت متمایز است که نسل مورد نظر را از نسل پیش و پس از خود جدا می‌کند (توکل و قاضی نژاد، ۱۳۸۵، ۹۸).

در واقع، نگاه مانه‌ایم به نسل، نگاه بیولوژیکی نیست، بلکه آن را پدیده‌ای اجتماعی در نظر می‌گیرد. برای درک بهتر نگرش او باید بین دو واژه «همزیستی»<sup>۲</sup> و «هم‌زمانی»<sup>۳</sup>، که بیانگر تفاوت بین دو واژه «زمان»<sup>۴</sup> و «دوره»<sup>۱</sup> است، تفاوت قائل شد. اینکه انسان در چه زمانی

1. Generation Gap
2. Coexistence
3. Contemporaneity
4. Time

زندگی کرده، با اینکه در چه دوره‌ای زندگی کرده است، تفاوت‌های بسیاری دارد. در همزیستی، انسان‌ها در جغرافیایی یگانه، تجربه‌های تاریخی مشترکی را از سر می‌گذرانند، اما در هم‌زمانی، اولاً بحث جغرافیای یگانه مطرح نیست و ثانیاً، هم‌زمانی الزاماً به این معنا نیست که همه تجربه تاریخی یکسانی را از سر گذرانده باشند. در جامعه‌شناسی نسل‌های مانهایم، کلیدواژه «واحد نسلی<sup>۲</sup>» می‌تواند در روشنی‌بخشی به بحث راهگشا باشد. به تعبیر او، واحد نسلی، عبارت است از مجموعه‌انسان‌هایی که در جامعه‌ای با ساختار معین و مشخص، ذیل گفتمان یا ایدئولوژی خاص، در حال ادراک، تجربه، یا کسب نوع خاصی از آگاهی هستند و در برابر هم به کنش متقابل می‌پردازند (یوسفی، ۱۳۸۳، ۳۸).

## ۲-۲. سیاست زندگی<sup>۳</sup> و بیانگرباوری<sup>۴</sup> سیاسی

با وام‌گیری از نظریه‌های اجتماعی-سیاسی جدید (در رویکردهای پساساخت‌گرا و مدرنیته متأخر)، مشارکت نسل Z را می‌توان کنشی از جنس «خرده‌سیاست پسامدرن علیه حکومت‌مندی» در نظر گرفت. چنان‌که فوکو یادآور می‌شود، فرایندهای قدرت که در پی تنظیم و کنترل زندگی هستند، شکل‌هایی از مقاومت را برمی‌انگیزانند که خواستار بازشناسی خود به نام بدن و زندگی می‌شود؛ یعنی به همان چیزی تکیه دارند که قدرت آن را فراگرفته است: بدن و زندگی؛ نیازهای اساسی و ماهیت انضمامی انسان، تحقق بالقوگی‌اش، و فراوانی امکان‌ها. در این معنا، زندگی، «بی‌وقفه» مقاومت می‌ورزد و به‌عنوان مبارزه سیاسی اعتبار می‌یابد و علیه همان نظامی می‌شورد که خواهان کنترل آن است (تاجیک، ۱۳۹۸، ۱۹۲-۱۹۱).

در تعبیر آلبرتو ملوچی<sup>۵</sup>، جنبش‌های اجتماعی جدید برای اثبات و تأیید چیزی مبارزه می‌کنند که دیگران آن را نفی یا انکار می‌کنند (ملوچی، ۱۹۸۹، ۶۴). بر همین اساس، کنشگری نسل Z را می‌توان در چارچوب برداشت جدیدی از کنش سیاسی درک کرد که آنتونی گیدنز «سیاست زندگی» می‌نامد؛ یعنی کنشی که با صرف‌نظر کردن از آرمان‌های رهایی‌بخش کل‌گرایانه ایدئولوژی‌ها، به دنبال پیگیری معنای خود از زندگی است (گیدنز، ۱۳۸۳، ۴۷۲) و از آنجا که «امر شخصی، امر

1. Age
2. Generational unit
3. Life Politics
4. Self-expressivism
5. Melucci

سیاسی است»، مطالبه‌بازشناسی هویت و سبک زندگی، کنش سیاسی در معنای عمیق آن (مطالبه‌بازآرایی نظام هنجاری جامعه) است. این نوع سیاست‌ورزی در قالب سبکی پیگیری می‌شود که گیبینز و ریمر «بیانگر باوری سیاسی» می‌نامند؛ یعنی شیوه‌های جدید ابراز وجود و سبک زندگی، شکل دادن به خود و واقعیت اجتماعی آن‌گونه که فرد احساس می‌کند هست و می‌خواهد بشود و از منابع قابل دسترس خویش برای رسیدن به آن آگاه است. کنش سیاسی، یکی از ابزارهای خواست‌بیانگر باورانه است؛ اما در اینجا کنشگری به جای احزاب سنتی با جنبش‌های اجتماعی جدید گره می‌خورد؛ زیرا، امکان بیشتری برای ابراز مستقیم و بی‌واسطه هویت‌ها و مطالبات را به افراد عادی می‌دهد (گیبینز و ریمر، ۱۳۸۴).

درواقع، به اقتضای نوع مطالبه و به دلیل تصلب زیست سیاسی حاکم یا عدم کفایت قالب‌های متعارف نمایندگی (ساختار هنجاری و نهادی حکومت و احزاب)، کنشگران جدید این سبک متفاوت و نامتعارف را برای «ابراز خود» برمی‌گزینند؛ سبکی که ملوچی، سیالیت، چهره‌پذیری دائمی، و ادغام‌ناپذیری آن‌ها در نظم موجود را ویژگی آن معرفی می‌کند؛ زیرا، حاضر نیستند به ترجمه نهادی تن دهند و به یک سیاست خاص فروکاسته شوند (مشیرزاده، ۱۳۸۱، ۲۰۵-۲۰۴). به بیان دقیق‌تر، این نوع کنش‌های جمعی، مصداق تعبیر ژیل دلوز از «ریزوم‌وارگی» هستند. برخلاف ساختار درختی که با ارتباطات خطی، عمودی، و گوش‌به‌فرمان سروکار دارد، ساختار ریزومی، فضاها و ارتباطات افقی، چندگانه، و همه‌جانبه را تداعی می‌کند و هر می و گوش‌به‌فرمان نیست، بلکه نوعی حرکت وحدت‌گریز است که مرکزش در هیچ‌جا نیست و در عین حال، در همه‌جا حضور دارد؛ بنابراین، به سبب ویژگی ضدتمرکز و سلسله‌مراتب، در حال «شدن» دائمی است و زندگی ایلیاتی و کوچ دائمی را که با محدودیت و سکون نمی‌سازد، تداعی می‌کند (تاجیک، ۱۳۹۸، ۱۷۸-۱۷۷).

روی هم‌رفته، هنگامی که اعتبار ایدئولوژی و نهادهای رایج برای راهبری و نمایندگی مطالبات نسل Z از دست می‌رود، نسل جدید از سبک و عرصه متعارف سیاسی (کنشگری نهادی از مجاری رسمی کلان‌سیاست) روی برگردانده و به سبک و عرصه متفاوتی از فعالیت سیاسی (کنشگری غیرنهادی متجلی در خرده‌سیاست خیابانی و فضای مجازی) روی می‌آورند.

## 1. Becoming

### ۳. الگوی مفهومی پژوهش

در تحلیل پیدایش این «گسست نسلی در سیاست‌ورزی» می‌توان برهم‌کنش چند عامل را در نظر گرفت:

۱. عوامل عینی یا سخت‌افزاری: مهم‌ترین عامل در این زمینه، فناوری ارتباطات و شبکه‌های مجازی اجتماعی، به‌ویژه پیام‌رسان‌های اینستاگرام، واتس‌آپ، تلگرام، توئیتر، و... هستند. عمده‌ترین ویژگی‌هایی که سبب افزایش میزان نفوذ این شبکه‌ها شده‌اند، عبارتند از: در دسترس بودن، نوین بودن، تنوع و تکثر اطلاعات، صراحت و شفافیت محتوای تولیدی (ابولی، ۱۴۰۱، ۷۲۱)، چندرسانه‌ای بودن، دسترسی آسان و سریع، گفت‌وگوی مستقیم و بی‌واسطه (التیامی‌نیا و همکاران، ۱۳۹۲، ۸۴). این اثرگذاری بر نسل جوان، بیش از سایر نسل‌هاست؛ زیرا، بیشتر کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی از این نسل هستند؛ شبکه‌هایی که می‌توانند با مرتبط کردن افراد متمیزه‌شده از واسطه فضای فیزیکی گذر کرده و فرصت بی‌نظیری برای ساختن شبکه‌های انفعالی و فعال ایجاد کنند (بیات، ۱۳۹۰، ۳۴-۲۹).

۲. عوامل ذهنی یا نرم‌افزاری: جهانی شدن<sup>۱</sup>، جهان‌وطن‌گرایی، پسامدرنیته، و...؛ جهانی شدن، به‌مثابه فرایند فشرده‌گی فزاینده زمان و فضا که مردم را کم‌وبیش و به‌گونه‌ای نسبتاً آگاهانه در جامعه جهانی واحدی ادغام می‌کند (گل محمدی، ۱۳۸۹، ۲۰)، افراد را از بستر تاریخی زندگی اجتماعی و هویت بومی‌شان جدا کرده و به عرصه سیاست زندگی و هویت جهانی پرتاب می‌کند. (رفیع و عباس‌زاده، ۱۳۹۸، ۹۰). در جهان زیست رسانه‌ای و مجازی‌شده این عصر، کنشگری سیاسی در قالب جدیدی پدیدار می‌شود که مانوئل کاستلز مختصات آن را چنین شرح می‌دهد: (۱) ارتباطات خودجوش، افقی یا شبکه‌ای، در ساختار مرکززدایی شده و بی‌رهبر؛ (۲) پخش و بررسی پیام‌ها؛ (۳) دورگه بودن، به‌معنای حضور هم‌زمان در فضای مجازی واقعی؛ (۴) محلی-جهانی بودن، به‌معنای پیوستن به جهان درعین وقوع در محدوده کشوری؛ (۵) بی‌برنامگی، به‌دلیل مطالبات متکثر و نامحدود کنشگران؛ (۶) خودتأمل‌گری، به‌معنای بازاندیشی پیوسته درباره آنچه هستند و می‌خواهند به‌دست آورند؛ (۷) بی‌خشونت و اتکا به نافرمانی مدنی (هرچند گاهی در برابر خشونت پلیس، به خشونت متوسل می‌شوند) (کاستلز، ۱۳۹۳).

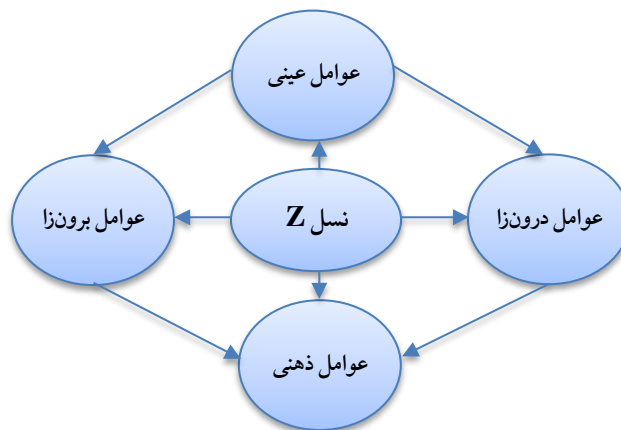
۳. عوامل درون‌زا یا داخلی: حاکمیت ایدئولوژی، به‌خاطر هویت‌سازی غیریت‌سازانه، بر

#### 1. Globalization

تفکیک جامعه به خودی/ غیرخودی استوار است (بشیری، ۱۳۹۴، ۸۱۴). طرفه آنکه تحکیم و تعمیق هویت خودی از راه برجسته‌سازی هویت غیرخودی به سرانجام می‌رسد و در نتیجه، دو دسته از ارزش‌ها و هنجارهای رسمی [یا خودی] و غیررسمی [یا غیرخودی] در برابر هم صف‌آرایی می‌کنند (طاهری و همکاران، ۱۴۰۱، ۵۹). این روند از سطح کلان در نظام بین‌الملل تا سطح خرد در روابط بینافردی جریان دارد. در برابر فضای ایدئولوژیک، شاهد تحولی ناظر به فردگرایی، تنوع، عدم‌تجانس، و مرکززدایی بوده‌ایم که به‌عنوان واکنشی به گرایش‌های یک‌سویه و یکسان‌ساز، قابل‌ارزیابی است (کریسی<sup>۱</sup>، ۲۰۰۷، ۹۰-۶۷).

۴. عوامل برون‌زا یا خارجی: بنای راهبرد مبارزه‌جویی و تنش بین جمهوری اسلامی ایران و غرب، بر تضاد سنت و مدرنیته استوار شده است. در این صحنه، جمهوری اسلامی به‌نماینده‌گی از سنت با مظاهر تجدد غربی مبارزه می‌کند. اتخاذ این رویکرد، به‌تعبیر هانتز، ایران را با چالش‌هایی مانند تقابلی شدن سیاست خارجی، ارزیابی غیرواقع‌بینانه توانمندی‌های خود و رقیب، واکنش سایر بازیگران بین‌المللی به رویکرد تهاجمی و انقلابی جمهوری اسلامی و پیامدهای آن، و... روبه‌رو کرده است (هانتز، ۱۳۸۰، ۲۳۰-۲۲۰). در چارچوب این فضای تقابلی، همواره شکاف‌های نسلی و تنش‌های اجتماعی-سیاسی برآمده از آن به زمینه‌ای برای تشدید تقابل میان حکومت ایران و بازیگران غربی تبدیل شده است.

شکل شماره (۱). الگوی مفهومی پژوهش



## 1. Kreisi

حاصل آنکه، از اواخر قرن بیستم، شاهد تلاقی مجموعه‌ای از عوامل معرفت‌شناختی، جامعه‌شناختی، و سیاسی هستیم که در همنشینی با هم، سبب ظهور بینش پساییدنولوژیک و سبک جدیدی از کنشگری شده‌اند؛ بینش و کنشی که اگرچه ابتدا در جوامع غربی ظهور و بروز یافت، به اقتضای سرایت‌پذیری هنجارها و پدیده‌ها در عصر جهانی‌شدن، منجر به تغییر ذائقه‌ها، هنجارها، و جهان‌بینی‌های جوامع در حال‌گذار نظیر ایران نیز شد.

#### ۴. نسل و شکاف نسل‌ها

براساس داده‌های دائرةالمعارف علوم اجتماعی، «در جمعیت‌شناسی، نسل به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که مرحله‌ای از حیات را با یکدیگر آغاز کرده یا پایان داده باشند؛ گروهی که در یک زمان فارغ‌التحصیل می‌شوند، در زمانی به نسبت نزدیک با هم به دنیا آمده یا ازدواج کرده‌اند» (ساروخانی، ۱۳۷۵، ۱۰۷). این تعریف بر عنصر زمان تأکید دارد. نسل، از نقطه‌نظر زیست‌شناختی و شجره‌شناختی، معنای آشکاری دارد و بر خلفیت منظم یک رسته هم‌دوره از یک نیای مشترک اطلاق می‌شود (آزادارمکی و غفاری، ۱۳۸۳، ۱۸). در این تعبیر، تداوم ویژگی‌های زیست‌شناختی و هم‌خونی اهمیت دوچندانی دارد. در تعریفی دیگر، فرد و مقطع زمانی او، فرع بر ساختار اجتماعی و تحولات تاریخی‌ای است که نسل، درون آن شکل می‌گیرد و سرانجام، به هویت مستقلی دست می‌یابد که با نسل پیشین و پسین متمایز می‌شود. این دیدگاه به اندیشه مانهایم نزدیک‌تر است.

جامعه‌شناسان غربی، نسل را به چند مفهوم مختلف به کار برده‌اند. برخی، از جمله کرتزر، با نگاهی «افقی»، نسل را براساس روندهای اجتماعی جاری در زندگی به چهار دسته تقسیم می‌کند: (۱) «خویشاوندی»: مانند رابطه والدین و فرزندان؛ (۲) «هم‌دوره‌ای»: مانند دانشجویان یک مقطع تحصیلی یا ورودی‌های یک سال تحصیلی؛ (۳) «مرحله‌ای از زندگی»: مانند کسانی که در مقطع خاصی از زمان، ازدواج می‌کنند یا اشتغال می‌یابند، و...؛ (۴) «دوره‌ای تاریخی»: مانند نسل انقلاب، نسل جنگ، و... (فتحی و مطلق، ۱۳۹۰، ۳).

برخی دیگر، مانند اشتراوس، بدون اشاره به مقطع یا بازه زمانی خاصی، افراد نسل‌ها را براساس کیفیت روان‌شناختی به چهار گروه سازگار<sup>۱</sup>، واکنش‌گرا<sup>۲</sup>، آرمان‌گرا<sup>۱</sup>، و مدنی<sup>۲</sup> تقسیم

1. Adaptive

2. Reactive

کرده‌اند (جعفرزاده‌پور، ۱۳۹۶، ۳). عده‌ای نیز، از زاویه نگاه «عمودی»، با تمرکز بر مقاطع زمانی یا دوره‌های تاریخی، نسل قرن ۲۰ را در چارچوب چند عنوان دسته‌بندی کرده‌اند: (۱) نسل بزرگان یا متولدان بین سال‌های ۱۹۱۰ تا ۱۹۲۵؛ (۲) نسل خاموش یا متولدان بین سال‌های ۱۹۲۶ تا ۱۹۴۵؛ (۳) نسل انفجار جمعیت یا متولدان بین سال‌های ۱۹۴۶ تا ۱۹۶۳؛ (۴) نسل X یا متولدان بین سال‌های ۱۹۶۴ تا ۱۹۸۰؛ (۵) نسل Y یا متولدان بین سال‌های ۱۹۸۱ تا ۲۰۰۰؛ (۶) نسل Z یا متولدان سال ۲۰۰۱ به بعد [البته در تعبیر پربسامدتر، متولدان سال‌های ۱۹۹۵ تا ۲۰۱۰ که در ادبیات اجتماعی ایران، به نام دهه‌هشتادی‌ها و دهه‌نودی‌ها شناخته می‌شوند]<sup>(۱)</sup>.

نسل Z، با عنوان‌های پرشماری خطاب می‌شود که برخی از آن‌ها عبارتند از: نسل فراسده، نسل فیس‌بوک، نسل شهروندان دیجیتال، نسل سوئیچرها، نسل بچه‌های دات‌کام، نسل i [i اشاره به اینترنت است]، نسل ارتباط، نسل دیجیتال، نسل پاسخ‌گو [یا مسئولیت‌پذیر]، و... (سوبانکا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۶، ۶۷). آنا دولوت<sup>۴</sup> در باب مشخصات نسل Z می‌گوید این نسل توان استفاده هم‌زمان و زندگی در دو جهان واقعی و مجازی را دارد و حتی آن‌ها را مکمل یکدیگر می‌داند (دولوت، ۲۰۱۸، ۴۵). لویی گیرای<sup>۵</sup>، نسل Z را افرادی دارای سواد فنی می‌داند که «در جامعه‌ای جهانی متولد شده‌اند که در آن به‌نظر می‌رسد، همه‌چیز به هم مرتبط است. آن‌ها نیز به‌همین ترتیب [به این جهان مرتبط یا] وابسته هستند...؛ نسل سده به‌احتمال زیاد و به‌گونه‌ای قابل‌توجه، بخش عمده‌ای از زندگی خود را به‌صورت آنلاین و با تلفن همراه در دست زندگی می‌کنند و از ارتباط با دوستان و خانواده گرفته تا انجام خریدهای مهم را به‌همین سبک انجام می‌دهند» (گیرای، ۲۰۲۲، ۱۴-۱۳). دامیترا ایتوده<sup>۶</sup> نیز ویژگی‌های نسل Z و راه‌های یادگیری آن را چنین معرفی می‌کند: «خلاقیت، انعطاف‌پذیری، استقلال و افزایش مراقبت از محیط زیست» (ایتوده، ۲۰۱۹، ۲۵۶). شاید خلاصه‌ترین و گویاترین تبیین درباره

1. Idealist
2. Civic
3. Csobanka
4. Dolot
5. Louie Giray
6. Iftode

نسل Z را ای.پی.سینگ و دانگ مئی<sup>۱</sup> ارائه کرده باشند: «آن‌ها نسل خودت انجامش بده، هستند»<sup>۲</sup> (سینگ و دانگ مئی، ۲۰۱۶، ۲).

برخی جامعه‌شناسان، بین شکاف نسل‌ها، گسست نسل‌ها، و انقطاع نسل‌ها، تفاوت قائل می‌شوند. در این رویکرد، تفاوت در علایق و دیدگاه‌ها، مصداق شکاف نسلی، تضاد فرهنگی بین دو نسل، مصداق گسست نسل‌ها، و تضاد در پارادایم معرفتی بین دو نسل، مصداق انقطاع نسلی معرفی می‌شود (صادقی‌زاده، ۱۳۹۹، ۱۰۶)؛ اما با توجه به ظهور هم‌زمان برخی از نشانه‌های شکاف، گسست، و انقطاع نسلی در تنش‌های سال‌های اخیر، تفکیک این سه مقوله ناممکن به نظر می‌رسد.

گسست نسلی، دارای زمینه‌هایی است که می‌توان در چارچوب هفت عنوان به شرح زیر جمع‌بندی کرد: (۱) قطع ارتباط بین فضای معنایی دو نسل: مانند قطع ارتباط بین فضای معنایی دو نسل آرمان‌گرا و واقع‌گرا؛ (۲) دگردیسی در آرمان‌ها و اهداف: مانند تفاوت بین آرمان‌ها و اهداف نسل انقلابی و نسل مدنی؛ (۳) استحاله مفاهیم و واژگان: به‌عنوان نمونه، واژه مستضعف به قشر آسیب‌پذیر، دهک دهم یارانه‌بگیر، و زیر خط فقر استحاله یافته و دیگر بار ایدئولوژیک اولیه را حمل نمی‌کند؛ (۴) تحول در الگوها و دشواری الگویابی؛ (۵) تفاوت در زبان، واژگان، اصطلاحات و ادبیات شفاهی: اگر دو نسل نتوانند با یک ادبیات مشترک با هم ارتباط برقرار کنند، بی‌تردید، دچار شکاف نسلی خواهند شد؛ (۶) دگردیسی در ظاهر، آرایش، پیرایش، لباس، غذا، و...؛ (۷) تفاوت در انتظارات: به این معنا که اگر انتظارات نسل گذشته از نسل حاضر یا برعکس در یک راستا نباشد، شکاف نسلی روی خواهد داد (خواججه‌پور، به نقل از: فیرحی، ۱۳۹۶، ۷-۶).

برخی از صاحب‌نظران، مؤلفه‌های تشخیص گسست نسل‌ها را این‌گونه برمی‌شمارند: (۱) کاهش ارتباط کلامی؛ (۲) اختلال در فرایند همانندسازی؛ (۳) کاهش فصل مشترک‌های عاطفی؛ (۴) تعهد نداشتن به فرهنگ خودی؛ (۵) نابرداری نسل‌ها؛ (۶) حضور نداشتن نسل جوان در مشارکت‌های اجتماعی (شرفی، ۱۳۹۹، ۱۱-۱۰).

برخی از پژوهشگران نیز با محور قرار دادن موضوع جامعه‌پذیری و ایفای نقش متغیر انقلاب اسلامی، جامعه ایران را به سه نسل «پیش از انقلاب»، «انقلاب و جنگ»، و «نسل

1. Singh & Dangmei

2. They are the do-it-yourself generation

جوان»، تقسیم کرده‌اند (جعفرزاده‌پور، ۱۳۹۶، ۴؛ سلیمان‌پور عمران، ۱۳۹۶، ۷۱). ناگفته پیداست که در این تقسیم‌بندی، نسل جوان، نسل Z موردنظر ما را دربر نمی‌گیرد.

### ۵. نسبت نسل Z با سیاست و تحولات اجتماعی-سیاسی ایران

چنان‌که آمد، در حالت عادی، سیاست به مفهوم متعارف آن (یعنی کشمکش بر سر قدرت) در فضای فکری نسل Z، جایگاهی ندارد. با وجود این سیاست‌گریزی یا سیاست‌پرهیزی، برخی زمینه‌ها، سبب مشارکت این نسل در تحولات سیاسی و اجتماعی ایران شده است که می‌توان در سه سطح به آن‌ها اشاره کرد.

#### ۱-۵. سطح کلان

در سطح کلان با نوعی کشمکش «فکری» روبه‌رو هستیم که بن‌مایه‌ای «فلسفی» دارد؛ یعنی با دو پارادایم فکری متفاوت که دو نقطه عزیمت و احتمالاً دو مقصد گوناگون دارند: سنت‌گرا در برابر تجددگرا. سنت، نگاهی به گذشته و نیم‌نگاهی به زمان حال دارد. به بیان روشن‌تر، خواهان حفظ گذشته در زمان حال است؛ اما تجدد، نگاهی به آینده و نیم‌نگاهی به گذشته دارد؛ سنت، کلان‌نگر و جمع‌محور است، در حالی که مدرنیته، جزء‌نگر و فردمحور است. سنت در پی تبیین جهان آفرینش و مدرنیته در پی شناخت جهان پیرامون است. این تفاوت‌ها بین سنت و مدرنیته سبب شکل‌گیری دو زیست‌جهان یا دو سبک زندگی متفاوت شده‌اند که هر یک دارای مجموعه‌ای از هنجارها، ارزش‌ها، و باورهای خاص هستند. در کشمکش بین سنت و مدرنیته، نسل Z نه تنها از سنت (به‌ویژه مفهوم دینی آن) عبور کرده، بلکه گاه حتی از قالب‌های فکری مدرن نیز فراتر رفته و به بایسته‌های فکری پسامدرنیته تمایل پیدا کرده است. برخی درباره سبک متفاوت زندگی این نسل چنین گفته‌اند:

باید دانست، چانه‌زنی خیابانی و تنش مجازی، برخاسته از مسئله سبک زندگی است. سبک زندگی‌ای که این گروه انتخاب کرده‌اند، در واقع یک مسئله همه‌گیر و عام را دربر می‌گیرد. آن‌ها مسئله‌ای غیرسیاسی که واجد دلالت‌های سیاسی است را انتخاب کرده‌اند؛ به عبارتی، شاید اعضای این طبقه / که طرفدار هنجارهای مدرن و پسامدرن هستند / به‌طور مستقیم به نظام / که نماد سنت است /، تنه زنند؛ اما مستقیماً با خطوط قرمز ارزشی نظام دست‌به‌گریبان می‌شوند. ماهیت این جریان، جریان معطوف به معیشت و اقتصاد و امثالهم به‌نظر نمی‌رسد، زیرا، جوهره آن،

سبک زندگی و فرهنگ است. در ضمن، شعار آن‌ها نیز شعار سبک زندگی است؛ وقتی می‌گویند: «زن، زندگی، آزادی» در اینجا زندگی یا سبک زندگی دینی را زندگی به حساب نمی‌آورند<sup>(۲)</sup>.

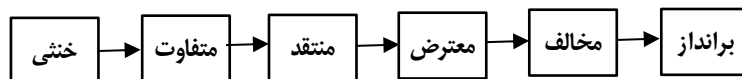
## ۲-۵. سطح میانی

در این سطح، با یک کشمکش «سیاسی» روبه‌رو هستیم که بن‌مایه‌ای «حقوقی» دارد. نظام سیاسی جمهوری اسلامی، برآمده از ایدئولوژی انقلاب اسلامی است و ایدئولوژی نیز اساساً درون‌مایه‌ای غیریت‌ساز و فراگیر دارد؛ بنابراین، همهٔ امور از مسائل کلانی مانند مدیریت جامعه تا موارد خردی همچون مدیریت تن و بدن را دربر می‌گیرد. همین رویکرد ایدئولوژیک به امور و تسری آن به زیست‌جهان نوجوان و جوان دهه‌هشتادی و نودی باعث شده است که این نسل، با وجود برخورداری از ذات و هویتی غیرسیاسی، به کنش سیاسی تمایل پیدا کند. گویی کنش سیاسی بر آن‌ها تحمیل شده است. به بیان روشن‌تر، آن‌ها به سراغ سیاست نرفته‌اند، بلکه سیاست به سراغ آن‌ها آمده است.

برخی صاحب‌نظران، چهار عامل سیاسی را زمینه‌ساز شکل‌گیری اعتراض‌های ۱۴۰۱ می‌دانند: (۱) انباشت پیوسته بحران‌های اقتصادی، اجتماعی، و سیاسی؛ (۲) کاربست سیاست طرد، تنازع، و خشونت از سوی نظام سیاسی؛ (۳) حذف نیروهای میانه‌رو که نقش میانجی را بین حاکمیت و جامعه به‌عهده گرفته بودند؛ (۴) عوامل خارجی، از جمله رسانه‌های مخالف که البته نقش آن قابل مقایسه با عوامل داخلی نیست (دلآوری، ۱۴۰۱).

اگرچه نقطهٔ عزیمت تنش بین نسل Z و نظام سیاسی ایدئولوژیک موجود، به لحاظ ماهوی، سیاسی نیست و بیشتر جنبهٔ حقوق طبیعی (یا حقوق بشری) دارد، اما تداوم کشمکش بر سر آن، به این دعوای حقوقی، ماهیتی سیاسی بخشیده، سطح مشارکت سیاسی این نسل را نیز ارتقا داده و آن‌ها را از جایگاه سیاسی عنصر اجتماعی خنثی و تماشاگر، به جایگاه عنصری متفاوت، از متفاوت به منتقد، از منتقد به معترض، از معترض به مخالف، و از مخالف به برانداز کشانده است:

شکل شماره (۲). روند تغییر موضع در مقابل نظام سیاسی



تبدیل عنصر خنثی به عنصر برانداز در این جنبش اجتماعی و سیاسی، کنش آگاهانه و برنامه‌ریزی‌شده پیشینی نیست، بلکه روندی واکنشی به ناتوانی دولت در چهار حوزه توانمندی‌های استخراجی، تنظیمی، توزیعی، و نمادین است؛ از این رو، ممکن است به یکی از این دو هدف دست یابد: براندازی ساختار سیاسی یا فروپاشی ساختار اجتماعی (راغفر و همکاران، ۱۴۰۱، ۶۶).

در سطح میانی، گسست عمده بین نسل‌های گذشته و نسل زومرها، در حوزه «ایدئولوژی» است؛ نسل‌های گذشته یا با ایدئولوژی رسمی همراه و هم‌دل بوده‌اند، یا با آن مماشات می‌کرده‌اند؛ اما نسل Z، غیرایدئولوژیک و حتی ضدایدئولوژی است. برخی از صاحب‌نظران، نسل Z را بیگانه با ایدئولوژی می‌دانند و مدعی هستند: «نخستین ویژگی نسل جدید این است که از هرگونه ایدئولوژی‌ای، به‌ویژه ایدئولوژی حاکم، دورند»<sup>(۳)</sup>. نگاه کنشی به مسائل از زاویه ایدئولوژی توسط حاکمیت از یک سو، و نگاه واکنشی سیاسی به حقوق طبیعی و حقوق بشر از جانب نسل نو از سوی دیگر، زمینه‌ساز سیاسی شدن خواسته‌های اجتماعی و فرهنگی این نسل شده است.

مهم‌ترین مصداق گسست نسلی در این سطح، موضوع حجاب است؛ به این معنا که طی چهار دهه گذشته، حجاب شرعی، از جمله چادر مشکی، مانتوی بلند و مقنعه که عموماً رنگ‌های تیره دارند، با شیئی ملایم، جای خود را به حجاب عرفی، شامل مانتوی کوتاه، شلوار و شال یا روسری داده است که از تنوع رنگ بالاتری برخوردارند. براساس نتایج تحقیق مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی با عنوان «عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش‌رو»، در مجموع، حدود ۶۵ درصد از بانوان ایرانی، طرفدار حجاب عرفی و حدود ۳۵ درصد نیز طرفدار حجاب شرعی هستند (کلهر و همکاران، ۱۳۹۷، ۱۸). البته با توجه به گذشت چند سال از انجام پژوهش یادشده، این تناسب با سرعتی پیش‌بینی‌ناپذیر، به نفع حجاب عرفی تغییر ملموسی داشته است. در جامعه هدفی که طرفدار حجاب عرفی هستند، اکثریتی با حجاب متوسط و اقلیتی کم حجاب حضور دارند. با توجه به مشاهدات میدانی، به نظر می‌رسد، بدنه اصلی این اقلیت کم حجاب را دختران نسل Z تشکیل می‌دهند.

### ۳-۵. سطح خرد

در این سطح تحلیل، با ساختار سیاسی و ایدئولوژیک حکومت یا صورت‌بندی اجتماعی

جامعه سروکار نداریم، بلکه بر «روان‌شناسی» نسل Z متمرکز می‌شویم. در سطح خرد، نه با شهروند منقاد که با ناشهروند<sup>۱</sup> بی‌قرار روبه‌رو هستیم؛ مجموعه‌ای ساخت‌نیافته و بی‌نماینده که از سوی حاکمیت و حتی بخش‌هایی از جامعه به رسمیت شناخته نشده است. دعوی این نسل با دولت و جامعه، به تعبیر اکسل هونت، بر سر «شناسایی» [یا به رسمیت شناخته شدن] است. نسل جدید از دیده نشدن، به حاشیه رانده شدن، و زیر سلطه نظام ارزشی نسل‌های گذشته بودن و زیر سؤال رفتن عزت‌نفس خود خسته شده‌اند (نوروزپور، ۱۳۹۶، ۱۹۲).

برخی که نسل Z را معادل نسل "neet" می‌دانند، بر این نظرند که «نیت‌ها» در دنیا، یک جمعیت شناخته‌شده هستند؛ جوانان بین ۱۸ تا ۲۵ سال که نه اشتغال به تحصیل دارند، نه کار می‌کنند، و نه حتی حرفه‌ای می‌آموزند، بلکه بیشتر وقت خود را در فضای مجازی یا گیم‌نت‌ها و مانند آن می‌گذرانند. «نیت‌ها» در همه کشورهای دنیا، یک معضل به‌شمار می‌آیند؛ زیرا، با ساختار، حاکمیت، و قانون مشکل دارند و به‌طور کلی ساختارگریز هستند<sup>(۴)</sup>. اگرچه نمی‌توان نسل «نیت» را به‌طور کامل با نسل Z یکی دانست، اما برخی از ویژگی‌های آن‌ها مشابه است؛ برای مثال، رویکرد ساختارشکنانه در برابر ساختار اجتماعی، اخلاقی، ارزشی، و سیاسی جامعه؛ در توصیف این نسل گفته می‌شود: «چندان کتاب‌خوان نیستند و به‌همین علت، بُعد نظری قوی‌ای ندارند؛ به‌دنبال مسائل و مباحث پیچیده علوم انسانی نیستند. بیشتر عمل‌گرا هستند... و رودربایستی‌هایی که نسل قبل با سیستم حاکم داشته [را] ندارد» (نوروزپور، ۱۳۹۶، ۱۹۲).

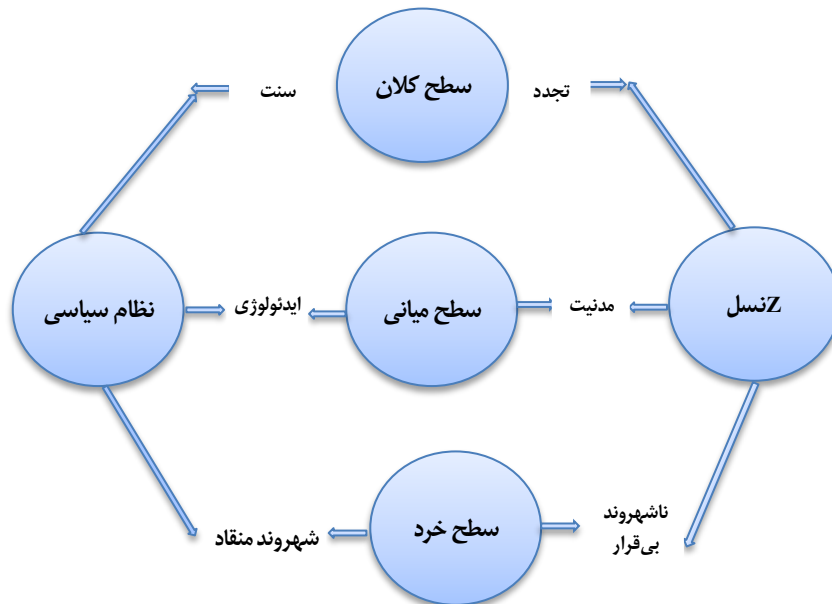
به‌بیان روشن‌تر، این نسل دو ویژگی عمده دارد: (۱) هویت سیال دارد نه ثابت؛ یعنی بین دو هویت کودکی و بزرگسالی در نوسان است؛ (۲) دچار ناپختگی تفکر است؛ به این مفهوم که گاهی به‌دلیل غلبه احساسات بر عقل، صحنه پیش روی خود را سیاه یا سفید می‌بیند و قائل به همه یا هیچ می‌شود (باقری، ۱۳۹۹، ۴).

آناماریا تاری، زمینه‌های شکل‌گیری ویژگی‌های رفتاری و روانی این نسل را چنین برمی‌شمارد: (۱) فقدان روابط محکم خانوادگی؛ (۲) برخورداری از هوش هیجانی قوی؛ (۳) انجام هم‌زمان چند کار و کاهش در انجام دقت آن‌ها؛ (۴) افول ارزش‌های اخلاقی متأثر از بی‌ادبی رایج در بازی‌های مجازی؛ (۵) ارزش دوچندان دیدگاه‌های هم‌سن‌وسالان؛ (۶) تفکر بصری قوی؛ (۷) بی‌خوابی مزمن؛ (۸) طرفدار زندگی شادتر هستند؛ (۹) به‌شدت تحت تأثیر

## 1. Non-citizen

سلبریتی‌ها، ستاره‌ها، و الگوها هستند؛ (۱۰) برای برقراری ارتباط و بیان تمایلات جنسی راهکارهای جدیدی ارائه می‌دهند (سوبانکا، ۲۰۱۶، ۶۹).

شکل شماره (۳). زمینه‌های تعارض نسل Z با نظام سیاسی جمهوری اسلامی ایران



## ۶. پنج گام حضور و مشارکت تدریجی نسل جدید در تحولات اجتماعی-سیاسی

### ایران

چنانچه نقطه عزیمت مشارکت نسل Z در تحولات سیاسی-اجتماعی ایران را رویدادهای دی‌ماه ۱۳۹۶ بدانیم، با سیری از تحولات روبه‌رو می‌شویم که در گذر زمان، دچار دگردیسی عمده‌ای شده و نسل Z نیز در آن نقش‌های متفاوتی را به‌عهده گرفته است. نسل جدید در این بازه زمانی، در پنج گام از عنصری خنثی و نظاره‌گر، به بازیگری بسیار فعال و هدایت‌گر تغییر ماهیت داده است.

۱. اعتراضات دی‌ماه ۱۳۹۶: این اعتراضات، نمایی اقتصادی اما بن‌مایه‌ای اجتماعی-سیاسی داشت (نوروزپور، ۱۳۹۶، ۲۱۳) که بیشتر، کارگران، کارمندان، معلمان، کشاورزان، کسبه خردپا، و اقشار دیگری با میانگین سنی افراد بزرگسال شاغل، در آن مشارکت داشتند. برخی صاحب‌نظران بر این نظرند که چنین ناآرامی‌هایی در راستای تحقق عدالت

اجتماعی و آزادی شکل گرفته‌اند (دادگر و محمودوند، ۱۴۰۱، ۱۱۴). در این اعتراضات که بیشتر مردانه بود، نسل Z حداکثر بیست‌ساله بود و حضور فعالی نداشت، اما حساسیت آن به مسائل جاری جامعه برانگیخته شد.

۲. اعتراضات آبان ۱۳۹۸: این اعتراضات که علت اصلی آن، افزایش قیمت حامل‌های انرژی بود، نقطه عطفی در نقش‌آفرینی نسل جدید در تحولات سیاسی و اجتماعی یک دهه گذشته به‌شمار می‌آید. در این تاریخ، نسل جدید به میانگین سنی بالای بیست سال رسید و به‌لحاظ جسمی، روحی، و روانی، اعتمادبه‌نفس لازم و آمادگی مشارکت فعال را به‌دست آورد. این اعتراضات، انگیزه‌های رفاهی و خدماتی داشت، اما با شتابی شگفت‌انگیز، صبغه سیاسی به خود گرفت و نسل Z نیز در آن، برای نخستین بار، نقش‌آفرینی کرد (مدنی، ۱۳۹۹، ۱۱۵)؛ هرچند این نقش‌آفرینی در حاشیه اعتراضات قرار گرفت.

۳. رویدادهای دی‌ماه ۱۳۹۸: سرنگونی هواپیمای مسافربری اوکراین که به‌نظر عده‌ای، نتیجه سهل‌انگاری مقامات نظامی در حین کشاکش تبلیغاتی و عملیاتی بین جمهوری اسلامی و ایالات متحده آمریکا بود (سلمانی، ۱۳۹۹، ۶۲)، بار دیگر آتش اعتراضات را شعله‌ور کرد. این اعتراضات که ابتدا صبغه مدنی و بشردوستانه داشت، با پنهان‌سازی واقعیت ماجرا در روزهای نخست و سپس، افشای حقیقت، ماهیت سیاسی یافت. این بار نسل Z به‌نسبت اعتراضات گذشته، نقش پررنگ‌تری را به‌عهده گرفت و با انگیزه و اعتمادبه‌نفس بالاتری وارد میدان شد.

۴. رویدادهای جسته‌وگریخته بین دی‌ماه ۱۳۹۸ تا شهریور ۱۴۰۱: این حوادث در دو سطح منطقه‌ای و ملی روی دادند. اعتراضات منطقه‌ای، به دلایل متنوعی شکل گرفته بود (از جمله اعتراض کشاورزان در اصفهان با محوریت حقابه و خشکی زاینده‌رود و اعتراضات آبادان پس از ریزش ساختمان مرکز تجاری متروپل)؛ اما اعتراضات ملی، جنبه اجتماعی برجسته‌تری داشت که مهم‌ترین آن‌ها، اعتراضات به حجاب اجباری و عملکرد گشت ارشاد بود. نسل Z در اعتراضات منطقه‌ای، مشارکتی قابل‌توجه اما نسبی داشت، اما این حضور، به‌ویژه برای دختران نوجوان و جوان و همراهی پسران جوان در سطح ملی و در اعتراض به حجاب اجباری، بسیار برجسته‌تر بود. شواهد موجود، بیانگر این بود که نسل جدید برای مشارکت جدی‌تر در عرصه سیاسی خیز برداشته است.

۵. اعتراضات شهریور ۱۴۰۱: درگذشت مهسا امینی، دختر جوان شهرستانی، در

بازداشتگاه گشت ارشاد تهران، نقطه آغاز این اعتراضات بود. اهمیت این موضوع به حدی بود که حدود ۸۰ درصد احساسات و عواطف ابرازشده در هفته‌های نخست حادثه را به خود اختصاص داد که در آن خشم و نفرت و حمایت از معترضان، بسامد بالایی داشت (سلیمانی و ترابی، ۱۴۰۲، ۴۱). نقطه عزیمت این اعتراضات، جان باختن یک «دختر» جوان برای موضوع «حجاب» بود؛ دو موضوعی که صبغه‌ای زنانه دارند و به‌طور طبیعی، اعتراضات می‌بایست شکلی فمینیستی به خود می‌گرفت، اما چرا این اعتراضات از سوی زنان به سمت جوانان رفت؟ برخی پژوهشگران، جنبه فمینیستی این رویدادها را، نسبت به موضوع گسست نسلی، ناچیز در نظر گرفته و بر این نظرند که: «این جنبش به‌طورکلی، بیش از هرچیز، حول مقوله نسل، عمل می‌کند و مقوله‌های ثانویه‌ای چون طبقه، صنف، قومیت، و جنسیت در آن نقش حاشیه‌ای دارند» (قلی‌پور، ۱۴۰۲، ۹۰). «نقش زنان در ماجرای اخیر، یک پدیده تبعی است و زنان، تنها پیشران این واقعه نیستند، بلکه به تبع جوان بودنشان در میدان هستند و نه لزوماً زن بودنشان؛ یعنی اینجا فرقی بین پسر و دختر جوان وجود ندارد... این [یک] تلاش جوانانه است»<sup>(۵)</sup>.

این اعتراضات، اگرچه کلیت یگانه‌ای را نشان می‌دهد، اما سه لایه دارد: (۱) در لایه احساسی-حقوقی، تنها اعتراض به مرگ مهسا امینی مطرح بود و هدف نهایی روشن شدن علت مرگ و معرفی آمران و عاملان آن بود؛ (۲) در لایه اجتماعی-مدنی، اعتراض اصلی به رویارویی نظام سیاسی با حقوق اجتماعی شهروندان بود که اعتراض به حجاب اجباری، نمونه آشکار آن است؛ (۳) در لایه سیاسی-ایدئولوژیک، عدم پاسخگویی شفاف و به‌موقع نظام سیاسی به خواسته لایه (۱) و رویارویی سخت و خشن با اعتراضات لایه (۲) و تفاوت ذاتی مطالبات مدنی جامعه با هنجارهای ایدئولوژیک حاکمیت، زمینه استحالته اعتراضات حقوقی-مدنی به اعتراضات سیاسی را فراهم کرد.

در این جنبش، نسل جدید، به‌طور رسمی در برابر نظام معرفتی موجود ایستاد و مهم‌تر اینکه، میدان‌داری و راهبری اعتراضات را نیز به‌عهده گرفت. برخی با نگاهی موسع، نسل‌های دهه‌های ۱۳۷۰، ۱۳۸۰، و ۱۳۹۰ را مشمول نسل جدید می‌دانند (قلی‌پور، ۱۴۰۲، ۹۰)، اما برخی دیگر، نگاهی مضیق به بحث نسل جدید دارند. خبرگزاری «انتخاب» به‌نقل از روزنامه «جوان» درباره جوان بودن اقشار معترض می‌گوید: «۹۳ درصد حاضران در تجمعات اخیر، در بازه سنی تا ۲۵ سال بودند»<sup>(۶)</sup>. خبرگزاری «الف» به‌نقل از سردار فدوی، جانشین فرماندهی کل سپاه پاسداران، ضمن اشاره به مستندات، به میانگین سنی ۱۵ سال بسیاری از

دستگیرشدگان اشاره می‌کند<sup>(۷)</sup>. خبرنگار «فارس» درباره یکی از تجمعات اعتراضی شهر تهران نوشته است که همه شرکت‌کنندگان، تقریباً زیر ۱۸ سال هستند<sup>(۸)</sup>. خبرگزاری «ایرنا» نیز با تأیید همین موارد آورده است که مجموعه معترضان، جوانان ۱۵ تا ۱۸ ساله هستند؛ اما خانواده‌ها و والدین نیز حضور حاشیه‌ای دارند<sup>(۹)</sup>.

## ۷. پیامدهای حضور و مشارکت نسل Z در تحولات اجتماعی-سیاسی

تنش‌های سیاسی و اجتماعی شهریور ۱۴۰۱، که اوج حضور و مشارکت سیاسی نسل نو در تحولات سیاسی و اجتماعی کشورمان بود، پیامدهای متنوعی داشت که می‌توان آن‌ها را در سه بخش مختلف دسته‌بندی کرد (شکل شماره ۴).

### ۱-۷. عرصه سیاسی ملی

چنان‌که مطرح شد، ایدئولوژی، گرایش به فراگیری دارد؛ یعنی هنگامی که با قدرت سیاسی همراه شد، در هیچ نقطه‌ای متوقف نمی‌شود و به‌شکلی فزاینده بر همه زوایای زندگی فردی، اجتماعی، محلی، ملی، و فراملی تأثیر می‌گذارد؛ در نتیجه، بخش‌هایی از جامعه که ذاتاً سیاسی نیستند، وضعیت سیاسی به‌خود می‌گیرند و به‌تدریج، زمینه قطبی شدن همه حوزه‌های فعال جامعه فراهم می‌شود. برخی صاحب‌نظران اجتماعی بر این نظرند که «سیاست در ایران، سال‌هاست که به همه عرصه‌های زندگی وارد شده و معیارهایش را به هر عرصه‌ای، از زندگی شخصی گرفته تا دین، اقتصاد، مدرسه، دانشگاه، رسانه و ورزش، بسط داده است...؛ مردم، حضور فراگیر و عمیق سیاست را احساس می‌کنند و تنها در بخش‌هایی محدود و لحظاتی اندک از زندگی شخصی و در فضای خانه، سیاست دست از سر شهروندان برمی‌دارد. اعتراضات و اتفاقات ماه‌های اخیر، این لحظات را هم محدودتر کرده و تقریباً عرصه‌ای از زندگی باقی نمانده است که از تیررس سیاست در امان باشد»<sup>(۱۰)</sup>.

جمهوری اسلامی ایران توانسته بود، در طول چهار دهه گذشته، قطبی شدن جامعه را به بحثی درون‌زا (اصلاح‌طلب/اصول‌گرا) تبدیل کند؛ اما اعتراضات شهریور ۱۴۰۱، این طراحی را بی‌اثر کرد و رقابت را از سطح رویکردی درون‌گفتمانی به سطح راهبردی برون‌گفتمانی تغییر داد. به بیان روشن‌تر، صحنه را به‌گونه‌ای تغییر داد که جامعه مدنی و توده با وحدتی شگفت‌انگیز، خود را

## 1. Polarization

در برابر کل نظام سیاسی، اعم از بخش‌های انتخابی و نهادهای انتصابی، می‌دید.

## ۲-۷. عرصه سیاسی فراملی

تنش‌های سیاسی شهریور ۱۴۰۱، بازتاب و واکنش‌های گسترده‌ای را در فضای بین‌المللی در پی داشت که به اختصار می‌توان آن‌ها را به چهار دسته تقسیم کرد:

۱. دیاسپورا<sup>۱</sup>: براساس اطلاعات رسمی دبیرخانه شورای عالی ایرانیان خارج از کشور، جمعیت ایرانیان مهاجر، بیش از چهار میلیون نفر است<sup>(۱۱)</sup>. این تعداد، حدود ۵ درصد از کل جمعیت ایران را دربر می‌گیرد. نخستین افرادی که با تأثیرپذیری از اعتراضات شهریور ۱۴۰۱ دست به سازماندهی اعتراضات ایرانیان مهاجر زدند، آن‌هایی بودند که به دلایل سیاسی از ایران مهاجرت کرده و برخی از آن‌ها در کشورهای میزبان، تابعیت دریافت کرده بودند. این افراد با شناسایی شخصیت‌های تأثیرگذار سیاسی، اجتماعی، هنری، ورزشی، و رسانه‌ای خارجی یا ایرانی مهاجر و کشاندن آن‌ها به میدان اعتراضات، زمینه پیوستن سایر اقشار ایرانی مهاجر را، که در برابر فعالیت‌های سیاسی موضعی خنثی داشتند، فراهم کردند. این معترضان از راه‌های گوناگون، به‌ویژه راهپیمایی، تحصن، اعتصاب غذا، مراجعه به دولتمردان کشور میزبان، و... موضع خود را در برابر اعتراضات داخل کشور اعلام می‌کردند.

۲. رسانه‌های فارسی‌زبان: در عصر انفجار اطلاعات و هژمونی فناوری ارتباطات، قدرت نرم، به‌ویژه رویکرد رسانه‌ای، جایگاه بسیار برجسته‌ای دارد؛ به‌همین دلیل، رویارویی قدرت‌های منطقه‌ای و جهانی با یکدیگر، از عرصه به‌کارگیری سلاح گرم به سلاح نرم یعنی رسانه، انتقال یافته است. شبکه‌های بی‌بی‌سی فارسی، بخش فارسی صدای آمریکا، و ایران‌اینترنشنال در رأس این رسانه‌ها قرار دارند (صفایی و همکاران، ۱۴۰۱، ۹۹). در این میان، «ایران‌اینترنشنال» با پوشش خبری ۲۴ ساعته اعتراضات، نقش برجسته‌تری در انتقال اخبار اعتراضات به عرصه جهانی و تداوم آن در داخل و خارج داشت<sup>(۱۲)</sup>.

۳. کشورها، دولت‌ها، و مقامات رسمی: الف) دولت‌های مخالف جمهوری اسلامی مانند آمریکا، اسرائیل، کانادا، و عربستان سعودی، به‌گونه‌ای آشکار و پنهان، با کاربست رویکردهای ترکیبی و تلفیقی، در حال دامن زدن به اعتراضات داخلی و حمایت از اعتراضات ایرانیان مهاجر با هدف نهایی براندازی نظام سیاسی مستقر بودند؛ ب) دولت‌های منتقد مانند

### 1. Diaspora

آلمان، فرانسه، و انگلستان که درعین داشتن روابط دیپلماتیک با جمهوری اسلامی، در پی تغییر رفتار آن در حوزه‌های حقوق بشر، توسعه‌طلبی، گسترش سلاح‌های بالستیک، و فعالیت هسته‌ای هستند، نیز از اعتراضات داخلی و خارجی ایرانیان حمایت کردند؛ (ج) مقامات رسمی بسیاری از کشورهای غربی، از جمله نمایندگان پارلمان‌های محلی و فدرال، مجالس سنا، وزرا و سایر اعضای دولت، دیپلمات‌ها، و مقامات بازنشسته، از اعتراضات ایرانیان در داخل کشور حمایت کرده و برخی از آن‌ها، ضمن حضور در جمع ایرانیان معترض خارج از کشور، دست به رفتارهای نمادین نیز زدند. اوج این اقدامات، موضع‌گیری آشکار جو بایدن بود که با تمجید از معترضان از تلاش دولت خود برای آنچه آزادسازی ایران می‌نامید، پرده برداشت<sup>(۱۳)</sup>.

۴. سازمان‌های بین‌المللی: خدشه‌دار شدن اعتبار بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران در پی اعتراضات شهریور ۱۴۰۱، با توجه به پیشینه اعتراضات (به‌ویژه اعتراض به سرنگونی پرواز PS752 اوکراینی در دی‌ماه ۱۳۹۸) دور از انتظار نبود، اما رویکرد سلبی نظام سیاسی در برابر اعتراضات نسل جوان در نیمه دوم سال ۱۴۰۱، علت تامة این روند شد و در سه مرحله، اعتبار بین‌المللی نظام به‌گونه‌ای بی‌سابقه خدشه‌دار شد: ۱) تصویب تعیین کمیسیون حقیقت‌یاب در شورای حقوق بشر<sup>۱</sup> سازمان ملل متحد در تاریخ ۲۴ نوامبر ۲۰۲۲؛ ۲) اخراج جمهوری اسلامی ایران از کمیسیون مقام زن، وابسته به شورای اقتصادی و اجتماعی<sup>۲</sup> سازمان ملل متحد، در تاریخ ۱۴ دسامبر ۲۰۲۲؛ ۳) تصویب قطعنامه مجمع عمومی سازمان ملل<sup>۳</sup> متحد در محکومیت رفتار دولت جمهوری اسلامی با معترضان داخلی و زیر پا گذاشتن حقوق بشر، در تاریخ ۱۶ دسامبر ۲۰۲۲.

### ۳-۷. عرصه اجتماعی

در عرصه اجتماعی، سال‌های متمادی است که دو دسته از نمادها و ارزش‌ها (دینی و مدنی) به‌گونه‌ای آشکار و پنهان در کشورمان در حال رقابت هستند. بر همین اساس، دو قطب ارزشی شکل گرفته است که هریک، گفتمان خاصی را صورت‌بندی کرده‌اند. در گفتمان رسمی که دولت محور است، ارزش‌های ایدئولوژیک و نمادهای جهاد، شهادت، مقاومت، جبهه، شهید،

1. Human Rights Council
2. Economic and Social Council
3. United Nations General Assembly

ایشان، نماز جمعه، راهپیمایی، راهیان نور، پیاده‌روی اربعین، حجاب، و... به گونه‌ای مفصل‌بندی شده‌اند که هویتی خاص با عنوان هویت «ایرانی مسلمان شیعه انقلابی استکبارستیز» را تشکیل دهند. در گفتمان مقابل، که جامعه‌محور است، مردم در فضایی بین‌الذهانی و از طریق تعامل عرصه ملی با عرصه فراملی، ارزش‌ها و هنجارهای مورد نیاز خود را تولید، تبلیغ، و توزیع می‌کنند. این ارزش‌ها و هنجارهای مدنی جدید، به دلیل نزدیکی به زندگی روزمره مردم و سهولت، طرفداران بسیاری یافته و از این منظر، ارزش‌های دینی و در نتیجه، نظام معرفتی نظام سیاسی را تهدید می‌کنند. برخی صاحب‌نظران، اوج تعارض بین دو ساختار ارزشی را در رابطه نسل نو با نسل‌های گذشته می‌دانند: «آنچه ما در جامعه ایران می‌بینیم، نه تفاوت نسلی، بلکه یک تعارض نسلی است؛ یعنی نسل قبلی نمی‌خواهد مختصات ویژگی‌ها و سبک زندگی نسل جدید را بپذیرد»<sup>(۱۴)</sup>.

در ارزیابی میزان اثرگذاری نوع کنشگری نسل Z (خودجوش، بی‌رهبر، بی‌سازمان، بدون ایدئولوژی مشخص، و...) بر زندگی اجتماعی-سیاسی ایران، نباید تنها بر اساس تبدیل احتمالی آن‌ها به جنبش‌های اجتماعی سازماندهی شده، داوری کرد، بلکه، به تعبیر صاحب‌نظرانی چون آصف بیات، چنانچه نا جنبش‌های اجتماعی جماعت‌های پراکنده و نامحسوس به زیست خود ادامه دهند، چه بسا حکومت‌مندی دولت را تضعیف کنند؛ زیرا، قدرت آن‌ها نه در «اتحاد عاملان»، بلکه در «قدرت بی‌شماران» است؛ یعنی در پیامدهای (خواسته و ناخواسته) رفتارهای یکسان و هم‌زمان از سوی انسان‌های «بی‌شمار»، که هر چند به تنهایی و جداگانه فعالیت می‌کنند، هنگامی که تعداد زیادی از آن‌ها مشابه هم عمل می‌کنند، منجر به طبیعی و مشروع شدن رفتارهایی می‌شوند که پیشتر نامشروع بودند. این رفتارها همچون قطره‌های جداگانه باران، به تنهایی تأثیری فردی دارند، اما هنگامی که به تعداد بسیاری فرومی‌ریزند، فضاها را بزرگ‌تری را برای رفتارها و هنجارهای جایگزین ایجاد می‌کنند (بیات، ۱۳۹۰، ۳۷-۳۰).

جهانی‌شدن، فشردگی زمان و مکان، حذف یا کم‌رنگ شدن مرزهای سیاسی، کاهش اقتدار دولت‌ها و افزایش قدرت مردم، انقلاب فناوریانه در عرصه اطلاعات و ارتباطات، تضعیف تدریجی سنت، افول مدرنیته و تغییر پارادایم غالب به پسامدرنیسم، شکل‌گیری هویت‌های فراملی جنسیتی و نسلی، پایان عصر ایدئولوژی‌ها، و... در کنار فرایند تحولات درونی چهار دهه گذشته کشورمان، گویای این حقیقت است که جامعه ما بار دیگر در آستانه

تحولی بزرگ قرار گرفته است. با اقتباس از تعبیر همایون کاتوزیان، جامعه کوتاه مدت<sup>۱</sup> ایران، بار دیگر بر سر دوراهی تکراری تاریخی قرار گرفته است: «تخریب و تجدید بنا یا اصلاح و تکمیل بنا».

در این تحول بزرگ، میدان بازی، همان میدان پیشین است، اما بازیگران، عوض شده‌اند. تنش موجود، ادامه کشمکش سنت/مدرنیته و رویارویی ذهنیت/عینیت و در یک کلام، هم‌اوردی آرمان‌گرایی و واقع‌گرایی است. نسل جدید از پنجره متفاوتی به جهان می‌نگرد و اُفقی نه از جنس ذهنیت، اسطوره، و آرمان، که از جنس عینیت، تجربه، و احساس را جست‌وجو می‌کند. نسل Z که موتور پیشران اعتراضات بود، در واقع به ساختار جامعه امروز به چشم بنایی کلنگی می‌نگرد؛ ساختاری غریب که زبان او را نمی‌فهمد، احساساتش را درک نمی‌کند، به نیازهایش پاسخ نمی‌دهد، و قادر به تغییر و انطباق با شرایط جدید نیست؛ بنابراین، خواهان تخریب این بنا و تأسیس بنایی نو با مصالحی جدید بر خرابه‌های بنای کهنه است. در این گیرودار، پرسش راهبردی این است که چگونه می‌توان روند تخریب و تجدید بنا را به رویکرد اصلاح و تکمیل بنا تغییر داد؟

مقدم بر درمان، رسیدن به این تشخیص است که نظام حکمرانی، حاوی نشانه‌های «بحران بازنمایی» است؛ بحرانی که هم در مفهوم «نماینده‌گی مطالبات مادی» (اقتصادی-سیاسی) و هم در مفهوم «بازشناسی مطالبات پسامادی» (هویت و سبک زندگی) ظاهر شده است. بر مبنای این تشخیص، می‌توان دو دسته از اقدامات کوتاه‌مدت تاکتیکی و بلندمدت راهبردی را پیشنهاد داد:

۱. **اقدامات تاکتیکی:** این اقدامات، ماهیتی ترمیمی، جبرانی، و اقناعی دارند و هدف از اجرای آن‌ها، «ترمیم» شکاف بی‌اعتمادی بین دولت و ملت، «جبران» خسارت‌های جانی، مالی، مادی، و معنوی خسارت‌دیدگان، و «اقناع» کنشگران سیاسی، به‌ویژه نسل جوان، درباره امکان انجام کنش سیاسی و طرح مطالبات در ساختار نظام سیاسی موجود است.

الف) نخستین گام در راستای انجام اقدامات تاکتیکی، می‌تواند «مصالحه اجتماعی» و جبران خسارت‌های همه خسارت‌دیدگان باشد. طبیعتاً هر نظام سیاسی ای موافقان، مخالفان، و منتقدانی دارد که در راستای منافع خود، دست به کنش سیاسی می‌زنند. نظام سیاسی، زمانی

## 1. Short Term Society

موفق خواهد بود که بن‌بست‌ها و خلأهای قانونی موجود برای کنش سیاسی را با ساختارهای سیاسی مناسب، از جمله احزاب مستقل سیاسی، سندیکاهای مستقل کارگری، شوراهای مستقل صنفی، سازمان‌های مستقل مردم‌نهاد، و... ترمیم کند. همچنین، ابتکارهایی را برای سازش میان هنجارهای رسمی و ارزش‌های متغیر جامعه ارائه دهد. بدیهی است که حفظ هنجارهای بومی از اولویت‌های سیاست‌گذاری فرهنگی در هر کشوری است، اما این کار نمی‌تواند با بی‌توجهی به «واقعیت زمانه» (سبک‌های زندگی متکثر و تحول‌یابنده جامعه) حاصل شود.

ب) گام دوم، «حذف موانع مشارکت سیاسی مردم» از راه اصلاح قانون انتخابات و در نتیجه، برگزاری انتخابات آزاد با حضور حداکثری رأی‌دهندگان، تنوع و تکثر نامزدها از طیف‌های مختلف سیاسی، بی‌طرفی حاکمیت در مراحل گوناگون انتخابات، و سرانجام پذیرش و تمکین به نتایج نهایی آرای عمومی از سوی همگان است. این رویکرد می‌تواند به ترمیم شکاف بین دولت و ملت بینجامد. با وجود خاص‌بودگی سبک زندگی، جهان‌زیست و مطالبات نسل Z می‌توان همچنان به این تحلیل آکن تورن، در کتاب «بازگشت کنشگر»، نظر داشت که کنش سرکوبگرانه نیروهای مهار اجتماعی و گشودگی نسبی سازمان‌ها، دو متغیر تعیین‌کننده در تبدیل شدن یا نشدن شورش به مطالبات سازمان‌یافته و جنبش اجتماعی هستند؛ چنانچه سازمان‌ها گشوده عمل کنند، نتیجه، دموکراتیک خواهد بود؛ به این معنا که مطالبات در سازوکار سازمان‌ها ادغام خواهد شد و در این صورت، جنبشی شکل نمی‌گیرد (تورن، ۱۴۰۰، ۲۰۲-۲۰۰).

ج) گام سوم، «اقناع افکار عمومی» از راه ترمیم مرجعیت از دست‌رفته رسانه‌ای است که می‌تواند در چارچوب ساختار سیاسی موجود، زمینه تولید و توزیع اخبار و اطلاعات مورد نیاز شهروندان را فراهم کند. به اقتضای رسانه‌ای شدن فزاینده جهان‌زیست کنونی ما، این اقدام، مستلزم ایجاد فضای چندصدایی و شکستن انحصار رسانه‌ای و هم‌زمان، تأسیس رسانه‌های مستقل و مردمی است. در صورت چنین تمهیداتی می‌توان امیدوار بود که رسانه به‌عنوان «رکن چهارم دموکراسی»، از طریق آگاهی‌بخشی عمومی و پاسخ‌گوتر کردن حکومت، در کاهش شکاف میان دولت و جامعه و افزایش اعتماد عمومی به نظام حکمرانی نقش آفرینی کند.

۲. اقدامات راهبردی: این اقدامات باید در سه عرصه انجام شود؛ عرصه بوروکراسی،

عرصه سیاست داخلی، و عرصه سیاست خارجی.

الف) نخستین اقدام در عرصه بوروکراسی، جایگزین کردن رویکرد «حکمرانی» به جای «حکومت» است. در این رویکرد، سه ضلع دولت، جامعه مدنی، و بخش خصوصی از راه تعامل و همکاری، زمینه افزایش کارآمدی بوروکراسی و در نتیجه، ارتقای مشروعیت نظام را فراهم خواهند کرد؛ عامل «کارآمدی و نتیجه‌بخشی» از بخش خصوصی، عامل «تکثر، تنوع، و رواداری» از جامعه مدنی، و عامل «اقتدار قانونی» از نظام سیاسی می‌توانند در کنار یکدیگر، ضمن ایجاد ثبات و آرامش در جامعه، زمینه توسعه پایدار را فراهم کنند.

ب) گام بعدی در عرصه داخلی، گسترش «عدالت اجتماعی»، به معنای عام کلمه (عدالت اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی) از راه توانمندسازی بدنه بوروکراسی و کارایی آن است؛ به گونه‌ای که شهروندان در هر بخشی از قلمرو کشور از منزلت و امکانات و فرصت‌های برابری برخوردار باشند. افزایش بُعد کلان سرمایه اجتماعی دولت از طریق مبارزه با فساد و گسترش عدالت اجتماعی به مرور، بسیاری از شکاف‌های اجتماعی، از جمله شکاف ملت و دولت، فقیر و غنی، مرکز و پیرامون، شکاف‌های جنسیتی، نسلی و فرهنگی، و... را ترمیم خواهد کرد. صاحب‌نظران جنبش‌های اجتماعی، همچنان بر این نظرند که ممکن است یک اصلاح سیاسی رادیکال و بهبود معنادار در زندگی مردم بتواند روند رادیکال شدن تحركات اجتماعی-سیاسی را مختل کند (بیات، ۲۰۲۳).

ج) سومین گام در عرصه خارجی، استفاده از «ظرفیت‌های سیاست خارجی» به منظور تقویت انسجام داخلی از راه اصلاح روندها، درک واقع‌بینانه تحولات نظام بین‌الملل، حذف رویکردهای شعاری از راهبرد سیاست خارجی کشور، و محور قرار دادن منافع ملی به جای آن خواهد بود. عمده‌ترین نتایج این تغییر رویکرد، تحکیم ثبات داخلی و افزایش اعتبار بین‌المللی برای نظام سیاسی است؛ دو عاملی که پیش‌نیاز نضج‌گیری اندیشه توسعه پایدار و در نتیجه، انسجام اجتماعی در هر کشوری به‌شمار می‌آیند.\*

## یادداشت‌ها

1. <https://mag.hostiran.net/type-of-generation>
2. <https://kayhan.ir/fa/news/251995>
3. <https://www.irna.ir/news/84914342>
4. <https://www.farsnews.ir/news/14010726000804>
5. <https://www.irna.ir/news/84901485>
6. <https://www.entekhab.ir/fa/news/697095>
7. <https://www.alef.ir/news/4010713060>
8. <https://www.entekhab.ir/fa/news/696644>
9. <https://www.irna.ir/news/84921098>
10. <https://fararu.com/fa/news/589363>
11. <https://www.entekhab.ir/002Wyu>
12. <http://fna.ir/1rst2>
13. <https://www.sharghdaily.com/fa/tiny/news-860635>
14. <https://www.irna.ir/news/84915382>

## منابع

- آزادارمکی، تقی؛ غفاری، غلامرضا (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی نسلی در ایران. تهران: پژوهش‌کده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.
- آشتیانی، منوچهر (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی شناخت کارل مانهایم. چاپ ۲. تهران: نشر قطره.
- ابولی، عابدین؛ حقیقی، علی محمد؛ زارعی، غفار (۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (از سال ۱۳۹۷-۱۳۸۷). فصلنامه علمی پژوهشی جغرافیا و برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲ (۲). ۷۱۳-۷۳۲.
- التیامی‌نیا، رضا؛ علیمی، محمودرضا؛ حسینی، علی (۱۳۹۲). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در تحولات سیاسی خاورمیانه و شمال آفریقا. فصلنامه دانش سیاسی و بین‌الملل، ۲ (۲). ۷۵-۹۸.
- بابایی‌فرد، اسدالله؛ روحی، مریم (۱۳۹۵). بررسی تأثیر سبک زندگی بر شکاف نسلی در بین جوانان شهر کاشان. فصلنامه مطالعات میان‌فرهنگی، ۱۱ (۳۰). ۳۵-۶۱.
- باقری، خسرو (۱۳۹۹). امکان و عوامل گسست نسل‌ها از بعد روان‌شناختی. فصلنامه رشد آموزش مشاور مدرسه، ۱۵ (۳). ۴-۷.
- بک، اولریش (۱۳۹۷). جامعه خطر. ترجمه رضا فاضل و مهدی فرهمندنژاد. تهران: نشر ثالث.
- بشیریه، حسین (۱۳۹۴). عقل در سیاست. تهران: انتشارات نگاه معاصر.
- بیات، آصف (۱۳۹۰). زندگی همچون سیاست: چگونه مردم عادی خاورمیانه را تغییر می‌دهند؟. ترجمه فاطمه صادقی. نشر اینترنتی: کتابخانه الکترونیکی امین.
- تاجیک، محمدرضا (۱۳۹۸). زیست‌جنش: این یک جنش نیست. تهران: نگاه معاصر.
- تورن، آلن (۱۳۹۹). دموکراسی چیست؟ ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- تورن، آلن (۱۴۰۰). بازگشت کنشگر: نظریه اجتماعی در جامعه‌پاسا صنعتی. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: ثالث.
- توکل، محمد؛ قاضی‌نژاد، مریم (۱۳۸۵). شکاف نسلی در رویکرد کلان جامعه‌شناختی؛ بررسی و نقد رهیافت‌های نسل تاریخی و تضاد با تأکید بر نظریات مانهایم و بوردیو. نامه علوم اجتماعی، ۲۷، ۹۶-۱۲۴.
- جعفرزاده‌پور، فروزنده (۱۳۹۶). رسانه ابزاری برای دسته‌بندی نسل‌ها در ایران. فصلنامه جامعه‌پژوهی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۸ (۲). ۱-۱۷.
- خواجه‌پور، لیلا (۱۳۹۶). پدیده گسست نسلی از دیدگاه تربیتی. اولین همایش ملی آسیب‌شناسی و آسیب‌زدایی پدیده شکاف بین نسلی (زمینه‌ها، چالش‌ها و راهکارها). ۱-۱۲.
- دادگر، یدالله؛ محمودوند، حسن (۱۴۰۱). بررسی رابطه نابرابری و ناآرامی‌های اجتماعی: ایران و کشورهای منتخب. دوفصلنامه مطالعات و سیاست‌های اقتصادی، ۹ (۱)، ۱۳۶-۱۱۱.
- دلاوری، ابوالفضل (۱۴۰۱). گزارش اولین نشست علمی بررسی تحلیل و آینده‌پژوهی اعتراضات ۱۴۰۱، در دسترس در:

<http://www.ipsa.ir/content/7/>

راغفر، حسین؛ سنگری مهدب، کبری؛ امینی آبچویه، مهدیه (۱۴۰۱). شبیه‌سازی اثر توزیع درآمد بر ناآرامی‌های اجتماعی با رویکرد مدل‌سازی مبتنی بر عامل. فصلنامه علمی پژوهش‌ها و سیاست‌های اقتصادی، ۳۰ (۱۰۱)، ۵۷-۸۴.

راووداد، اعظم (۱۳۷۶). نقدی بر دیدگاه کارل مانهایم در جامعه‌شناسی معرفت. مجله حوزه و دانشگاه، ۱۱ و ۱۲، ۵۴-۵۷.

رفیع، حسین؛ عباس‌زاده مرزبالی، مجید (۱۴۰۱). چالش‌های ناشی از فرایند جهانی‌شدن و فضای مجازی برای هویت ملی ایران و راهکارهای مقابله با آن‌ها. مجله سیاست و روابط بین‌الملل، ۳ (۶)، ۸۶-۱۱۱.

ساروخانی، باقر (۱۳۷۵). درآمدی بر دایرةالمعارف علوم اجتماعی. تهران: انتشارات کیهان. سازمان عقیدتی-سیاسی ارتش جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۱). نگاهی تطبیقی به فتنه سال ۸۸ و اغتشاشات اخیر. ماهنامه راهبردی سیاسی بصائر، ۴۳۵، ۴-۸۲.

سلمانی، لایلا (۱۳۹۹). جایگاه اصل مراقبت‌بایسته در پیشگیری از سوانح هوایی با تأکید بر سرنگونی هواپیمای مسافربری اوکراین. مجله پژوهش‌های حقوقی، ۴۴، ۶۱-۸۱.

سلیمان‌پور عمران، محبوبه (۱۳۹۶). مفهوم‌شناسی پدیده گسست نسلی و راهکارهای تربیتی برون‌رفت از آن. فصلنامه علمی-پژوهشی پژوهشنامه تربیتی، ۱۲ (۵۰)، ۶۹-۹۶.

سلمانی، محمدمهدی؛ ترابی، محمد (۱۴۰۲). تحلیل ناآرامی‌های پاییز ۱۴۰۱ جمهوری اسلامی ایران براساس نظریه کنش ارتباطی یورگن هابرماس. مجله بین‌المللی پژوهش ملل، ۸ (۸۷)، ۲۷-۴۹. سهرابی، مه‌سیما؛ تاجیک، محمدرضا؛ میراحمدی، منصور (۱۴۰۰). گفتمان نواصلاح‌طلبی و گفتمان امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران؛ زیست‌جنبش‌های ریزوماتیکی (۱۳۹۸-۱۳۹۲). پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۶ (۲)، ۱۱۱-۱۳۸.

شرفی، محمدرضا (۱۳۹۹). مؤلفه‌ها و عوامل گسست نسل‌ها از بعد روان‌شناختی. فصلنامه رشد آموزش مشاور مدرسه، ۱۵ (۳)، ۸-۱۳.

صفایی، رضا؛ جمشیدیان، هادی؛ درزیان رستمی، حسن (۱۴۰۱). اغتشاشات شهریور، مهر و آبان ۱۴۰۱ از منظر نظریه عصر دوم رسانه‌ها. فصلنامه امنیت‌پژوهی، ۲۱ (۷۹)، ۸۳-۱۱۰.

علیزاده، عبدالرضا؛ اژدری‌زاده، حسین؛ کافی، مجید (۱۳۸۵). جامعه‌شناسی معرفت. چاپ دوم. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

طاهری، بهرنگ؛ توحیدفام، محمد؛ ابطحی، سیدمصطفی (۱۴۰۱). مشروعیت جامعه‌شناختی جمهوری اسلامی ایران در چارچوب سیاست هویت. فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، ۱۸ (۵۹)، ۴۷-۷۱.

فتحی، سروش؛ مطلق، معصومه (۱۳۹۰). جهانی‌شدن و فاصله نسلی؛ مطالعه جامعه‌شناختی فاصله نسلی با تأکید بر فناوری اطلاعات و ارتباطات. فصلنامه مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی، ۵، ۱۴۵-۱۷۷.

قلی‌پور، مجتبی (۱۴۰۲). گذار از جنبش خطی به جنبش سیال: چارچوبی برای درک دوره نهفتگی جنبش‌های اجتماعی. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۲۶ (۱)، ۶۸-۹۷.

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید: جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت. ترجمه

مجتبی قلی‌پور. تهران: مرکز.

کلهر، سینا؛ رحمانی‌پور، ریحانه؛ ارحامی، آسیه (۱۳۹۷). عوامل مؤثر بر اجرایی شدن سیاست‌های حجاب و راهکارهای پیش‌رو. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، ۱-۴۰، در دسترس در: <https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1067213>

گل محمدی، احمد (۱۳۸۹). جهانی شدن، فرهنگ و هویت. چاپ چهارم، تهران: نشر نی.  
گبینز، ریچارد و ریمر، بو. (۱۳۸۴). سیاست پست مدرنیته. ترجمه منصور انصاری، تهران: گام نو.  
گیدنز، آنتونی (۱۳۸۳). چکیده آثار آنتونی گیدنز. ویراسته فیلیپ کسل. ترجمه حسن چاووشیان. تهران: ققنوس.

مدنی، سعید (۱۳۹۹). آتش خاموش؛ نگاهی به اعتراضات آبان ۱۳۹۸. تهران: مؤسسه رحمان.  
مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۱). درآمدی نظری بر جنبش‌های اجتماعی. تهران: پژوهشکده امام خمینی و انقلاب اسلامی.

معدفر، سعید (۱۳۸۳). شکاف نسلی یا گسست فرهنگی (بررسی شکاف نسلی در ایران). فصلنامه نامه علوم اجتماعی، ۲۴، ۸۰-۵۵.  
نوروزپور، مرتضی (۱۳۹۸). تحلیل اعتراض‌های سیاسی دی‌ماه ۱۳۹۶. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۴(۴)، ۲۲۰-۱۸۵.

هاتر، شیرین (۱۳۸۰). اسلام و غرب. ترجمه همایون مجد. تهران: انتشارات فرزانه.  
یوسفی، نریمان (۱۳۸۳). شکاف بین نسل‌ها: بررسی نظری و تجربی. تهران: پژوهشکده علوم انسانی و اجتماعی جهاد دانشگاهی.

Bayat, A. (2023). *Is Iran on the Verge of Another Revolution?*, available at: <https://www.journalofdemocracy.org/is-iran-on-the-verge-of-another-revolution>

Csobanka, Z.E. (2016). The Z Generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 6 (2), 63-76.

Dolot, A. (2018). The Characteristic of Generation Z. *e-mentor*, 44-50.

Iftode, D. (2019). Generation Z and Learning Styles. *SEA-Practical Application of Science*, 7 (21), 255 - 262.

Kriesi, H. (2007). Political Context and Opportunity. in David Snow (Ed), *The Blackwell Companion to Social Movements*, London: Blackwell.

Melucci, A. (1989). *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*. London: Hutchinson.

Sadeghi-Boroujerdi, E. (2003). Iran's Uprisings for 'Women, Life, Freedom': Over-Determination, Crises, and the Lineages of Revolt. *Politics*, 43 (3): 1- 36. DOI: 10.1177/02633957231159351

Singh A. P, Dangmei, J (2016). Understanding The Generation Z: The Future Workforce. *South Asian Journal of Multidisciplinary Studies(SAJMS)*, 3 (3), 1 - 5.

<http://fna.ir/1rstst2>.

<https://fararu.com/fa/news/589363>.

<https://kayhan.ir/fa/news/251995>.

<https://mag.hostiran.net/type-of-generation>.

<https://www.alef.ir/news/4010713060>.

<https://www.entekhab.ir/fa/news/696644>.

<https://www.entekhab.ir/fa/news/697095>.

<https://www.entekhab.ir/002Wyu>.

<https://www.irna.ir/news/84901485>.

<https://www.irna.ir/news/84914342>.

<https://www.irna.ir/news/84921098>.

<https://www.irna.ir/news/84915382>.

<https://www.sharghdaily.com/fa/tiny/news-860635>.

<https://www.farsnews.ir/news/14010726000804>.

**Research Paper****The Effect of Digital Media on Citizens' Perception of Healthy Elections:  
The Mediating Role of Cultural Values****\*Mahmoudreza Rahbarqazi<sup>1</sup> Morteza Ebrahimi<sup>2</sup>**

1. Associate Professor, Department of Political Science, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran  
2. Associate Professor, Department of Political Science, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.504>

Receive Date: 19 March 2024

Revise Date: 27 April 2024

Accept Date: 29 May 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Extended Abstract****Introduction**

Citizens' perception of healthy elections is a significant and influential factor in the democratic process, which can help to maintain and strengthen the legitimacy of a country's political system. In this regard, it seems that one of the factors that can affect citizens' perception of healthy elections is digital media. In this study, the seventh wave of WVS data for Iran was employed to ascertain the direct and indirect effects of digital media on citizens' perceptions of healthy elections through the mediation of cultural variables derived from Inglehart's theories, specifically secular values and values of emancipation. The results demonstrated that digital media did not exert a significant direct effect on citizens' perceptions of healthy elections. Secondly, the results indicate that digital media, by creating cultural changes and strengthening secular values and emancipation values, had a negative impact on citizens' perception of the possibility of healthy elections in the country.

It appears that a number of factors can influence citizens' attitudes towards healthy elections, which is one of the cases of digital media. Digital media can significantly influence citizens' attitudes towards healthy elections. The use of digital media platforms to disseminate misinformation, challenge the legitimacy of political institutions, and foster a general sense of skepticism, distrust, and disillusionment among citizens can contribute to a pervasive negativity towards political institutions, including the possibility of holding healthy elections in the country (Mojil et al., 2021). Additionally, social media can influence the political attitudes of citizens regarding the way elections are held in the country by creating a kind of cultural alienation (Smith and Cimino, 2012). It is argued that digital media can lead to the creation of a culture among citizens through the strengthening and expansion of secular values and emancipation in society, which is compatible with the traditions and indigenous culture of that society. This contradiction serves to reinforce the notion that digital media can facilitate the advancement of ideologies that may ultimately lead to the dissolution of existing political processes, including elections.

**\* Corresponding Author:****Mahmoudreza Rahbarqazi, Ph.D.****E-mail:** m.rahbarqazi@uma.ac.ir

In recent years, Iranian society has been one of the societies where electoral tensions and challenging issues have become more prominent. The decline in electoral participation and the emergence of political protests in recent years provide evidence that citizens' perceptions of the efficacy of elections in the country may be flawed. This research aims to address this important question through a secondary analysis of global values survey data, which examines the impact of digital media on values indirectly through cultural values. What is the relationship between secularism and emancipation and citizens' perceptions of healthy elections in Iran?

### Methodology

In order to test the hypotheses, the data from the seventh wave of the World Values Survey has been employed in the case of Iran. The Global Values Survey is a global research project that examines the values and beliefs of individuals, the manner in which these values and beliefs change over time, and the social and political impacts of these values and beliefs. The seventh wave of data for Iran, collected between 2017 and 2022, includes 1,499 Iranian citizens. Of these, 74% were urban residents and 26% were rural residents. Additionally, 51% of respondents were male and 49% were female, with an average age of 39.5.

### Results and Discussion

The results indicate that the coefficient of determination for the variable feeling of healthy elections by the respondents was 0.173, which suggests that 17.3% of the variance of the dependent variable feeling of healthy elections is explained by the variables investigated in this research. Conversely, 82.7% of these changes are related to other variables that were not investigated in this research. Additionally, as the coefficient of determination falls between 0.13 and 0.26, in accordance with the criteria established by Cohen, it can be argued that the effect size of the research variables on the dependent variable was average. Conversely, the research results indicate that digital media had a positive effect on secular and emancipation values, with effect coefficients of 0.23 and 0.25, respectively. This led to an increase in these types of values. Furthermore, the findings indicate that secular values, with a coefficient of -0.38, and emancipation values, with a coefficient of -0.08, have the potential to diminish the perception of healthy elections within society.

**Table 1. The indirect effect of all digital media on the feeling of healthy elections**

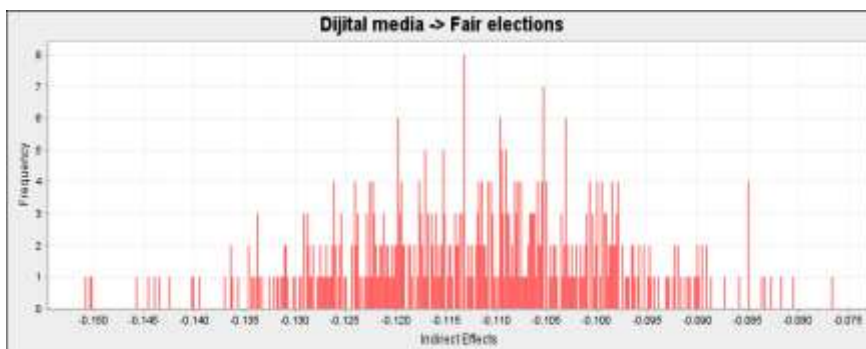


Table 1 provides a comprehensive overview of the results from the structural analysis of



the research, elucidating the direct and indirect effects of the independent variable. The results indicate that the value of  $t$ , which is higher than the critical value of 1.96, suggests that digital media has a direct and significant positive impact on secular values. This has led to an increase in the prevalence of these values among respondents. Additionally, the results indicate that the value of  $t$  in the relationship between digital media and emancipation values is greater than 1.96, suggesting that these media significantly enhance emancipation values within society. Conversely, the findings demonstrate that secular values and emancipation values have a pronounced negative impact on the perception of healthy elections in the country, reinforcing such destructive sentiments within the broader society. Finally, the findings indicate that the  $t$  value of 1.96 is significant; thereby demonstrating that digital media has a significant impact on the emancipation values of society.

### Conclusion

As previously stated in the research objectives and theoretical literature section, this article sought to utilize data from the seventh wave of the global values survey to ascertain the direct and indirect impacts of digital media on citizens' sentiments regarding the level of healthy elections in the country. The consequences of this action will be borne by Iran. The results indicated that digital media did not exert a significant direct effect on the dependent variable. However, these media did exert a significant indirect effect on people's feelings about healthy elections in the country. This effect was negative.

In alignment with the theoretical framework, the results of this research demonstrate that digital media can have a profound impact on secular values. These media provide individuals with convenient access to a wide range of information and perspectives, which can facilitate the advancement of secular values. Additionally, by offering a diverse range of content and accurate information, they can assist in increasing public awareness and promoting civil and human values in line with the Western discourse. This can facilitate cultural changes within societies. Additionally, digital media can have a positive impact on values associated with emancipation by challenging traditional ideologies, disseminating information about different cultures, and facilitating the transmission of diverse viewpoints from around the world.

On the other hand, as mentioned in the theoretical part, digital media by strengthening secular values and emancipation in some Islamic countries can have a negative effect on people's perceptions about healthy elections. There are probably two main reasons why digital media has such effects. One of the reasons for this is related to the unique nature of these communication tools; Digital media allow people to freely express their opinions and views on political and social issues, which may not be allowed in formal settings. Therefore, people can share content and news in digital media that are not covered in official media, and this encourages people to critically analyze the existing political and social environment. In other words, digital media stimulate people to critically examine value and political issues due to addressing issues that are rarely mentioned in official media, which may lead to encouraging negative opinions about become political institutions including electoral institutions in the country. The second reason depends on the society's foundations. In Iran, digital media can make people distrust traditional values and elections. Some reasons are: Some people say that the government's official media makes people trust digital media and the news they publish. Also, there are not many powerful groups, so people don't know much about politics. This is why digital media tries to fill this gap. Thirdly, traditional media lacks diverse content, which draws attention away from it and makes it harder for governments to control information. Finally, digital media is more popular than traditional media because it spreads information faster.



**Keywords:** Digital Media, Cultural Changes, Emancipation Values, Secular Values, Healthy Elections

## References

- Aimeur, E., Amri, S., & Brassard, G. (2023). Fake news, disinformation and misinformation in social media: a review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30.
- Alexander, A. & Welzel, Ch. (2011). Empowering Women: The Role of Emancipative Values. *European Sociological Review*. 27(3). 364-384.
- Alvarez, R. M., & Hall, T. E. (2003). *Point, click, and vote: The future of Internet voting*. Rowman & Littlefield.
- Arik, m. B., & Arik, E. (2020). Reproduction of social inequality in new media. *Journal of International Social Research*, 13(75).
- Aruguete, N., Calvo, E., Scartascini, C. G., & Ventura, T. (2021). *Trustful voters, trustworthy politicians: A survey experiment on the influence of social media in politics* (No. IDB-WP-1169). IDB Working Paper Series.
- Bjornlund, E. (2004). *Beyond free and fair: Monitoring elections and building democracy*. Woodrow Wilson Center Press.
- Bristol, T. (2021). *Clean Elections in New England: A Case Study of Public Financing in New England*. Southern Connecticut State University.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chitra, U., & Musco, C. (2020). Analyzing the impact of filter bubbles on social network polarization. In *WSDM 2020 - Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining (pp. 115-123)*. (WSDM 2020 - Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining). Association for Computing Machinery, Inc.
- Cragun, R. T., Fazzino, L., & Manning, C. (2017). *Organized Secularism in the United States: New Directions in Research*. New York: De Gruyter.
- Dahlgren, P. M. (2020). *Media echo chambers: Selective exposure and confirmation bias in media use, and its consequences for political polarization*. Doctoral Theses. University of Gothenburg.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., & Quattrociocchi, W. (2016). The spreading of misinformation online. *Proceedings of the national academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Faucher, K. X. (2018). *Social capital online*. University of Westminster Press.
- Flaxman, S., Goel, S., & Rao, J. M. (2016). Filter bubbles, echo chambers, and



- online news consumption. *Public opinion quarterly*, 80(S1), 298-320.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.
- Fulay, S., & Roy, D. (2023). Polarized Speech on Online Platforms. *arXiv preprint arXiv:2308.15556*.
- Hacker, K. L., & van Dijk, J. (Eds.). (2000). *Digital democracy: Issues of theory and practice*. Sage.
- Hersh, E. D. (2015). *Hacking the electorate: How campaigns perceive voters*. Cambridge University Press.
- Inglehart, R and Welzel, Ch. (2023). The WVS Cultural Map of the World. [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Values\\_Survey#cite\\_note-FOOTNOTEInglehartWelzel2005chapter\\_2-5](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Values_Survey#cite_note-FOOTNOTEInglehartWelzel2005chapter_2-5)
- Inglehart, R., & Welzel, C. (2005). *Modernization, cultural change, and democracy: The human development sequence* (Vol. 333). Cambridge: Cambridge university press.
- Irani, H. R., & Nozari, H. (2024). *Smart and Sustainable Interactive Marketing*. IGI Global.
- Jamieson, K. H. (2020). *Cyberwar: how Russian hackers and trolls helped elect a president: what we don't, can't, and do know*. Oxford University Press.
- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., & Tucker, J. A. (2018). How social media facilitates political protest: Information, motivation, and social networks. *Political psychology*, 39, 85-118.
- Khosravi, Hassan. (2011). Democracy and principles governing free and fair elections. *Legal Research Quarterly*, 13(2).
- Modgil, S., Singh, R. K., Gupta, S., & Dennehy, D. (2021). A Confirmation Bias View on Social Media Induced Polarisation During Covid-19. *Information Systems Frontiers*, 26(2), 417-441.
- Moore, M. (2018). *Democracy Hacked: Political Turmoil and Information Warfare in the Digital Age*. London: Oneworld.
- Myers, S. L. (2022). How Social Media Amplifies Misinformation More Than Information. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/10/13/technology/misinformation-integrity-institute-report.html>.
- Nemati, Hossamuddin, Misbah Al-Hadi Bagheri, Mohammad Amin Bagheri. (2023). Identifying the dimensions and components of desirable presidential election debates in Iran from the perspective of the Supreme Leader of the

- Revolution, *Andisheh Strategic Management Journal*, 16(2), 1-44.
- Norris, P., & Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan communications: Cultural diversity in a globalized world*. New York, Cambridge University Press.
- Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., & Wilson, C. (2020). Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. 1(4): 1-19.
- Ortiz, J., Young, A., Myers, M. D., Carbaugh, D., Bedeley, R. T., Chughtai, H., Davidson, E., George, J., Gogan, J., Gordon, S., Grimshaw, E., Pulver, M., Leidner, D. E., & Wigdor, A. (2019). Giving voice to the voiceless: The use of digital technologies by marginalized groups. *Communications of the Association for Information Systems*, 45(1), 20-38.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: How the new personalized web is changing what we read and how we think*. New York: Penguin Press.
- Rahbarghazi, M., & Noei Baghban, S. M. (2022). Electoral participation in Iran: direct and indirect effects of social media through values of liberation and secularism. *Research Letter of Political Science*, 17(3), 87-116.
- Schaffer, F. C. (2008). *The hidden costs of clean election reform*. New York: Cornell University Press.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K. C., Flammini, A., & Menczer, F. (2018). The spread of low-credibility content by social bots. *Nature communications*, 9(1), 1-9.
- Smith C, Cimino R (2015) The creation of secularist space on the Internet. In: Brunn SD (ed.) *The Changing World Religion Map*. Dordrecht: Springer, pp. 3733–3749.
- Smith, C., & Cimino, R. (2012). Atheisms unbound: The role of the new media in the formation of a secularist identity. *Secularism and Nonreligion*, 1(1), 17-31.
- Stalder, F. (2006). *Manuel Castells: The theory of the network society*. Polity.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and tear gas: The power and fragility of networked protest*. New Haven: Yale University Press.
- Usmani, S. A. A., & Akmal, Z. (2018). Social Media and Its Impact on Secularism in Society. *The Islamic Culture As-Saqafat-ul Islamia*, (39). 7-16.
- Warren, K. F. (2008). *Encyclopedia of US campaigns, elections, and electoral behavior*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Welzel, C. (2013). *Freedom rising*. Cambridge University Press.



Yavari, Asadullah. (2014). A legal analysis on the role and position of the media in elections. *Legal Research Quarterly*, 18(72), 201-232.

Zhou, C., Li, K., & Lu, Y. (2021). Linguistic characteristics and the dissemination of misinformation in social media: The moderating effect of information richness. *Information Processing & Management*, 58(6), 102679.



## تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر ادراک شهروندان از انتخابات پاک: نقش میانجی ارزش‌های فرهنگی

\* محمودرضا رهبرقازی<sup>۱</sup> مرتضی ابراهیمی<sup>۲</sup>

۱. دانشیار، گروه علوم سیاسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

۲. دانشیار، گروه علوم سیاسی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=9570483247/1.39%>

<https://dori.net/dor/20.1001.1.1735790.1402.19.1.3.3>

### چکیده

ادراک شهروندان از انتخابات پاک، یکی از عوامل مهم و تأثیرگذار بر فرایند مردم‌سالاری است که می‌تواند به حفظ و تقویت مشروعیت نظام سیاسی کشورها کمک کند. در این راستا، به نظر می‌رسد رسانه‌های دیجیتال، یکی از عواملی است که می‌تواند بر ادراک شهروندان از انتخابات پاک تأثیر بگذارد. در پژوهش حاضر با استفاده از موج هفتم داده‌های WVS برای کشور ایران، سعی شد تا تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم این رسانه‌ها از طریق متغیرهای فرهنگی میانجی ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی (مفاهیمی که از نظریه‌های اینگلههارت برگرفته شده است) به‌آزمون گذاشته شود. نتایج نشان می‌دهد که اولاً، رسانه‌های دیجیتال به‌طور مستقیم تأثیر معناداری بر ادراک شهروندان از انتخابات پاک نداشتند؛ ثانیاً، رسانه‌های دیجیتال با ایجاد تغییرات فرهنگی و تقویت ارزش‌های سکولار و رهایی، تأثیری منفی بر ادراک شهروندان درباره امکان انتخابات پاک در کشور داشتند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۰۹

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

رسانه‌های دیجیتال،  
تغییرات فرهنگی،  
ارزش‌های رهایی،  
ارزش‌های سکولار،  
انتخابات پاک

\* نویسنده مسئول:

محمودرضا رهبرقازی

پست الکترونیک: m.rahbarqazi@uma.ac.ir

## مقدمه

نگرش شهروندان درباره انتخابات پاک<sup>۱</sup>، در جوامع مردمسالار، اهميت فراواني دارد. شهروندان، معمولاً خواهان انتخابات آزاد، عادلانه، و شفاف هستند؛ زيرا ويژگي هاي اساسي براي حفظ مشروعيت فرايند مردمسالارانه به شمار مي آيند. نگرش درباره انتخابات سالم مي تواند بر مشارکت شهروندان در روند انتخابات، برداشت آن ها از مشروعيت مقامات منتخب، و اعتماد آن ها به حکومت تأثير بگذارد؛ درنتيجه، پرورش نگرش هاي مثبت به انتخابات سالم براي پايداري نظام هاي سياسي در سراسر جهان مهم است (بريستول، ۲۰۲۱). مهم ترين دلایل اهميت داشتن نگرش مثبت به انتخابات پاک و سالم عبارتند از: (۱) اعتقاد به انتخابات پاک به مشروعيت رهبران و نهادهای منتخب کمک می کند؛ هنگامی که شهروندان بر این نظر باشند که انتخابات، منصفانه و شفاف برگزار می شود، احتمال بیشتری دارد که به نتایج آن اعتماد کنند و به روند مردمسالارانه اعتماد کنند؛ (۲) اعتقاد به انتخابات عادلانه تضمین می کند که صدای مردم به طور دقيق از سوی نمایندگان منتخب آن ها منعکس می شود و این امر به نوبه خود، موجب مسئولیت پذیری بیشتر رهبران در برابر نیازها و نگرانی های رأی دهندگان می شود؛ (۳) اعتقاد به انتخابات پاک احتمال بی ثباتی سياسي و ناآرامی های اجتماعي را کاهش می دهد؛ هنگامی که شهروندان، روند انتخابات را منصفانه تلقی کنند، احتمال بیشتری دارد که نتایج را بپذیرند و از راه های مسالمت آمیز و دموکراتیک در پی جبران باشند؛ (۴) فرايندهای انتخاباتی باثبات و شفاف، اغلب با توسعه اقتصادی و سرمايه گذاري، مرتبط است و احساس انتخابات پاک از سوی شهروندان می تواند سبب افزایش اعتماد سرمايه گذاران و رشد اقتصادی شود. در واقع، داشتن نگرش مثبت به انتخابات پاک برای تقويت یک محيط مردمسالارانه سالم، ارتقای ثبات اجتماعي، تضمین حکومت داری مؤثر، و حمايت از حقوق و آزادی های اساسي، ضروري است (وارن، ۲۰۰۸؛ بیورنلوند، ۲۰۰۴؛ آلوارز و هال، ۲۰۰۳؛ شافر، ۲۰۰۸).

به نظر می رسد، عوامل گوناگونی می توانند بر نگرش شهروندان درباره انتخابات سالم تأثيرگذار باشند که یکی از این موارد، رسانه های دیجیتال است. رسانه های دیجیتال می توانند به گونه ای قابل توجه بر نگرش شهروندان درباره انتخابات پاک تأثير بگذارند. استفاده از رسانه های دیجیتال برای انتشار اطلاعات نادرست، زیر سؤال بردن مشروعيت سياسي، و...

## 1. Clean Elections

می‌تواند به شک و تردید، بی‌اعتمادی، و سرخوردگی گسترده شهروندان کمک کند و موجب ایجاد تصورات منفی درباره نهاد‌های سیاسی، از جمله احتمال برگزاری انتخابات پاک در کشور شود (موجیل و همکاران، ۲۰۲۱). همچنین، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند از طریق تغییرات فرهنگی و ایجاد نوعی از خودیگانگی فرهنگی، بر نگرش سیاسی شهروندان در مورد شیوه برگزاری انتخابات در کشور تأثیرگذار باشند (اسمیت و سیمینو، ۲۰۱۲). در این راستا، استدلال می‌شود که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند از طریق تقویت و گسترش ارزش‌های سکولار و رهایی در جامعه، سبب ایجاد فرهنگی مغایر با سنت‌ها و فرهنگ بومی آن جامعه شوند؛ موضوعی که باعث تقویت افکاری می‌شود که می‌تواند ساختارها و افکار عمومی را به سوی تخریب فرایندهای سیاسی موجود، از جمله انتخابات، سوق دهد.

در سال‌های اخیر، جامعه ایرانی نیز از جمله جوامعی بوده که تنش‌های انتخاباتی و مباحث چالش برانگیز در آن، نمود بیشتری پیدا کرده است. کاهش میزان شرکت در انتخابات و شکل‌گیری اعتراضات سیاسی در سال‌های اخیر، از جمله مواردی است که می‌تواند نشان‌دهنده بروز تغییراتی در احساسات شهروندان در مورد کارکرد انتخابات در کشور باشد؛ بر این اساس، پژوهش حاضر سعی دارد تا با تحلیل ثانویه داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی<sup>۱</sup> به این پرسش مهم پاسخ دهد که «استفاده از رسانه‌های دیجیتال، به‌طور مستقیم و غیرمستقیم و از طریق ارزش‌های فرهنگی سکولاریسم و رهایی، چه رابطه‌ای با ادراک شهروندان در مورد انتخابات پاک در ایران دارد».

## ۱. پیشینه پژوهش

نعمتی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مناظرات مطلوب انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران از منظر رهبر معظم انقلاب» این‌گونه استدلال کرده‌اند که اصلاحات شکلی و محتوایی، در کنار اصلاح شیوه مدیریت مناظرات و توجه به اهداف، می‌تواند به پیشبرد یک مناظره مطلوب درون رسانه‌ها کمک کند. در این میان، خود نامزدهای انتخابات نیز وظایفی دارند که تا به آن‌ها پایبند نباشند، فرایند مناظرات، اصلاح نخواهد شد. یآوری (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «تحلیلی حقوقی بر نقش و جایگاه رسانه‌ها در انتخابات» استدلال می‌کند که نظام حقوقی حاکم بر فعالیت رسانه‌ها در عرصه انتخابات، با

### 1. World Values Survey

توجه به نوع و حوزه و گستره رسانه‌ها و نوع انتخابات و همچنین، تفاوت‌های جوامع، دارای تنوع و تکثر چشمگیری است. با وجود این، تعهد رسانه‌ها به اطلاع‌رسانی، آموزش، و معرفی و تبلیغات انتخاباتی احزاب و نامزدهای انتخابات در یک فضای سالم، شفاف، برابر، و منصفانه هنوز با چالش‌های بسیاری روبه‌رو است و قوانین و مقررات موجود تاکنون نتوانسته‌اند این هدف را محقق کنند.

خسروی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «دموکراسی و اصول حاکم بر انتخابات آزاد و منصفانه» اصولی را بررسی می‌کند که تضمین‌کننده برگزاری انتخابات دموکراتیک هستند و به نوعی در صورت فقدان هر یک از آن‌ها، دیگر نمی‌توان شاهد انتخابات اصیل، آزاد، و منصفانه‌ای بود که از شاخه‌های مهم نظام دموکراتیک است. از آنجاکه انتخابات اصیل و دموکراتیک بر پایه‌های ارزشی بنیادینی مانند کرامت انسانی، آزادی اراده، مختار بودن، و حق تعیین سرنوشت، موجه‌سازی می‌شود؛ از این رو، در این پژوهش به اصولی اشاره می‌شود که در عمل، تجلی‌بخش چنین ارزش‌هایی باشند.

جیمیسون<sup>۱</sup> (۲۰۲۰) در کتابی با عنوان «جنگ سایبری: چگونه هکرها و ترول‌های روسی به انتخاب رئیس‌جمهور کمک کردند؛ آنچه ما نمی‌دانیم، نمی‌توانیم، و می‌دانیم» نقش رسانه‌های اجتماعی را در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا در سال ۲۰۱۶ و پیامدهای آن برای انتخابات پاک واکاوی کرده است.

مور (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «دموکراسی هک‌شده: آشفتگی سیاسی و جنگ اطلاعاتی در عصر دیجیتال»، روش‌های مورداستفاده پلتفرم‌های رسانه و فناوری‌های دیجیتال برای برهم زدن فرایندهای دموکراتیک و انتخابات را در سراسر جهان بررسی کرده است.

توفکچی (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان «توییتر و گاز اشک‌آور: قدرت و شکنندگی اعتراض شبکه‌ای» تأثیر رسانه‌های اجتماعی را بر جنبش‌های سیاسی بررسی کرده و به مطالعه راه‌هایی پرداخته است که پلتفرم‌های آنلاین می‌توانند براساس آن‌ها به فرایندهای دموکراتیک قدرت دهند یا آن‌ها را مختل کنند (البته این پژوهش تنها بر موضوع انتخابات متمرکز نبوده است).

هرش (۲۰۱۵) در پژوهشی با عنوان «هک کردن رأی‌دهندگان: چگونه کمپین‌ها، رأی‌دهندگان را درک می‌کنند» بینش‌هایی را در مورد نحوه استفاده کمپین‌ها از داده‌ها و فناوری،

## 1. Jamieson

از جمله رسانه‌های دیجیتال، برای هدف قرار دادن و تأثیرگذاری بر رأی‌دهندگان در طول انتخابات ارائه می‌دهد.

پاریسر (۲۰۱۱) در کتابی با عنوان «حباب فیلتر: چگونه وب شخصی شده جدید آنچه را که می‌خوانیم و فکر می‌کنیم، تغییر می‌دهد» به این موضوع می‌پردازد که چگونه الگوریتم‌های موجود در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی می‌توانند اتاق‌های پژواک ایجاد کرده و قرار گرفتن در معرض دیدگاه‌های متنوع را محدود کنند، که این امر به نوبه خود می‌تواند بر نتایج انتخابات تأثیر بگذارد.

همان‌گونه که پیشینه پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد، در داخل ایران، پژوهش خاصی درباره تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر ادراک شهروندان از انتخابات سالم انجام نشده است و در این زمینه خلأهایی وجود دارد و پژوهش‌های موجود، این موضوع را تنها از چشم‌انداز حقوقی و مدیریتی، و نه از زاویه جامعه‌شناختی، بررسی کرده‌اند. افزون‌براین، در پژوهش‌های خارجی نیز اگرچه اشاره‌هایی به این موضوع شده است، اما این پژوهش‌ها نیز بیشتر به تأثیرات مستقیم رسانه‌های دیجیتال بر انتخابات سالم پرداخته‌اند و هیچ پژوهشی، نقش میانجی ارزش‌های فرهنگی (ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی) را در رابطه بین رسانه‌های دیجیتال و انتخابات پاک مطالعه نکرده است.

## ۲. چارچوب نظری پژوهش

درباره تأثیرات رسانه‌های دیجیتال بر چگونگی برگزاری انتخابات، دو دیدگاه رقیب وجود دارد. براساس دیدگاه نخست، چند نظریه، از جمله «نظریه دموکراسی دیجیتال<sup>۱</sup>»، «نظریه سرمایه اجتماعی آنلاین<sup>۲</sup>»، و «نظریه جامعه شبکه‌ای<sup>۳</sup>» که به تأثیرات مثبت رسانه‌های دیجیتال اعتقاد دارند، استدلال می‌کنند که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند از طریق دسترسی آسان‌تر به اطلاعات انتخاباتی، تعامل بیشتر بین شهروندان و نامزدهای انتخابات، افزایش سطح اعتماد و مشارکت مدنی شهروندان، و ایجاد ارتباطات افقی و چندجانبه در میان شهروندان، سبب افزایش مشارکت شهروندان، شفافیت، و پاسخ‌گویی در فرایند انتخابات شوند (هکر و دیک، ۲۰۰۰؛ فوچر، ۲۰۱۸؛ استالدر، ۲۰۰۶). در مقابل، نظریه‌های رقیب، از جمله «نظریه اطلاعات

1. Digital Democracy
2. Online Social Capital Theory
3. Network Society Theory

«غلط<sup>۱</sup>»، «نظریه حباب اطلاعاتی<sup>۲</sup>» و «نظریه بازتولید نابرابری<sup>۳</sup>» به تأثیرات منفی رسانه‌های دیجیتال اعتقاد دارند (دلویکاریو، ۲۰۱۶؛ چیترا و موسکا، ۲۰۲۰؛ اریک و اریک، ۲۰۲۰). در این چشم‌انداز، اندیشمندان بر این نظرند که رسانه‌های نوین، به‌دلایل گوناگونی بر ادراک شهروندان از پدیده‌های مختلف سیاسی و اجتماعی، تأثیراتی منفی به‌جای نهاده و سبب شده‌اند که تصور افراد از این پدیده‌های سیاسی مدرن، دچار ابهام شود. پژوهشگران سیاسی، در توضیح دلایل این امر، نظریه‌های گوناگونی ارائه داده‌اند. در این باره، نخست، استدلال می‌شود که فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال، انتشار اطلاعات نادرست و اخبار جعلی را به‌میزان چشمگیری تسهیل کرده و بستر مناسبی را برای تأثیرگذاری بر جهان‌بینی و باورهای شهروندان فراهم کرده‌اند (آمر، ۲۰۲۳). بر این اساس، گفته می‌شود، عوامل پرشماری در انتشار اطلاعات نادرست آنلاین نقش دارند. میرز (۲۰۲۲) در این باره این‌گونه استدلال می‌کند که پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، اغلب بدون بررسی درست واقعیت‌ها، اشتراک‌گذاری سریع اطلاعات را امکان‌پذیر می‌کنند و به‌این ترتیب، الگوریتم‌هایی که برای پیشنهادسازی تعامل کاربران طراحی شده‌اند، می‌توانند سبب تقویت محتوای هیجان‌انگیز یا گمراه‌کننده شوند و بر باورهای درست افراد تأثیر بگذارند. ژو و همکاران (۲۰۲۱) بر این نظرند که رسانه‌های دیجیتال، برخلاف رسانه‌های سنتی، فاقد دروازه‌بانان خبر و هیئت تحریریه هستند که این امر، امکان تکثیر اطلاعات تأیید نشده یا نادرست را فراهم می‌کند. سرانجام، شاو و همکاران (۲۰۱۸) استدلال می‌کنند که توانایی ناشناس ماندن آنلاین در رسانه‌های دیجیتال، انتشار اطلاعات نادرست را بدون مسئولیت‌پذیری افراد در مقابل حرف‌هایشان تسهیل کرده و ردیابی منبع اطلاعات نادرست را چالش‌برانگیزتر می‌کند و این امر، موجب ایجاد فضای مناسب برای گسترش شایعات در جامعه می‌شود؛ بنابراین، به‌نظر می‌رسد، با گسترش اطلاعات نادرست توسط رسانه‌های دیجیتال، تشخیص داده‌ها و اخبار درست از اشتباه، به‌ویژه اطلاعات مربوط به پدیده‌های سیاسی و مرتبط با انتخابات که در آن اردوگاه‌های رقیب به‌دنبال منافع شخصی خویش هستند، سخت‌تر می‌شود و شهروندان را دچار ابهام درباره میزان سالم بودن انتخابات موجود در کشور می‌کند.

1. Misinformation Theory
2. Filter Bubble Theory
3. Reproduction of Inequality Theory

قطبی شدن جامعه، دومین موردی است که رسانه‌های دیجیتال از طریق آن می‌توانند بر برداشت‌های افراد درباره شیوه برگزاری انتخابات تأثیر منفی بگذارند. رسانه‌های دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین، از طریق ایجاد اتاق‌های پژواک، که محیط‌هایی هستند که در آن افراد تنها در معرض اطلاعاتی قرار می‌گیرند که باورها و نظرات موجود آن‌ها را تقویت می‌کند، قطب‌بندی سیاسی را تشدید می‌کنند. این پدیده، از چند جهت می‌تواند سبب تقسیم‌بندی و بی‌اعتمادی بیشتر مردم به فرایندها و نهادهای سیاسی شود. ازیک‌سو، الگوریتم‌های رسانه‌های دیجیتال، بیشتر محتوایی را اولویت‌بندی می‌کنند که با باورهای موجود کاربران همسو باشند و حلقه بازخوردی ایجاد می‌کنند که این باورها را تقویت کنند و قرار گرفتن در معرض دیدگاه‌های متفاوت را محدود می‌کنند (دالگرن، ۲۰۲۰). ازسوی دیگر، پلتفرم‌های آنلاین و رسانه‌های دیجیتال می‌توانند حباب‌های فیلتر<sup>۱</sup> را ایجاد کنند، افراد را در جوامع ایدئولوژیکی خود منزوی کنند، و مانع قرار گرفتن افراد در معرض دیدگاه‌های مختلف شوند و به این ترتیب، باورها و نگرش انسان‌ها، حالتی سطحی و بدون عمق پیدا می‌کند (فلاکسمن و همکاران، ۲۰۱۶). سرانجام، تعاملات آنلاین در رسانه‌های دیجیتال، به‌ویژه در بخش‌های نظرات و قسمت گفت‌وگوها، می‌تواند به شدت قطبی شده و سبب ایجاد موقعیت‌های ریشه‌دار و کاهش تمایل به مشارکت در گفت‌وگوی سازنده با کسانی شود که دیدگاه‌های مخالفی دارند و چنین شرایطی می‌تواند منجر به تحلیل‌های نادرست در زمینه‌های سیاسی شود (فولای و روی، ۲۰۲۳)؛ بنابراین، این پویایی‌ها به ایجاد شکاف‌های فزاینده و بی‌اعتمادی شهروندان کمک کرده و یافتن زمینه‌های مشترک و تقویت گفتمان سیاسی سازنده را چالش‌برانگیزتر می‌کند؛ به‌گونه‌ای که نوع برداشت افراد از پدیده انتخابات، تحت تأثیر چنین فضای قطبی‌شده‌ای قرار می‌گیرد.

سازوکار دیگری که سبب می‌شود رسانه‌های دیجیتال بر نگرش افراد درباره شیوه برگزاری انتخابات تأثیر بگذارند، مشروعیت‌زدایی است. این رسانه‌ها، با فراهم کردن بستری برای انتقاد و مخالفت، همانند یک شمشیر دولبه عمل می‌کنند؛ ازیک‌سو، می‌توانند به‌عنوان ابزاری حیاتی برای پاسخ‌گوسازی رهبران و نهادهای سیاسی عمل کنند و ازسوی دیگر، هنگامی که با کمپین‌های اطلاعات نادرست ترکیب شوند، می‌توان از همین پلتفرم‌ها برای تضعیف مشروعیت رهبران و نهادهای سیاسی استفاده کرد؛ بنابراین، هنگامی که اطلاعات نادرست، در

## 1. Filter Bubbles

کنار انتقادات به کار گرفته می‌شوند، می‌توانند شک و تردیدها را تشدید کنند و اعتماد عمومی را به شخصیت‌ها و نهادهای سیاسی، از جمله انتخابات، کاهش دهند. براین اساس، انتشار سریع روایت‌های دروغین از طریق رسانه‌های دیجیتال و پلتفرم‌های آنلاین می‌تواند به میزان قابل توجهی به شهرت و اعتماد درک‌شده شهروندان از صاحبان قدرت‌های سیاسی آسیب برساند (آرگوت و همکاران، ۲۰۲۱). این امر، یعنی قرار گرفتن پیوسته در معرض محتوای منفی و تفرقه‌برانگیز در رسانه‌های دیجیتال، می‌تواند به ایجاد حس بدبینی و بی‌تفاوتی در مقابل فرایندها و نهادهای سیاسی منجر شود. غرق شدن افراد در جریان ثابتی از اطلاعات قطبی، هیجان‌انگیز، یا گمراه‌کننده می‌تواند منجر به سرخوردگی از ساختارهای سیاسی موجود و کاهش اعتماد به اثربخشی حکمرانی مردم‌سالارانه شود (اوگنیاوا و همکاران، ۲۰۲۰). از آنجاکه بیشتر نهادهای برگزارکننده انتخابات، در اختیار مسئولان و مقامات کشوری است، بدیهی است که هرگونه آسیبی به مشروعیت این شخصیت‌ها می‌تواند بر تصور افراد از شیوه برگزاری انتخابات نیز تأثیرگذار باشد.

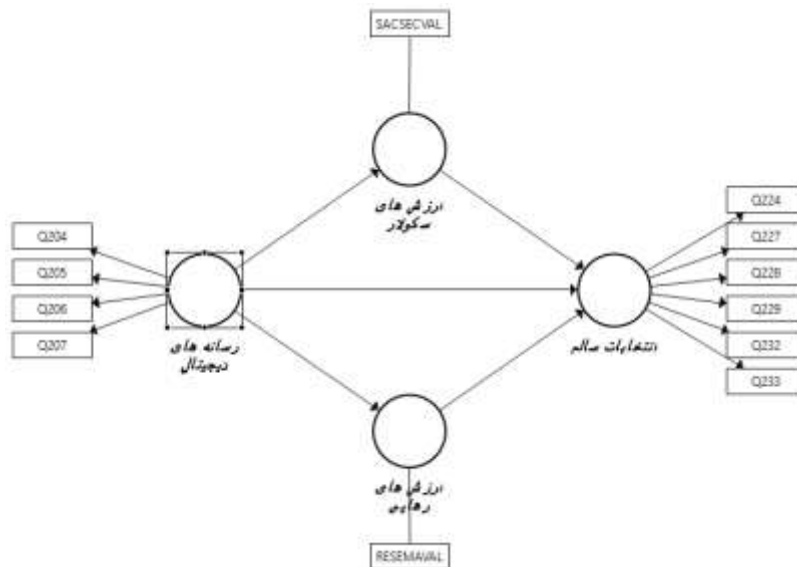
اما رسانه‌های دیجیتال، از طریق تغییرات فرهنگی نیز می‌توانند بر نگرش شهروندان درباره پدیده‌های سیاسی تأثیرگذار باشند. در نظریات جدید، استدلال می‌شود که رسانه‌های دیجیتال، با فراهم کردن بستری برای بحث‌های آزاد و متنوع درباره موضوعات مرتبط با سکولاریسم، جدایی دین از دولت، و ارتقای آزادی عقیده فردی، امکان گسترش ارزش‌های سکولار را افزایش می‌دهند (رهبرقاضی و همکاران، ۱۴۰۱). رسانه‌های دیجیتال می‌توانند از راه‌های گوناگون به سکولاریسم کمک کنند. نخست اینکه، آن‌ها بستری را برای بحث و تبادل نظر آزاد فراهم می‌کنند و به افراد امکان می‌دهد، دیدگاه‌های مختلف خود را درباره دین و سکولاریسم ارائه دهند. این رویارویی با دیدگاه‌های جایگزین می‌تواند سبب درک عمیق‌تر، پذیرش باورهای متفاوت، و پرورش مدارا و احترام در جوامع شود و همچنین به تقویت روابط اجتماعی در میان افرادی که دارای ارزش‌های سکولار هستند کمک کند و فضایی مجازی را برای افراد فراهم کند تا افکار و تجربه‌های خود را بدون ترس از آزار و اذیت یا تبعیض مطرح کنند (ولزل، ۲۰۱۳؛ عثمانی و آکمال، ۲۰۱۸). افزون بر این، رسانه‌های دیجیتال می‌توانند به‌عنوان بستری برای نمایش تأثیر مثبت ارزش‌های سکولار بر عرصه‌های گوناگون جامعه، مانند علم، آموزش، و حقوق بشر مورد استفاده قرار گیرند. رسانه‌های دیجیتال می‌توانند با به اشتراک گذاشتن داستان‌های موفقیت برخی از کشورها و برجسته کردن کمک‌های اصول سکولار به بهبود این جوامع، به‌زعم خود، به رفع تصورات

نادرست درباره سکولاریسم کمک کنند (کاستلز، ۲۰۰۹؛ کراگون و همکاران، ۲۰۱۷). رسانه‌های دیجیتال، فرصتی را برای افراد فراهم می‌کنند تا با جوامع و سازمان‌های همفکری ارتباط برقرار کنند که از ارزش‌های سکولار دفاع می‌کنند؛ بنابراین، این رسانه‌ها یک شبکه حمایتی و احساس تعلق برای افرادی ایجاد می‌کنند که در غیر این صورت ممکن بود به دلیل اعتقاداتشان، احساس انزوا کنند و این امر می‌تواند به عادی‌سازی و پذیرش ارزش‌های سکولار در جامعه کمک کند (اسمیت و سیمپنو، ۲۰۱۵). افزون‌براین، رسانه‌های دیجیتال، از قابلیت کمک مثبت به ارزش‌های رهایی، به‌ویژه از طریق توانمندسازی گروه‌های به‌حاشیه‌رانده‌شده برای تقویت صدای خود و مشارکت در گفتمان اجتماعی، برخوردارند. نتایج پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد، فناوری‌های دیجیتال این گروه‌ها را قادر می‌کنند تا ساختارهای قدرت موجود را به چالش بکشند و فرصت‌هایی را برای ایجاد تغییرات اجتماعی فراهم کنند (اورتیز و همکاران، ۲۰۱۹). افزون‌براین، رسانه‌های دیجیتال، پیوستگی جهانی و دسترسی به دیدگاه‌های متنوع را تسهیل، درک فرهنگی را تقویت، و همدلی را در سراسر مرزها ترویج می‌کنند و به این ترتیب، منجر به گسترش ارزش‌های رهایی می‌شوند (نوریس و اینگلهارت، ۲۰۰۹)؛ بنابراین، به نظر می‌رسد رسانه‌های دیجیتال از بسیاری جهت‌ها چشم‌اندازهای فرهنگی و سیاسی را تغییر داده و باعث گسترش ارزش‌های عقلانیت سکولار و رهایی در جوامع شده‌اند و با تغییر این ارزش‌ها، نوع چشم‌انداز شهروندان در مورد موضوعات سیاسی، از جمله کارایی و کارآمدی سیاسی حکومت‌ها، نیز تغییر کرده است. از یک سو، رسانه‌های دیجیتال با ایجاد تغییرات فرهنگی، زمینه شنیده شدن صداهای به‌حاشیه‌رانده‌شده و توجه به خواست‌های آن‌ها را فراهم کرده‌اند و از سوی دیگر، بستری را برای سازماندهی و فعالیت سیاسی اعتراضی آن‌ها ایجاد کرده‌اند که منجر به تقویت جنبش‌هایی اعتراضی شده است (جاست و همکاران، ۲۰۱۸) و این امر، سبب ایجاد نوعی افکار عمومی در جامعه شده است که چندان به فرایندهای سیاسی موجود، از جمله عادلانه بودن انتخابات معتقد نیستند.

رونالد اینگلهارت، دانشمند برجسته علوم سیاسی، که به دلیل فعالیت‌هایش در زمینه فرهنگ سیاسی و سیاست تطبیقی شناخته شده است، تأثیر رسانه‌های دیجیتال را بر اعتماد و مشروعیت سیاسی بررسی کرده است. پژوهش اینگلهارت بر نقش ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی در شکل‌دهی رفتار سیاسی، نگرش‌ها، و اعتماد به نهادها تأکید می‌کند. نوریس و اینگلهارت (۲۰۰۹) نشان داده‌اند که چگونه رسانه‌های دیجیتال می‌توانند با تغییر نحوه تعامل افراد با اطلاعات و گفتمان سیاسی، بر نگرش افراد درباره پدیده‌های سیاسی تأثیر بگذارند. او قابلیت رسانه‌های دیجیتال را در

تقویت شکاف‌های فرهنگی و اجتماعی، که می‌تواند به کاهش اعتماد به نهادها و فرایندهای سیاسی نیز کمک کند، برجسته کرده است. افزون‌براین، اینگلهارت و ولزل (۲۰۰۴) به رابطه بین ارزش‌های فردی و نگرش درباره اقتدار سیاسی پرداخته‌اند. از دیدگاه آن‌ها، تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر انتشار اطلاعات، دیدگاه‌ها، و روایت‌ها ممکن است زمینه‌های فرهنگی و ارزشی موجود را تغییر دهد و بر ادراک افراد از مشروعیت سیاسی و اعتماد به فرایندهای سیاسی تأثیر بگذارد. پژوهش‌نویس و اینگلهارت (۲۰۰۹) درباره ارزش‌های سکولار و رهایی، که بر بیان خود، خودمختاری، کیفیت زندگی، و مواردی از این دست تأکید دارند، بینش‌هایی را در مورد اینکه چگونه رسانه‌های دیجیتال می‌توانند بر نگرش‌های سیاسی و بی‌اعتمادی تأثیر بگذارند، ارائه می‌دهد. او استدلال می‌کند که حوزه دیجیتال، بستری را برای بیان ارزش‌ها و دیدگاه‌های متنوع فراهم می‌کند، اما این امر همچنین، می‌تواند به گسترش روایت‌های متضاد و فرسایش اجماع ملی درباره مسائل سیاسی منجر شود. اینگلهارت با در نظر گرفتن تأثیر مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های دیجیتال بر ارزش‌های فرهنگی و بی‌اعتمادی نهادی، به درک روش‌های چندوجهی تلاقی فناوری‌های ارتباطات دیجیتال با روندهای فرهنگی گسترده‌تر و نگرش‌های فردی درباره انتخابات پاک کمک می‌کند. الگوی نظری پژوهش حاضر نیز با استفاده از نظریه اینگلهارت (شکل شماره ۱) طراحی شده است.

شکل شماره ۱. الگوی نظری تبیین تأثیر رسانه‌های دیجیتال بر ادراک شهروندان درباره احتمال برگزاری انتخابات سالم



### ۳. روش پژوهش

در ادامه، به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از داده‌های موج هفتم پیمایش ارزش‌های جهانی<sup>۱</sup> در مورد ایران استفاده شده است. پیمایش ارزش‌های جهانی، یک برنامه تحقیقاتی جهانی است که ارزش‌ها و باورهای مردم، چگونگی تغییر آن‌ها در طول زمان، و تأثیرات اجتماعی و سیاسی آن‌ها را بررسی می‌کند. موج هفتم این داده‌ها برای ایران که در بین سال‌های ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۲ گردآوری شده است، دربرگیرنده ۱۴۹۹ شهروند ایرانی است که از این تعداد، ۷۴ درصد شهری و ۲۶ درصد روستایی بوده‌اند. همچنین، ۵۱ درصد افراد، مرد و ۴۹ درصد آن‌ها زن بوده‌اند و میانگین سنی پاسخ‌گویان نیز ۳۹/۵ بوده است.

متغیرهای موردبررسی در پژوهش حاضر، عبارتند از:

۱. رسانه‌های دیجیتال: به محتوا یا اطلاعات الکترونیکی‌ای گفته می‌شود که با استفاده از فناوری‌های دیجیتال، ایجاد، توزیع، و مصرف می‌شوند. این مجموعه، شکل‌های گوناگون ارتباط آنلایین، مانند وبسایت‌ها، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، ایمیل، برنامه‌های تلفن همراه، نشریات دیجیتال و محتوای چندرسانه‌ای مانند تصاویر، ویدیوها، و صدا را دربر می‌گیرد (ایرانی و نودری، ۲۰۲۴). در پژوهش حاضر از چهار متغیر استفاده از سایت‌های اینترنتی، رسانه‌های اجتماعی، ایمیل، و تلفن همراه برای سنجش رسانه‌های دیجیتال استفاده شده است؛

۲. ارزش‌های سکولار: از دیدگاه رونالد اینگلهارت، ارزش‌های سکولار، مجموعه‌ای از نگرش‌ها و باورها را دربر می‌گیرند که اهمیت کمتری برای مذهب، ارزش‌های سنتی خانواده، و اقتدار قائل می‌شوند و بیشتر بر عقلانیت تأکید دارند (اینگلهارت و ولزل، ۲۰۲۳). در داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی با ترکیب شاخص‌های بی‌اعتمادی به نهادهای سیاسی، اهمیت ندادن به هنجارهای سنتی، و بی‌توجهی به مذهب و مراجع اقتدار، متغیری با عنوان "SACSECVAL" ایجاد شده است که ارزش‌های سکولار را بررسی و سنجش می‌کند؛

۳. ارزش‌های رهایی: ارزش‌های رهایی‌بخش، زیرمجموعه خاصی از ارزش‌های ابراز وجود است که بر آزادی انتخاب و برابری فرصت‌ها تأکید می‌کند (الکساندر و ولزل، ۲۰۱۱). در میان داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی با ترکیب شاخص‌های آزادی سبک زندگی، برابری

#### 1. WVS

جنسیتی، استقلال شخصی، و اولویت صدای مردم، متغیری با عنوان "RESEMAVAL" ایجاد شده است که ارزش‌های رهایی را بررسی و سنجش می‌کند؛

۴. انتخابات پاک: انتخابات پاک به معنای این است که تمام شرایط و زیرساخت‌های لازم برای انجام رأی‌گیری به گونه‌ای شفاف، قابل اطمینان، و بدون تبعیض برای همه شهروندان فراهم شده باشد (شافر، ۲۰۰۸). در پژوهش حاضر، به منظور سنجش این متغیر، از شش گویه استفاده شده است که عبارتند از: اعتقاد افراد به شمارش منصفانه آراء، نبود رشوه‌های انتخاباتی، پوشش منصفانه و درست انتخابات توسط خبرنگاران، بی طرف بودن مجریان انتخابات، مواجه بودن رأی‌دهندگان با یک انتخاب واقعی، برابر بودن فرصت‌های کاندیدا شدن برای زنان و مردان.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

در این قسمت، ابتدا نتایج آمار توصیفی و الگوهای اندازه‌گیری، و همچنین الگوهای ساختاری و آزمون فرضیه‌های پژوهش ارائه شده است.

جدول شماره (۱). نتایج آمار توصیفی، بارهای عاملی، روایی همگرا، و پایایی ترکیبی

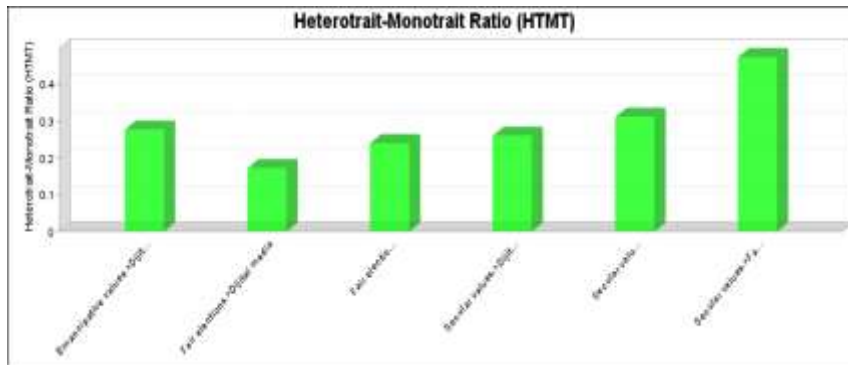
متغیر	گویه	میانگین	انحراف استاندارد	بار عاملی	AVE	CR
رسانه‌های دیجیتال	Q204	۳/۳۱	۱/۱۹	۰/۷۰	۰/۶۰	۰/۸۶
	Q205			۰/۶۲		
	Q206			۰/۸۷		
	Q207			۰/۸۸		
ارزش‌های سکولار	Q217	۰/۲۶	۰/۱۵	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰
ارزش‌های رهایی	Q146	۰/۳۳	۰/۱۵	۱/۰۰	۱/۰۰	۱/۰۰
انتخابات سالم	Q224	۲/۷۶	۰/۶۸	۰/۶۹	۰/۴۳	۰/۸۱
	Q227			۰/۵۹		
	Q228			۰/۵۶		
	Q229			۰/۷۰		
	Q232			۰/۷۶		
	Q233			۰/۵۵		

بر اساس نتایج توصیفی، میانگین استفاده از رسانه‌های اجتماعی، ۳/۳۱ است. با توجه به اینکه نمره حداقل برای این متغیر، «۱» و نمره حداکثر، «۵» بود، یافته‌ها نشان می‌دهد که میزان استفاده از رسانه‌های دیجیتال در میان پاسخ‌گویان، اندکی بالاتر از متوسط بوده است. میانگین نمره ارزش‌های سکولار (۰/۲۶) در دامنه بین «۰» تا «۱» بود که نشان می‌دهد، میزان این نوع ارزش‌ها در جامعه پایین است. میانگین نمره ارزش‌های رهایی (۰/۳۳) در دامنه بین «۰» تا

«۱» بود که حاکی از پایین بودن این متغیر است. سرانجام، میانگین اعتقاد شهروندان به برگزاری انتخابات پاک در جامعه (۲/۷۶) در دامنه بین «۱» تا «۴» بود که نشان می‌دهد، میزان اعتقاد به برگزاری انتخابات پاک، تا حدودی بالاتر از حد متوسط است.

افزون‌براین، میزان بارهای عاملی نشان می‌دهد که در همه متغیرها، میزان این بارهای عاملی بالای «۰/۴۰» و قابل قبول است. همچنین، میزان پایایی ترکیبی متغیرها، بالای «۰/۷۰» و قابل قبول است. سرانجام، میزان روایی همگرا (AVE)، تنها در متغیر احساس انتخابات سالم، زیر «۰/۵۰» است. البته از آنجاکه مقدار آن، بالاتر از «۰/۴۰» و هم‌زمان، پایایی ترکیبی آن، بالاتر از «۰/۷۰» است؛ بنابراین، براساس نظریه فورنل و لارکر (۱۹۸۱) روایی همگرایی آن نیز تأیید می‌شود.

شکل شماره (۲). محاسبه شاخص HTMT



براساس نظریه هنسلر و همکاران (۲۰۱۵)، حد مجاز معیار "HTMT"، «۰/۸۵» تا «۰/۹۰» است. اگر مقادیر این معیار، کمتر از «۰/۹۰» باشد، روایی و اگر قابل قبول است. همان‌گونه که نتایج شکل شماره (۲) نشان می‌دهد، میزان روایی یگانه-دوگانه برای رسانه‌های دیجیتال با ارزش‌های رهایی «۰/۲۷»، رسانه‌های دیجیتال با انتخابات سالم «۰/۱۷»، ارزش‌های رهایی با انتخابات سالم «۰/۲۴»، ارزش‌های دیجیتال با ارزش‌های سکولار «۰/۲۶»، ارزش‌های رهایی با ارزش‌های سکولار «۰/۳۱» و سرانجام، ارزش‌های سکولار با انتخابات سالم «۰/۴۷» است که همگی زیر «۰/۹۰» و قابل قبول است.

جدول شماره (۲). رابطه همبستگی بین متغیرهای موردآزمون

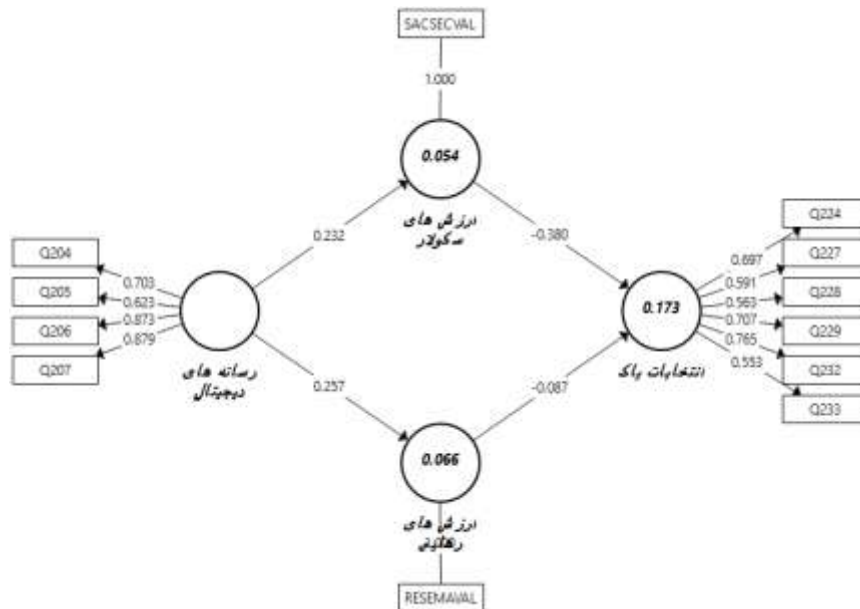
متغیر	ارزش‌های سکولار	ارزش‌های رهایی	انتخابات سالم
رسانه‌های اجتماعی	۰/۱۹** (۰/۰۰)	۰/۲۱** (۰/۰۰)	۰/۰۳ (۰/۱۶)

جدول شماره (۲) به آزمون همبستگی متغیرهای موردآزمون در مدل پژوهش اشاره می‌کند.

نتایج به دست آمده نشان می دهد، رسانه های دیجیتال با دو متغیر میانجی پژوهش، رابطه معنادار و مثبتی داشته اند، اما این متغیر با متغیر وابسته احساس انتخابات سالم در میان شهروندان، به طور مستقیم، رابطه معناداری نداشت؛ بنابراین، آزمون تأثیر مستقیم رسانه های اجتماعی بر متغیر وابسته احساس انتخابات پاک، حذف شد.

سرانجام، به منظور سنجش برازش الگوی پژوهش، از شاخص ریشه میانگین مربعات باقی مانده استاندارد<sup>۱</sup>، به عنوان تفاوت میان میزان همبستگی مشاهده شده و ماتریس همبستگی الگوی ساختاری استفاده شد. میزان این شاخص در پژوهش «۰/۰۷» و بنابراین کمتر از ۰/۱۰ بود که نشان می دهد، الگوی نظری پژوهش از برازش مناسبی برخوردار است.

شکل شماره (۳). آزمون الگوی نظری پژوهش با ضرایب استاندارد



شکل ۳ به آزمون مدل نظری پژوهش می پردازد. همانطور که نتایج نشان می دهد ضریب تعیین برای متغیر احساس انتخابات پاک توسط پاسخگویان ۰/۱۷۳ بوده است که این امر حاکی از آن است که ۱۷/۳ درصد از واریانس متغیر وابسته احساس انتخابات پاک توسط متغیرهای مورد بررسی در این پژوهش تبیین می شود و ۸۲/۷ درصد این تغییرات مربوط به متغیرهای

## 1. SRMR

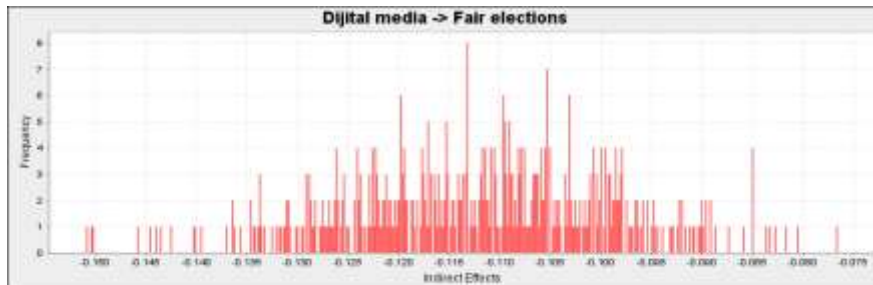
دیگری هستند که در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفته‌اند. همچنین، از آنجاکه مقدار ضریب تعیین در بازه بین ۰/۱۳ تا ۰/۲۶ قرار دارد، بنابراین بر اساس معیارهای کوهن می‌توان استدلال کرد که اندازه اثر متغیرهای تحقیق بر روی متغیر وابسته متوسط بوده است. از سوی دیگر، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال با ضرایب اثر ۰/۲۳ و ۰/۲۵ به ترتیب بر روی ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی تأثیر مثبت داشتند و منجر به افزایش این نوع ارزش‌ها در جامعه می‌شوند. همچنین ارزش‌های سکولار با ضریب ۰/۳۸- و ارزش‌های رهایی با ضریب ۰/۰۸- احساس انتخابات پاک را در جامعه کاهش می‌دادند.

جدول شماره (۳). خلاصه نتایج آزمون برازش بخش ساختاری پژوهش

ارتباط متغیرها	ضریب بتا	t	نتیجه آزمون
رسانه‌های دیجیتال ← ارزش‌های سکولار	۰/۲۳	۹/۸۲	تأیید
رسانه‌های دیجیتال ← ارزش‌های رهایی	۰/۲۵	۱۰/۷۵	تأیید
ارزش‌های سکولار ← انتخابات پاک	-۰/۳۸	۱۵/۴۸	تأیید
ارزش‌های رهایی ← انتخابات پاک	-۰/۰۸	۳/۲۷	تأیید
رسانه‌های دیجیتال ← ارزش‌های سکولار ← انتخابات پاک	-۰/۰۹	۸/۲۹	تأیید
رسانه‌های دیجیتال ← ارزش‌های رهایی ← انتخابات پاک	-۰/۰۳	۳/۰۹	تأیید

جدول شماره (۲) خلاصه نتایج آزمون بخش ساختاری پژوهش و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم متغیر مستقل را توضیح می‌دهد. نتایج به‌دست‌آمده نشان می‌دهد، مقدار "t" بالاتر از مقدار بحرانی «۱/۹۶» است، و این امر حاکی از آن است که رسانه‌های دیجیتال به‌طور مستقیم، بر ارزش‌های سکولار، تأثیر مثبت و معناداری داشته و موجب افزایش این نوع ارزش‌ها در میان پاسخ‌گویان شده‌اند. همچنین، نتایج نشان می‌دهد که مقدار "t" در رابطه میان رسانه‌های دیجیتال و ارزش‌های رهایی نیز بالاتر از «۱/۹۶» است؛ بنابراین، این رسانه‌ها، ارزش‌های رهایی در جامعه را نیز به‌گونه‌ای معنادار افزایش می‌دهند. افزون‌براین، یافته‌ها نشان می‌دهد که ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی، به‌گونه‌ای معنادار بر احساس انتخابات پاک در کشور تأثیر منفی داشته و چنین احساسات مخربی را در جامعه تقویت کرده‌اند. سرانجام، با توجه به معنادار بودن مقدار "t" از مقدار بحرانی «۱/۹۶» یافته‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال، به‌تفکیک از طریق دو متغیر میانجی ارزش‌های سکولار و ارزش‌های رهایی تأثیر معناداری بر احساس انتخابات پاک داشته و سبب بدگمانی پاسخ‌گویان به شیوه انتخابات در جامعه شده‌اند.

شکل شماره (۴). تأثیر غیرمستقیم کل رسانه‌های دیجیتال بر ادراک انتخابات سالم



شکل شماره (۳) به تأثیرات غیرمستقیم و کلی رسانه‌های دیجیتال بر احساس انتخابات پاک در میان پاسخ‌گویان ایرانی اشاره دارد. به‌طورکلی، نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال، با ضریب «۰/۱۱-»، تأثیر منفی‌ای بر ادراک شهروندان از انتخابات پاک در کشور داشته‌اند. افزون‌براین، مقدار "t" در این آزمون، «۸/۷۲» بود که براساس آن می‌توان استدلال کرد، رسانه‌های دیجیتال به‌گونه‌ای غیرمستقیم و از طریق دو ارزش رهایی و سکولار، سبب تضعیف احساسات خوب شهروندان درباره انتخابات پاک در کشور می‌شوند.

### نتیجه‌گیری

همان‌گونه که در بخش اهداف و چارچوب نظری پژوهش اشاره شد، مقاله حاضر سعی داشت، تأثیر مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های دیجیتال را بر احساس شهروندان درباره میزان پاک بودن انتخابات در کشور ایران (با استفاده از داده‌های موج هفتم پیمایش ارزش‌های جهانی) بررسی کند. در این راستا، نتایج پژوهش نشان داد که رسانه‌های دیجیتال، به‌طور مستقیم بر متغیر وابسته، تأثیر معناداری نداشته‌اند، اما به‌طور غیرمستقیم توانسته‌اند بر احساس افراد درباره انتخابات پاک در کشور تأثیر معنادار و منفی‌ای داشته باشند.

همچنین، نتایج این پژوهش (همسو با بخش نظری) نشان می‌دهد که رسانه‌های دیجیتال می‌توانند تأثیرات گسترده‌ای بر ارزش‌های سکولار داشته باشند. این رسانه‌ها امکان دسترسی آسان به اطلاعات و دیدگاه‌های متنوع را برای افراد فراهم می‌کنند که می‌تواند به ترویج ارزش‌های سکولار کمک کند. همچنین، آن‌ها با ارائه محتوای تنوع‌پذیر و اطلاعات دقیق، می‌توانند به افزایش آگاهی عمومی و ارتقای ارزش‌های مدنی و انسانی، از نوع گفتمان غربی، کمک کرده و در نتیجه، فضا را برای تغییرات فرهنگی در جوامع فراهم کنند. همچنین، رسانه‌های دیجیتال می‌توانند از طریق به‌چالش کشیدن ایدئولوژی‌های سنتی، تعامل با

فرهنگ‌های مختلف، و انتقال دیدگاه‌های متنوع از سراسر جهان، تأثیرات مثبتی بر ارزش‌های رهایی داشته باشند.

افزون‌براین، همان‌گونه که در بخش نظری اشاره شد، رسانه‌های دیجیتال با تقویت ارزش‌های سکولار و رهایی در برخی کشورهای اسلامی، می‌توانند بر ادراک افراد درباره انتخابات پاک تأثیر منفی داشته باشد. چرایی این نوع تأثیرگذاری رسانه‌های دیجیتال، می‌تواند به دو دلیل اساسی باشد؛ یکی از دلایل این امر، به ماهیت منحصره‌فرد این ابزارهای ارتباطی مربوط می‌شود؛ رسانه‌های دیجیتال به افراد امکان می‌دهند تا آزادانه نظرات و دیدگاه‌های خود را در مورد موضوعات سیاسی و اجتماعی ابراز کنند، درحالی‌که ممکن است در محیط‌های رسمی به آن‌ها چنین اجازه‌ای داده نشود؛ بنابراین، افراد می‌توانند در رسانه‌های دیجیتال، مطالب و اخباری که در رسانه‌های رسمی پوشش داده نشده‌اند را به اشتراک بگذارند و این شرایط، افراد را تشویق می‌کند تا به تحلیل نقادانه فضای سیاسی و اجتماعی موجود بپردازند. به بیان روشن‌تر، رسانه‌های دیجیتال، به دلیل توجه به موضوعاتی که در رسانه‌های رسمی کمتر به آن‌ها اشاره می‌شود، افراد را برای بررسی نقادانه موضوعات ارزشی و سیاسی تحریک می‌کنند، که این امر ممکن است سبب تشویق طرح دیدگاه‌های منفی درباره نهادهای سیاسی، از جمله نهادهای انتخاباتی، در کشور شود. اما دلیل دوم این امر، به بسترهای موجود در جامعه مربوط می‌شود؛ در ایران، بسترهایی وجود دارد که می‌تواند سبب موفقیت رسانه‌های دیجیتال در راستای تقویت بی‌اعتمادی به ارزش‌های فرهنگی سنتی و نهاد انتخابات شود که برخی دلایل احتمالی آن عبارتند از: (۱) احساس عدم شفافیت اطلاعات ارائه‌شده توسط رسانه‌های رسمی که سبب افزایش اعتماد مردم به رسانه‌های دیجیتال و اخبار منتشرشده از سوی آن‌ها می‌شود؛ (۲) فقدان احزاب قدرتمند و در نتیجه، ضعف در ارتباط شهروندان با نهادهای سیاسی که رسانه‌های دیجیتال، به‌عنوان رقیب نهادهای دولتی، سعی در پر کردن این خلأ داشته‌اند؛ (۳) نبود محتوای متنوع در رسانه‌های سنتی که سبب جلب توجه بیشتر مخاطبان به رسانه‌های دیجیتال و کاهش توانایی دولت در کنترل اطلاعات می‌شود؛ (۴) سرعت انتشار اطلاعات که سبب محبوبیت بیشتر رسانه‌های دیجیتال در مقایسه با رسانه‌های جمعی می‌شود.\*

## منابع

- خسروی، حسن (۱۳۸۹). دموکراسی و اصول حاکم بر انتخابات آزاد و منصفانه. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۱۳(۲).
- رهبرقاضی، محمودرضا؛ نوعی باغبان، سیدمرتضی (۱۴۰۱). مشارکت انتخاباتی در ایران: تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم رسانه‌های اجتماعی از طریق ارزش‌های رهایی و سکولاریسم. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۱۷(۳)، ۸۷-۱۱۶.
- نعمتی، حسام‌الدین؛ باقری کنی، مصباح‌الهدی؛ باقری کنی، محمدامین (۱۴۰۲). شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مناظرات مطلوب انتخابات ریاست‌جمهوری در ایران از منظر رهبر معظم انقلاب. نشریه اندیشه مدیریت راهبردی، ۱۶(۲)، ۱-۴۴.
- یاوری، اسدالله (۱۳۹۴). تحلیلی حقوقی بر نقش و جایگاه رسانه‌ها در انتخابات. فصلنامه تحقیقات حقوقی، ۱۸(۷۲)، ۲۰۱-۲۳۲.
- Aimeur, E., Amri, S., Brassard, G. (2023). Fake News, Disinformation and Misinformation in Social Media: A Review. *Social Network Analysis and Mining*, 13(1), 30.
- Alexander, A., Welzel, Ch. (2011). Empowering Women: The Role of Emancipative Values. *European Sociological Review*. 27(3). 364-384.
- Alvarez, R. M., Hall, T. E. (2003). *Point, Click, and Vote: The Future of Internet Voting*. Rowman & Littlefield.
- Arik, m. B., Arik, E. (2020). Reproduction of Social Inequality in New Media. *Journal of International Social Research*, 13(75).
- Aruguet, N., Calvo, E., Scartascini, C. G., Ventura, T. (2021). *Trustful Voters, Trustworthy Politicians: A survey Experiment on the Influence of Social Media in Politics* (No. IDB-WP-1169). IDB Working Paper Series.
- Bjornlund, E. (2004). *Beyond Free and Fair: Monitoring Elections and Building Democracy*. Woodrow Wilson Center Press.
- Bristol, T. (2021) *Clean Elections in New England: A Case Study of Public Financing in New England*. Southern Connecticut State University.
- Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford: Oxford University Press.
- Chitra, U., Musco, C. (2020). Analyzing the Impact of Filter Bubbles on Social Network Polarization. In *WSDM 2020-Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining* (pp. 115-123). (WSDM 2020 - Proceedings of the 13th International Conference on Web Search and Data Mining). Association for Computing Machinery, Inc.


- Cragun, R. T., Fazzino, L., Manning, C. (2017). *Organized Secularism in the United States: New Directions in Research*. New York: De Gruyter.
- Dahlgren, P. M. (2020). *Media Echo Chambers: Selective Exposure and Confirmation Bias in Media Use, and its Consequences for Political Polarization*. Doctoral Theses. University of Gothenburg.
- Del Vicario, M., Bessi, A., Zollo, F., Petroni, F., Scala, A., Caldarelli, G., ..., Quattrocioni, W. (2016). The Spreading of Misinformation Online. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 113(3), 554-559.
- Faucher, K. X. (2018). *Social Capital Online*. University of Westminster Press.
- Flaxman, S., Goel, S., Rao, J. M. (2016). Filter Bubbles, Echo Chambers, and Online News Consumption. *Public Opinion Quarterly*, 80(S1), 298-320.
- Fornell, C., Larcker, D. F. (1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Fulay, S., Roy, D. (2023). Polarized Speech on Online Platforms. *arXiv Preprint ArXiv:2308.15556*.
- Hacker, K. L., Van Dijk, J. (Eds.). (2000). *Digital Democracy: Issues of Theory and Practice*. Sage.
- Hersh, E. D. (2015). *Hacking the Electorate: How Campaigns Perceive Voters*. Cambridge University Press.
- Inglehart, R., Welzel, Ch. (2023). *The WVS Cultural Map of the World*. Available at: [https://en.wikipedia.org/wiki/World\\_Values\\_Survey#cite\\_note-FOOTNOTE\\_Inglehart\\_Welzel2005chapter\\_2-5](https://en.wikipedia.org/wiki/World_Values_Survey#cite_note-FOOTNOTE_Inglehart_Welzel2005chapter_2-5)
- Inglehart, R., Welzel, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. (Vol. 333). Cambridge: Cambridge university press.
- Irani, H. R., Nozari, H. (2024). *Smart and Sustainable Interactive Marketing*. IGI Global.
- Jamieson, K. H. (2020). *Cyberwar: How Russian Hackers and Trolls Helped Elect a President: What we don't, Can't, and do know*. Oxford University Press.
- Jost, J. T., Barberá, P., Bonneau, R., Langer, M., Metzger, M., Nagler, J., Tucker, J. A. (2018). How Social Media Facilitates Political Protest: Information, Motivation, and Social Networks. *Political Psychology*, 39, 85-118.
- Modgil, S., Singh, R. K., Gupta, S., Dennehy, D. (2021). A Confirmation Bias View on Social Media Induced Polarisation During Covid-19. *Information Systems Frontiers*, 26(2), 417-441.
- Moore, M. (2018). *Democracy Hacked: Political Turmoil and Information Warfare in*

- the Digital Age*. London: Oneworld.
- Myers, S. L. (2022). How Social Media Amplifies Misinformation More Than Information. *The New York Times*. Available at: <https://www.nytimes.com/2022/10/13/technology/misinformation-integrity-institute-report.html>
- Norris, P., Inglehart, R. (2009). *Cosmopolitan Communications: Cultural Diversity in a Globalized World*. New York, Cambridge University Press.
- Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., Wilson, C. (2020). Misinformation in Action: Fake News Exposure is Linked to Lower Trust in Media, Higher Trust in Government when your Side is in Power. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. 1(4), 1-19.
- Ortiz, J., Young, A., Myers, M. D., Carbaugh, D., Bedeley, R. T., Chughtai, H., Davidson, E., George, J., Gogan, J., Gordon, S., Grimshaw, E., Pulver, M., Leidner, D. E., Wigdor, A. (2019). Giving Voice to the Voiceless: The Use of Digital Technologies by Marginalized Groups. *Communications of the Association for Information Systems*, 45(1), 20-38.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble: How the New Personalized Web is Changing what we Read and how we Think*. New York: Penguin Press.
- Schaffer, F. C. (2008). *The Hidden Costs of Clean Election Reform*. New York: Cornell University Press.
- Shao, C., Ciampaglia, G. L., Varol, O., Yang, K. C., Flammini, A., Menczer, F. (2018). The Spread of Low-Credibility Content by Social Bots. *Nature Communications*, 9(1), 1-9.
- Smith C, Cimino, R. (2015) The Creation of Secularist Space on the Internet. In: Brunn SD (ed.). *The Changing World Religion Map*. Dordrecht: Springer, pp. 3733-3749.
- Smith, C., Cimino, R. (2012). Atheisms Unbound: The Role of the New Media in the Formation of a Secularist Identity. *Secularism and Nonreligion*, 1(1), 17-31.
- Stalder, F. (2006). Manuel Castells: The Theory of the Network Society. *Polity*.
- Tufekci, Z. (2017). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven: Yale University Press.
- Usmani, S. A. A., Akmal, Z. (2018). Social Media and Its Impact on Secularism in Society. *The Islamic Culture As-Saqafat-ul Islamia*, (39), 7-16.
- Warren, K. F. (2008). *Encyclopedia of US Campaigns, Elections, and Electoral Behavior*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Welzel, C. (2013). *Freedom Rising*. Cambridge University Press.
- Zhou, C., Li, K., Lu, Y. (2021). Linguistic Characteristics and the Dissemination of Misinformation in Social Media: The Moderating Effect of Information Richness. *Information Processing & Management*, 58(6), 102679.



## Research Paper

# Analyzing the Concept of Reflexive Modernity with a Perspective on Iranian Modernity

\*Salman Sadeghizadeh<sup>1</sup> 

1. Assistant Professor of Political Sociology at IHCS, Tehran, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.510>

Receive Date: 06 May 2024

Revise Date: 16 July 2024

Accept Date: 11 August 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

## Extended Abstract

### Introduction

The concept of "reflexive modernity" was first proposed in a work with the same title by Ulrich Beck, Anthony Giddens and Scott Lash. The mentioned authors pursued two main goals by proposing this concept: firstly, they wanted to create a new orientation in sociology and secondly, they wanted to put an antithesis in front of the postmodern theory. Therefore, although postmodernism emphasizes the breaking of the foundation in modern social understanding, reflexive modernity puts a re-structuralist (reconstructive) perspective in front of modern collective perception (Beck, Bonss & Lau, 2003: 23-26). Above all, this concept emphasizes the new social relations in the West and borrows from the ideas of the post-industrial society and the post-materialist society (Beck, Bonss & Lau, 2003: 15).

Beck, Giddens and Lash try to depict a new formulation of the contemporary world order. They show that with the end of the Cold War, the collapse of the Eastern Bloc, the globalization of capitalism and the advancement of new technologies, how social life and the natural ecosystem have undergone radical transformations. Although these authors have different opinions in various cases, the point of departure of all three of them is the emergence of a new type of modernity, which they call "reflexive modernity". The central idea of their discussion is based on the transition in "the modern". This means that the period of simple or classic modernity has ended and we are witnessing the beginning of the period of reflexive or late modernity.

The concept of reflexive modernity is theoretically very important and evaluates contemporary developments from the perspective of modernity. As we know, the emergence of classical modernity is considered a breaking point from the static state of tradition and an end to the reproductive society. In fact, the emergence of "the modern" is associated with important "ends" and "beginnings" and the fate of the modernity project can change the fate of social developments on a global scale.

Reflexive modernity establishes a different relationship with tradition. In fact, if classical modernity identified itself in conflict with tradition, now reflexive modernity finds identity not in conflict with tradition but in dialogue with it. The concept of "risk society" in the eyes of Beck, the concept of "institutional reflection" and "post-traditional society"

◆ ..... ◆

### \* Corresponding Author:

Salman Sadeghizadeh, Ph.D.

E-mail: [salmansadeghi@gmail.com](mailto:salmansadeghi@gmail.com)



in the eyes of Giddens, and the concept of "community reflexivity" and "reflexive traditionalization" in the eyes of Scott Lash all refer to establishing an epistemological dialogue between tradition and modernity.

In this article, generally speaking, we will try to introduce the foundations of the theory of reflexive modernity, that is, the concept of reflexivity, and introduce theoretical differences and different perceptions of it. In this regard, it should be noted that the main hypothesis of the current research is that the reflexive modernity is an evolved stage of classical modernity, which emerged in the context of the epistemological evolution of "modern subjectivity" on the one hand and the ontological evolution of "modern reality" on the other hand. Based on this, the article aims to answer two key questions: firstly, what are the theoretical principles and foundations of reflexive modernity and secondly, how can Iranian modernity be reread by taking advantage of the new realities of reflexive modernity.

### Methodology

According to the hypothesis of the current research, the reflexive modernity is considered an evolved stage of classical modernity, which has emerged in the context of the epistemological transformation of "the modern" on the one hand and the ontological transformation of "modern reality" on the other hand. But under which theoretical model can we understand and explain the change in form and nature of modernity?

This article is based on the fact that the evolution in the modern world cannot be explained on the basis of the discourse theory for two reasons: first, because the discourse theory has a self-sufficient and non-generalizable aspect, and it must be within epistemological frameworks or in other words, within epistemic systems. Secondly, in the theory of discourse, the focus is more on linguistic and cultural macrostructures and not social subjectivity. On the other hand, the paradigm model provides better theoretical possibilities to explain the transformation in the modern world.

The paradigm model can not only determine a theoretical framework for research, but also has an obvious role in determining the research approach and method. According to Cohen's interpretation, a paradigmatic model refers to a self-sufficient set of beliefs and presuppositions, and it is "generally accepted achievements that, in a period of time, provide exemplary problems and their solutions for a given society of scientists" (Cohen, 1990:12).

The paradigm model has been used especially in humanities research, of which Spragens's research is a prominent example. Spragens used Cohen's paradigm model in his theoretical formulation to re-understand political theories and based on that he explained the changing nature of political theories. In the meantime, Alain Touraine explained the transformation in the internal logic of modernity by using the paradigm model and divided modernity into three periods: early, middle and late (Touraine, 2018). Touraine's Paradigmatic method in explaining the developments in new era is of the great importance and of the great use. Hence, the present article tries to explain the nature of reflexive modernity by adopting Touraine's paradigmatic model and method and tries to answer the two main questions of the research.

### Results and Discussion

The word "reflexivity" is at the center of reflexive modernity. This term has been interpreted in different ways by Beck, Giddens and Lash. Reflexivity is a new concept in the sphere of social thinking, which refers to a kind of re-facing with the consequences arising from the situations that the author here calls "thoughtful situations". That is, social activists rely on their individual and collective rationality to change the natural, political, social or cultural environment in order to change the existing situation into a favorable

one. Or in other words, they cover their mental ideals with objective reality. It is in such a situation that activists can modify or adjust the realities based on ideals and create a "thought situation" that replaces the "unthoughtful situation" or "pre-existing situation". Therefore, the "thought state" is a state that is the outcome and consequence of modern human wisdom. But when this new situation is realized, it is not necessarily a favorable situation and it is undoubtedly associated with shortcomings. This is where we are forced to rethink about the thought. Or in other words, we can say that we are faced with a duality of "preconceived situation" versus "reconsidered situation". This is where the concept of reflexivity makes sense. In fact, the general meaning of reflexivity should also be understood in this context. But when we talk about reflexive modernity, we are specifically talking about the reflexive of late modernity about simple modernity. That is, if we consider simple modernity as a "forethought situation", late modernity refers to a "reflexive situation" (Sadeghizadeh, 2023: 277).

But Ulrich Beck has a broader meaning about the concept of "reflexivity". In his opinion, reflexivity is considered to be a form of reflection in the first place; it is as if modernity sees itself in the mirror of the emerging situation and reacts to itself. Beck says that simple modernity created "good things". But these good things, in turn, resulted in bad things. The side effects and dangers caused by the "good things" of simple modernity became the same evils that the reflexive modernity is understood in connection with them (Beck, 2023: 45).

In fact, the virtues of simple modernity, when he sat in front of the mirror of his consequences, he saw a frightening reflection of himself, which Beck called reflection. These terrifying consequences are the same evils resulting from simple modernity, which oversees a series of self-made dangers; the risks that have created a kind of discontinuity in modernity and have become the basis for the transition from the early industrial society to the risk society (Ritzer, 1995: 732). Having these features, reflexive modernity refers to a unique totality which has different episteme. Hence, Iranian modernity if it is to encounter modernity properly should be reread according to new nature of contemporary modernity.

**Table 1. Indicators of triple modern stages**

	Triple Phases of modernity	Triple phases of paradigmatic model	Reflexive dimension
1	Early modernity	Political paradigm	Reflection
2	Middle modernity	Social paradigm	Reflectionism
3	Late modernity	Cultural paradigm	Reflexivity

## Conclusion

The following article was an attempt to answer two central questions: firstly, an answer to what are the principles and theoretical foundations of reflexive modernity, and secondly, trying to reread Iranian modernity using the new perspective of reflexive modernity. In this article, we tried to explain the main elements of reflexive modernity by examining the opinions of Beck, Giddens and Lash. As mentioned earlier, this concept is less known in Iran, and so far, no independent research has been done to explain its theoretical principles. For this reason, the present article was primarily a response to the mentioned shortage. Although this article does not claim to be a complete explanation of the concept of reflexive modernity, it only considers itself as an introduction to it. It is hoped that future researches will compensate for the shortcomings of this article and help Iranian researchers to become more familiar with the mentioned concept. In the second place, this article tries to re-examine Iranian modernity and show the necessity of perceptual change towards 'the modern'.



We Iranians still have a classical perception of modernity, while classical modernity no longer exists externally and has joined the museum of history. If we Iranians can't update our understanding of 'the modern', we will have an anachronistic encounter with the modern and we will come to a dead end in building an efficient version of Iranian modernity.

The most important point in the concept of reflexive modernity is the end of classical modernity; Now the period of simple modernity (or low, advanced and classical modernity) has ended and we are witnessing the beginning of the period of reflexive modernity (or high, late and post-classical modernity). Ulrich Beck sees reflexive modernity as the product and fruit of simple modernity. In his opinion, reflexive modernity is the result of the success of simple modernity, and now social actors have more capacity for social action.

**Keywords:** Reflexive Modernity, Modernity, Modernism, Iranian Modernity, Individualization.

### References

- Afshani, Alireza, Yasin Khorrampour and Neda Javaherchian (2013), investigating the relationship between individualism and collectivism among 15-29-year-old in Yazd. *Specialized Quarterly Journal of Social Sciences, Islamic Azad University, Shushtar Branch, 8th year. Number 3.* 149-172. (In Persian)
- Bauman, Z. (1991), *Modernity and Ambivalence*, Cambridge: Polity.
- Beck (2016), *Sociology of work: (The wonderful world of work in market-minded modernity)*. Translated by Ayat Nabati-Hassarlo and Saeed Sadeghi-Jagha. Tehran: Sociologists Publication (In Persian)
- Beck, Ulrich (1992) *Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage
- Beck, Ulrich (1996) *The Reinvention of Politics. Rethinking Modernity in the Global Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, Ulrich (2017), *Risk Society*, translated by Reza Fazel and Mehdi Farhamandnejad. Tehran: Saless publication. (In Persian)
- Beck, Ulrich (2023), *Reinventing Politics: Towards a Theory of reflexive Modernity; reflexive modernity: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Translated by Salman Sadeghizadeh. Tehran: Saless publication. (In Persian)
- Beck, Ulrich, Anthony Giddens and Scott Lash (1402). *Reflexive modernity: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Translated by Salman Sadeghizadeh. Tehran: Saless Publication. (In Persian)
- Beck, Ulrich; Bonss, Wolfgang; Lau, Christoph (2003). "The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Programme". *Theory, Culture & Society*. 20 (2): 1-33.

- Castells, Manuel (2014). *Networks of Anger and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Translated by mojtaba gholipour Tehran: Center Publication. (In Persian)
- Davari Ardakani, Reza (1997), *Western Civilization and Thought*, Tehran: Saqi. (In Persian)
- Delanty, Gerard (2011). "Modernity". In Ritzer, George; Ryan, J. Michael (eds.). *The Concise Encyclopedia of Sociology*. Chichester, England: Wiley-Blackwell.
- Dosddar, Seram (1987), *Refusal to Think in Religious Culture*, Paris: Khavaran Publications. (In Persian)
- Fakuhi, Nasser (2008), investigation of the causes and factors of priority of collective interest over individual, collection of articles of the first conference of the General Department of Culture and Islamic Guidance of Tehran Province. (In Persian)
- Fraisse, Robert, "Pour une politique des sujets singuliers", in F. Dubet & M. Wieviorka (Sous la direction de), *penser le sujet. Autour d'Alain Touraine*, Fayard, Paris, 1995, pp. 551-564.
- Giddens, Anthony (1998). *Modernity and individuality*, translated by Nasser Moafaqian. Tehran: Ney Publishing. (In Persian)
- Giddens, Anthony (2012). *Consequences of modernity*, translated by Mohsen Salasi. Tehran: Nahr-e-Karzan. (In Persian)
- Haeri, Abdul Hadi (1991), *the first confrontations of Iranian thinkers with the two methods of western bourgeois civilization*, Tehran: Amir Kabir. (In Persian)
- He, Chuanqi (2012). *Modernization Science: The Principles and Methods of National Advancement*. Berlin: Springer.
- Inglehart, R. (2018). *Cultural Evolution: People's Motivations are Changing, and Reshaping the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Khaje Nouri, Bijan and Parnian, Leila and Maziar Jafari (2012), study of the relationship between cultural globalization and individualism and collectivism of the studied youth: Shiraz city. *Applied Sociology*, Number: 43-66. (In Persian)
- Lash, Scott (2004), *Sociology of Postmodernism*. Translated by Hasan Chavoshian. Tehran: Nahr-e-Karzan. (In Persian)
- Lash, Scott (2023), *Reflexive and its dualities; Reflexive modernity: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Translated by Salman Sadeghzadeh. Tehran: Saless Publication. (In Persian)
- Mandari, Saeed (2012), *Cultural globalization and its effects on marital values*



and family relationships, PhD thesis, Tehran: Islamic Azad University, Tehran Branch. (In Persian)

Mesbahian, Hossein (2018), *Modernity and its other: a critical encounter with Habermas's interpretation of modernity as an unfinished project*, Tehran: Nashr e Agah. (In Persian)

Ritzer, George (1984), *Sociological theory in the contemporary era*, translated by Mohsen Salasi, Tehran: Scientific publication. (In Persian)

Sadeghizadeh, Salman (2019), *Sociology transitioning to subject politics in the era of globalization; With a brief look at the situation in Iran*. *Socio-Cultural Research Quarterly*, 11th year. Number four. Winter 2019. 87-105. (In Persian)

Sadeghizadeh, Salman (2023), *Modernity in crisis; The increasing weakening of modernity in the shadow of the increasing strengthening of modernism; Reflexive modernity: politics, tradition and aesthetics in the modern social order*. Translated by Salman Sadeghizadeh. Tehran: Saless Publication. (In Persian)

Shaygan, Dariush (1995), *Asia against the West*, Tehran: Amir Kabir Publications. (In Persian)

Taslimi Tehrani, Reza (2017), *sociological analysis and investigation of the third wave religion survey of values and attitudes of Iranians; In the collection of essays on the values and attitudes of Iranians, by the efforts of Khayam Azizi Mehr*. Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication. (In Persian)

Touraine, A. (1971). *The Post-Industrial Society. Tomorrow's Social History: Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society*. New York: Random House.

Touraine, Alain (1400), *The Return of the actor: Social Theory in Postindustrial Society*. Translated by Salman Sadeghizadeh. Saless Publication. (In Persian)

Touraine, Alain (2018), *Equality and Difference: Can We Live Together?*, translated by Salman Sadeghizadeh. Tehran: Saless Publication. (In Persian)

Touraine, Alain (2019), *What is Democracy?* Translated by Salman Sadeghizadeh, Tehran: Third Edition. (In Persian)

Touraine, Alan (2016), *The New Paradigm*, translated by Salman Sadeghizadeh. Tehran: Scientific and Cultural Publishing Company. (In Persian).

## واکاوی مفهوم مدرنیته بازنایشانه با چشم‌اندازی به مدرنیته ایرانی

\* سلمان صادقی‌زاده<sup>۱</sup>

۱. استادیار جامعه‌شناسی سیاسی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، تهران، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=0774323020/10.85%>  
<https://dori.net/dor/20.1001.1.1735790.1402.19.1.4.4>

### چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۷

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۴/۲۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۱

در سپهر جامعه‌شناسی سیاسی، مفهوم «مدرنیته بازنایشانه»، مفهومی نوپدید است که در دهه‌های اخیر مورد توجه بسیاری از اندیشمندان جهانی بوده است؛ با وجود این، این مفهوم در ایران، کمتر شناخته شده و تاکنون پژوهش مستقلی در راستای تبیین اصول نظری آن انجام نشده است. نخستین بار، اولریش بک مفهوم «مدرنیته بازنایشانه» را به کار برد و آنتونی گیدنز و اسکات لش، برداشت‌های متفاوتی از آن ارائه دادند. با وجود این، یافته‌های این اندیشمندان در یک نقطه کانونی به هم پیوند می‌خورد و آن مفهوم «بازاندیشگی» است. این مفهوم، نشان می‌دهد که چگونه مدرنیته متقدم یا کلاسیک، دستخوش دگردیسی ماهیتی و شکلی شده و در نتیجه، تجربه ما از امر مدرن را دگرگون کرده است. نوشتار حاضر کوشیده است با استفاده از الگوی پارادایمی به دو پرسش کانونی پاسخ دهد: نخست اینکه «اصول و بنیان‌های نظری مدرنیته بازنایشانه کدامند؟» و دوم اینکه «چگونه می‌توان با بهره‌گیری از واقعیت‌های نوین مدرنیته بازنایشانه، مدرنیته ایرانی را بازخوانی کرد».

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

مدرنیته بازنایشانه،  
مدرنیته، مدرنیسم،  
مدرنیته ایرانی،  
فردشده‌گی

\* نویسنده مسئول:

سلمان صادقی‌زاده

پست الکترونیک: [salmansadeghi@gmail.com](mailto:salmansadeghi@gmail.com)

## مقدمه

مفهوم «مدرنیته بازانديشانه» نخستين بار در اثری با همین عنوان، به قلم اولریش بک، آنتونی گیدنز، و اسکات لاش مطرح شد. نویسندگان یادشده با طرح این مفهوم، دو هدف عمده را پیگیری می‌کردند: نخست اینکه در پی آن بودند تا جهت‌گیری نوینی در علم جامعه‌شناسی پدید آورند، و دودیکر اینکه، برابرنهادی را پیش روی نظریه پست مدرن قرار دهند؛ بنابراین، اگرچه پست مدرنیسم بر شالوده‌شکنی<sup>۱</sup> در درک اجتماعی مدرن تأکید می‌کند، مدرنیته بازانديشانه، دیدگاهی بازشالوده‌سازانه<sup>۲</sup> (بازساختی) را پیش روی ادراک جمعی مدرن قرار می‌دهد (بک، بونس و لائو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۳، ۲۶-۲۳). این مفهوم بیش از هرچیز بر مناسبات نوین اجتماعی در غرب تأکید می‌کند و از نظریه‌های جامعه پسا صنعتی و جامعه پسامادی‌گرا وام می‌گیرد (بک، بونس و لائو، ۲۰۰۳، ۱۵).

بک، گیدنز، و لاش تلاش کرده‌اند تا با طرح این مفهوم نوپدید، صورت‌بندی نوینی از نظم جهانی معاصر را به تصویر بکشند. آن‌ها نشان داده‌اند که با پایان جنگ سرد، فروپاشی بلوک شرق، عالم‌گیرشدن سرمایه‌داری، و پیشرفت فناوری‌های نوین، چگونه زندگی اجتماعی و زیست‌بوم طبیعی، دستخوش دگرگونی‌ها و دگردیسی‌های رادیکال قرار گرفته است. هرچند این نویسندگان در موارد گوناگون، دیدگاه‌های متفاوتی دارند، اما نقطه عزیمت بحث همه آن‌ها، پیدایش نوع جدیدی از مدرنیته است که آن را «مدرنیته بازانديشانه» می‌نامند. ایده کانونی بحث آن‌ها، بر بنیان گذار در امر مدرن شکل می‌گیرد؛ به این معنا که دوره مدرنیته ساده یا کلاسیک به پایان رسیده و شاهد آغاز دوره مدرنیته بازانديشانه یا متأخر هستیم. چنانکه هی در مقاله‌ای با عنوان «علم مدرنیزاسیون» بر این نظر است که مفهوم مدرنیته بازانديشانه، ناظر بر تأسیس مدرنیته دوم که در برابر مدرنیته نخست قرار دارد؛ همان‌گونه که مدرنیته نخست، در برابر سنت‌گرایی فنودال قرار داشت. به نظر او، مدرنیته دوم، ناظر بر تکمیل طرح مدرنیته است که در آن، شاهد اعطای حقوق فرهنگی و سیاسی جدید و پیدایش دولت‌های رفاه هستیم (هی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۲، ۱۱۱، ۲۱۵).

1. Deconstruction
2. Reconstructive View
3. Beck, Bonss & Lau
4. He

مفهوم مدرنیته بازانديشانه، به لحاظ نظري، اهميت بسيار زيادي دارد و تحولات معاصر را از دريچه تحول در مدرنيته ارزيابي مي‌کند. همان‌گونه که مي‌دانيم، پيدايش مدرنيته کلاسيک، نقطه گسست از وضعيت ايستاي سنت و پاياني بر جامعه بازتوليدگر به‌شمار مي‌آيد. در واقع، پيدايش امر مدرن با «پايان‌ها» و «آغازهاي» مهمي همراه بوده و سرنوشت طرح مدرنيته مي‌تواند سرنوشت تحولات اجتماعي را در گستره‌اي جهاني تغيير دهد.

مدرنيته بازانديشانه رابطه متفاوتي با سنت برقرار مي‌کند. در واقع، اگر مدرنيته کلاسيک در تضاد با سنت، هويت يابي مي‌کرد، اکنون مدرنيته بازانديشانه، نه در تضاد با سنت، بلکه در گفت‌وگو با آن، هويت يابي مي‌کند. مفهوم «جامعه خطر» در نزد بک، مفهوم «بازانديشگي نهادي» و «جامعه پسانتي» در نزد گيدنز و مفهوم «بازانديشگي جماعتي» و «سنتي سازي بازانديشانه» در نزد اسکات لش، همگي ناظر بر برقراري گفت‌وگوي معرفت‌شناختي ميان سنت و مدرنيته هستند.

گفتني است، بک، گيدنز، و لش، نظريه خود را با عنوان اصلي «مدرنيزاسيون بازانديشانه» منتشر کرده‌اند، اما در بطن و متن اين نظريه مي‌توان به سادگي دريافت که آن‌ها بيش از هر چيز از نوعي آرمانی با عنوان «مدرنيته بازانديشانه» سخن مي‌گويند و از همين رو است که جرارد دلانتي<sup>۱</sup> در بخشي از «دايره المعارف جامعه‌شناسي و ايلي-بلکول» به درستي اين دو عبارت را هم‌ردیف هم قلمداد کرده است (دلانتي، ۲۰۱۱، ۴۰۹-۴۰۸).

در ادامه تلاش کرده‌ايم کانون نظريه مدرنيته بازانديشانه، يعني مفهوم بازانديشگي را بررسي، و اختلاف‌هاي نظري و برداشت‌هاي گوناگون از آن را معرفي کنيم. در اين راستا، فرضيه اصلي پژوهش حاضر اين است که «مدرنيته بازانديشانه، مرحله‌اي تکامل يافته از مدرنيته کلاسيک به‌شمار مي‌آيد که در بستري از تحول معرفت‌شناختي «امر مدرن» از بک، سو، و تحول هستي‌شناختي «واقعيت مدرن» از سوي ديگر، پديد آمده است». براي اساس، مقاله حاضر در پي پاسخ‌گويي به دو پرسش کليدي است: نخست اينکه «اصول و بنیان‌هاي نظري مدرنيته بازانديشانه کدامند؟» و دوم اينکه «چگونه مي‌توان با بهره‌گيري از واقعيت‌هاي نوين مدرنيته بازانديشانه، مدرنيته ايراني را بازخواني کرد».

## 1. Delanty

## ۱. پیشینه پژوهش

شاید بتوان گفت، نخستین اثری که بذر مفهوم «مدرنیته بازانديشانه» را در خود پروراند، کتاب «جامعه خطر: به سوی مدرنیته‌ای نوین» از اولریش بک بود. این اثر که در سال ۱۹۹۲ نگاشته شد، در دیوار بلند ادراک ما از امر مدرن، شکافی سترگ پدید آورد. در این نوشته، از شکل‌گیری جامعه‌ای نوین سخن به میان آمده است؛ جامعه‌ای که دیگر نمی‌توان آن را بر پایه مختصات مدرنیته کلاسیک توضیح داد (بک، ۱۹۹۲). با وجود این، در اثر یادشده، به اجمال از مدرنیته نوین سخن می‌رود و به ندرت می‌توان تصویر روشنی از مدرنیته بازانديشانه مشاهده کرد. مفهوم مدرنیته بازانديشانه، نخستین بار در سال ۱۹۹۴ و در اثری با همین عنوان، به قلم اولریش بک، آنتونی گیدنز، و اسکات لش طرح شد (بک، گیدنز و لش، ۱۴۰۲)؛ بک، پس از آن و در سال ۱۹۹۶ در اثری با عنوان «بازآفرینی سیاست: بازانديشی مدرنیته در نظم اجتماعی جهانی» به بررسی تحول در معنای مدرنیته کلاسیک و به تبع آن، بازتعریف امر سیاسی پرداخت (بک، ۱۹۹۶، ۳۲-۴۵). وی در سال ۱۹۹۹ نیز کتابی با عنوان «جامعه‌شناسی کار: (دنیای شگفت‌انگیز کار در مدرنیته بازانديشانه)» نگاشت و در آن ماهیت روابط تولید را در عصر مدرنیته بازانديشانه شرح داد (بک، ۱۳۹۵). در میان آثار دیگری که می‌توان در آن‌ها مختصات مدرنیته بازانديشانه را یافت، می‌توان به «تجدد و تشخیص» (گیدنز، ۱۳۷۸) و «پیامدهای مدرنیته» (گیدنز، ۱۳۹۲) اشاره کرد.

باومن<sup>۱</sup>، یکی دیگر از اندیشمندانی است که ویژگی‌های این مدرنیته جدید را بررسی کرده است. وی در اثر مهم خود با عنوان «مدرنیته و دوسوگرایی» به صورت‌بندی نوین اجتماعی در عصر مدرنیته بازانديشانه اشاره کرده است (باومن، ۱۹۹۱). باومن، موضوع تحول در نظام معرفت‌شناختی ما را نیز بررسی، و مباحثی را درباره «اخلاق قضاوت» مطرح کرده است (باومن، ۱۹۹۱، ۱۹۲).

با توجه به مواردی که مطرح شد، می‌توان دریافت که مفهوم یادشده، پیشینه نظری دیرپایی ندارد. این واقعیت از یک سو، کار نوشتار حاضر را سهل و از دیگر سو، دشوار می‌کند. سهل به سبب اندک بودن منابع مورد بررسی و دشوار، به دلیل پرداختن به تفاسیر برآمده از این مفهوم. اما یک چیز روشن است و آن اینکه، تنها اثری که می‌تواند به عنوان مرجع این مفهوم

1. Bauman

در نظر گرفته شود، همان کتاب «مدرنیته بازانديشانه» است. در نوشتار حاضر با محوریت اثر یادشده و البته با بهره‌برداری از آثار مرتبط با مفهوم یادشده، عناصر اصلی مفهوم مدرنیته بازانديشانه را توصیف کرده‌ایم.

## ۲. چارچوب نظری پژوهش

براساس فرضیه پژوهش حاضر، مدرنیته بازانديشانه، مرحله تکامل یافته‌ای از مدرنیته کلاسیک به‌شمار می‌آید که در بستری از تحول معرفت‌شناختی «امر مدرن» از یک سو، و تحول هستی‌شناختی «واقعیت مدرن» از سوی دیگر، پدید آمده است. اما تحول شکلی و ماهیتی مدرنیته را در قالب کدام الگوی نظری می‌توان فهم و تبیین کرد؟

نوشتار حاضر بر این نظر است که تحول در امر مدرن را به دو دلیل نمی‌توان بر پایه نظریه گفتمان توضیح داد: نخست به این سبب که نظریه گفتمان، وجهی خودبسنده و تعمیم‌ناپذیر دارد و باید در چارچوب‌هایی ایستمولوژیک یا به بیان دیگر، درون نظام‌های معرفتی منحصر به فرد معنا شود؛ و دوم اینکه در نظریه گفتمان، بیشتر تمرکز بر کلان‌ساختارهای زبانی و فرهنگی است و نه سوژگی اجتماعی. در مقابل، الگوی پارادایمی، امکانات نظری بهتری را برای توضیح تحول در امر مدرن در اختیار ما قرار می‌دهد.

الگوی پارادایمی، نه تنها می‌تواند تعیین‌کننده چارچوبی نظری برای پژوهش باشد، بلکه در تعیین رهیافت و روش پژوهش نیز نقش آشکاری دارد. به تعبیر کوهن، الگوی پارادایمی ناظر بر مجموعه خودبسنده‌ای از باورها و پیش‌فرض‌ها و عبارت است از: «دستاوردهای پذیرفته‌شده عمومی که در دوره‌ای از زمان، مسائل نمونه و راه‌حل‌های آن‌ها را برای جامعه‌ای از اهل علم فراهم می‌کند» (کوهن، ۱۳۶۹، ۱۲).

در بسیاری از پژوهش‌های علوم انسانی نیز از الگوی پارادایم بهره‌برداری شده است که پژوهش اسپریگنز، نمونه برجسته‌ای از آن‌ها به‌شمار می‌آید. اسپریگنز در صورت‌بندی نظری خود، برای بازفهم نظریه‌های سیاسی از الگوی پارادایمی کوهن بهره برد و ماهیت متحول نظریه‌های سیاسی را براساس آن توضیح داد (اسپریگنز، ۱۳۸۲، ۳۸). ولین نیز به همراه پوکاک و آیراز، از الگوی پارادایمی کوهن برای تاریخ‌نگاری اندیشه سیاسی در غرب استفاده کرده‌اند (منوچهری، ۱۳۹۵، ۷-۶، به نقل از: نوری، ۱۳۹۸، ۱۷).

در این میان، آلن تورن نیز تحول در منطق درونی مدرنیته را با استفاده از الگوی پارادایمی

توضیح داده و براساس آن مدرنیته را به سه دوره متقدم، میانی، و متأخر تقسیم‌بندی کرده است (تورن، ۱۳۹۸). این تقسیم‌بندی بر سه پارادایم سیاسی، اقتصادی-اجتماعی، و فرهنگی منطبق است که هر یک منطق درونی و سازوکارهای اجتماعی متفاوتی دارد. اگر به پیروی از اندیشه دیالکتیک، منازعه اجتماعی را موتور محرک جامعه بدانیم، آن‌گاه باید گفت که منازعه کانونی در پارادایم سیاسی بر سر کسب حقوق سیاسی شکل می‌گیرد و انگاره کانونی در این دوره، «شهروندی» است (تورن، ۱۳۹۶، ۶۶-۶۵). براساس نظر تورن، این پارادایم، منطبق بر مدرنیته متقدم است (تورن، ۱۳۹۸، ۲۰۱). در چارچوب پارادایم اقتصادی-اجتماعی نیز شاهد سر برآوردن مقوله‌های نوینی مانند طبقات اجتماعی، بورژوازی و پرولتاریا و اتحادیه‌های تجاری هستیم (تورن، ۱۳۹۶، پانزده)؛ تورن این پارادایم را هم‌زمان با پیدایش نوع جدیدی از مدرنیته می‌داند و آن را «مدرنیته میانی» می‌نامد (تورن، ۱۳۹۸، ۲۰۲). در پارادایم سوم، یعنی پارادایم فرهنگی، نیز شاهد گذار از «نظام کنش» به کنشگران فردی و جمعی هستیم. در این دوره، منازعه اجتماعی بر سر بازتعریف حقوق فرهنگی شکل می‌گیرد (تورن، ۱۳۹۶، بیست). در الگوی نظریه پارادایمی تورن، این دوره، هم‌زمان با «مدرنیته متأخر» است و به نظر تورن، مباحث اولریش‌بک درباره بازاندیشگی را باید در چارچوب این نوع نوین از مدرنیته درک کرد (تورن، ۱۳۹۸، ۲۳۵-۲۱۰). نوشتار حاضر می‌کوشد تا با به‌کارگیری الگوی پارادایمی تورن، به‌عنوان الگوی نظری، ضمن تبیین ماهیت مدرنیته بازاندیشانه، به دو پرسش اصلی این پژوهش پاسخ دهد.

جدول شماره (۱). نشانگرهای مراحل سه‌گانه مدرنیته

فازهای سه‌گانه مدرنیته	فازهای سه‌گانه الگوی پارادایمی	سطح بازاندیشی
مدرنیته متقدم	پارادایم سیاسی	بازاندیشی
مدرنیته میانی	پارادایم اجتماعی	بازاندیشی‌گرایی
مدرنیته متأخر	پارادایم فرهنگی	بازاندیشگی

### ۳. بازاندیشگی در امر مدرن

واژه «بازاندیشگی»<sup>۱</sup> محور اصلی مدرنیته بازاندیشانه به‌شمار می‌آید. این واژه از سوی بک، گیدنز، و لش به‌شکل‌های گوناگونی تفسیر شده است. بازاندیشگی به‌عنوان مفهوم جدیدی در سپهر تفکر اجتماعی، ناظر بر نوعی رویارویی دوباره با پیامدهای برآمده از وضعیت‌هایی است که نگارنده در اینجا آن را «وضعیت‌های اندیشیده» می‌نامد؛ به‌این‌معنا که کنشگران

#### 1. Reflexivity

اجتماعی با تکیه بر عقلانیت فردی و جمعی خود، دست به ایجاد تغییر در محیط طبیعی، سیاسی، اجتماعی، یا فرهنگی می‌زنند تا وضعیت موجود را به وضعیتی مطلوب تبدیل کنند یا به بیان روشن‌تر، آرمان‌های ذهنی خود را بر تن واقعیت عینی بیوشانند. در چنین شرایطی است که کنشگران می‌توانند واقعیت‌ها را بر پایه آرمان‌ها اصلاح یا تعدیل کنند و «وضعیتی اندیشیده» را پدید آورند که جایگزین «وضعیت نیندیشیده» یا «وضعیت ازپیش موجود» می‌شود.

بنابراین، «وضعیت اندیشیده»، وضعیتی است که برآیند و پی‌آیند خرد مدرن انسانی باشد. اما زمانی که این وضعیت جدید تحقق یافت، لزوماً وضعیتی مطلوب نیست و بی‌تردید، کاستی‌هایی دارد. در اینجا است که ناگزیر از بازاندیشی درباره امر اندیشیده هستیم. به بیان روشن‌تر، می‌توانیم بگوییم با دوگانه‌ای از «وضعیت پیش‌اندیشانه» در برابر «وضعیت بازاندیشانه» روبه‌رو می‌شویم. اینجا است که مفهوم بازاندیشی معنا پیدا می‌کند. در واقع، معنای عمومی بازاندیشی را نیز در همین بستر باید درک کرد. اما هنگام بحث درباره مدرنیته بازاندیشانه، به‌طور خاص از بازاندیشی مدرنیته متأخر درباره مدرنیته ساده سخن می‌گوییم؛ به این معنا که اگر مدرنیته ساده را «وضعیتی پیش‌اندیشانه» در نظر بگیریم، مدرنیته متأخر، ناظر بر «وضعیتی بازاندیشانه» است (صادقی‌زاده، ۱۴۰۲، ۲۷۷).

اما اولریش بک، معنای کلان‌تری از مفهوم «بازاندیشگی» در نظر دارد. به نظر او، بازاندیشگی در وهله نخست، نوعی بازتابندگی به‌شمار می‌آید؛ گویی مدرنیته خود را در آینه وضعیت نوپدید می‌بیند و در برابر خودش واکنش نشان می‌دهد. بک می‌گوید، مدرنیته ساده «خوبی‌هایی» را به وجود آورد؛ اما این خوبی‌ها به نوبه خود، «بدی‌هایی» را در پی داشت. آثار جانبی و خطرات ناشی از «خوبی‌های» مدرنیته ساده، به همان بدی‌هایی تبدیل شد که مدرنیته بازاندیشانه در پیوند با آن‌ها درک می‌شود (بک، ۱۴۰۲، ۴۵).

در واقع، هنگامی که خوبی‌های مدرنیته ساده، پیش روی آینه پیامدهای خود نشست، بازتاب هراس‌انگیزی از خود را دید که بک بر این بازتاب، نام بازاندیشگی گذارده است. این پیامدهای هراس‌انگیز، همان بدی‌های حاصل از مدرنیته ساده است که ناظر بر مجموعه‌ای از خطرات خودساخته است؛ خطراتی که نوعی گسست در نوگرایی را پدید آورده و زمینه‌ساز گذار از جامعه صنعتی اولیه به جامعه خطر شده‌اند (ریترز، ۱۳۷۴، ۷۳۲).

اما نکته جالب توجه این است که بک، «بدی‌های» مدرنیته ساده را نه به پای شکست که به پای پیروزی مدرنیته می‌نویسد: «نهادها، وقتی به موفقیت می‌رسند، فرومی‌پاشند»؛ این

عبارت مونتسکیو، سنگ بنای استدلال اولریش بک برای توضیح مدرنیته بازانديشانه است. او بر این نظر است که دوران مدرنیته کلاسیک (یا مدرنیته ساده و ارتدوکس) به پایان رسیده است و این دوران با بحران در نظم مدرن همراه است، اما این بحران، پیامد شکست نیست، بلکه پیامد پیروزی مدرنیته کلاسیک است که پس از دستیابی به اهداف خود، از بین می‌رود و جای خود را به نوع جدیدی از مدرنیته (یعنی مدرنیته بازانديشانه) می‌دهد. بک بر این نظر است که بازانديشی، امری فردگرایانه، ارادی، و آگاهانه است، درحالی‌که بازانديشگی، مانند بازتاب نور است؛ نه فردگرایانه است، نه ارادی، و نه آگاهانه (صادقی‌زاده، ۱۴۰۲، ۲۷۸-۲۷۷). البته مدرنیته بازانديشانه بر بستری از نقد مدرنیته کلاسیک یا به تعبیر تورن، مدرنیته فاتح بنا شده است. آنچه آلن تورن از آن با عنوان «مدرنیته فاتح» یاد می‌کند، خوانشی تنگ‌نظرانه از مدرنیته است که آن را به عقلانی‌سازی و غلبه بر طبیعت فرومی‌کاهد (تورن، ۱۳۹۸، ۱۴۵).

برپایه این نکات، می‌توان نتیجه گرفت که بک مفهوم بازانديشگی را از منظری «پارادایمی» تعریف می‌کند؛ به این معنا که به نظر او، بازانديشگی، یعنی شکل گرفتن یک کلان‌الگوی جدید که هرچند پیامد دانش و کنش انسانی است، اما فرا و ورای اراده انسانی شکل گرفته و عمل می‌کند. درواقع، «جامعه خطر»، جامعه‌ای است که زیر سایه خطراتی فرااجتماعی سامان یافته است (بک، ۱۴۰۲، ۸۴).

درمقابل، گیدنز نه از منظر «پارادایمی»، بلکه از منظری «نهادگرایانه» به مفهوم بازانديشگی اشاره می‌کند. به نظر گیدنز، بازانديشگی نه بیرون از سامان اجتماعی، بلکه درون آن، در جریان است؛ هرچند سامان اجتماعی جدید با امتداد بی‌پایان فضلزمان همراه است. گیدنز با به‌کارگیری استعاره مفهوم «فضلزمان» از علم فیزیک، در پی تحلیل وضعیت پیچیده برآمده از درهم‌تیدگی فضا و زمان است. این وضعیت جدید در نتیجه پیشرفت فناوری و جهانی شدن ابعاد نهادی چهارگانه مدرنیته رخ داده است. او در اثر دیگر خود با عنوان «پیامدهای مدرنیته»، درباره این نهادهای چهارگانه بحث کرده است که نخستین آن‌ها، نهاد «سرمایه‌داری» است که ناظر بر مناسبات سرمایه و کار است و نظامی طبقاتی را می‌سازد. «صنعت‌گرایی»، نهاد دوم است که سازمان تولید اجتماعی را بنا می‌نهد و «دولت ملی» که سومین نهاد به‌شمار می‌آید، متشکل از چهار عنصر حکومت، حاکمیت، سرزمین، و جمعیت است که به تعبیری وبری، «انحصار کاربست زور مشروع در قلمرو سرزمینی مشخص» را به‌عهده دارد. سرانجام، بعد نهادی چهارم، ناظر بر «قدرت نظامی» و نحوه تنظیم روابط نظامی است (گیدنز، ۱۳۹۲).

به نظر گیدنز، این ابعاد نهادی چهارگانه در دوره جدید، ماهیتی بازاندیشانه یافته‌اند؛ به این معنا که نه تنها درباره اقدامات گذشته خود بازبینی می‌کنند، بلکه در راستای طراحی اقدامات آینده‌شان نیز تلاش می‌کنند تا آثار جانبی آن‌ها را در نظر گرفته و به گونه‌ای مسئولانه عمل کنند. در واقع، گیدنز، بازاندیشگی را پیش و پیش از هر چیز در بستر نهادهای مدرن بررسی می‌کند. البته ماهیت بازاندیشانه نهادهای مدرنیته متأخر، تا حد زیادی پیامد حساسیت فزاینده افکار عمومی درباره عملکرد آن‌هاست؛ حساسیتی که با نظارت بر عملکرد نظام‌های تخصصی همراه است. مدرنیته متأخر همراه با نهادهای اصلی خود، همچون «جاگرنات»<sup>۱</sup> یا گردونه‌ای خردکننده، ضمن اینکه می‌تواند برخی را بر خود سوار کند، می‌تواند بسیاری را زیر پای خود له کند و هر لحظه ممکن است از کنترل آدمیان خارج شود (ریترز، ۱۳۷۴، ۷۲۳-۷۲۲).

در دیدگاه «نهادگرایی» گیدنز، اعتماد به نظام‌های تخصصی به معنای اعتماد به نهادهایی به شمار می‌آید که هدایت کلان‌روندهای جامعه جهانی را در اختیار دارند. به نظر گیدنز، بازاندیشگی در نتیجه اعتماد به نهاد و به نظر بک، بازاندیشگی در نتیجه بی‌اعتمادی به نهادها شکل می‌گیرد. همان‌گونه که لاش نیز تأکید می‌کند: «از دیدگاه گیدنز، بازاندیشگی در مدرنیته با تحول در روابط اعتماد مرتبط است؛ به این معنا که دیگر اعتماد، برآمده از روابط رودررو نیست و اعتماد به نظام‌های تخصصی جایگزین آن شده است. اما بک، نظر کاملاً متفاوتی دارد. از دیدگاه او، آزادی فزاینده از نظام‌های تخصصی و نقد آن‌ها، کانون بازاندیشگی در دوره مدرن است. این نقد، نظام‌های تخصصی وابسته به علم سلطه‌گر را به چالش می‌کشد؛ بنابراین، بک برخلاف گیدنز، بازاندیشگی را نه در اعتماد به نظام‌های تخصصی، بلکه در بی‌اعتمادی به آن‌ها می‌داند» (لاش، ۱۴۰۲، ۲۵۲).

با وجود همه تفاوت‌ها، ویژگی مشترک مهمی در کار گیدنز و بک وجود دارد و آن، مهار «ناامنی» فزاینده در دوره جدید است؛ هرچند بک بیشتر بر «ناامنی‌های موجودیتی» متمرکز کرده و گیدنز بر «ناامنی اجتماعی» متمرکز است. البته گیدنز از عبارت «ناامنی هستی‌شناختی» استفاده کرده است اما او در پی پیدا کردن راهی است تا انسان از طریق آن، ثبات شخصیتی خود را حفظ کند و جامعه نیز نظم و ثبات خود را تداوم بخشد. از این نظر، او در پی بازگرداندن امنیت اجتماعی است؛ امنیتی که از پس آن، جامعه و گروه‌های اجتماعی، معنا و جهت‌کنش خود را باز یابند. او

## 1. Juggernaut

بنیان این امنیت را در اعتماد به نظام‌های تخصصی می‌بیند.

اما اسکات لش، از دیدگاه متفاوتی به مدرنیته بازانديشانه می‌نگرد. می‌توان گفت، لش دیدگاهی «جماعت‌گرایانه» درباره مدرنیته بازانديشانه دارد. به نظر نگارنده، اگر اولریش بک و آتونی گیدنز، مدرنیته بازانديشانه را ادامه مدرنیته ساده می‌دانند، اسکات لش، بیش از هرچیز، مدرنیته بازانديشانه را در گسست از مدرنیته ساده درک می‌کند. به نظر اسکات لش، نه بحث بر سر «نامنی‌های موجودیتی» است، نه «نامنی‌های اجتماعی»، بلکه او بیش از هرچیز در پی واکنش به «نامنی‌های هویتی» است. به نظر لش، مدرنیته ساده، پیوندهای هویتی گذشته را از بین برده است و امروزه مهم‌ترین دستورکار، بازیابی و بازسازی این پیوندهاست؛ پیوندهایی که پیش از هرچیز، ماهیتی جماعتی دارند (صادقی‌زاده، ۱۴۰۲، ۲۸۰-۲۷۹).

درواقع، هرچند صورت‌بندی نظری هر سه اندیشمند از مفهوم بازانديشگی، ویژگی‌های مشترک مهمی دارد، اما دیدگاه آن‌ها درباره این مفهوم، متفاوت است و هر یک دیدگاه‌های خود را در پاسخ به دشواری ویژه‌ای سامان داده‌اند. در مجموع می‌توان دیدگاه بک را دیدگاهی پارادایمی، دیدگاه گیدنز را دیدگاهی نهادگرا، و دیدگاه لش را دیدگاهی جماعت‌گرا نامید. اما هر سه دیدگاه، مدرنیته بازانديشانه را از چشم‌اندازی منحصر به فرد تعریف می‌کنند و به‌ویژه فردشدگی را در کانون این نوع مدرنیته می‌بینند. این نوع فردشدگی، دلایل پرشماری دارد، اما اگر آن را به ماهیت فردگرایانه سرمایه‌داری انگلوساکسن پیوند بزنیم، می‌توانیم بگوییم که فردگرایی رادیکال سرمایه‌مدار در شکل حاد خود می‌تواند خودِ مدرنیته را نیز به حاشیه براند. زمانی ماکس وبر گفته بود که ماشین سرمایه‌داری با نیروی مذهب روشن شد، اما هنگامی که به راه افتاد، مذهب را پشت سر خود جا گذاشت (وبر، ۱۳۹۹) و شاید اکنون، نوبت مدرنیته است تا از ماشین سرمایه‌داری جا بماند.

#### ۴. مدرنیته بازانديشانه و پیدایش «فردیت جدید»

مدرنیته بازانديشانه در سایه یک ابرروند جهانی معنا پیدا می‌کند؛ ابرروندی که جامعه‌شناسان از آن با عنوان «اندیویدوالیزاسیون»<sup>۱</sup> یاد می‌کنند. این ابرروند می‌تواند دو سویه کاملاً متفاوت به خود بگیرد؛ از یک سو، می‌تواند به فردشدگی بینجامد و مدرنیته را تقویت کند و از سوی دیگر، می‌تواند به فردزدگی بینجامد و مدرنیته را تضعیف کند.

### 1. Individualization

«اندیویدوالیزاسیون» را به شکل‌های گوناگونی می‌توان ترجمه کرد. از آنجاکه این مفهوم، پیچیده است و اندیشمندان مختلف با رویکردهای متفاوتی به آن استناد کرده‌اند، نمی‌توان و نباید آن را به شکلی یگانه ترجمه کرد؛ زیرا، برداشت اندیشمندان مختلف از این مفهوم، تفاوت‌های بنیادینی دارد. از همین رو است که این واژه در نظریه اولریش بک به «فردی‌شدگی»، در نظریه اسکات لاش به «فردی‌سازی»، و در نظریه آلن تورن به «فردشدگی» برگردان می‌شود. دلیل تفاوت در برگردان یک واژه در زبان مبدأ به چند واژه در زبان مقصد، تفاوت در نگرش اندیشمندان به یک مفهوم یگانه است. به این معنا که زمانی که اولریش بک، عبارت «اندیویدوالیزاسیون» را به کار می‌برد، این مفهوم را ناظر بر یک موقعیت اجتماعی می‌داند و در پی آن است که صورت‌بندی جوامع معاصر را براساس آن توضیح دهد، اما زمانی که اسکات لاش از همین واژه استفاده می‌کند، بیش از هر چیز به فرایندهای کلانی اشاره دارد که در حال شدن و در دست تکوین هستند. به بیان دیگر، بک با ارجاع به این مفهوم، در پی توصیف یک وضعیت اجتماعی است، در حالی که لاش با ارجاع به آن، می‌خواهد طرحی اجتماعی را توصیف کند.

اما به طور کلی «اندیویدوالیزاسیون» فرایندی است که طی آن، ساختار اجتماعی دچار تجزیه سازمانی می‌شود؛ به گونه‌ای که فرایندها از سازمان‌ها اهمیت بیشتری پیدا می‌کنند و در نتیجه افراد نیز به مهم‌ترین واحدهای سامان‌بخش در نظم اجتماعی جدید تبدیل می‌شوند. این واژه در جامعه‌شناسی اولریش بک، بیشتر ناظر بر تحولات اجتماعی‌ای است که از خلال آن، فرد در کانون نظم اجتماعی قرار می‌گیرد. در واقع، رویکرد بک به این مفهوم، رویکرد کل به جزء یا رویکرد بیرون به درون است (بک، ۱۴۰۲، ۷۷-۷۳).

اما آلن تورن در کتاب «برابری و تفاوت: آیا می‌توانیم با هم زندگی کنیم؟» از معادل «فردشدگی» استفاده می‌کند که دلالت‌های خودشناسانه دارد و هم‌زمان با دو مفهوم «فردی‌شدگی» و «فردی‌سازی» مرزبندی دارد. «فردشدگی» از دیدگاه تورن، نزدیکی بسیاری به «اصل تفرد» در فلسفه دارد؛ اصلی که نخستین بار در فلسفه ارسطو مطرح شد. به این معنا که هر موجودی دارای یک وجود جزئی است که توسط آن، از صورت مشترک (نوعی) خود متمایز می‌شود. اما مفهوم تفرد با ورود به ادبیات فارسی و عرفان سده‌های میانه، دستخوش تحول معنایی شد و دلالت‌های معناشناختی عمیقی به خود گرفت. تفرد (که در مواردی با واژه تشخیص بیان شده است) نشانگر «وجود» یک چیز است و این «وجود»، اصلی خودبنیاد و قائم‌به‌ذات است. فرایند تفرد، فرایند وجودبخشی به یک موجود است؛ فرایندی که از گذر آن،

فرد با «انکشاف درونی» به استقلال و اعتلای وجودی می‌رسد؛ بنابراین، فردشدگی در این معنا، مبنایی برای «سوژه‌شدگی» به‌شمار می‌آید (تورن، ۱۳۹۸، ۱۱۰).

فردزدگی، فرد را به موجودی زیستی فرومی‌کاهد و از محتوا تهی می‌کند. فرد فردزده، تنها مصرف‌کننده‌ای تماشاگر یا مقلدی سنتی است؛ یا بنده دیکتاتورهاست یا ابزار دست بازارهاست. چنین فردی، مانند موریانه‌ای است که درخت مدرنیته را از درون می‌خورد و می‌پوساند. حکومت‌های توتالیتر و سرمایه‌داری افسارگسیخته، دو کارخانه بزرگ تولید فردزدگی هستند. فردزدگی به‌تنهایی می‌تواند سامان مدرنیته بازانديشانه را برهم بزند.

اما همان‌گونه که گفتیم، فردزدگی، یک رویه «انديويدواليزاسيون» است؛ رویه دیگر آن، فردشدگی است. در واقع، سرنوشت مدرنیته بحران‌زده نیز به کامیابی یا ناکامی پروژه فردشدگی بستگی دارد. چنانچه فردشدگی، دست بالا را پیدا کند، بحران مدرنیته به فرصتی تاریخی تبدیل می‌شود و چنانچه فردزدگی فراگیر شود، مدرنیته به طاعونی تاریخی دچار خواهد شد. پروژه فردشدگی زمانی می‌تواند موفق باشد که به ساخت «سوژه‌های شخصی» بینجامد. ساخت سوژه شخصی نیز در چارچوب «سیاست سوژه» امکان‌پذیر می‌شود. رابرت فریس<sup>۱</sup>، کسی است که برای نخستین بار اصطلاح «سیاست سوژه» را مطرح کرد و سپس، تورن آن را تئوریزه نمود (صادقی‌زاده، ۱۳۹۹، ۸۷). «به‌سوی سیاست سوژه‌های منفرد»، عنوان مقاله‌ای است که فریس در آن مفهوم سیاست سوژه را به‌کار برده است. این سیاست، ناظر بر شرایط اجتماعی‌ای است که در آن بیشترین و فعال‌ترین سوژه‌ها شکل می‌گیرند و این‌گونه به پویایی حداکثری جوامع کمک می‌کنند (فریس، ۱۹۹۵، ۵۶۴-۵۵۱). پس از آن، تورن در بسیاری از آثار خود به بررسی دینامیسم‌های اجتماعی «سیاست سوژه» پرداخت (تورن، ۱۳۹۹، ۳۰۳-۲۹۴؛ تورن، ۱۴۰۰، ۱۸۵).

«سیاست سوژه» تورن با «سیاست زندگی» گیدنز، همپوشانی‌های چشمگیری دارد و ناظر بر وضعیتی سوپرکتیو و بازانديشانه است که به‌تعبیر گیدنز، با رهایی از نظام‌های متصلب سنتی و نظام‌های سلسله‌مراتبی ممکن می‌شود (گیدنز، ۱۳۷۸، ۲۹۹).

بنابر آنچه مطرح شد، مدرنیته بازانديشانه، ناظر بر پیدایش فردیت جدیدی است که ساحت جامعگانی امر مدرن را به ساحتی فردمدار تبدیل می‌کند و چشم‌اندازی سوژگانی را بر جای چشم‌اندازی ساختاریافته می‌نشانند و این‌گونه، همه مناسبات اجتماعی را دستخوش

## 1. Fraisse

تحول می‌کند. بر همین اساس، بسیاری از اندیشمندان، قائل به گذاری اجتماعی هستند که در این راستا، تورن از ورود به «جامعهٔ پسا صنعتی»<sup>(۱)</sup> (تورن، ۱۹۷۱)، اینگلهارت از ورود به «جامعهٔ اطلاعاتی مصنوعی» (اینگلهارت، ۲۰۱۸، ۲۰۱) و کاستلز از ورود به «جامعهٔ شبکه‌ای» (کاستلز، ۱۳۹۴) سخن می‌گویند.

از این جهت، در سراسر جوامع، از جمله جوامع جهان سوم، تجربهٔ مدرنیته و رویارویی با امر مدرن، مبنا و معنای نوینی به خود می‌گیرد که جامعهٔ ایرانی نیز از آن مستثنا نیست. در ادامه تلاش کرده‌ایم تحول در تجربهٔ امر مدرن را از منظر مدرنیتهٔ ایرانی بررسی کنیم.

### ۵. مدرنیتهٔ ایرانی از نگاه مدرنیتهٔ بازاندیشانه

در مقام تعریف می‌توان گفت، مدرنیتهٔ ایرانی به معنای شکل و ماهیت مواجههٔ ایرانیان با امر مدرن در دو ساحت فردی و اجتماعی است؛ مواجهه‌ای که می‌تواند در سه شکل نفی، پذیرش، یا انفعال رخ دهد. هم مفهوم مدرنیتهٔ ایرانی و هم مفهوم مدرنیتهٔ بازاندیشانه، مفاهیمی چندساحتی هستند، اما در مقالهٔ حاضر، تنها به ساحت «فردشدگی» پرداخته‌ایم؛ ساحتی زیربنایی که در رابطه با ساحت‌های دیگر، نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کند. در واقع، «اندیویدوالیزاسیون» را می‌توان مهم‌ترین ویژگی مدرنیتهٔ بازاندیشانه به‌شمار آورد. همان‌گونه که بیان شد، این ویژگی می‌تواند دو سویهٔ کاملاً متفاوت به خود بگیرد؛ از یک‌سو، می‌تواند به فردشدگی بینجامد و مدرنیته را تقویت کند و از سوی دیگر، می‌تواند به فردزدگی بینجامد و مدرنیته را تضعیف کند.

روشن است که پدیدهٔ جهانی «فردی‌شدن»، که از پیامدهای مدرنیتهٔ بازاندیشانه است، پشت هیچ دیواری بازنمی‌ایستد و در پس هیچ مرزی بازنمی‌ماند. کشورهایی مانند ایران نیز در دهه‌های اخیر، به‌وضوح با این پدیده روبه‌رو شده‌اند که شمار بسیاری از پژوهش‌های جامعه‌شناختی نیز تأییدگر این واقعیتند (نک: هوفستده، ۱۳۸۷؛ افشانی، خرم‌پور، و جواهرچیان، ۱۳۹۳؛ فکوهی، ۱۳۸۱؛ معیدفر و صبوری خسروشاهی، ۱۳۸۹؛ معدنی، ۱۳۹۱؛ خواجه‌نوری و جعفری، ۱۳۹۲).

بنابر پژوهش‌های یادشده، به نظر می‌رسد جامعهٔ ایرانی، هم به‌لحاظ شکل و هم به‌لحاظ محتوا، دستخوش دگرگونی‌های عمیقی شده است که در نتیجهٔ آن، شاهد بروز پدیدهٔ نوظهور

## 1. Artificial Information Society

«انقطاع نسلی» هستیم؛ انقطاع نسلی، فراتر از شکاف و گسست نسلی است و نشان از تغییر در پارادایم‌های معرفتی جامعه دارد، اما پدیده شکاف نسلی، به معنای تفاوت در سطح انتظارات و نوع دیدگاه‌های نسل‌های گوناگون است. همچنین، گسست نسلی، بیانگر سطحی از تقابل فرهنگی است که موجب می‌شود، نسل‌ها در برابر هم قرار گیرند.

دلیل اینکه رویکرد آسیب‌شناختی به تفاوت‌های نسلی در ایران معاصر، پررنگ‌تر است، این است که بیشتر پژوهشگران، بر دو مفهوم شکاف و گسست نسلی تمرکز کرده و در نتیجه، از مفهوم انقطاع نسلی (که بیانگر تحول در فضای ادراکی است) غافل شده‌اند. انقطاع نسلی بیش از آنکه ماهیتی هستی‌شناختی داشته باشد، ماهیتی معرفت‌شناختی دارد و نسل‌های جدید، ارتباط هویتی خود با گذشته را حفظ کرده‌اند، اما سازوکارهای شناختی جدیدی را در رویارویی با امر مدرن برگرفته‌اند.

امروزه مطالبه حقوق فردی، ماهیتی «شخصی» به خود گرفته است و چندان از ایدئولوژی‌ها، مذاهب، و الزامات اجتماعی پیروی نمی‌کند. «شخصی‌شدگی» مطالبات اجتماعی، حاکی از پیدایش شکلی از «سوژه شخصی» است. نمونه‌ای از این شخصی‌شدگی را در نوع رویارویی با دین می‌توان دید. بنا بر بررسی و تحلیل یافته‌های موج سوم «پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان»، رویارویی با امر دینی و ادراک امر دینی، ماهیتی فردی به خود گرفته است و بیشتر می‌توان آن را از خلال تجربه زیسته افراد درک کرد. این وضعیت موجب شده است که تجربه دینی به افزایش تاب‌آوری و نهادینه شدن تساهل و تسامح عقیدتی کمک کند (تسلیمی تهرانی، ۱۳۹۷، ۲۵۸).

در عصر مدرنیته بازنمایشانه و با فردی شدن فزاینده جامعه ایرانی، شاهد تحول در رویارویی با امر مدرن هستیم؛ دیگر ابرکنشگران اجتماعی‌ای مانند ادیان، ایدئولوژی‌ها و حتی سازمان‌های بزرگی مانند دولت‌ها و احزاب، نمی‌توانند خود را مهم‌ترین بازیگر در رویارویی با مدرنیته بدانند؛ بلکه این سوژه‌های اجتماعی هستند که با سازوکارهایی مشابه، اما متنوع، مواجهه‌ای متفاوت با امر مدرن را رقم می‌زنند؛ از این رو، پی‌ریزی فهمی از مدرنیته که با تجربه زیسته ایرانیان، پیوند بخورد، اهمیت بسزایی دارد.

با اینکه حدود دو قرن از رویارویی جامعه ایرانی با مدرنیته می‌گذرد، همچنان تجربه ادراکی ما ایرانیان از مدرنیته، تجربه‌ای دوگانه است و به تعبیر حائری، هم‌زمان، دو وجه ستایش‌آمیز علم‌گرایی و وجه نکوهش‌آمیز استعمارگرایی را دربر می‌گیرد (حائری، ۱۳۷۸).

تجربه تلخ رویارویی با استعمارگری غرب، برخی از روشنفکران ایرانی را دچار بدفهمی کرد؛ تاجایی که توان تمایزگذاری میان دو مفهوم مدرنیته و مدرنیسم را از دست دادند و امپریالیسم را که امتداد مدرنیسم بود، نتیجه مدرنیته به‌شمار آوردند. «تمدن و تفکر غربی» (داوری اردکانی، ۱۳۸۰) نمونه آشکاری از این بدفهمی تئوریک بود که آثار اجتماعی و سیاسی مخربی به‌همراه داشت. شمار دیگری نیز به دفاعی غیراصولی از مدرنیته پرداختند و سنت را افیون و آفت نامیدند. آن‌ها اعلام کردند که برای گذار به آینده مدرن باید گذشته سنتی را کنار زد. آثاری مانند «امتناع تفکر در فرهنگ دینی» (دوستدار، ۱۳۷۰) نمونه‌ای از برداشت یادشده است.

برخی دیگر نیز با بازنگری در آراء نخستین خود، مواجهه جدیدی با مدرنیته را آغاز کردند. «زیر آسمان‌های جهان»، نمونه‌ای از این آثار است که در آن، شایگان متأخر، ماهیت فراسرزینی مدرنیته را به رسمیت می‌شناسد و چنین می‌گوید: «امروزه مسائل غرب، دیگر تنها به غرب منحصر نمی‌شوند، بلکه به مسائل سیاره تبدیل شده‌اند. مسائل ما نیز هستند. فایده این دوران در همین است، که این بحران تنها با همگرایی کوشش‌ها از همه جوانب حل خواهد شد» (شایگان، ۱۳۷۸، ۲۸۹).

شایگان متأخر، در پی رویارویی نوینی با مدرنیته است و می‌توان او را نماینده راه سوم مواجهه ایرانیان با مدرنیته دانست که از خلال آن، تجربه زیسته ایرانیان با بایسته‌های زندگی مدرن، ارتباطی هم‌نهادی برقرار می‌کند. این شیوه یا راه سوم می‌کوشد تا میان خاص‌گرایی ایرانی و عام‌گرایی جهانی پل بزند و بستری را برای گذار به سیاست سوژه فراهم آورد. این شیوه مواجهه با امر مدرن، همان چیزی است که مصباحیان، آن را در قالب اصطلاح «پروژه تجدد سنت» و در چارچوب مفهوم «تنویر» مطرح می‌کند (مصباحیان، ۱۳۹۸، ۳۰۸-۳۰۷).

امروزه جامعه ایرانی صورت‌بندی اجتماعی متفاوتی دارد و مناسبات اجتماعی آن دستخوش تحول پارادایمی شده است؛ با این حال، ذهنیت جمعی ایرانیان، همچنان از ایجاد سنتی پایدار میان عناصری از سنت با ارکان اصلی مدرنیته ناتوان است. به بیان روشن‌تر، ایرانیان در عرصه عینیت اجتماعی با امر مدرن روبه‌رو شده‌اند، بی‌آنکه به‌لحاظ ذهنیت فرهنگی، بایسته‌های این رویارویی را فراهم کنند.

این واقعیت را می‌توان در چارچوب الگوی نظری مقاله حاضر، یعنی الگوی پارادایمی، توضیح داد. این الگو نشان می‌دهد که جهان امروز با گذار از پارادایم کلاسیک مدرنیته به پارادایم بازاندیشانه مدرنیته پا نهاده است و همان‌گونه که پیشتر توضیح دادیم، الگوی

پارادایمی، برخلاف الگوی گفتمانی، ماهیتی جهان‌شمول و فراگیر دارد و به چتری می‌ماند که بر فراز همه جوامع و فرهنگ‌ها، خواه جوامع پیشرفته و خواه در حال توسعه، گسترانیده شده است. پذیرش الگوی پارادایمی، به این معناست که دیگر رویارویی ایرانیان با امر مدرن نمی‌تواند در چارچوب پارادایم مدرنیته کلاسیک رخ دهد.

به‌طور کلی می‌توان گفت، ماهیت جهان‌شمول فرایندهای جهانی‌شدن موجب شده است که کشورهای شبه‌مدرنی مانند ایران نیز دستخوش پیامدهای مدرنیته‌بازاندیشانه شوند و از آن تأثیر بگیرند. برجسته‌ترین نمونه این اثرپذیری را نیز می‌توان در فردی شدن روزافزون ساخت اجتماعی مشاهده کرد. امروزه رویارویی با امر مدرن، عامل تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به مسیر فردی شدن است. این فردی شدن می‌تواند دو مسیر کاملاً متفاوت را بیماید؛ یا به مسیر فردزدگی فروافتد که در پی آن، ارزش‌های سنتی ویران می‌شوند، بی‌آنکه ارزش‌های مدرن جایگزین آن‌ها شوند؛ یا به مسیر فردشدگی می‌رود که در پی آن، ارزش‌های سنتی، بازخوانی و بازیابی می‌شوند و با پذیرش حقوق بنیادین بشر و در گفت‌وگویی فعال با اصول مدرنیته، به ساخت نسخه‌ای اصیل از مدرنیته ایرانی می‌انجامند.

### نتیجه‌گیری

مقاله حاضر، تلاشی برای پاسخ‌گویی به دو پرسش بنیادین بود: نخست، «طرح پاسخی به چستی اصول و بنیان‌های نظری مدرنیته‌بازاندیشانه» و دوم، «بازخوانی مدرنیته ایرانی با بهره‌گیری از چشم‌انداز نوین مدرنیته‌بازاندیشانه». در این نوشتار کوشیدیم تا از خلال بررسی دیدگاه‌های بک، گیدنز، و لش، عناصر اصلی مدرنیته‌بازاندیشانه را تشریح کنیم. همان‌گونه که پیشتر اشاره شد، این مفهوم در ایران، کمتر شناخته شده و تاکنون پژوهش مستقلی در راستای تبیین اصول نظری آن انجام نشده است. از این جهت، مقاله حاضر در وهله نخست، پاسخی به خلأ یادشده است؛ هرچند این نوشتار، مدعی تشریح کامل مفهوم مدرنیته‌بازاندیشانه نیست و تنها خود را درآمدی بر آن می‌داند. امید است که پژوهش‌های آتی، کمبودهای این نوشتار را جبران کنند و به آشنایی بیش‌ازپیش پژوهشگران ایرانی با مفهوم یادشده یاری رسانند. در وهله دوم، نوشتار حاضر کوشیده است تا مدرنیته ایرانی را بازکاوی کند و ضرورت تغییر ادراکی درباره امر مدرن را نشان دهد.

ما ایرانیان همچنان ادراکی کلاسیک از امر مدرن داریم، در حالی که مدرنیته کلاسیک،

دیگر وجود خارجی ندارد و به موزه تاریخ پیوسته است. اگر ما ایرانیان نتوانیم درک خود را درباره امر مدرن به روزرسانی کنیم، دچار مواجهه‌های زمان‌پریش<sup>۱</sup> با امر مدرن خواهیم شد و در برسازی نسخه کارآمدی از مدرنیته ایرانی به بن‌بست بر خواهیم خورد.

مهم‌ترین نکته نهفته در مفهوم مدرنیته بازانديشانه، پایان مدرنیته کلاسیک است؛ اکنون دوره مدرنیته ساده (یا مدرنیته پایین، متقدم، و کلاسیک) به پایان رسیده و شاهد آغاز دوره مدرنیته بازانديشانه (یا مدرنیته بالا، متأخر، و پساکلاسیک) هستیم. اولریش بک، مدرنیته بازانديشانه را به دیده محصول و میوه مدرنیته ساده می‌بیند. به نظر او، مدرنیته بازانديشانه، نتیجه موفقیت مدرنیته ساده است و اکنون، کنشگران از قابلیت بیشتری برای کنشگری برخوردارند. گیدنز نیز مدرنیته بازانديشانه را با توسعه افکار عمومی هم‌پیوند می‌داند. به نظر او، در دوره مدرنیته، نظام‌های تخصصی، جایگزین نظام‌های سنتی شده‌اند و اعتماد به این نظام‌ها، جای ایمان به سنت را گرفته است؛ اما در دوره مدرنیته بازانديشانه، این اعتماد به «اعتمادی فعال» تبدیل شده است. اسکات لث نیز مدرنیته بازانديشانه را از دیدگاه متفاوتی، به چشم فرصتی نوپدید می‌نگرد. وی بر این نظر است که وضعیت بازانديشانه جدید، ناظر بر بازنگری در سمت و سوی توسعه است؛ توسعه‌ای که از خلال آن، شاهد تشدید و تسریع فرایند «فردی‌سازی» بوده‌ایم.

اگر در مدرنیته کلاسیک، ساختارهای اجتماعی در بطن سازوکارهای امر مدرن قرار داشت، اکنون و در مدرنیته بازانديشانه، این سوژگی اجتماعی است که به موتور تاریخ تبدیل شده است. به این معنا که کشورهای در حال توسعه‌ای مانند ایران، برای مدرن‌سازی خود باید بیش از تکیه بر ساختارهای سیاسی بر نهادسازی سیاسی و سوژگی سیاسی متکی باشند؛ زیرا، تنها راه برقراری گفت‌وگویی اصیل میان سنت ایرانی و مدرنیته جهانی، افزایش سطح سوژگی اجتماعی است؛ امری که تنها با تعمیق فرایندهای دموکراتیزاسیون رخ خواهد داد. در چنین شرایطی می‌توان گفت، امروزه و در عصر مدرنیته بازانديشانه، تنها دموکراسی‌سازی است که می‌تواند پیش شرط مطمئنی برای برسازی نسخه‌ای اصیل از مدرنیته ایرانی باشد.\*

## 1. Anachronistic

## یادداشت‌ها

۱. تورن، نخستین اندیشمندی است که از پایان جامعه صنعتی و ورود به جامعه پسا صنعتی سخن گفت و با طرح مفهوم «جامعه پسا صنعتی»، از گذاری پارادایمی در عصر مدرن خبر داد. هرچند در مواردی، به اشتباه دانیل بل را مبدع نظریه جامعه پسا صنعتی دانسته‌اند، اما اثر تورن با عنوان «جامعه پسا صنعتی» در سال ۱۹۶۹ منتشر شد، حال آنکه اثر بل، با عنوان «ظهور جامعه پسا صنعتی» در سال ۱۹۷۴ انتشار یافت.

## منابع

- افشانی، علیرضا؛ جواهریان، ندا؛ خرم‌پور، یاسین (۱۳۹۳). بررسی رابطه فردگرایی و جمع‌گرایی در جوانان ۱۵ تا ۲۹ ساله یزد. فصلنامه تخصصی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، سال هشتم، شماره ۳، ۱۷۲-۱۴۹.
- بک، اولریش (۱۳۹۷). جامعه خطر. ترجمه رضا فاضل و مهدی فرهنگ‌نژاد. تهران: نشر ثالث.
- بک، اولریش (۱۴۰۲). بازآفرینی سیاست: به‌سوی نظریه‌ای از مدرنیته بازانديشانه؛ مدرنیته بازانديشانه: سیاست، سنت و زیبایی‌شناسی در نظم اجتماعی مدرن. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- بک، اولریش (۱۳۹۵). جامعه‌شناسی کار: (دنیای شگفت‌انگیز کار در مدرنیته بازانديشانه). ترجمه آیت نباتی حصارلو و سعید صادقی جقه. تهران: نشر جامعه‌شناسان.
- بک، اولریش؛ گیدنز، آنتونی؛ لث، اسکات (۱۴۰۲). مدرنیته بازانديشانه: سیاست، سنت و زیبایی‌شناسی در نظم اجتماعی مدرن. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- تسلیمی تهرانی، رضا (۱۳۹۷). تحلیل و بررسی جامعه‌شناختی دین: موج سوم پیمایش ارزش‌ها و نگرش‌های ایرانیان. در: مجموعه مقالات جستارهایی در نگرش‌های ایرانیان. به‌کوشش خیام عزیزی مهر. تهران: پژوهشگاه فرهنگ هنر و ارتباطات.
- تورن، آلن (۱۳۹۶). پارادایم جدید، ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- تورن، آلن (۱۳۹۸). برابری و تفاوت: آیا می‌توانیم با هم زندگی کنیم؟ ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- تورن، آلن (۱۳۹۹). دموکراسی چیست؟ ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- تورن، آلن (۱۴۰۰). بازگشت کشگر: نظریه اجتماعی در جامعه‌پسا صنعتی. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. نشر ثالث.
- حائری، عبدالهادی (۱۳۷۸). نخستین رویارویی‌های اندیشگران ایران با دو رویه تمدن بورژوازی غرب. تهران: امیرکبیر.
- خواججه‌نوری، بیژن؛ پرنیان، لایلا؛ جعفری، مازیار (۱۳۹۲). مطالعه رابطه جهانی شدن فرهنگی با فردگرایی و جمع‌گرایی جوانان؛ مورد مطالعه: شهر شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی، شماره ۶۶-۴۳.
- داوری اردکانی، رضا (۱۳۸۰). تمدن و تفکر غربی. تهران: ساقی.
- دوستدار، آرامش (۱۳۷۰). امتناع تفکر در فرهنگ دینی. پاریس: انتشارات خاوران.
- ریتزر، جرج (۱۳۷۴). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر علمی.
- شایگان، داریوش (۱۳۷۸). آسیا در برابر غرب. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- صادقی‌زاده، سلمان (۱۳۹۹). جامعه‌شناسی گذار به سیاست سوژه در عصر جهانی شدن؛ با نگاهی کوتاه به وضعیت ایران. فصلنامه جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۱۱(۴)، ۸۷-۱۰۵.
- صادقی‌زاده، سلمان (۱۴۰۲). مدرنیته بحران‌زده؛ تضعیف فزاینده مدرنیته در سایه تقویت روزافزون مدرنیسم؛ مدرنیته بازانديشانه: سیاست، سنت و زیبایی‌شناسی در نظم اجتماعی مدرن. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- فکوهی، ناصر (۱۳۸۱). بررسی علل و عوامل تقدم مصالح جمعی بر فردی. مجموعه مقالات نخستین همایش اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۴). شبکه‌های خشم و امید: جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت. ترجمه مجتبی

قلی پور. تهران: نشر مرکز.

- گیدنز، آنتونی (۱۳۷۸). تجدد و تشخص. ترجمه ناصر موفقیان. تهران: نشر نی.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۹۲). پیامدهای مدرنیت. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: نشر مرکز.
- لش، اسکات (۱۳۸۳). جامعه‌شناسی پست‌مدرنیسم. ترجمه حسن چاوشیان. تهران: نشر مرکز.
- لش، اسکات (۱۴۰۲). بازانديشگي و دوگانگي هایش؛ مدرنیته بازانديشانه؛ سیاست، سنت و زیبایی‌شناسی در نظم اجتماعی مدرن. ترجمه سلمان صادقی‌زاده. تهران: نشر ثالث.
- مصباحیان، حسین (۱۳۹۸). مدرنیته و دیگری آن؛ مواجهه انتقادی با تفسیر هابرماس از مدرنیته به مثابه پروژه‌ای ناتمام. تهران: نشر آگه.
- معدنی، سعید (۱۳۹۱). جهانی‌شدن فرهنگی و تأثیرات آن بر ارزش‌های زناشویی و روابط خانوادگی. رساله دکترا، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکز.
- معدنیفر، سعید؛ صبوری‌خسروشاهی، حبیب (۱۳۸۹). بررسی میزان فردگرایی فرزندان در خانواده. پژوهشنامه علوم اجتماعی گر مسار، ۴(۴).
- وبر، ماکس (۱۳۹۹). اخلاق پروتستانی و روح سرمایه‌داری. ترجمه عبدالکریم رشیدیان و پریسا منوچهری کاشانی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- هوفستده، گرت (۱۳۸۷). فرهنگ‌ها و سازمان‌ها، برنامه‌ریزی ذهن. ترجمه علی‌اکبر فرهنگی و اسماعیل کاوسی. تهران: انتشارات پژوهشکده تحقیقات استراتژیک

- Beck, U. (1996). *Reinvention of Politics: reflexive Modernity in the Global Social Order*. Cambridge: Polity Press.
- Beck, U. (1992). *The Risk Society: Towards a New Modernity*. London: Sage
- Bauman, Z. (1991). *Modernity and Ambivalence*. Cambridge: Polity.
- Inglehart, R. (2018). *Cultural Evolution: People's Motivations are Changing, and Reshaping the World*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Beck, U., Bonss, W., Lau, Ch. (2003). The Theory of Reflexive Modernization: Problematic, Hypotheses and Research Program. *Theory, Culture & Society*. 20 (2), 1-33.
- He, Ch. (2012). *Modernization Science: The Principles and Methods of National Advancement*. Berlin: Springer.
- Delanty, G. (2011). Modernity. In Ritzer, George; Ryan, J. Michael (eds.). *The Concise Encyclopedia of Sociology*. Chichester, England: Wiley-Blackwell.
- Touraine, A. (1971). *Post-Industrial Society: Tomorrow's Social History: Classes, Conflicts and Culture in the Programmed Society*. New York: Random House.
- Fraisse, R. (1995). Pour une Politique des Sujets Singuliers. in F. Dubet & M. Wieviorka (Sous la direction de). *Penser le Sujet. Autour d'Alain Touraine*, Fayard, Paris. 551-564.



## Research Paper

**Designing a Political Marketing Model for the Islamic Council Elections: A Qualitative Survey with the Foundation's Data Approach**Hossein Ebadi<sup>1</sup> <sup>ID</sup> \*Seyed Abdullah Heidariyeh<sup>2</sup> <sup>ID</sup> Younos Vakil Alroaia<sup>3</sup> <sup>ID</sup>

1. Ph.D. Student, Marketing Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran.

2. Associate Professor, Department of Management, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

3. Associate Professor, Management Department, Entrepreneurship, Ideation and Commercialization Research Center, Semnan Branch, Islamic Azad University, Semnan, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.509>

Receive Date: 14 April 2024

Revise Date: 04 August 2024

Accept Date: 15 August 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Extended Abstract****Introduction**

Today, due to the increasing acceleration in the development of communication technologies and its impact on all aspects of life and the formation of new conditions in the political and social scene around the world, political marketing has taken on new dimensions and has become much more complicated than before. Due to the extent of these changes, it is necessary to use new generations of political marketing.

Before marketing entered the political arena, politicians used the concept of party to shape citizens' participation in elections, which due to the crisis of participation, the concept of marketing was proposed as a new way to overcome this problem.

In fact, the decrease in citizens' participation in elections in most countries led to thinkers proposing different solutions to solve this problem and asking for help from different sciences and knowledge. One of the relatively effective ways for this issue was the use of marketing, and for this purpose, some marketing scientists took advantage of marketing techniques and concepts in the field of politics and elections. At first, the same marketing concepts and components entered the politics market without caste. Investigations show that due to the fundamental differences between commercial marketing and political marketing, this type of marketing entry into the political scene has not had significant and sustainable success and has been effective in a temporary manner. One of the main differences between commercial marketing and political marketing is that political marketing is a type of human-to-human marketing and the use of common marketing tools and methods in the early generations of marketing was not responsible for this issue and even in commercial marketing. Marketing strategists have gone through the early generations of marketing and have emphasized the need to use new generations of marketing. It is presented to the concepts of political science and other sciences in political marketing models. According to the researcher of this research, political marketing is a combination of two different fields of knowledge (marketing and politics) and therefore, in presenting the model, the concepts and components of both fields should be used, which is considered in the presented model.

Considering that each of the models that have been presented so far (by foreign and domestic researchers) have dealt with the issue from a specific perspective and angle, and

◆ \* Corresponding Author:

Seyed Abdullah Heidariyeh, Ph.D.

E-mail: a.heidariyeh@semnaniau.ac.ir



in fact only a part of the influencing factors have been considered in each one, so In them, there is no comprehensiveness and they have not considered all the effective factors in political marketing in the matter of elections. In addition, in the models presented by foreign researchers, the model presentation is based on the environmental conditions of the country under study and in accordance with the prevailing culture in that environment. has been done Considering the existence of many problems in the existing models, such as: being non-native, designing based on the 1st, 2nd, and 3rd generations of marketing and not using the 4th and 5th generations of marketing, as well as being based solely on marketing concepts and not using the concepts of political science, society Based on previous models, the need to present a new model was felt. . Therefore, in this research, in order to solve the existing problems, the application and attention to the 4th and 5th generations of marketing has been considered, and social, relational and collaborative marketing has been emphasized. Also, the model is presented based on a combination of marketing and political science concepts. is For this purpose, the foundation's data research method was used, so the main question in this research is what will be the political marketing model in Iran's Islamic Council elections with the foundation's data approach? What are the influencing factors (causal, contextual, intervening)? And what is the strategy in political marketing for the elections of the Islamic Council? And what could be its consequences?

### **Purpose**

The purpose of this research is to provide a model and explanation of political marketing methods to achieve success in the elections of the Islamic Council in Iran, and among the main goals of this research is to provide a model for parties and candidates who have good expertise and power to solve society's problems. But due to the lack of familiarity with marketing methods, they are denied from being placed in a service position, and as a result of this lack of success, the society is denied from receiving their services and capabilities.

### **Methodology**

This research is considered to be an exploratory research in terms of its fundamental purpose and in terms of methodology, and qualitative in terms of the type of research. In this research, the foundation method of Strauss and Corbin (1998) has been used and it has progressed to the satisfaction of the interviewees A total of 26 in-depth semi-structured interviews were conducted. 2027 open codes and 21 categories were identified from the text of the interviews.

As it was said, the reason for using the data base approach in this research is the lack of a comprehensive model in the field of elections; from the perspective of foundation theorists, they have tried to create a correct understanding of the process related to foundation issues. The process of studying the foundation's approach is a sequence of actions and interactions between people and events related to a topic; this approach is completely consistent with the general approach of his research, which is based on the governing process of political marketing and elections. In order to better understand the topic, first of all, articles, theses and scientific documents were studied and a preliminary model was extracted; then, the extracted model was sent to the experts in the form of an in-depth interview protocol, explaining the implementation processes of marketing in the country's elections. With emphasis on the "political marketing" component, in-depth interviews were conducted and finally a conceptual model was presented.

Sampling method: In this research, the purposeful snowball sampling method was used and continued until the level of theoretical satisfaction. Purposive sampling, in contrast to probability-quantitative sampling, is based on the purposeful and criteria-based selection



of cases or units under study. Determining the number of samples in qualitative research is done with the criterion of theoretical satisfaction.

Data collection method: The data collection method was an in-depth interview; therefore, with the aim of collecting high-quality and reliable data, a total of 26 people were interviewed, including experts, specialists, university experts, party managers and activists in the field of elections. The interviews were conducted simultaneously with university experts and those involved in election activities, and after 23 interviews, no new questions were added to the topic; however, to increase the reliability of the interviews, 26 interviews were continued. No corrections were made in the text of the interviews and an effort was made to record all the mentioned points without personal opinions of the researcher.

**Table 1. Profiles of research interviewees**

field of study	education level	related work	Job type
Political Science	Ph.D.	Analyst of Political Issues	Faculty
Political Science	Ph.D.	Researcher	Political consultant
public administration	Ph.D.	Researcher	Faculty
Marketing	Ph.D. student	Researcher	Faculty
Business Management	Ph.D. student	Researcher	Marketing communications
Business Management	Ph.D.	Researcher	Faculty
Business Management	Ph.D.	Researcher	Faculty
Business Management	Ph.D.	Researcher	Faculty
Business Management	Ph.D.	Researcher	Faculty
Business Management	Ph.D.	Researcher	Faculty
public administration	Ph.D.	Data analyst	freelance job
Business Management	Ph.D.	Political Consultant	Faculty
Sociology	Master's degree	Election activist	employee
Political Science	Ph.D. student	Political activist	Researcher
Communication Sciences	Ph.D. student	Election activist	Researcher
Islamic jurisprudence and law	Ph.D.	Candidates of previous elections	university lecturer
public administration	postdoctoral researcher	Election activist	freelance job
Marketing management	Ph.D.	Election activist	Management
Political sociology	Ph.D. student	Researcher	university lecturer
Political sociology	Ph.D.	Media activist	university lecturer
Human geography	Master's degree	Election activist	lack of expression
public administration	Ph.D. student	Election activist	Government manager
Human resource management	Ph.D. student	Political consultant	Researcher
Pure math	Master's degree	Candidates of previous elections	employee
public administration	Ph.D.	Election activist	Government manager
Business Management	Ph.D.	Election activist	freelance job

**Results and Conclusion**

The analysis of the research data in line with the model of "political rationality through the objective realities of the land" for the Islamic Council elections in Iran contains the following consequences:

1. Increasing the understanding of political marketers about the way of understanding and perception of voters.
2. Preventing the waste of capital, resources and strength of political marketers.
3. Creating grounds for connecting public culture with the political behavior of the



candidates for the Islamic Council elections and increasing the negotiation and bargaining power of the candidates in advertising situations.

The findings of this research in relation to the "causal conditions governing political marketing in the elections of the Islamic Council of Iran" showed that, in general, factors such as "forces and resources, creating and maintaining understanding, symbol processing and criticality" affect the model. Political marketing is effective in Iran's Islamic Council elections.

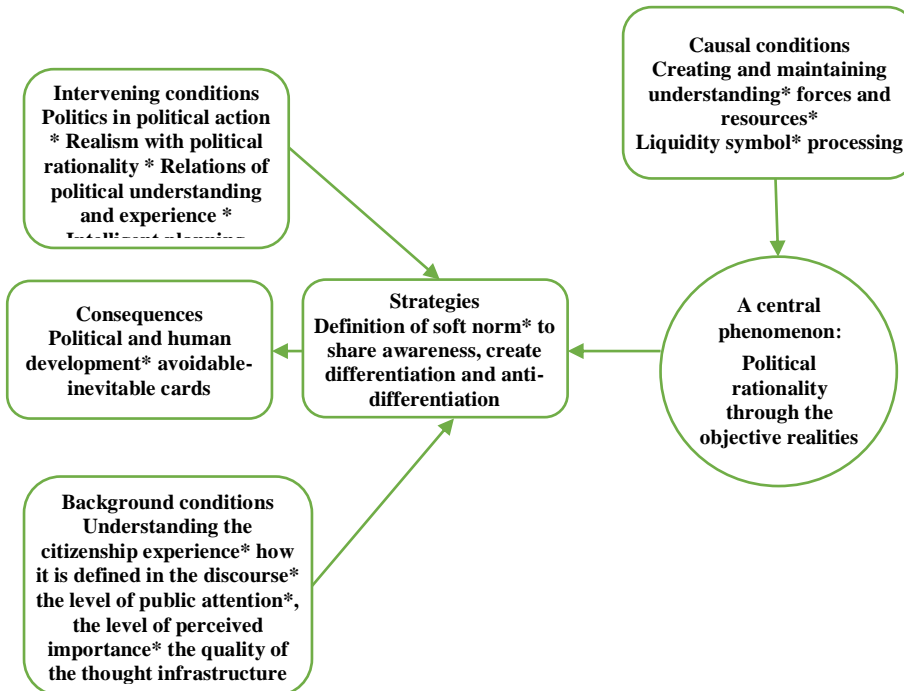
The findings of the research in relation to the background conditions of political marketing in elections are: the concept of citizenship experience, the quality of thought infrastructure, the level of public attention, how it is defined in the discourse and the level of defined importance.

The findings of the research related to the interfering conditions of political marketing in the Islamic Council elections were extracted in the form of categories such as intelligent planning, realism with political rationality, politics in political action and the relationship between experience and political understanding.

Another part of the findings of this research is related to the strategies governing political marketing, which were generally extracted in the form of themes such as differentiation and anti-differentiation, knowledge sharing and soft norm definition.

The research findings related to the consequences of political marketing in Iran's Islamic Council elections were extracted in the form of categories such as civic awareness, citizenship rights, political and human development, pluralism in power and strengthening democracy.

**Figure 1. Political marketing model through the objective realities of the land**





The results of the research confirm that the success of the parties depends on planned efforts and having a comprehensive look at all environmental factors (cultural, social, political and economic). In general, the existence of a comprehensive marketing model for elections is important in terms of the effect of reducing uncertainties and also reducing the risk in the election environment.

**Keywords:** Political Marketing, Foundation Data Theory, Citizenship Rights, Democracy, Political Rationali.

### References

- Ayatipour Ehsan et al. (2022), "Political Marketing with an Emphasis on the Management Intelligence of Election Candidates", *Political Sociology of Iran*, October, Volume 5, Number 7, Pages 531-548, : 10.30510/PSI.2022.301474.2195 DOI (In Persian)
- Asgarnejad Baqer et al. (2021) "Investigation of the combined effect of political marketing and special brand value of political parties on the commitment and loyalty of voters in Iran", *Strategic Policy Research*, September, Volume 10, Number 37 - Serial Number 67, Page 43- 72, <https://doi.org/10.22054/qps.2020.54337.2613>. (In Persian)
- Bowler, S; McElroy, G; Muller, S, (2020), "Voter Preferences and Party Loyalty under Cumulative Voting: Political Behavior after Electoral Reform in Bremen and Hamburg", *Electoral Studies*, Vol. 51, PP.93- 102. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2017.10.001>.
- Ediraras, Rahayu, Natalina, Widya (2013), *Political Marketing Strategy of Jakarta Governor Election in the 2012s*.
- Fazlzadeh et al. (2017) "Explanation of political advertising strategies of presidential election candidates", *Journal: Strategic Management Studies*, Volume: 9, Number: 33, Pages: 115-130. (In Persian)
- HadiAli, F. & Abid Qazi, A. (2019). Can Social Media Platforms Enable Co-Creation as a Tool in Political Marketing? The South Asian Context. *Research Journal of South Asian Studies*, 34(1): 81 – 102.
- Hajipour, Rabhman (2015) "Identifying the key factors of success in the electoral competition using the structural-interpretive modeling method", *Basij Strategic Studies Quarterly*, 19th year, number 70, spring. (In Persian)
- Hayes, B. & Mcallister, I. (1996). "Marketing Politics to Voters: Late Deciders in the 1992 British Election", *European Journal of Marketing*, 30 (10/11), 127-139.
- Hosseini, Hamid & et al. (2018) "Designing a cognitive political marketing model (basic nerve)", *political knowledge magazine*, volume 15, number 2 (30



- consecutive), pages: 417-442. (In Persian)
- Khairi and Mansoura Abbasalizadeh (2007) political marketing; towards market-oriented political organizations, management culture, Vol.18, winter. (In Persian)
- Khodadad Hosseini, Hamid (2017) "The mixed effect of political marketing on voters' intention based on demographic characteristics", Strategic Policy Research, October, Volume 7, Number 26 - Serial Number 56, Pages 70-43. (In Persian)
- Kotzaivazoglou, I. (2011). Political marketing in the Greek context: does market orientation exist? " . International review on public and nonprofit marketing, 8, 41 - 56.
- Kovalina Vosich, Andrzej Falenkowski, Bruce I. Newman (2011), Political Marketing, Theoretical and Strategic Foundations, translated by Hamidreza Asgari Dehabadi, Shahab Talai Shukri, Tehran, Mehrban Publishing. (In Persian)
- Lees-Marshment, J. (2019). Marketing Scholars and Political Marketing: the Pragmatic and Principled Reasons for Why Marketing Academics Should Research the Use of Marketing in the Political Arena. SPRINGER LINK. Published, DOI: 10.1007/s40547-019-0091-0, pp. 41-48.
- Mohaghar, A. & Abbasi, H. (2019). Designing and Explaining the Sustainability Supply Chain Model of Banking Services. Management Research in Iran, (3), 55-74. (In Persian)
- Mousavi, Mohammad, (2022) "Investigating the effect of political marketing on the election of the winning candidate in the 2020 US presidential election", July, period 19, number 1 - serial number 73, page 49-65, DOI: 10.22034/ISJ.2022.311753.1639. (In Persian)
- Nargesian et al. (2013) "Effect of political marketing tools on public participation", Public Administration, Autumn 6, No. 3, doi: 10.22059/jipa.2014.50761. (In Persian)
- Nazarian, M., Vazifeh Dust, H., Heidarzadeh, K. & Hamdi, K. (2019). Providing of a Model for Anti-Consumption Behavior in the Iranian Market: A Grounded Theory Approach. Consumer Behavior Studies Journal, 6(2), 333-352. (In Persian)
- Newman, B. I. (1999c). A predictive model of voter behavior. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of political marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Nowrozi et al. (2019) "The role of political marketing, political culture and social



capital on people's political orientation in Iran", *Islamic World Political Research*, Vol. 10, Number 1, Spring, pp. 193-218, DOI: 10.21859/priw-100108. (In Persian)

Ramli. Y. & Irawan. A. (2020). The role of positioning that influence political marketing and decision to vote for the candidate. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 21(5): 248-256.

Ramandi, Rasoul, (2018), "Investigation of the voting behavior pattern of people in the elections of the Islamic Republic of Iran based on the political marketing approach", Publication: *Political Knowledge*, Volume: 14, Number: 2 (28 consecutive), Pages: 63-95. (In Persian)

Talari, Mohammad and Mousavi Shafaei, Masoud, (2015), "Political socialization, a platform for relational political marketing", *Strategy Quarterly*, summer, No. 25. (In Persian)

Teimuri, Hamid Reza et al. (2021) "Investigation of the components, antecedents and consequences affecting the formulation of political marketing strategies", *Future Research of Management*, Azar, Volume 32, No. 3 (126 series), DOI: 10.30495/JMFR .2021.19489. (In Persian)

Werner, A, (2019), What Voters Want from their Parties: Testing the Promise-keeping Assumption, *Electoral Studies*, Vol. 57, and Available on: <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2018.12.006>.

Yousefi Ramandi Rasoul, and Sayari (2021) "Designing an election campaign management model with a political marketing approach", *Political Science*, Volume: 17, Number: 2 (34 consecutive), pages: 658-625. (In Persian)

Zarei et al. (2015) "Investigation of the effect of integrated communications of political marketing and social media on the selection of candidates", *Political Science Journal*, Vol. 11, Fall, No. 4 (44 consecutive) (In Persian).



## ارائه مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی: یک پویش کیفی با رویکرد داده‌بنیاد

حسین عبادی<sup>۱</sup> \* سید عبدالله حیدریه<sup>۲</sup> یونس وکیل‌الرعایا<sup>۳</sup>

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سمنان، سمنان، ایران

۲. دانشیار گروه مدیریت، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سمنان، سمنان، ایران

۳. دانشیار گروه مدیریت، مرکز تحقیقات کارآفرینی، ایده‌پردازی و تجاری‌سازی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سمنان، سمنان، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=4167815055/6.38%>

<https://dori.net/dor/20.1001.1.1735790.1402.19.1.5.5>

### چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۲۶

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۵/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۵

امروزه به دلیل شتاب روزافزون رشد فناوری‌های ارتباطی و تأثیرگذاری آن بر همه بخش‌های زندگی و شکل‌گیری شرایط جدید در صحنه سیاسی و اجتماعی در سراسر دنیا، بازاریابی سیاسی، ابعاد جدیدی به خود گرفته و بسیار پیچیده‌تر از پیش شده است و به دلیل گستردگی این تغییرات، به‌کارگیری نسل‌های نوین بازاریابی سیاسی ضرورت می‌یابد. پژوهش حاضر، مطالعه‌ای است کیفی به‌منظور ارائه مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی. در این پژوهش از روش داده‌بنیاد مدل اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) استفاده شده و تا مرحله اشباع نظری مصاحبه‌شوندگان پیش رفته است. جامعه آماری به‌صورت هدفمند از میان خبرگان دانشگاهی و فعالان عرصه انتخابات و احزاب، گزینش شده‌اند. در مجموع، ۲۶ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته انجام شده و از متن مصاحبه‌ها، ۲۰۲۷ کد باز و ۲۱ مقوله شناسایی شدند. برای کدگذاری داده‌ها از نرم‌افزار Atlas TI نسخه ۸ استفاده شده و مؤلفه‌ها شناسایی و مدل مفهومی پژوهش ترسیم شد. پدیده محوری پژوهش حاضر «عقلانیت سیاسی به‌عنوان میانجی واقعیت‌های عینی» و راهبردها (شامل تمایز و ضدتمایز، به‌اشتراک‌گذاری آگاهی، و تعریف هنجار نرم) و پیامدها (شامل آگاهی‌های مدنی، حقوق شهروندی، توسعه سیاسی و انسانی، تکثرگرایی در قدرت و تقویت مردم‌سالاری) هستند.

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

بازاریابی سیاسی، نظریه داده‌بنیاد، حقوق شهروندی، مردم‌سالاری، عقلانیت سیاسی

\* نویسنده مسئول:

سید عبدالله حیدریه

پست الکترونیک: a.heidariyeh@semnaniau.ac.ir

## مقدمه

امروزه مسئله «انتخابات» یکی از موضوعات پراهمیت و موردتوجه در همه کشورهای است که نظام سیاسی آن‌ها بر پایه «دموکراسی» بنا نهاده شده است. انتخابات، فرایندی است که طی آن قدرت کلان در یک کشور، در میان افراد و احزاب سیاسی جابه‌جا می‌شود.

انتخابات، عصاره مردم‌سالاری در هر حاکمیتی است که در بستر آن، احزاب سیاسی به‌مثابه یک شرکت تجاری، خود را در معرض رأی مردم قرار داده و توده‌ها نیز به‌عنوان خریدار اصلی، ایده‌ها، و چهره‌های جریانات سیاسی این عرصه، نقش‌آفرینی می‌کنند (حاجی‌پور، ۱۳۹۵، ۴).

درواقع، در دنیای کنونی، دموکراسی، ملاک فضیلت و پیشرفت کشورها به‌شمار می‌آید؛ در نتیجه، مشارکت هرچه بیشتر شهروندان در انتخابات، در ابعاد داخلی و بین‌المللی از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است و پیامدهای ارزنده‌ای در راستای تقویت امنیت ملی و افزایش اقتدار سیاسی و ملی به‌همراه دارد.

افزون‌براین، عوامل پرشماری نیز سبب بی‌میلی افراد برای مشارکت در انتخابات می‌شود که تأثیرات نامطلوبی بر میزان مشارکت و در نتیجه، جایگاه بین‌المللی یک کشور دارد؛ از این‌رو، به‌کارگیری راهبردها و روش‌های بازاریابی در عرصه سیاست، امکان ارائه مطلوب‌تر دیدگاه‌ها و ایده‌های سیاستمداران و نامزدهای انتخاباتی را به شهروندان فراهم می‌کند و ضمن ایجاد مزیت رقابتی برای صاحبان ایده و احتمالاً پیروزی آن‌ها در انتخابات، سبب بالا رفتن میزان مشارکت شهروندان در انتخابات یک کشور و در نتیجه، ایجاد وجهه قوی از آن کشور در عرصه بین‌المللی می‌شود؛ بنابراین، پرسش اصلی پژوهش حاضر این است که «مدل بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی ایران با رویکرد داده‌بنیاد به چه شکلی خواهد بود؟»، «عوامل تأثیرگذار (علی، زمینه‌ای، و مداخله‌گر) کدامند؟»، «راهبرد در بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی چیست؟» و «ممکن است چه پیامدهای داشته باشد؟»

پیش از ورود بازاریابی به عرصه سیاست، سیاستمداران از مفهوم حزبی به‌منظور شکل‌دهی به مشارکت شهروندان در انتخابات استفاده می‌کردند (خیری، ۱۳۸۷، ۳)، اما با توجه به بروز بحران مشارکت، مفهوم بازاریابی، به‌عنوان روشی نوین برای غلبه بر این مشکل مطرح شد.

به‌طورکلی استفاده از بازاریابی در عرصه سیاست از دو نگاه ملی و حزبی دارای اهداف و منافع به‌شرح زیر است:

- هدف از بازاریابی سیاسی از نگاه حکومت‌ها عبارت است از: بالا بردن میزان مشارکت در

انتخابات به منظور ایجاد و تقویت قدرت سیاسی و تقویت پایه‌های امنیت ملی در سطح جهانی؛

• هدف از بازاریابی سیاسی از نگاه احزاب عبارت است از: کسب قدرت و به دست‌گیری مناصب حکومتی.

در این شرایط، ارائه دیدگاه‌های گوناگون از سوی احزاب و نامزدهای انتخاباتی و تلاش آن‌ها برای کسب آرای رأی‌دهندگان، صحنه‌هایی کاملاً رقابتی و همراه با مبارزات انتخاباتی شدید را ایجاد خواهد کرد و بدیهی است که هر نوع رقابتی، نیاز به استفاده از بازاریابی را ضروری می‌کند. افزون‌براین، در میدان انتخابات، محصول، عبارت است از ایده‌ها و دیدگاه‌های ارائه‌شده توسط نامزدها و فروشنده این محصول، شخص نامزد انتخاباتی یا حزب معرفی‌کننده او است، و خریدار نیز، رأی‌دهندگان هستند؛ بنابراین، در این بازار در فرایند معامله در راستای مبادله نظر و ایده با رأی اقدام می‌شود و همان‌گونه که می‌دانیم هر جا صحبت از معامله مطرح باشد، بازاریابی نیز ضرورت می‌یابد.

نگاهی به انتخابات و پیکارهای سیاسی در نقاط مختلف جهان نشان می‌دهد، افراد، اندیشه‌ها، و گروه‌های سیاسی بسیاری بوده‌اند که توانایی‌های زیادی برای انتخاب شدن در یک کارزار انتخاباتی داشته‌اند، ولی به دلیل ناآشنایی با فنونی که بتوانند خود را بهتر به جامعه هدف معرفی کنند، نتوانسته‌اند در انتخابات، توفیقی به دست آورند. در موارد بسیاری نیز مشاهده شده است که برخی افراد، احزاب، و اندیشه‌ها با استفاده از فنونی برای معرفی خود به جامعه هدف، پیروز انتخابات شده‌اند، در حالی که توانایی‌ها و شایستگی‌های لازم را برای انتخاب شدن نداشته‌اند. در واقع، تنها ایدئولوژی سیاسی نیست که در رقابت سیاسی برنده می‌شود، بلکه استفاده ماهرانه از راهبردهای بازاریابی مناسب که موردعلاقه ذی‌نفعان سیاسی مرتبط است نیز پیروز می‌شود (اوسوگوا، ۲۰۰۸، ۲۵).

استفاده از روش‌های بازاریابی برای تحقق اهداف همه ذینفعان عرصه انتخابات، ابزاری کارآمد است و در این میان، نقش بازاریاب سیاسی عبارت است از:

۱. شناسایی نگرش‌ها و در نتیجه، رفتارهای شهروندان (رأی‌دهندگان)، به منظور برآورده کردن نیازهای آنان؛
۲. تلاش برای ایجاد تغییر در نگرش افراد، اقناع و جلب نظر آنان، و کسب رأیشان.

## 1. Osuagwu

نتایج پژوهش‌های انجام‌شده نشان می‌دهد که رفتارهای انسان در سراسر دنیا در دو گروه قابل دسته‌بندی است؛ نخست، رفتارهایی که دارای ویژگی‌های مشترک هستند و به عبارتی، این نوع رفتار در همه مناطق به‌گونه‌ای یکسان از افراد سرمی‌زند و دوم، رفتارهای منحصر به فردی که در مناطق مختلف و با توجه به عوامل محیطی آن منطقه، از افراد بروز پیدا می‌کند. همچنین، با توجه به تنوع در دموکراسی‌ها (در کشورهای گوناگون دنیا از نظام‌های دموکراتیک متفاوتی استفاده می‌شود)، عوامل یادشده، عدم پاسخ‌گویی الگوی رفتاری یکسان و جهان‌شمول را تأیید می‌کند (عسگری ده‌آبادی و طلائی، ۱۳۹۳، ۸۲).

به‌طور کلی با توجه به اینکه بسیاری از نظریه‌ها یا مدل‌ها، جهان‌شمول نیستند (از جمله مدل‌های بازاریابی سیاسی) و با در نظر گرفتن شرایط و فرهنگ محیط خاص خود ارائه شده‌اند، پیاده‌سازی موفق آن‌ها در جوامع دیگر، نیازمند بومی‌سازی و همسوسازی با فرهنگ و شرایط ویژه آن محیط است. در مقابل، به دلیل مشابهت‌های فرهنگی برخی از کشورهایی که نظام سیاسی آن‌ها بر پایه دموکراسی و برگزاری انتخابات بنا شده است، بازاریابی سیاسی، دارای قالب مشابه و یکسانی است، در حالی که، ایران با دارا بودن شرایط کاملاً خاص و متفاوت، مقید و قائل به بهره‌گیری از دو ویژگی جمهوریت و اسلامیت، به‌گونه‌ای هم‌زمان است که این ویژگی‌ها می‌تواند در مدل بازاریابی سیاسی این کشور تأثیرگذار باشد؛ بنابراین، ارائه مدل بومی شده بازاریابی سیاسی برای جمهوری اسلامی ایران، به منظور رقابت احزاب و گروه‌ها در عرصه پیکارهای انتخاباتی ضروری است.

با توجه به اینکه هر یک از مدل‌هایی که تاکنون (توسط پژوهشگران خارجی و داخلی) ارائه شده‌اند از نگاه و زاویه خاصی به موضوع نگریسته‌اند و در واقع، در هر یک تنها بخشی از عوامل تأثیرگذار در نظر گرفته شده است، مدل‌های موجود، جامع نبوده و همه عوامل مؤثر بر بازاریابی سیاسی در امر انتخابات را در نظر نگرفته‌اند. افزون‌براین، مدل‌های ارائه‌شده توسط پژوهشگران خارجی، با توجه به شرایط محیطی کشور مورد مطالعه و متناسب با فرهنگ رایج در آن محیط طراحی شده‌اند. با توجه به وجود اشکال‌های پر شمار در مدل‌های موجود از جمله: غیربومی بودن، طراحی براساس بازاریابی نسل‌های ۱، ۲، ۳ و عدم به‌کارگیری نسل‌های ۴ و ۵ بازاریابی و همچنین، پایه‌گذاری، تنها براساس مفاهیم بازاریابی و عدم استفاده از مفاهیم علوم سیاسی و جامعه‌شناسی در مدل‌های پیشین، ضرورت ارائه مدل جدید، احساس می‌شود.

هدف از انجام پژوهش حاضر، ارائه مدل و تبیین راهکارهای بازاریابی سیاسی برای کسب

موفقیت در انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران است و از جمله اهداف اصلی این پژوهش، ارائه الگویی برای احزاب و نامزدهایی است که از تخصص، توان، و قدرت مناسبی برای حل مشکلات جامعه برخوردارند، ولی به دلیل ناآشنایی با شیوه‌های بازاریابی، از قرار گرفتن در جایگاه خدمت محروم می‌شوند و بر اثر این عدم موفقیت، جامعه از دریافت خدمات و توانمندی‌های آنان محروم می‌شود و ممکن است شرایط و فرصت کسب پیروزی برای افرادی فراهم شود که فاقد شایستگی و تخصص لازم بوده و تنها به دلیل آشنایی و استفاده از فنون بازاریابی، در جایگاه‌های مهم و سرنوشت‌ساز قرار گرفته و به دلیل ناکارآمدی، سبب کندی روند پیشرفت کشور شوند. کمترین مزیت ارائه مدل و آشناسازی گروه‌ها با روش‌های علمی بازاریابی سیاسی، این است که فرصت برابر در صحنه رقابت را برای گروه مورد اشاره ایجاد خواهد کرد. در واقع، می‌توان گفت، پیشرفت کشور از مسیر انتخابات می‌گذرد و پیش شرط تحقق این پیشرفت، انتخاب اصلاح است و این بهترین انتخاب با روش‌های علمی قابل دستیابی است.

بنابراین، نیازمند ارائه مدلی جامع هستیم که: (۱) همه عوامل مؤثر را در نظر بگیرد؛ (۲) ابزارهای نوین مورد استفاده در بازاریابی سیاسی را به همراه ابزارهای سنتی در نظر بگیرد؛ (۳) دلایل بروز رفتارهای انتخاباتی در اقصاء مختلف یک جمعیت را به دقت بررسی کند؛ (۴) متناسب با شرایط محیطی و فرهنگی کشور باشد، به گونه‌ای که بتواند یک الگو و قاعده کلی را برای برنامه‌ریزی احزاب و نامزدها در پیکارهای انتخاباتی فراهم کند؛ (۵) فعالیت‌های احزاب را از حالت بی‌برنامگی و صرف هزینه‌های زیاد و عدم دستیابی به پیروزی، خارج کرده و با ایجاد نظم در فعالیت‌های انتخاباتی با صرف کمترین هزینه و استفاده بهینه از منابع دیگر، احتمال کسب موفقیت را برای آن‌ها افزایش دهد. به طور کلی، وجود مدل جامع بازاریابی برای انتخابات، به لحاظ تأثیرگذاری بر کاهش نااطمینانی‌ها و همچنین، کاهش ریسک موجود در فضای انتخاباتی، حائز اهمیت است؛ بنابراین، در این پژوهش تلاش شده است تا مدلی بومی از بازاریابی سیاسی در انتخابات کشور ایران ارائه شود و در این راستا، پایتخت کشور به عنوان نمونه آماری از جامعه آماری کل کشور در نظر گرفته شده است و در میان انواع انتخابات‌های موجود، انتخابات مجلس شورای اسلامی، بررسی خواهد شد.

با توجه به اهمیت این موضوع در کشور و نبود مدلی جامع و مدون از بازاریابی سیاسی برای احزاب و جریان‌های سیاسی، در به‌کارگیری مدل‌های بازاریابی سیاسی در پیکارهای انتخاباتی، این پژوهش سعی دارد با در نظر گرفتن عوامل کلیدی موفقیت در بازاریابی سیاسی

برای مبارزه در انتخابات، احزاب سیاسی را برای رویارویی پیروزمندانه در رقابت انتخاباتی، آماده کند تا بتوان به کمک آن، عوامل مؤثر بر ایجاد انگیزه مشارکت را شناسایی کرد و الگوی جامعی برای بازاریابی سیاسی اثربخش به‌منظور جلب بیشینه آراء ارائه داد. به‌نظر نویسندگان این پژوهش، ارائه یک مدل جامع، کمک بسزایی به حضور اثربخش جریان‌ها و احزاب سیاسی در صحنه انتخابات مجلس خواهد کرد و استفاده از دانش و فناوری‌ها در انتخابات، سبب سالم‌سازی فضای رقابت‌های سیاسی می‌شود.

### ۱. پیشینه پژوهش

آیتی‌پور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی از نوع فراترکیب و با عنوان «بازاریابی سیاسی با تأکید بر هوش مدیریتی نامزدهای انتخاباتی» دریافته‌اند که بازاریابی سیاسی، فرایندهای منظمی برای ارزیابی خواسته‌ها و نیازهای توده‌ها دارد. بازاریابی سیاسی برای تأثیرگذاری بر آرای مردم در انتخابات طراحی شده است. نتایج این پژوهش اثربخشی به‌کارگیری استراتژی‌های بازاریابی سیاسی توسط نامزد پیروز در انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا را نشان می‌دهد.

خداداد حسینی (۱۳۹۷) در پژوهشی کمی با عنوان «تأثیر آمیخته بازاریابی سیاسی بر نیت رأی‌دهندگان مبتنی بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی» نشان داده است که هر یک از ابعاد تبلیغ، محصول، قیمت، و مکان از آمیخته بازاریابی سیاسی بر نیت رأی‌دهندگان اثر معناداری دارند. همچنین، عوامل جمعیت‌شناختی که به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌گر بررسی شد، نشان داد که سن و جنسیت تأثیر معناداری ندارند، در حالی که تحصیلات، شغل، و درآمد دارای تأثیر معناداری بوده‌اند.

حسینی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی کیفی با عنوان «طراحی الگوی بازاریابی سیاسی شناختی (عصب‌پایه)» الگوی بازاریابی را در سه سطح رأی‌دهندگان و رأی‌گیرندگان، سطح محیط نزدیک داخل کشور (شامل رسانه داخلی و قوانین داخلی) و سطح محیط سیاسی خارج از کشور (شامل رسانه‌های بین‌المللی و نهادهای سیاسی بین‌الملل) طراحی کرده‌اند.

تیموری و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی کمی با عنوان «بررسی مؤلفه‌ها، پیشاپندها، و پیامدهای تأثیرگذار بر تدوین استراتژی‌های بازاریابی سیاسی» نشان داده‌اند که مؤلفه‌های تبلیغات، بخش‌بندی رأی‌دهندگان، و ایجاد، حفظ و ارتقای روابط بلندمدت و تحلیل رقابتی، بیشترین فراوانی را در میان مؤلفه‌های تأثیرگذار بر تدوین استراتژی‌های بازاریابی سیاسی داشته‌اند.

یوسفی رامندی و سیاری (۱۴۰۰) در پژوهشی کیفی با عنوان «طراحی مدل مدیریت کمپین انتخاباتی با رویکرد بازاریابی سیاسی» نتیجه گرفته‌اند که مؤثرترین اقدام در فرایند مدیریت کمپین انتخاباتی، شناخت مردم و پس از آن، شناخت رقبا و محیط رقابت است که گفتمان انتخاباتی براساس آن‌ها شکل می‌گیرد و این گفتمان، پایه برنامه تبلیغات سیاسی و نحوه مدیریت سازمان رأی و طرح‌ریزی رسانه‌ای برای رقابت خواهد بود. تشکیل ستاد انتخاباتی نیز به‌عنوان گام نهایی، نقش مؤثری در اجرای راهبردها و برنامه‌های کمپین در روزهای تبلیغات رسمی دارند.

رامندی (۱۳۹۸) در پژوهشی کیفی با عنوان «بررسی الگوی رفتار رأی‌دهی مردم در انتخابات جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر رویکرد بازاریابی سیاسی» سه عامل «نامزد»، «رأی‌دهنده» و «فضای رقابت» را به‌عنوان مؤلفه‌های اصلی (هریک با سه زیرمؤلفه) معرفی و در نهایت ۶۳ شاخص را در شکل‌گیری رفتار رأی‌دهی مردم بر پایه رویکرد بازاریابی سیاسی، مشخص کرده است.

ورنر (۲۰۱۹) در پژوهشی کیفی با عنوان «رأی‌دهندگان چه چیزی از احزاب می‌خواهند؟» سه محور اصلی وعده دادن، تمرکز بر افکار عمومی، و جست‌وجوی منافع عمومی را در نظر گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که وفای به عهدها مهم‌ترین مقوله‌ای است که رأی‌دهندگان به دنبال آن هستند.

نیومن (۱۹۹۴) در پژوهشی کیفی با عنوان «مطالعه در مورد رفتار انتخاباتی» بیان کرده است که در فرایند انتخابات، مردم، مصرف‌کنندگانی هستند که از خدمات ارائه‌شده سیاستمدار بهره می‌برند.

ادیراس و همکاران (۲۰۱۲) در پژوهشی کیفی با عنوان «بازاریابی سیاسی» بیان کرده‌اند که بازاریابی سیاسی، جدا از قابلیت انتخاب شدن نامزد، راهبردی پیروزی‌بخش در انتخابات است. نتایج مقاله یادشده نشان می‌دهد که احزاب سیاسی می‌توانند از طریق بازاریابی سیاسی از منابع در اختیار خود استفاده کنند. وی همچنین، بر شناخت موضع، موقعیت و انتظارات رأی‌دهندگان تأکید دارد.

راملی (۲۰۲۰) در پژوهشی کیفی با عنوان «نقش اثرگذار موقعیت بر بازاریابی سیاسی و تصمیم‌گیری برای رأی‌دهی به کاندیداها» نشان داده است که برندسازی و موقعیت‌یابی شخصی، تأثیر مثبت و معناداری بر بازاریابی سیاسی دارند. همچنین، متغیر موقعیت‌یابی در

مقایسه با متغیر برندسازی شخصی، بیشترین تأثیر را بر تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان داشته است. همچنین، نتایج این پژوهش حاکی از این است که موقعیت نامزدها، نقش مهمی در تصمیم رأی‌دهندگان دارد.

عسگرنژاد و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر آمیخته بازاریابی سیاسی و ارزش ویژه برند احزاب سیاسی بر تعهد و وفاداری رأی‌دهندگان در ایران» دریافته‌اند که آمیخته بازاریابی سیاسی بر ارزش ویژه برند و تعهد و وفاداری رأی‌دهندگان تأثیر مستقیم و معناداری دارد. همچنین، مشخص کرده‌اند که ارزش ویژه برند بالا می‌تواند به‌عنوان متغیر میانجی، ارتباط بین آمیخته بازاریابی سیاسی و تعهد و وفاداری رأی‌دهندگان را تقویت کند.

زارعی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر ارتباطات یکپارچه بازاریابی سیاسی و رسانه‌های اجتماعی بر انتخاب کاندیداها» نتیجه گرفته‌اند که ارتباطات یکپارچه بازاریابی سیاسی و رسانه‌های اجتماعی و همچنین، ابعاد ارتباطات یکپارچه بازاریابی سیاسی (تبلیغات سیاسی، پیشبرد فروش سیاسی، روابط عمومی سیاسی، و بازاریابی مستقیم سیاسی) بر انتخاب نامزد انتخاباتی تأثیر مثبت و معناداری دارند.

هیز و مک‌الیستر (۱۹۹۶) در پژوهشی کیفی با عنوان «تأثیر بازاریابی سیاسی بر رأی‌دهندگان» نتیجه گرفته‌اند که رأی‌دهندگان شناور، کمترین دانش را درباره سیاست و پایین‌ترین مشارکت را در میان گروه‌های مختلف شرکت‌کننده در انتخابات دارند؛ بنابراین، احتمالاً این کوچک‌ترین گروهی است که از طریق بازاریابی سیاسی متقاعد شده است. آن‌ها به احزاب سیاسی پیشنهاد می‌کنند که از فنون بازاریابی پیش از مبارزه انتخاباتی استفاده کنند و رأی‌دهندگان هدف کسانی هستند که یک تا دو سال پیش از انتخابات تصمیم می‌گیرند.

کنزیواوزوغلو (۲۰۱۱) در پژوهشی کیفی با عنوان «احزاب یونان تاچه‌حد بازار محورند و چگونه دو مدل بازاریابی پژوهش (حزب بازارگرا و جهت‌گیری بازار سیاسی) در ترکیب با حالت‌های سیاسی بازار می‌تواند واقعیت موجود در یونان را تشریح کند» نشان داده است که احزاب باید بر تقاضای بلندمدت جامعه تمرکز کنند که هر دو مدل بازاریابی (حزب بازارگرا و جهت‌گیری بازاریابی سیاسی) به آن توجه می‌کنند. همچنین، شهروندان به احزابی پشت می‌کنند که به وعده‌های خود عمل نکنند و نتیجه نهایی اینکه، اگر رأی‌دهندگان درباره سیاست، دید کوتاه‌مدتی داشته باشند، ممکن است نامزدهای معتقد به سیاست‌های احساسی کوتاه‌مدت را بر نامزدهایی با سیاست‌های مفید بلندمدت، ترجیح دهند.

طلاری و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی کیفی با عنوان «جامعه‌پذیری سیاسی، بستری برای بازاریابی سیاسی رابطه‌مند» نتیجه گرفته‌اند که مدل بازاریابی سیاسی رابطه‌مند با ایجاد تعهد و اعتماد بین سازمان سیاسی و رأی‌دهندگان، باعث کاهش ریسک رأی دادن، تسهیل فرایند تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان، و وفاداری آنان می‌شود.

نرگسیان و همکاران (۱۳۹۳) در پژوهشی کیفی با عنوان «تأثیر ابزارهای بازاریابی سیاسی بر مشارکت عمومی» نتیجه گرفته‌اند که استفاده از ابزارهای سنتی بازاریابی سیاسی، تأثیر معکوس و معناداری بر مشارکت عمومی رأی‌دهندگان دارد، اما به‌کارگیری ابزارهای مدرن بازاریابی سیاسی بر مشارکت عمومی رأی‌دهندگان، تأثیری مستقیم و معنادار می‌گذارد.

فضل‌زاده و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی کیفی با عنوان «تبیین استراتژی‌های تبلیغات سیاسی داوطلبان انتخابات ریاست جمهوری» نتیجه گرفته‌اند که ابزارهای تبلیغات سیاسی بر نگرش‌ها و انتظارات نخبگان تأثیر مثبت معناداری دارد؛ همچنین، نگرش‌ها و انتظارات بر فرایند تصمیم‌گیری نخبگان نیز تأثیر مثبت معناداری دارد؛ ابزارهای تبلیغات سیاسی از طریق نگرش‌ها و انتظارات به‌عنوان متغیرهای میانجی، بر فرایند تصمیم‌گیری نخبگان تأثیر معناداری دارد.

موسوی (۱۴۰۱) در پژوهشی توصیفی-تحلیلی با عنوان «انتخاب کاندیدای پیروز در انتخابات ۲۰۲۰ ریاست جمهوری آمریکا» نشان داده است که بازاریابی سیاسی، فرایندهای منظمی برای ارزیابی خواسته‌ها و نیازهای توده‌ها دارد. بازاریابی سیاسی برای تأثیرگذاری بر آرای مردم در انتخابات طراحی شده است. نتایج این پژوهش اثربخشی به‌کارگیری استراتژی‌های بازاریابی سیاسی توسط نامزد پیروز در انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا را نشان می‌دهد.

سیاری و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی کیفی با عنوان «تأثیر برند جریان‌های سیاسی ایران بر انتخاب رأی‌دهندگان (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه تهران در انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۶)» دریافته‌اند که سه جزء از چهار جزء برند جریان‌های سیاسی (شامل ایدئولوژی، نامزد انتخاباتی و سیاست‌های اعلامی جریان‌های سیاسی) در برهه زمانی یادشده بر انتخاب رأی‌دهندگان، تأثیر مثبتی داشته‌اند.

بهنام‌پور و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی کیفی با عنوان «طراحی مدل تعیین دستورکار خط‌مشی‌های انتخاباتی با رویکرد بازاریابی سیاسی» دریافته‌اند که «مشکلات اجرایی نهاد انتخاباتی، ضعف نظام حزبی، درک نادرست بازاریابی سیاسی و مشکلات قانونی و نظارتی»

به‌منزله شرایط علی، «تعیین دستورکار» به‌منزله پدیده اصلی پژوهش، «محورهای مؤلفه‌های دینی و قومی و عوامل ساختاری» به‌منزله عوامل زمینه‌ای، و بعدهای «فرهنگی، سیاسی، اقتصادی» به‌منزله عوامل مداخله‌گر از دیدگاه مشارکت‌کنندگان پژوهش شناسایی شده‌اند. راهبردها در سه بعد حل مشکلات اجرایی و نظارتی، اصلاح درک بازاریابی سیاسی، تقویت نظام حزبی و پیامدهای حاصل، شامل ارتقای نظام حزبی کشور، ارتقای نظام انتخاباتی کشور، و توسعه سیاسی کشور بوده است.

هزارخانی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی کیفی با عنوان «تأثیر نحوه فکر بر توجه دیداری افراد در انتخاب کاندیداها: مطالعه آزمایشگاهی با استفاده از ردیاب چشم» ضمن تأیید نتایج پژوهش‌های گذشته، نشان داده‌اند که نحوه تفکر شهودی سبب توجه دیداری بیشتر به عکس‌ها در مقایسه با متن‌ها و عکس‌های نامزدها در مقایسه با عکس‌های مفهومی شده است. در مقابل، روش تفکر منطقی، سبب توجه دیداری بیشتر به متن‌ها در مقایسه با عکس‌ها و عکس‌های مفهومی در مقایسه با عکس‌های کاندیداها شد.

نوروزی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «نقش بازاریابی سیاسی، فرهنگ سیاسی و سرمایه اجتماعی در گرایش سیاسی مردم در ایران» نشان داده‌اند که نقش بازاریابی سیاسی بر سرمایه اجتماعی، فرهنگ سیاسی، و گرایش سیاسی و همچنین، نقش سرمایه اجتماعی بر گرایش سیاسی، معنادار و مثبت است؛ اما نقش فرهنگ سیاسی بر گرایش سیاسی تأیید نشد.

لیس مارشمنت (۲۰۱۹) در پژوهشی کیفی با عنوان «محققان بازاریابی و بازاریابی سیاسی: دلایل عملی و اصولی تحقیق دانشگاهیان بازاریابی در مورد استفاده از بازاریابی در عرصه سیاسی»، با تشریح دامنه وسیع بازاریابی سیاسی در عمل و تحقیق و ارائه نمونه‌هایی از بازاریابی سیاسی و سپس، بحث درباره پیامدهای اخلاقی قابل توجه سیاست‌های بازاریابی، به بررسی این موضوع می‌پردازد.

هادی علی و عبیدقازی (۲۰۱۹) در پژوهشی کیفی با عنوان «آیا بستر رسانه‌های اجتماعی هم‌آفرینی را به‌عنوان ابزاری برای بازاریابی سیاسی می‌بیند؟ بررسی بافت/محیط آسیای جنوبی» بیان می‌کنند که نقش رسانه‌های اجتماعی، به‌عنوان یک بستر مفید و مؤثر برای هم‌آفرینی در بازاریابی سیاسی، یک چارچوب جدید و تازه برای پژوهشگران امروز است. این مطالعه سعی کرده است چارچوب پیشنهادی هم‌آفرینی سیاسی را از طریق یک طرح تحقیق

همگرا با روش آمیخته در زمینه آسیای جنوبی بررسی کند که به‌طور هم‌زمان داده‌ها را به شیوه‌های گوناگونی گردآوری کرده است.

بولر و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی کیفی با عنوان «ترجیحات رأی‌دهندگان و وفاداری احزاب تحت رأی‌گیری تجمعی؛ رفتار سیاسی پس از اصلاحات انتخاباتی در برمن و هامبورگ» بیان کرده‌اند که ترجیح رأی‌دهندگان هنگام انتخابات تنها بر یک حزب خاص نیست و ممکن است شامل چند حزب باشد و احزاب می‌توانند در زمان انتخابات از طریق ابزارهای ترفیعی و اعتمادسازی در نهایت رأی افراد را به‌سوی خود جذب کنند.

براساس بررسی‌های انجام‌شده توسط پژوهشگران، تقریباً همه مدل‌ها و پژوهش‌های موجود، موضوع بازاریابی سیاسی را در قالب سه نسل نخست از بازاریابی تجاری بررسی کرده‌اند. همان‌گونه که گفته شد، دانش بازاریابی به تدریج و در یک فرایند تاریخی، با تغییراتی همراه بوده است و با توجه به الگوگیری بازاریابی سیاسی از بازاریابی تجاری، با وجود گذر بازاریابی تجاری از نسل‌های اولیه و در نظر گرفتن عوامل تأثیرگذار نوین در این زمینه، به‌نظر می‌رسد که مدل‌های ارائه‌شده بازاریابی سیاسی، همچنان متناسب با مفاهیم فروش‌گرایی، محصول‌گرایی، و بازارگرایی عرضه شده‌اند و مفاهیم بازاریابی اجتماعی، رابطه‌ای، و مشارکتی در آن‌ها کمتر مورد توجه بوده‌اند و بی‌توجهی به بازاریابی انسان به انسان، یکی از مشکلات مدل‌های یادشده است. همچنین، بیشتر مدل‌های مطرح‌شده از نوع فرایندی بوده و تنها مراحل انجام بازاریابی را در نظر داشته‌اند. افزون‌بر موارد یادشده، این اشکال‌ها نیز بر مدل‌های موجود وارد است: غیربومی بودن، طراحی برپایه بازاریابی نسل‌های ۱، ۲، و ۳ و استفاده نکردن از نسل‌های ۴ و ۵ بازاریابی و همچنین، پایه‌گذاری تنها براساس مفاهیم بازاریابی و استفاده نکردن از مفاهیم علوم سیاسی و جامعه‌شناسی در مدل‌های پیشین؛ بنابراین، در پژوهش حاضر، به‌منظور رفع کاستی‌های موجود، به‌کارگیری و توجه به بازاریابی نسل‌های ۴ و ۵ مدنظر بوده و بر بازاریابی اجتماعی، رابطه‌ای، و مشارکتی تأکید شده است. همچنین، مدل موردنظر این پژوهش با تلفیقی از مفاهیم بازاریابی و علوم سیاسی ارائه شده است.

## ۲. روش پژوهش

در پژوهش حاضر، مطالعه‌ای کیفی به‌منظور ارائه مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس انجام شده است. در این راستا از روش داده‌بنیاد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۸) استفاده

شده و تا اشباع نظری مصاحبه‌شوندگان پیش رفته است. جامعه آماری به صورت هدفمند از خبرگان دانشگاهی و فعالان عرصه انتخابات و احزاب گزینش شده‌اند. در مجموع، ۲۶ مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته انجام شد. از متن مصاحبه‌ها ۲۰۲۷ کد باز و ۲۱ مقوله شناسایی شدند. برای کدگذاری از نرم‌افزار "Atlas TI" نسخه ۸ استفاده شده و مؤلفه‌ها شناسایی و الگوی مفهومی پژوهش ترسیم شد.

این پژوهش که در پی ارائه مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران است، به لحاظ هدف، بنیادی و به لحاظ روش شناسی، جزو پژوهش‌های اکتشافی و از نظر نوع پژوهش، کیفی به‌شمار می‌آید. با توجه به وجود کاستی‌های پرشمار در مدل‌های موجود از قبیل: غیربومی بودن، طراحی براساس بازاریابی نسل‌های ۱، ۲، و ۳ و استفاده نکردن از نسل‌های ۴ و ۵ بازاریابی و همچنین، پایه‌گذاری مدل‌های پیشین، تنها براساس مفاهیم بازاریابی و به‌کار نرفتن مفاهیم علوم سیاسی و جامعه‌شناسی، ضرورت ارائه مدل جدید احساس شد و در این راستا، روش نظریه داده‌بنیاد که یک روش استقرایی و از جزء به کل است (روشی مناسب برای ارائه مدل) انتخاب شد.

همان‌گونه که گفته شد، دلیل کاربرد رویکرد داده‌بنیاد در پژوهش حاضر، فقدان مدلی جامع در زمینه انتخابات است. افزون‌براین، نظریه‌پردازان نظریه داده‌بنیاد کوشیده‌اند تا فهم درستی از فرایند مرتبط با زمینه‌های بنیادین ایجاد کنند. فرایند مطالعه رویکرد داده‌بنیاد، عبارت از توالی عمل‌ها و تعامل‌ها میان افراد و رویدادهای مربوط به یک موضوع است؛ از این رو، این رویکرد، کاملاً با رویکرد کلی پژوهش که مبتنی بر فرایند حاکم بر بازاریابی سیاسی و انتخابات است، همسویی دارد. به‌منظور انسجام بهتر موضوع، ابتدا مقاله‌ها، پایان‌نامه‌ها و مستندات علمی بررسی و مطالعه و مدل‌های اولیه استخراج شد؛ سپس، مدل استخراج‌شده در قالب پروتکل مصاحبه عمیق و با تشریح فرایندهای اجرایی بازاریابی در امر انتخابات کشور، برای خبرگان فرستاده شد. مصاحبه‌های عمیق با در نظر گرفتن و تأکید بر مؤلفه «بازاریابی سیاسی» انجام، سرانجام مدل مفهومی ارائه شد.

روش نمونه‌گیری: در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله‌برفی استفاده شد و تا سطح اشباع نظری ادامه یافت. نمونه‌گیری هدفمند، برخلاف نمونه‌گیری احتمالی-کمی، بر گزینش هدفمند و معیارمحور موارد یا واحدهای مورد مطالعه استوار است. تعیین تعداد نمونه در پژوهش‌های کیفی با معیار اشباع نظری انجام شد.

روش گردآوری داده‌ها: روش گردآوری داده‌های پژوهش حاضر، مصاحبه عمقی بود؛ بنابراین، با هدف گردآوری داده‌های باکیفیت و قابل اتکا، در مجموع با ۲۶ نفر، شامل خبرگان و متخصصان و صاحب نظران دانشگاهی و مدیران احزاب و فعالان عرصه انتخابات مصاحبه شد. مصاحبه‌ها به صورت تلفیقی با خبرگان دانشگاهی و دست‌اندرکاران عرصه انتخابات به‌طور هم‌زمان پیش رفت و پس از ۲۳ مصاحبه، مطالب جدیدی به موضوع افزوده نشد. با این حال، به منظور بالا بردن اطمینان مصاحبه‌ها تا ۲۶ مصاحبه ادامه یافت. در متن مصاحبه‌ها هیچ اصلاح و تعدیلی انجام نشده و سعی شد تمام نکات مطرح شده، بدون اعمال نظرهای شخصی پژوهشگر، ثبت شود.

روایی و پایایی: ابزارهای گردآوری داده‌ها باید از پایایی و روایی لازم برخوردار باشند تا پژوهشگر توانایی گردآوری داده‌های متناسب با پژوهش را داشته باشد و داده‌ها را به کمک آن‌ها تجزیه و تحلیل کند. در پژوهش حاضر برای تعیین میزان روایی پرسش‌نامه و پرسش‌های آن از دیدگاه‌های خبرگان و استادان متخصص استفاده، و با اعمال اصلاحات ضروری توسط خبرگان، از روایی پرسش‌نامه و قدرت پاسخ‌گویی پرسش‌ها، اطمینان حاصل شد. اعتبارپذیری مصاحبه‌ها با شاخص واقعی بودن تعریف‌ها و یافته‌های پژوهش، به واسطه رویه‌های خاص کدگذاری و تحلیل ارزیابی روایی استفاده شده است. با وجود عدم نیاز به ارزیابی پایایی مطالعه، به دلیل استفاده از دیدگاه‌های خبرگان، از راهکارهای هدایت دقیق جریان مصاحبه برای گردآوری، ایجاد فرایندهای ساختارمند اجزا و تفسیر مصاحبه‌ها و استفاده از مصاحبه‌های ساختار یافته، بهره گرفته شد.

کوربین و اشتراوس (۲۰۰۸) برای ارزشیابی پژوهش‌های مبتنی بر نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، به جای معیارهای روایی و پایایی، معیار مقبولیت را پیشنهاد داده‌اند. مقبولیت، به این معناست که یافته‌های پژوهش، تا چه حد در بازتاب دادن تجربه‌های مشارکت‌کنندگان، پژوهشگر، و خواننده، در مورد پدیده مورد مطالعه، موثق و قابل باور است. ده شاخص برای معیار مقبولیت معرفی شده است که نتایج پژوهش با توجه به این معیارها نیز به شرح زیر مورد ارزشیابی قرار گرفت:

۱. تناسب: آیا یافته‌های پژوهش، با تجارب متخصصان حوزه مورد مطالعه و همچنین، مشارکت‌کنندگان، سازگاری و همخوانی دارد؟ برای تحقق این معیار، یافته‌های پژوهش حاضر از سوی دو نفر از متخصصان حوزه بازاریابی، ارزیابی، پالایش، و تأیید شده است؛ همچنین، نظریه پدیدار شده، به سه نفر از مشارکت‌کنندگان ارائه شده و نظرهای تکمیلی آنان، دریافت و

اعمال شده است؛

۲. کاربردی بودن یا مفید بودن یافته‌ها: آیا یافته‌های پژوهش، بینش جدیدی را ایجاد کرده و قابل استفاده است؟ یافته‌های پژوهش حاضر در این مورد، در بعد عملی در زمینه اتخاذ سیاست‌های متمایز و مجزای مدیریت منابع انسانی و مدیریت استعدادها، مفید است؛
۳. مفاهیم: یافته‌های پژوهش باید مفهوم‌پردازی‌های مناسبی را به همراه داشته باشد؛ مفاهیمی مانند ایجاد تفاهم، نقدانگیزی، پردازش نماد، سطح اهمیت درک شده، سطح اعتنای عمومی، نمونه‌هایی از مفاهیم جدید پژوهش هستند؛
۴. زمینه مفاهیم: یافته‌های بدون بستر و زمینه، ناقصند. بدون وجود زمینه، خواننده نمی‌تواند علت وقوع رویدادها را درک کند. یافته‌های پژوهش حاضر، برآمده از تجربه‌ها و رویدادهای مربوط به مدیریت استعدادها در بستر بازار سرمایه است و از این حیث، مفاهیم پدیدار شده نیز مبتنی بر بستر و زمینه بازار سرمایه هستند؛
۵. منطق: آیا خطوط داستان، جریان منطقی‌ای دارند و ترسیم می‌کنند؟ به منظور تحقق این معیار، در فرایند روایت‌گری تجربه بازاریابی در بازار سیاست، تلاش شده است تا روایت مورد نظر، از آهنگ منظم و یکپارچه و توالی مناسبی برخوردار باشند؛
۶. عمق: تشریح مفصل و مبسوط جزئیات، به یافته‌های پژوهش غنا می‌بخشد. تلاش شده است تا یافته‌های پژوهش حاضر در فرایند روایت نظریه پدیدار شده به گونه‌ای مبسوط، همراه با جزئیات و با توجه به ویژگی‌ها و ابعاد ارائه شوند؛
۷. انحراف: آیا درون یافته‌ها، انحراف تعبیه شده است؟ در این باره باید گفت که در بین داده‌های پژوهش حاضر، موارد پرشماری وجود دارند که همسو با مدیریت استعدادها نیستند و در طیف دیگر ویژگی‌ها قرار می‌گیرند؛
۸. بداعت: آیا پژوهش حرف جدیدی برای گفتن دارد یا همان ایده‌های کهنه را در پوششی نو مطرح کرده است؟ درباره این معیار باید اشاره کرد، یافته‌های پژوهش حاضر، به ویژه در حوزه راهبردها و مؤلفه‌های آن، مانند تعریف هنجارهای نرم، از نوآوری برخوردار است؛
۹. حساسیت: آیا پژوهشگر در مورد موضوع پژوهش، مشارکت‌کنندگان، و یافته‌ها حساس است و آن‌ها را جدی گرفته است؟ برای تحقق این معیار، در طول فرایند پژوهش حاضر، پژوهشگر تلاش کرده است تا موضوع مورد مطالعه را مهم بداند و در انجام آن جدیت داشته باشد؛
۱۰. استناد به یادداشت‌ها: به دلیل اینکه پژوهشگر در فرایند تحلیل یافته‌ها نمی‌تواند همه

بحث‌ها، نظرها، بینش‌ها، و گفته‌ها را به یاد بیاورد، استفاده از یادداشت‌ها ضرورت می‌یابد. در این راستا، پژوهشگر تلاش کرده است در فرایند روایت‌گری، تجربه مدیریت استعدادها در بازار سرمایه و در قسمت‌های گوناگون، در صورت لزوم، به یادداشت‌های برگرفته‌ها از داده‌ها استناد کند؛

### ۳. یافته‌های پژوهش

در گام نهایی پژوهش، که نظریه‌پردازی است، مدل به دست آمده ارائه می‌شود. در نظریه داده‌بنیاد، پیوند دادن داده‌ها اهمیت زیادی دارد و برای رسیدن به این هدف، رویه‌ها به دقت و با ظرافت دنبال می‌شود. در این مرحله، بر پایه مقوله‌های کشف شده از داده‌ها و به منظور تبیین و تشریح روشی علمی و کارآمد برای بازاریابی سیاسی در انتخابات کشور، روایت نظری از منظر پژوهشگر به شرح زیر مطرح می‌شود.

۱-۳. مدل بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی ایران با رویکرد داده‌بنیاد  
 تحلیل داده‌های پژوهش در راستای مدل «عقلانیت سیاسی با میانجی واقعیت‌های عینی سرزمین» برای انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران، دارای پیامدهایی است که ماهیت عمومی آن‌ها، بدون در نظر گرفتن شرایط مطرح شده، نتایجی که زمینه‌ساز توسعه سیاسی هستند را ایجاد نخواهد کرد. کاربرد عقلانیت سیاسی با میانجی واقعیت‌های عینی سرزمین در بازاریابی سیاسی و متناسب با انتخابات مجلس شورای اسلامی در سطوح محلی و ناحیه‌ای، افزایش درک بازاریابان سیاسی از شیوه درک و نوع برداشت رأی‌دهندگان را امکان‌پذیر خواهد کرد. یکی از پیامدهای آشکار این مدل، تعریف شرایطی است که در آن، این امکانات فکری در اختیار فردی قرار می‌گیرد که تصمیم به شرکت در رقابت سیاسی دارد تا اقدام متناسب با انتظارات را در پیش گیرد. یکی دیگر از پیامدهای مدل مورد بحث، جلوگیری از هدررفت سرمایه، منابع، و نیروی بازاریابان سیاسی در رویه‌های خارج از برنامه است که از طریق همه‌جانبه‌نگری و هوشمندی در طراحی مدل امکان‌پذیر است. چگونگی رفتار رأی‌دهندگان در انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران از یک ناحیه به ناحیه‌ای دیگر متفاوت است. این تفاوت‌ها مانع انجام یک رفتار مبتنی بر بازاریابی ثابت برای همه مناطق و حوزه‌های انتخابیه نامزدها می‌شود. به همین دلیل، رویارویی منطقی و معقول با واقعیت‌های سرزمین، موجب توجه به اهمیت زمینه‌های شکل‌گیری درک فرهنگ سیاسی مناطق خواهد شد و این موضوع ارزشمندی است که بازاریابان سیاسی را از در پیش گرفتن شگردهایی که رفتار آنان را

غیرقابل فهم می‌کند، باز خواهد داشت. افزون‌براین، یکی دیگر از پیامدهای عقلانیت سیاسی با میانجی واقعیت‌های عینی سرزمین، ایجاد زمینه‌های پیوند فرهنگ عمومی با رفتار سیاسی نامزدهای انتخابات مجلس شورای اسلامی و افزایش توان مذاکره و چانه‌زنی آنان در موقعیت‌های تبلیغاتی است.

### ۲-۳. شرایط علی حاکم بر بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

یافته‌های این پژوهش در مورد «شرایط علی حاکم بر بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی ایران» نشان می‌دهد که به‌طورکلی، عواملی مانند «نیروها و منابع، خلق و حفظ تفاهم، پردازش نماد، و نقدانگیزی» بر الگوی بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی ایران تأثیرگذارند. مؤلفه نیروها و منابع، نشانگر تفاوت آرایش نیروها، به‌لحاظ سطح رقابت انتخاباتی، در حوزه‌های انتخاباتی متفاوت است. افزون‌براین، مؤلفه یادشده، نشان‌دهنده دارایی‌ها، قابلیت‌ها، و توانمندی‌های نامزدها برای پیروزی در انتخابات است. مؤلفه نقدانگیزی، نشانگر اهمیت پدیده نقد در مدل بازاریابی سیاسی است. این پدیده، یکی از اصلی‌ترین عوامل در تبلیغات انتخاباتی است و جناح‌ها و طیف‌های سیاسی گوناگون با استناد به آن، سعی در کشاندن مخاطبان (به‌ویژه از میان اقل‌تباران) به سوی خود دارند. نقدانگیزی در رقابت‌های انتخاباتی به‌لحاظ تجربی می‌تواند مشمول تعریف‌هایی باشد که براساس آن، دو یا چند طرف، اعمال و کنش‌های یکدیگر را ارزیابی و سنجش می‌کنند و نتیجه آن، جلب توجه و نظر افرادی است که به‌صورت بالقوه در معرض رأی دادن قرار دارند. همچنین، مؤلفه پردازش نماد، از جمله شگردهایی است که بسیاری از نامزدهای رقابت‌های انتخاباتی از آن به‌عنوان ابزار برای مدیریت کارزار و موفقیت خود استفاده می‌کنند. به‌طورکلی، این شگرد، نشانگر نوعی سرمایه نمادین پیوندیافته با اعتبار و پرستیژ است؛ سرمایه‌ای که اغلب سعی می‌کند با ایجاد پیوند بین خود و اسطوره‌های ملی/قومی، جناحی، مذهبی و جهان‌وطنانه، پیروزی را در انتخابات از آن خود کند؛ درنهایت، اینکه «خلق و حفظ تفاهم»، نشانگر تلاش جناح‌ها و نمایندگان سیاسی برای نشان دادن میزان هم‌نوایی با جمعیت رأی‌دهندگان است. نامزدهای انتخابات برای رسیدن به هدف خود (که پیروزی در انتخابات است) مجبور به ایجاد تفاهم با بیشترین تعداد رأی‌دهندگان (تعداد رأی‌هایی که حدنصاب ورود آن‌ها به ساختار سیاسی را تعیین می‌کند) هستند.

### ۳-۳. بستریهای لازم برای بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

بخش دیگر یافته‌های این پژوهش، مربوط به شرایط زمینه‌ای بازاریابی سیاسی در انتخابات بود. مفهوم تجربه شهروندی، کیفیت زیرساخت اندیشه، سطح اعتنای عمومی، چگونگی تعریف شدن در گفتمان، و سطح اهمیت تعریف شده، از جمله شرایط زمینه‌ای مدل بازاریابی سیاسی بودند. مؤلفه سطح اعتنای عمومی، نشان‌دهنده سطح توقعات رفاهی رأی‌دهندگان است که در چارچوب آرایش نیروها، بر نوع بازاریابی سیاسی و الگوهای تبلیغی تأثیر می‌گذارد. سطح اهمیت درک شده به عنوان یکی دیگر از مؤلفه‌های شرایط زمینه‌ای، نشان‌دهنده میزان جذابیت پیام‌های تبلیغاتی فرستاده شده از سوی منبع برای مخاطبان است. مؤلفه مفهوم تجربه شهروندی، نشانگر گسترش انگاره شهروندی از هنگامه‌های انتخابات به پیش از زمان انتخابات است. مؤلفه یادشده به این معنا است که برداشت شهروندان از حقوق شهروندی و تجربه آن در یک واحد سیاسی، اهمیت زیادی در نوع رأی‌دهی دارد. چگونگی زیرساخت اندیشه، به عنوان یکی دیگر از مؤلفه‌های شرایط زمینه‌ای، به این معنا است که میزان موفقیت یک مدل بازاریابی سیاسی، بستگی به میزان مشروعیت یک نظام سیاسی دارد؛ و سرانجام، چگونگی تعریف شدن در گفتمان، نشانگر تلاش جناح‌های سیاسی و نمایندگان، برای مشخص کردن ارزش‌های خود در یک گفتمان خاص به منظور جلب نظر رأی‌دهندگان است. هریک از بازیابان سیاسی در فضای گفتمانی، خود را درون یکی از این گفتمان‌ها تعریف می‌کنند و حتی اگر خود را بی‌طرف نیز تعریف کنند، ناگزیر دارای نوعی تعلق به یک گفتمان خواهند بود. برخی از نامزدهای انتخاباتی برای رسیدن به هدف خود، بی‌طرفی درپیش می‌گیرند و خود را وابسته به جریان‌های کلان سیاسی معرفی نمی‌کنند، درحالی‌که این جهت‌گیری، درون یک گفتمان رخ داده است؛ بنابراین، ماهیت انتخابات و فرایندهای آن نمی‌تواند به دور از یک گفتمان و خرده‌گفتمان‌ها وجود داشته باشد.

### ۳-۴. شرایط مداخله‌گر بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

شرایط مداخله‌گر بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی در قالب مقوله‌هایی مانند برنامه‌داری هوشمند، واقع‌پذیری با عقلانیت سیاسی، سیاست در عمل سیاسی، و مناسبات تجربه و درک سیاسی استخراج شد. مقوله واقع‌پذیری با عقلانیت سیاسی، درک عقلانی واقعیت‌های جامعه توسط نمایندگان با جناح‌های سیاسی را نشان می‌دهد. مؤلفه سیاست در عمل سیاسی، به عنوان

یکی از مؤلفه‌های شرایط مداخله‌گر، پیش از آنکه بیانی هنجارمند از ارتباطات میان عوامل انتخابات ارائه دهد، تبیین رفتار و منش‌هایی است که بازاریابی سیاسی را شکل می‌دهند. بازاریابی در واقع، عملی سیاسی است که به منظور اقناع جامعه هدف برای درپیش گرفتن یک رفتار یا عمل خاص انجام می‌شود. مؤلفه مناسبات تجربه و درک سیاسی، نشان‌دهنده این است که «ناهمسانی تجارب» جوامع، مانع به دست آمدن یک راهبرد و الگوی ثابت از رفتارهای سیاسی آن‌ها می‌شود. با وجود اینکه برای توصیف کنش‌های مختلف افراد در حوزه‌های مختلف اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، و... از مفاهیم مشترکی استفاده می‌شود، در عمل نمی‌توان درک یکسانی را از کنش‌های افراد و گروه‌های جامعه ایجاد کرد؛ بنابراین، یکی از مؤلفه‌های مهم و قابل تأمل شرایط مداخله‌گر مدلی که بازاریابی سیاسی را توضیح می‌دهد، فهم ناهمسانی‌های تجربه‌های یک جامعه با جوامعی است که با آن‌ها در ارتباط و تعامل است. مؤلفه برنامه‌مداری هوشمند نیز به این معناست که استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های موجود برای تحقق اهداف، بدون داشتن برنامه، امکان‌پذیر نیست. هنگامی که تحقق اهداف با میانجی برنامه ممکن شود، از دوام و پایداری بیشتری برخوردار خواهد بود و این امر در بازاریابی سیاسی نیز اقدام معقول‌گریزناپذیری خواهد بود. بی‌تردید، عوامل اجرایی انتخابات از ظرفیت‌های در دسترس خود برای دستیابی به بهترین نتیجه ممکن تلاش می‌کنند و با ابزارهای مختلف سعی در برطرف کردن موانع پیش‌روی خود دارند. آگاهی از این امر که کلیت انتخابات در هر شرایطی (به لحاظ سیاسی) نیازمند برنامه‌ای دقیق است، بازاریابان سیاسی را معجب به تأمل برای اتخاذ بهترین نسخه آن می‌کند.

### ۵-۳. راهبردهای حاکم بر بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

بخش دیگری از یافته‌های این پژوهش، مربوط به راهبردهای حاکم بر بازاریابی سیاسی بود که به طور کلی در قالب مواردی مانند تمایز و ضدتمایز، به اشتراک‌گذاری آگاهی، و تعریف هنجار نرم استخراج شد. مؤلفه تمایز و ضدتمایز، نشانگر تلاش نامزدهای انتخابات برای تمایزبخشی به خود در تقابل با دیگری است. به بیان روشن‌تر، نمایندگان یا جناح‌های سیاسی از راهبردهای تبلیغی تمایز و ضدتمایز استفاده می‌کنند تا افکار، اعمال، شخصیت، و منش خود را در تقابل با دیگران، یکتا و بی‌مانند تعریف کنند. مؤلفه تعریف هنجار نرم نیز نشانگر ارزش‌ها و بایدونبایدها در کارزارهای انتخاباتی است که براساس آن نامزدها سعی می‌کنند با میزان همسویی خود با این هنجارها و عدم همسویی دیگران با این ارزش‌ها، برتری خود را نزد

رای دهندگان به رخ بکشند. مقوله به اشتراک گذاری آگاهی نیز نشانگر تلاش نمایندگان برای ارائه شواهد و اطلاعات تازه درباره خود یا دیگری در کارزار انتخاباتی است.

### ۳-۶. پیامدهای بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی

یافته‌های پژوهش درباره پیامدهای بازاریابی سیاسی در انتخابات مجلس شورای اسلامی، در قالب مقوله‌هایی مانند آگاهی‌های مدنی، حقوق شهروندی، توسعه سیاسی و انسانی، تکثرگرایی در قدرت و تقویت مردم‌سالاری استخراج شد. هریک از این مقوله‌ها در راستای توسعه سیاسی با توسل به ابزار انتخابات است. از آنجا که انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران، گروه‌های متنوع قومی، فرهنگی، و مذهبی زیادی را درگیر می‌کند، پیگیری الزامات و ضرورت‌های مدل می‌تواند پیامدهای موردنظر را محقق کند.

جدول شماره (۱). ویژگی‌های مصاحبه‌شوندگان پژوهش

شناسه	نوع شغل	کار مرتبط	سطح تحصیلات	رشته تحصیلی
D1	هیئت علمی	تحلیل‌گر مسائل سیاسی	دکتری	علوم سیاسی
D2	مشاور سیاسی	پژوهشگر	دکتری	علوم سیاسی
D3	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت دولتی
D4	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دانشجوی دکتری	بازاریابی
D5	ارتباطات بازاریابی	پژوهشگر	دانشجوی دکتری	مدیریت بازرگانی
D6	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت بازرگانی
D7	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت بازرگانی
D8	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت بازرگانی
D9	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت بازرگانی
D10	عضو هیئت علمی	پژوهشگر	دکتری	مدیریت دولتی
D11	آزاد	تحلیل‌گر داده	دکتری	مدیریت دولتی
D12	عضو هیئت علمی	مشاوره سیاسی	دکتری	مدیریت بازرگانی
D13	کارمند	فعال انتخاباتی	کارشناسی ارشد	جامعه‌شناسی
D14	پژوهشگر	فعال سیاسی	دانشجوی دکتری	علوم سیاسی
D15	پژوهشگر	فعال انتخاباتی	دانشجوی دکتری	علوم ارتباطات
D16	مدرس دانشگاه	سابقه نامزدی	دکتری	فقه و حقوق اسلامی
D17	آزاد	فعال انتخابات	محقق پسادکتری	مدیریت دولتی
D18	مدیریت	فعال انتخابات	دکتری	مدیریت بازاریابی
D19	مدرس دانشگاه	پژوهشگری	دانشجوی دکتری	جامعه‌شناسی سیاسی
D20	مدرس دانشگاه	فعال رسانه	دکتری	جامعه‌شناسی سیاسی
D21	عدم اظهار	فعال انتخابات	کارشناسی ارشد	جغرافیای انسانی
D22	مدیر دولتی	فعال انتخاباتی	دانشجوی دکتری	مدیریت دولتی
D23	پژوهشگر	مشاور سیاسی	دانشجوی دکتری	مدیریت منابع انسانی
D24	کارمند	سابقه نامزدی	کارشناسی ارشد	ریاضی محض
D25	مدیر دولتی	فعال انتخابات	دکتری	مدیریت دولتی
D26	آزاد	فعال انتخابات	دکتری	مدیریت کسب‌وکار

جدول شماره (۲). کدهای اولیه شناسایی شده حاصل از مصاحبه‌ها

ردیف	مفهوم	ردیف	مفهوم
۱	هژمونی قدرت سیاسی	۲۱	توجیه حضور در رقابت
۲	توصیف ایده‌آل خود	۲۲	تأمین نظر مردم
۳	افشای اطلاعات	۲۳	بازخوردهای قبلی
۴	انگیزه مشارکت کنندگان	۲۴	دایره ذی‌نفعان
۴	بسط هم‌فهمی	۲۵	تجارب شخصی
۶	آمدگی ذهنی	۲۶	واقع‌گرایی
۷	اجتماعی جلوه دادن حضور	۲۷	همسویی فرهنگی
۸	تدافعی و تهاجمی بودن تمایز	۲۸	هوشمندی رفتاری
۹	عقلانیت برنامه‌ای	۲۹	بیان تفاوت‌ها در زمان مناسب
۱۰	مشروعیت به مردم	۳۰	تفاوت جایگاه افراد
۱۱	منطق مطالبه	۳۱	اثبات توانایی
۱۲	ناهمسانی تجارب	۳۲	تدافعی و تهاجمی بودن ابزار تمایز

جدول شماره (۳). شرایط علی بازاریابی سیاسی

مفاهیم	مقوله‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- خودتوانمندی؛</li> <li>- دایره ذی‌نفعان؛</li> <li>- خودشبیه‌سازی با مردم؛</li> <li>- اثبات توانایی؛</li> <li>- خودنمایشگری.</li> </ul>	نیروها و منابع
<ul style="list-style-type: none"> <li>- مشروعیت دادن به نیازهای مردم؛</li> <li>- بسط و گسترش هم‌فهمی؛</li> <li>- تعامل دوسویه.</li> </ul>	خلق تفاهم
<ul style="list-style-type: none"> <li>- توصیف ایده‌آل؛</li> <li>- استفاده از اسطوره‌های ملی-مذهبی؛</li> <li>- همسویی با اعتقادات؛</li> <li>- همسویی فرهنگی.</li> </ul>	پردازش نماد
<ul style="list-style-type: none"> <li>- انفعال‌زدایی؛</li> <li>- پذیرش کلیت نظام سیاسی حاکم؛</li> <li>- خلق هیجان انتخاباتی، بازاریابی؛</li> <li>- بیان تفاوت‌ها در زمان‌های مناسب.</li> </ul>	نقدانگیزی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۴). شرایط زمینه‌ای مدل بازاریابی انتخابات

مفاهیم	مقوله‌ها
<ul style="list-style-type: none"> <li>- هژمونی قدرت؛</li> <li>- ارزش‌گذاری انتخابات؛</li> <li>- بسترهای تعامل و گفت‌وگو؛</li> <li>- جایگاه عناصر اثرگذار.</li> </ul>	چگونگی تعریف در گفتمان
<ul style="list-style-type: none"> <li>- بازخوردهای قبلی؛</li> <li>- برجسته‌سازی مسائل؛</li> <li>- عملکرد حکومت؛</li> <li>- انگیزه مشارکت کنندگان؛</li> </ul>	سطح اهمیت درک شده

- تجربه‌های شخصی، اسرار بر مطلوبیت عملکرد؛ - شرایط حاکم اقتصادی، فرهنگی، و....	
- رأی توصیه‌شده؛ - جهت‌گیری انتشار اطلاعات؛ - ارزیابی توده‌ها.	سطح اعتنای عمومی
- توجه به گروه‌های حاشیه‌ای؛ - منطق مطالبه‌گری؛ - درک مشترک با حکومت؛ - میزان مشروعیت؛ - رابطه حکومت با شهروندان.	کیفیت زیرساخت اندیشه سیاسی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۵). شرایط مداخله‌گر مدل بازاریابی سیاسی

مفاهیم	مقوله‌ها
- جلوگیری از تعریف ناقص برنامه؛ - عقلانیت برنامه‌ای، استفاده از فرصت‌ها؛ - پرهیز از عمل سلیقه‌ای؛ - شناسایی منابع.	برنامه‌مداری هوشمند
- ابزارمندی تشخیص نیاز؛ - واقع‌گرایی در تشریح وضعیت؛ - همه‌جانبه‌نگری؛ - تأمین نظر شهروندان.	واقع‌پذیری با عقلانیت سیاسی
- رفتار هوشمند؛ هماهنگی با عرف و اخلاق سیاسی؛ - آگاهی از ابزارهای سیاسی؛ - کاربرد سیاست در تعاملات سیاسی.	سیاست در عمل سیاسی
- آگاهی از تجربه؛ - جامعه‌پذیری سیاسی؛ - درک تفاوت و ناهمسانی تجربه.	مناسبات درک و تجربه سیاسی

منبع: یافته‌های پژوهش

جدول شماره (۶). راهبردهای مدل بازاریابی سیاسی

مفاهیم	مقوله‌ها
- امتناع از تعریف غیرواقعی مسائل؛ - تدافعی و تهاجمی بودن تمایز؛ - عقلانی بودن تمایز؛ - تصویرسازی مطابق با واقع؛ - ایجاد چالش؛ - بی‌اثر کردن نقاط قوت رقبا.	تمایز و ضدتمایز
- نشر و افشای اطلاعات مهم؛ - ارائه راهکارهای عملیاتی.	به‌اشتراک‌گذاری آگاهی
- جلوگیری از ایجاد انحراف از واقعیت؛ - عدم گسترش کاذب دایره اختیار؛ - صورت‌بندی مسئله؛ - مردمی جلوه دادن حضور.	تعریف هنجار نرم

منبع: یافته‌های پژوهش

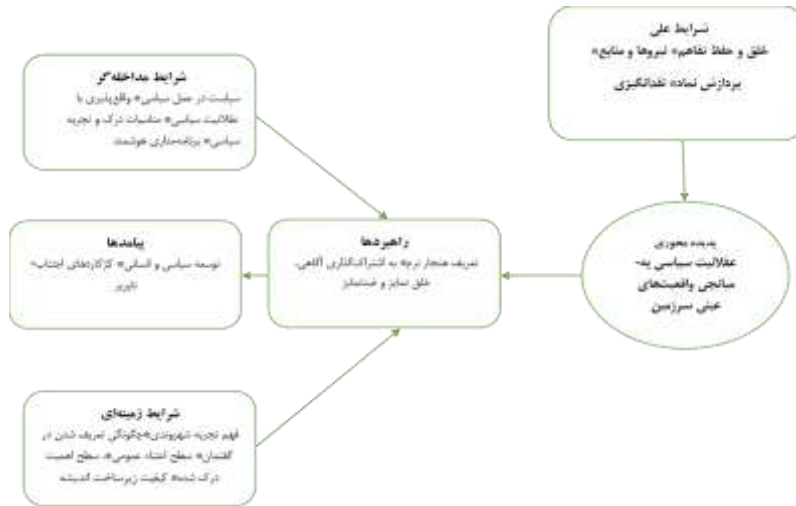
فهرست مؤلفه‌ها و متغیرهای مربوط به مقوله‌های اصلی و نظرات خبرگان در مورد هر مؤلفه در جدول شماره (۷) نشان داده شده است.

جدول شماره (۷). فهرست مؤلفه‌های پژوهش

مقوله اصلی	مؤلفه	نظرات خبرگان براساس شناسه
شرایط علی	نیروها و منابع	D2, D3, D4, D5, D6, D7, D8, D9, , D10 , D11 D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21, D22, D23, D24, D25, D26,
	خلق تفاهم	D2, D3, D4, D6, D7, D9, D12, D13, D14,, D15, D16, D17, D18, D19, D20, D21,
	پردازش نماد	D1,D2, D4, D5 D6, D7, D9, D12, D13, D14,, D15, D16, D17, D19, D121, D24, D26,
	نقدانگیزی	D2, D3, D5, D6, D7, D9, D12, D13, D14, D15, D16, D17, D18, D21, D24, D25,
مقوله محوری	عقلانیت سیاسی (تأکید بر واقعیت‌های محیطی)	D1, D2, D4, D6, D8, D9, D11,D12, D13, D14, D17, D18, D21, D23, D25,D26, D17, D18, D21, D24, D25,
شرایط زمینه‌ای	چگونگی تعریف در گفتمان	D2, D3, D4, D7, D9, D10, D12, D13, D15, D17, D18, D22, D24, D25, D26
	سطح اهمیت درک شده	D1, D3, D5, D6, D8, D9, D12,, D14, D15D17, D19, D21, D24, D25, D17, D18, D21, D24, D25,
	سطح اعتنای عمومی	D2, D3, D4, D6, D7, D9, D11,D12, D13, D14, D17, , D18, D20, D23, D25,D26
	کیفیت زیرساخت اندیشه سیاسی	D2, D4, D5, D6, D8, D9, D12, D14, D15, D17, , D18, D20, D23
شرایط مداخله‌گر	برنامه‌مداری هوشمند	D2, D3, D4, D6, D7, D9, D12, D13, D14D15, D17, D18, D19, D21 , D23, D24, D25, D26,
	واقع‌پذیری با عقلانیت سیاسی	D1, D3, D5, D7, D8, D10, D12, D14, D15, D18 , D19, D21, D22, D24, , D25, D26,
	سیاست در عمل سیاسی	D3, D4, D5, D7, D8, D9, D12, D14, D14, D15, , D18, D21, D23, D26
	درک و تجربه سیاسی	D1, D4, D5, D8, D9, D11, D14, D15, D18, D21, D22, , D24, D25, D26
راهبردها	تمایز و ضدتمایز	D2, D4, D6, D8, D9, D11, D12, D14, D17, D18, D20, D22, D23 , D25, D26
	به‌اشتراک‌گذاری آگاهی	D1, D2, D3, D5, D6, D9, D10, D12, D15, D16, D17 , D19, D20, D22, D24, D25, D26,
	تعریف هنجار نرم	D1, D3, D5, D6, D8, D9, D10, D13, D14, D18, D21, D22, D26
پیامد	کارکردهای گریزناپذیر	D2, D4, D6, D7, D10, D12, D13, D14, D17, D20, D23, D25, D26
	توسعه سیاسی	D1, D2, D3, D5, D6, D8 D9, D11, D12, D14, D16, , D17, D19, D20, D21 , D22, D24, D25, D26

با توجه به طبقه‌بندی مقوله‌های به‌دست‌آمده و تعیین روابط هر یک، مدل مفهومی پژوهش در شکل شماره (۱) قابل مشاهده است.

شکل شماره (۱). مدل بازاریابی سیاسی برای انتخابات مجلس شورای اسلامی



### نتیجه‌گیری

پیش از ورود بازاریابی به عرصه سیاست، سیاستمداران از مفهوم حزبی برای شکل‌دهی به مشارکت شهروندان در انتخابات استفاده می‌کردند (خیری، ۱۳۸۷)؛ اما با توجه به بروز بحران مشارکت، مفهوم بازاریابی به‌عنوان روشی نوین برای غلبه بر این مشکل مطرح شد. در واقع، کاهش مشارکت شهروندان در امر انتخابات در بسیاری از کشورها، سبب شد که اندیشمندان برای این مسئله، راه‌حل‌های متفاوتی را مطرح کنند و از علوم و دانش‌های گوناگون کمک بگیرند. یکی از راه‌های نسبتاً مؤثر در این راستا، استفاده از بازاریابی تشخیص داده شد و به‌این‌منظور، عده‌ای از دانشمندان بازاریابی، اقدام به بهره‌گیری از فنون و مفاهیم بازاریابی در عرصه سیاست و انتخابات کردند. در ابتدا، همان مفاهیم و مؤلفه‌های بازاریابی، بدون کم‌وکاست وارد بازار سیاست شد. بررسی‌ها مشخص می‌کند که با توجه به تفاوت‌های اساسی بین بازاریابی تجاری و بازاریابی سیاسی، این نوع ورود بازاریابی به صحنه سیاست، موفقیت چشمگیر و پایداری نداشته و به‌گونه‌ای مقطعی تأثیرگذار بوده است. یکی از تفاوت‌های اصلی بازاریابی تجاری با بازاریابی سیاسی، این است که بازاریابی سیاسی، از نوع بازاریابی انسان‌به‌انسان است و به‌کارگیری ابزارها و روش‌های بازاریابی رایج در نسل‌های اولیه بازاریابی، برای این کار، مناسب نبوده و حتی در بازاریابی تجاری نیز، استراتژیست‌های بازاریاب، از نسل‌های اولیه بازاریابی گذر کرده و بر لزوم به‌کارگیری نسل‌های نوین بازاریابی تأکید کرده‌اند.

افزون‌براین، عاملی که سبب عدم تأثیرگذاری بهینه بازاریابی بر حوزه سیاست شده است، بی‌توجهی به مفاهیم علوم سیاسی و علوم دیگر در مدل‌های بازاریابی سیاسی ارائه شده است. به نظر نویسندگان این پژوهش، بازاریابی سیاسی، ترکیبی است از دو حوزه متفاوت از دانش (بازاریابی و سیاست)؛ به همین سبب، در ارائه مدل می‌بایست از مفاهیم و مؤلفه‌های هر دو حوزه بهره گرفت که این مورد در مدل ارائه شده در نظر گرفته شده است. نکته دیگر اینکه، مقوله محوری این پژوهش، در واقع، بازاریابی سیاسی است؛ ولی با توجه به تمرکز بر انتخابات مجلس شورای اسلامی و لزوم در نظر گرفته شدن شرایط محیطی در مناطق مختلف و حوزه‌های انتخاباتی متفاوت در سراسر کشور، مقوله محوری این پژوهش با عنوان «عقلانیت سیاسی با میانجی واقعیت‌های عینی سرزمین» به کار گرفته شد. چگونگی رفتار رأی‌دهندگان در انتخابات مجلس شورای اسلامی در ایران، از یک ناحیه به ناحیه دیگر متفاوت است. این تفاوت‌ها مانع ایجاد و به‌کارگیری یک رفتار بازاریابی ثابت برای همه مناطق و حوزه‌های انتخابیه نامزدها خواهد شد. به همین دلیل، رویارویی منطقی و معقول با واقعیت‌های سرزمین، نیازمند درک اهمیت زمینه‌های شکل‌گیری و درک فرهنگ سیاسی مناطق خواهد بود و این موضوع ارزشمندی است که بازاریابان سیاسی را از اتخاذ شگردهایی که رفتار آنان را غیرقابل فهم می‌کند، باز خواهد داشت. سرانجام، در مدل بازاریابی ارائه شده به این نکته مهم توجه شده است که بازاریابی سیاسی مؤثر، فعالیتی پیوسته و دائمی به‌شمار می‌آید و انجام فعالیت‌های بازاریابی منحصر به دوران انتخابات نیست.

### پیشنهادهای کاربردی پژوهش

۱. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی توصیه می‌شود، پیش از اقدام به مشارکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی، نیروها و منابع لازم را در حیطه‌های مختلف سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، و... پیش‌بینی کنند؛
۲. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی متمایل به شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی توصیه می‌شود، ضمن ایجاد و توسعه نشان سیاسی، در راستای هوادارسازی برنامه‌ریزی شده اقدام کنند؛
۳. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی متمایل به شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی توصیه می‌شود، در راستای ایجاد تفاهم در مورد مشروعیت دادن به نیاز مردم، بسط و

گسترش هم‌فهمی، و تعامل دوسویه اقدام کنند؛

۴. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی متمایل به شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی توصیه می‌شود، به‌منظور پردازش نماد در راستای استفاده از اسطوره‌های ملی-مذهبی، همسویی با اعتقادات، و همسویی فرهنگی اقدام کنند؛

۵. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی متمایل به شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی توصیه می‌شود، ضمن شناسایی دقیق منابع و به‌منظور استفاده بهینه از فرصت‌ها، با توسل به برنامه‌مداری هوشمند از وجود تناقض در برنامه‌ها جلوگیری کرده و با به‌کارگیری عقلانیت، برنامه‌ای جامع تدوین کنند؛

۶. به نامزدها، جریان‌ها، و احزاب سیاسی متمایل به شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی توصیه می‌شود، ضمن هماهنگی با عرف و اخلاق سیاسی و با کسب و افزایش آگاهی سیاسی، در راستای نمایش رفتار هوشمندانه اقدام کنند.

#### پیشنهاد‌های پژوهشی

۱. این پژوهش با استفاده از روش داده‌بنیاد انجام شده است. به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود با انجام رویکرد تحلیل محتوای اسناد، تاکتیک‌ها و راهبردهای بازاریابی نمایندگان مجلس شورای اسلامی را در یک دوره انتخاباتی به‌صورت جداگانه در انتخابات بررسی کنند تا میزان تنوع و تشابه تاکتیک‌ها را شناسایی و موفق‌ترین تاکتیک‌ها را مشخص کنند؛
۲. به پژوهشگران توصیه می‌شود، نقش نسل چهارم و پنجم بازاریابی را در بازاریابی سیاسی، بررسی، و عوامل مؤثر بر جذب شهروندان نسل Z را شناسایی کنند.\*

## منابع

- آیتی‌پور احسان و همکاران (۱۴۰۱). بازاریابی سیاسی با تأکید بر هوش مدیریتی نامزدهای انتخاباتی. جامعه‌شناسی سیاسی ایران، (۷)۵، ۵۴۸-۵۳۱.
- خداداد حسینی، حمید (۱۳۹۷). تأثیر آمیخته بازاریابی سیاسی بر نیت رأی‌دهندگان مبتنی بر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی. پژوهش‌های راهبردی سیاست، (۲۶)۷، پیاپی ۵۶، ۷۰-۴۳.
- حسینی، حمید و همکاران (۱۳۹۸). طراحی الگوی بازاریابی سیاسی شناختی (عصب‌پایه). نشریه دانش سیاسی، (۲)۱۵، ۴۴۲-۴۱۷.
- حاجی‌پور، بهمن (۱۳۹۵). شناسایی عوامل کلیدی موفقیت در رقابت انتخاباتی با استفاده از روش مدل‌سازی ساختاری-تفسیری. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، (۱۹)۷۰.
- تیموری، حمیدرضا و همکاران (۱۴۰۰). بررسی مؤلفه‌ها، پیشایندها، و پیامدهای تأثیرگذار بر تدوین استراتژی‌های بازاریابی سیاسی. آینده‌پژوهی مدیریت، (۳)۳۲.
- یوسفی رامندی، رسول؛ سیاری، سروش (۱۴۰۰). طراحی مدل مدیریت کمپین انتخاباتی با رویکرد بازاریابی سیاسی. دانش سیاسی، (۲)۱۷، ۶۵۸-۶۲۵.
- عسگرزاد، باقر و همکاران (۱۴۰۰). بررسی تأثیر آمیخته بازاریابی سیاسی و ارزش ویژه برند احزاب سیاسی بر تعهد و وفاداری رأی‌دهندگان در ایران. پژوهش‌های راهبردی سیاست، (۳۷)۱۰، ۷۲-۴۳.
- رامندی، رسول (۱۳۹۸). بررسی الگوی رفتار رأی‌دهی مردم در انتخابات جمهوری اسلامی ایران مبتنی بر رویکرد بازاریابی سیاسی. دانش سیاسی، (۲)۱۴، ۹۵-۶۳.
- زارعی، عظیم و همکاران (۱۳۹۵). بررسی تأثیر ارتباطات یکپارچه بازاریابی سیاسی و رسانه‌های اجتماعی بر انتخاب کاندیدها. پژوهشنامه علوم سیاسی، (۴)۱۱.
- خیری، بهرام؛ عباسعلی‌زاده، منصوره (۱۳۸۷). بازاریابی سیاسی؛ پیش‌سوی سازمان‌های سیاسی بازارمحور. فرهنگ مدیریت، سال ۱۸.
- موسوی، محمد (۱۴۰۱). بررسی تأثیر بازاریابی سیاسی بر انتخاب کاندیدای پیروز در انتخابات ۲۰۲۰ ریاست جمهوری آمریکا. فصلنامه مطالعات بین‌المللی، (۱)۱۹، ۶۵-۴۹.
- طلاری، محمد؛ موسوی شفائی، مسعود (۱۳۹۵). جامعه‌پذیری سیاسی، بستری برای بازاریابی سیاسی رابطه‌مند. فصلنامه راهبرد، (۷۹)۲۵.
- نرگسیان، عباس و همکاران (۱۳۹۳). تأثیر ابزارهای بازاریابی سیاسی بر مشارکت عمومی. مدیریت دولتی، (۳)۶.
- فضل‌زاده، علیرضا و همکاران (۱۳۹۷). تبیین استراتژی‌های تبلیغات سیاسی داوطلبان انتخابات ریاست جمهوری. مطالعات مدیریت راهبردی، (۳۳)۹، ۱۱۵-۱۳۰.
- نوروزی، حسین و همکاران (۱۳۹۹). تحلیل نقش بازاریابی سیاسی، فرهنگ سیاسی، و سرمایه اجتماعی در گرایش سیاسی مردم در ایران. پژوهش‌های سیاسی جهان اسلام، (۱)۱۰، ۲۱۸-۱.
- ووسپج، کوالینا؛ فالتکوفسکی، آندرژ؛ نیومن، بروس آی (۲۰۱۱). بازاریابی سیاسی مبانی نظری و راهبردی. ترجمه حمیدرضا عسگری ده‌آبادی، شهاب طلایی شکری، تهران: مهربان نشر.

- Bowler, S., McElroy, G., Muller, S. (2020), Voter Preferences and Party Loyalty under Cumulative Voting: Political Behavior after Electoral Reform in Bremen and Hamburg. *Electoral Studies*, Vol. 51, 93- 102.
- Ediraras, R., Natalina, W. (2013). *Political Marketing Strategy of Jakarta Governor Election in The 2012s*, Procedia-Social and Behavioral Sciences Volume 81, 28 June 2013, 584-588.
- HadiAli, F., Abid Qazi, A. (2019). Can Social Media Platforms Enable Co-Creation as a Tool in Political Marketing? The South Asian Context. *Research Journal of South Asian Studies*, 34(1), 81-102.
- Hayes, B., Mcallister, I. (1996). Marketing Politics to Voters: Late Deciders in the 1992 British Election. *European Journal of Marketing*, 30 (10/11), 127-139.
- Lees-Marshment, J. (2019). Marketing Scholars and Political Marketing: the Pragmatic and Principled Reasons for Why Marketing Academics Should Research the Use of Marketing in the Political Arena. *Springer Link*, Published.
- Kotzaivazoglou , I. (2011). Political Marketing in the Greek Context: Does Market Orientation Exist?. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 8(41), 41-56.
- Ramli. Y., Irawan. A. (2020). The Role of Positioning that Influence Political Marketing and Decision to Vote for the Candidate. *South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 21(5), 248-256.
- Newman, B. I. (1999c). A Predictive Model of Voter Behavior. In B. I. Newman (Ed.), *Handbook of Political Marketing*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Werner, A. (2019). What Voters Want from their Parties: Testing the Promise-keeping Assumption. *Electoral Studies*, Vol. 57, Available at: [https:// doi. org/ 10. 1016/j. electstud. 2018.12.006](https://doi.org/10.1016/j.electstud.2018.12.006).





## Research Paper

**The Social Imagination of Iranians, the Means of Perpetuating the Concept of the King in Iran During the Qajar Era**\*Seyed Navid Kalahroudi<sup>1</sup> 

1. Ph.D. Student of Political Thought, University of Tehran, Iran

DOI: <https://doi.org/10.22034/ipsa.2024.506>

Receive Date: 24 April 2024

Revise Date: 16 July 2024

Accept Date: 29 July 2024



©2021 by the authors, Licensee IPSA, Tehran, Iran. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)

**Extended Abstract****Introduction**

The author of this article, like some other researchers, believes in the principle that elements of culture, customs, and political characteristics in ancient Iran have continued until now.

To understand the history of Iran, we should use a method different from the conventional methods for examining the concept of the emperor and Sacred king in Qajar and Safavid Iran. Therefore, during this research, it has been noted that concepts such as holy kingship should be studied in their historical context and relation to the concept of social imagination, and these categories should not be viewed as worthless or superstitious topics. The rationality of Muslims, which was combined with a legacy of Iranian ideas, was a different rationality from modern societies, and we should not study this period by imposing today's standards on periods of Iranian history.

This article does not focus only on the official historiography and common understandings of Iran's history but has also explored the concept of Iranian social imagination. We believe that history should not be searched only in official texts or research that does not pay attention to society and what we call social imagination. In other words, we must assert that non-modern phenomena cannot be investigated solely in the texts of the elites, but we must also consider the performance of religious rituals, power holders, symbols, tools, and ideas that the kings sought to manipulate or used to gain legitimacy. In most cases, these tools for expanding the imagination were aimed at the public. Therefore, to exercise this type of power, the rulers had to engage with the daily life, the collective memory, and the public imagination of the people, because nothing, even the sacred, can be cultivated except in the form of social actions and among the people. Thus, the history studied in this research can be called "people's history." We believe that this people's history has been continued through mechanisms throughout the history of the Iranian nation, and the main reason for the continuation and expansion of this people's history has been through the element of imagination and in the social imagination of Iranians. This imagination

◆ \* Corresponding Author:  
Seyed Navid Kalahroudi, Ph.D.  
E-mail: [navidkalahroudi@ut.ac.ir](mailto:navidkalahroudi@ut.ac.ir)



has strengthened itself through the oral traditions of Iranians, such as storytelling, as well as music, poetry, and popular literature. Furthermore, of course, with elements of Iranian and later Iranian-Islamic architecture, along with the entry of various Hellenic, Mongolian, Indian, and Islamic influences, have caused a novel combination of these imaginary elements to coexist. Into each other, and in our opinion, one of the most important symbols of this imaginary combination in the minds of the Iranian people was the place and concept of royalty or holy royalty.

### Methodology

To investigate and search and answer the question of where the concept of the king was found in the minds of Iranians and how it has continued throughout the history of Iran, we have turned to the idea of social imagination and narrative theories. Imagination is an attempt to transcend beyond the limits that human experience and the reality of the world have determined for us. Every nation, society, and culture has created its imaginary elements throughout history. The function of imagination is not only the representation of things; it is a kind of making the absent thing present. Imagination is a power that makes what happened and is considered absent today appear before our eyes again, but this is not the only function of imagination. Imagination draws inspiration from what happened in the past and creates a forward-moving imagination by relying on myths, legends, and the collective memory of people. According to Jacques Le Goff, imagination is "a system of dreams of a society." According to him and some other researchers of the Annales School, history is one of the most important elements of the imagination of nations. According to Le Goff, identifies four factors that shape people's imagination, especially regarding political heroes: memory, theater, poetry, and, of course, the people themselves. Paul Ricoeur also explains the importance of social imagination in another way. According to Ricoeur, society can't continue its life without using the concept of imagination and imaginary elements. People always need the imagination to redefine themselves and, in other words, to narrate themselves. Hence, collective narratives or stories are created to define us for ourselves and, of course, for others. It is in this way that, according to Paul Ricoeur, the storytelling process transcends behind individual realms and enters the realm of ordinary human imagination. According to Ricoeur, storytelling occurs through collective imagination, and the imagination that "is intersubjective and is used in telling the story" plays an essential role in this context. The narrative process in any society depends on a set of events and what Ricoeur calls founding symbols. According to him, these symbols "maintain the sense of society's identity, and every culture creates itself with the stories it has had in the past world." Theto Ricoeur, the most important feature of imagination, according to Ricoeur, is its creative character. Imagination helps us to plan new relationships.

### Narration and its functions in politics

The purpose of narration is to tell a story. Narratives do not necessarily tell a story, but there is a continuous narrative conflict among humans. Narrations are also, contrary to popular opinion, not only from above and the government and the summary issued by the power, but the common people also narrate the issues in their own way, usually in poetry, folk songs, stories, and humorous stories. The travelogues and treatises and, of course, the historiography of historians reveal themselves.

Stories convince people of their place in the world. Narratives shape people's worldviews and determine what role people should play in the field of society and politics. Narratives are producers of a kind of common benefit or collective good.



According to Frederick Mir, narratives make people "come together". In politics, narratives play the role of reconstructing the intellectual world of the people, determining the position of the rulers in the minds of the people, and presenting political or even religious concepts to the ordinary people in the form of understandable categories. Storytelling and narration provide the possibility for the series of events that have a scattered presence in the collective memory of a nation to be regularized within the story and narration to rule over them. Stories give meaning to our experiences and understanding and place them within a larger narrative. It must be said that these narratives are the ones that call people to collective actions with the character of persuasion. For example, a story in which the homeland is prominent causes a soldier to go to war and even die to defend the homeland. Narrations have the characteristic of making their narrated elements timeless. The act of imagination means making time timeless and extending elements throughout history from the past to the future. For example, indeed, the portrait of Mona Lisa has not been painted more than once and we do not even know exactly who this painted model was, but "her picture" and the story that the painter gave about her have continued that character throughout time.

### Results and Discussion

Expansion of imagination in the minds of Iranians: Portraits and their political function.

Jacques Burke considers portraiture as an art genre that is mostly filled with symbolic meanings, and portraiture is therefore symbolic or symbolic.

The main function of portraits of kings throughout the history of Iran and even Europe has been to instill a special kind of meaning and identity in the audience of the portraits. The audience, who were both ambassadors and envoys of other kings' courts or had a different target society which included the common people. Portraits or "paintings" in the popular language of the people were among the simplest and, of course, the most effective tools that the Safavid and Qajar kings used for a kind of storytelling. These portraits conveyed the message directly to the audience, even if their audience had the lowest level of understanding, they were unwittingly attracted by the greatness of the portraits. A writer attributes several characteristics to portraits: Portraits are not only likenesses or likenesses, they are works of art that are a reflection of the ruling values of a certain time and place.

Portraits are tied to the concept of identity, instill a set of values, and have a pervasive presence in people's lives.

Portraits are usually highlighted in cultures where the individual is more valuable than the group and a kind of heroism and mythology has found a place in the collective memory of that nation.

Portraits appear on objects that are circulating among the masses of people, such as coins, seals, banknotes, cloth, pottery, and even newspapers and magazines, and of course, royal paintings and pictures of political leaders that are generally in places. They are general and symbolic of the country's installation.

Portraits are one of the main tools for expanding the collective imagination among people.

### Conclusion

We contend that any kind of reading and narration of Iranian history is possible only in the form of an imaginative vision of Iranian history and the interpretation of the mentality of Iranians through the lens of political imagination. In this type of reading of history, which we call the history of the people, it is no longer the official, well-



known, and classic texts that are used to study the history of Iran, but whatever is the collective imagination, in other words, the popular imagination of the people. Iran has given shape of interest. Among all these concepts, according to our opinion, the position of the king and the royal institution and the performance of Iranian kings have the main place in the minds of Iranians, which means that Iranians sometimes institutions do not even have an Iranian state, government, and monarchy, but a set of characteristics of the Iranian king in its mind. Has always continued with changes. Therefore, in the collective imagination of Iranians, at least until the constitutional era, the royal position is a fundamental and inalienable institution. As we have shown, this royal position revolves around the idea of sacred kingship, which has Iranian, Greek, Mongolian, Indian, and Islamic roots. We contend that the Iranian kings, on the one hand, and the Iranian people, on the other hand, with the tools that were discussed throughout the article, perpetuated the concept of sacred kingship and the importance of the existence of the king, and this issue is so embedded in the minds of Iranians that it is still Some of it can be felt. This research shows that the basic elements that form the concept of the emperor in Iran were not necessarily based on jurisprudential or Shariah sources or only Iranian texts, but we are facing a complex tradition in which the emperor was at the center of its continuity, and evolution. This situation practically changed until the constitutional era and, at the same time as Iranians and other neighboring countries became familiar with the modern world and, a little before that, colonialism, and the forces that perpetuated the concept of the emperor were gradually defeated in battle by the forces that transformed in the minds of Iranians, and a new idea of the place The king was formed in the minds of Iranians.

**Keywords:** King, Sacred Kingship, Social Imagination, Continuity.

## References

- Abbott, H. Porter (2019) *The Cambridge Introduction to Narrative*, translated by Roya Pour Azar and Nima Ashrafi, Tehran: Atraf publication. (In Persian)
- Amanat, Abbas (2021) *Pivot of the Universe*, translated by Hassan Kamshad, Tehran: Karnameh Publishing. (In Persian)
- Briyan, Pierre (2018) *Achaemenid kingdom in the institution of monarchy in ancient Iran*, translated by Mahnaz Babaei, Tehran: Morwarid. (In Persian)
- Burke, Peter (2022) *Eyewitnessing*, translated by Ashkan Salehi, Tehran: Ban Publishing. (In Persian)
- Davaran, Fereshte (2024) *Continuity of Iranian Identity*, translated by Masoud Taghiabadi, Tehran: Morvarid Publishing House. (In Persian)
- De Menasce, Pierre (2008) *ZOROASTRIAN LITERATURE AFTER THE MUSLIM CONQUEST*,  
The Cambridge History of Iran, pp. 543 – 565
- Diba, Leila (2022) *Iran's Royal Paintings in the Qajar Era*, translated by Alireza Baharlu and Kianoush Moataghdi, Tehran: Man Publishing. (In Persian)
- Durand, Gilbert (2018) *Symbolic imagination*, translated by Ruhollah



- Nematollahi, Tehran: Hikmat Kalemeh Publishing. (In Persian)
- Fadaei Mehrabani, Mehdi (2015) *about the Iranian origin of politics*, in *Philosopher of Politics*, Tehran: Falat. (In Persian)
- Frederick W., Mayer (2019) *Narrative Politics: Stories and Collective Action*, translated by Elham Shoushtari, Tehran: Atraf Publishing. (In Persian)
- Green, Nile (2019) *The Love of Strangers; What Six Muslim Students Learned in Jane Austen's London*, translated by Amir Mehdi Haghghat, Tehran: Cheshme Publishing House. (In Persian)
- Hinnells, John (2021) *Understanding the Mythology of Iran*, translated by Jale Amoozgar and Ahmad Tafazoli, Tehran: Cheshme Publishing House. (In Persian)
- Hinz, Walther (1982) *Formation of the National State in Iran*, translated by Kikavos Jahandari, Tehran: Kharazmi Publications. (In Persian)
- Imam Shushtri, Mohammad Ali (1971) *History of Shahriari in the Iranian Empire*, Tehran: Publications of the Ministry of Culture and Arts. (In Persian)
- Khalili, Nasim (2023) *People's Hero: Ali in the Intertextuality of Official Texts and Popular Culture of Middle Iranian History*, Tehran: Sangalaj Publishing House. (In Persian)
- Khoshnevis, Yaser (2022) *Battle of the Wires*, Tehran: Kargadan Publishing. (In Persian)
- Le Goff, Jacques (2019), *Héros et merveilles du Moyen Âge*, translated by Andia Abai and Maryam Abbas Bigi, Tehran: Rozaneh Publications. (In Persian)
- Moin, Azfar (2014) *The Millennial Sovereign: Sacred Kingship and Sainthood in Islam (South Asia Across the Disciplines)*, Columbia University Press.; Illustrated edition (April 29, 2014).
- Motaghedi, Kianoush (2022) *Tiles and tile workers of Tehran in the Qajar era*, Tehran: Daniyar Publishing House. (In Persian)
- Okohvat, Ahmad (2008) *Two Bodies of the Shah*, Tehran: Khojaste Publications. (In Persian)
- Ouseley, William (2004) *Travels in Various Countries of the East; More Particularly Persia*, Adamant Media Corporation.
- Panaino, Antonio (2023) *Cosmography in ancient Iran; Discussions and views*, translated by Afshin Arianpour, Tehran: Tahouri Publications. (In Persian)
- Rabi, Julien (2019) *Qajar royal portraits*, translated by Alireza Bharlou and Kianoush Moataghdi, Tehran: Daniyar Publishing House. (In Persian)
- Rezaeirad, Mohammad (2000), *The Basics of Political Thought in Kherad Mazdai*, Tehran: Tarhe-nou. (In Persian)



Ricoeur, Paul (1986) *From Text to Action: Essays in Hermeneutics II*, translated by Kathleen Blamey and John Thompson, Evanston: Northwestern University Press.

Ricoeur, Paul (2015), *From text to action*, translated by: Majid Akhgar, Tehran: Cheshme. (In Persian)

Ricoeur, Paul (2016), *La via dans Le monde du texte*, translated by: Babak Ahmadi, Tehran: Nashr-e-Markaz. (In Persian)

Safa, Zabihullah (1967), *Iran's Imperial Ritual*, Tehran: Tehran University Press. (In Persian)

Shaygan, Rahim (2004) *The evolution of the concept of God in Yasht Farzangi*; The celebration letter of Dr. Mohsen Abolqasmi, Tehran: Hermes. (In Persian)

Skjærvø, Prods (2012) *Achaemenids and Avesta in the birth of the Iranian Empire*, translated by Kazem Firouzmand, Tehran: Center. (In Persian)

Sohrabi, Naghmeh (2021) *Taken for Wonder: Nineteenth-Century Travel Accounts from Iran to Europe*, translated by: Mohammad Zargar, Tehran: Markaz. (In Persian)

Tabatabaei, Seyyed Javad (2018), *Nation, State and the Rule of Law*, Tehran: Minoy Kherad. (In Persian)

Thomas, Bronwen (2020) *Narration*, translated by Hossein Payandeh, Tehran: Morvarid Publishing. (In Persian)

Uloumi, Reza (1970) *Philosophy of Iran's Imperial History*, Tehran: Publications Committee of the Imperial Celebration Council of the New Iran Party. (In Persian)

West, Shearer (2021) *Portraiture*, translated by Maedeh Mirzaei, Tehran: Scientific and Cultural Publications. (In Persian)

Westermann, Claus (2023), "Sacred kingship". Encyclopedia Britannica <https://www.britannica.com/topic/sacred-kingship>.

Wolfgang, Knave (1978) *Shahriari's ideal in ancient Iran: from Xénophon to Ferdowsi*, Tehran: Department of Writing of the Ministry of Culture and Arts. (In Persian)

## خیال اجتماعی ایرانیان، ابزارهای تداوم مفهوم شاهنشاه در ایران عصر قاجار

\* سید نوید کلهرودی<sup>۱</sup>

۱. دانشجوی دکتری اندیشه سیاسی، گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، تهران، ایران

لینک گزارش نتیجه مشابهت‌یابی: <https://www.samimnoor.ir/view/fa/SimilarityResult7?ItemID=6272931966/0.92%>

<https://doi.org/10.1735790.1402.19.1.6.6>

### چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۴/۲۶

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۵/۰۸

در دهه‌های گذشته، پژوهش درباره مفهوم شاه در ایران بیشتر بر متون کلاسیک متکی بوده و نقش عوامل اجتماعی و آنچه خیال اجتماعی می‌نامیم را نادیده گرفته است. این مقاله با برجسته کردن مفاهیمی همچون خیال اجتماعی و تخیل و حافظه جمعی در تلاش است تا از زاویه‌ای جدید که بیشتر بر نظریه‌های روایت و نقش تخیل در سیاست استوار است به عوامل مشروعیت‌بخش به مفهوم شاهی در ایران بنگرد. نویسنده تلاش کرده است، این موضوع را بررسی کند که مفاهیمی همچون شاهی مقدس، چگونه در خیال اجتماعی ایرانیان جای گرفتند و چه ابزارهایی تداوم‌بخش مفهوم شاه در تخیل جمعی مردم ایران بوده‌اند. در این مقاله، ابزارهایی همچون پیکرنگاری، تلگراف، و اهمیت مفهوم هزاره‌گرایی بررسی، و تلاش شده است به این پرسش پاسخ داده شود که «چه عواملی در گذر زمان، موجب تداوم مفهوم شاهی مقدس تا عصر قاجار و تا لحظه انقلاب مشروطه در ایران شده‌اند؟».

نوع مقاله: پژوهشی

### واژگان کلیدی:

شاهنشاه، شاهی مقدس، خیال اجتماعی، تداوم

\* نویسنده مسئول:

سید نوید کلهرودی

پست الکترونیک: [navidkalahroudi@ut.ac.ir](mailto:navidkalahroudi@ut.ac.ir)

## مقدمه

سخن گفتن از ملل کهن و بحث درباره ماهیت فرهنگی نظام‌های سیاسی آنان، به‌ویژه در مشرق‌زمین، موضوع مهمی است؛ زیرا به‌نظر می‌رسد، نوعی پیوند و تداوم فرهنگی میان عناصر تشکیل‌دهنده حکومت‌های حاکم بر این ملت‌ها از گذشته باستانی‌شان تاکنون وجود داشته و دارد. نگارنده بر این نظر است که اگر درکی از منطق مناسبات درونی این تمدن‌ها و میراث پیچیده‌ای که به‌ارث برده‌اند، نداشته باشیم، توان توضیح این میراث و مشخص کردن نسبت آن با مفهوم تجدد و امروز ایران را نیز نخواهیم داشت. ایرانیان، از قدیمی‌ترین ملت‌هایی هستند که در قالب نظام سیاسی تک‌محور و فردمحورانه زیسته‌اند. به‌لحاظ منطقی، بدون به‌دست آوردن درک و تبیینی از ساختار نظام سیاسی ایران در عهد باستان و تأثیر آن بر دوره اسلامی نمی‌توان درباره تحولات رخ داده در ایران سخنی بر زبان راند؛ به‌ویژه اینکه نویسنده مقاله حاضر نیز، همچون برخی دیگر از پژوهشگران، به این اصل باور دارد که عناصری از فرهنگ و رسوم و ویژگی‌های سیاسی موجود در ایران باستان، تاکنون نیز تداوم یافته‌اند.<sup>(۱)</sup>

نکته مهم دیگر، به‌کارگیری روشی متفاوت با روش‌های مرسوم برای بررسی مفهوم شاهنشاه و شاهی مقدس در ایران عصر قاجار و البته صفوی است. در این راستا در طول پژوهش حاضر به این نکته توجه شده است که باید مفاهیمی همچون شاهی مقدس را در زمینه و بافت تاریخی خودش و با توجه به مفهوم خیال اجتماعی<sup>۱</sup> مطالعه و بررسی کرد و به این مقوله‌ها به‌چشم مباحث بی‌ارزش یا خرافی نگاه نکرد. در واقع، عقلانیت مسلمانان که با میراثی از اندیشه‌های ایرانی نیز آمیخته شده بود، عقلانیتی متفاوت با جوامع مدرن بود و نباید این دوران را با تحمیل معیارهای امروزی بر دوره‌هایی از تاریخ ایران مطالعه کرد (مومین<sup>۲</sup>، ۲۰۱۴، ۲۶).

از این رو، مقاله حاضر، تنها بر تاریخ‌نگاری‌های رسمی و برداشت‌های رایج از تاریخ ایران تمرکز نکرده و به‌سراغ آنچه توضیحش در ادامه آمده است، یعنی خیال اجتماعی ایرانیان رفته است. در واقع، یکی از مشکلات اساسی در مسیر بررسی مسائل مرتبط با تاریخ ایران، گرفتار شدن پژوهشگران در تله متونی است که همچون وحی مُنزل پذیرفته شده‌اند و امروزه به آثار کلاسیکی درباره تاریخ ایران تبدیل شده‌اند. در این پژوهش بر این نظریه که تاریخ را نباید تنها در متون رسمی یا پژوهش‌هایی جست‌وجو کرد که به جامعه و آنچه خیال اجتماعی ایرانیان

### 1. Social Imagination

### 2. Azfar Moin

می‌نامیم، بی‌توجه هستند. به بیان روشن‌تر، پدیده‌های غیرمردن را نمی‌توان تنها در متون نخبگان بررسی کرد، بلکه باید به سراغ عملکرد مناسک دینی، صاحبان قدرت، نمادها، ابزارها، و عقایدی رفت که شاهان برای کسب مشروعیت در پی دستکاری یا استفاده از آن‌ها بودند. این ابزارهای گسترش تخیل در بسیاری از موارد، با عامه مردم سروکار داشتند؛ بنابراین، حاکمان برای اعمال این نوع قدرت باید به سراغ زندگی روزمره و حافظه جمعی و تخیل عمومی مردم می‌رفتند؛ زیرا، هیچ امری، حتی امر مقدس، جز در قالب اعمال اجتماعی و در میان مردم، پرورش نمی‌یابد (موین، ۲۰۱۴، ۲۹)؛ از این رو، تاریخی که در این پژوهش، مطالعه و بررسی شده است را می‌توان به نوعی، «تاریخ مردم» نام نهاد.

به نظر نگارنده، این تاریخ مردم، به وسیله سازوکارهایی در طول تاریخ زیست ملت ایران تداوم یافته و اصلی‌ترین عامل تداوم و بسط آن، عنصر تخیل بوده و در خیال اجتماعی ایرانیان روی داده است. در واقع، این تخیل خود را با سنت‌های شفاهی ایرانیان، مانند قصه‌گویی و همچنین با موسیقی و شعر و ادبیات عامه و البته با عناصری از معماری ایرانی و بعدها ایرانی-اسلامی تقویت کرده است و ورود فرهنگ‌های مختلف هلنی، مغولی، هندی، و اسلامی نیز سبب شده است که ترکیب بدیعی از این عناصر خیال در کنار یکدیگر بنشینند و به‌زعم ما، یکی از مهم‌ترین نمادهای این ترکیب خیال در ذهن مردم ایران، جایگاه و مفهوم شاهی یا شاهی مقدس بوده است. همچنین، در توضیح نظام فکری حاکم بر زیست سیاسی و تخیلی ایرانیان باید بر این نکته تأکید کرد که ایرانیان، درکی متفاوتی و به اصطلاح کیهانی از خداوند، جهان، طبیعت، حکومت، و جایگاه شاهنشاه و البته خودشان در نظم طبیعت داشته‌اند که ما آن را اندیشه کیهانی می‌نامیم و اصلی‌ترین جزء آن، نظم یا اَشه، و مجری و پیاده‌کننده این نظم، شاهنشاه ایرانیان است (پانا اینو، ۱۴۰۲).

## ۱. اندیشه کیهانی

اَشه یا اَشه، نظامی است که بر عالم و جهان حاکم است. اهمیت این نظم به این سبب است که خداوند در خلق جهان، نظامی را به کار برده و آن را براساس سلسله‌مراتبی خلق کرده است. این اَشه بر روی زمین نیز الگوی حکومت‌داری به‌شمار می‌آید و شاه آرمانی با رعایت این نظم کیهانی، برای حفظ این نظم و تداوم آن به‌عنوان جانشین خدا روی زمین تلاش می‌کند. «اَشه به معنای راستی است» و ارتباط محکمی با مفهوم خیر و شر نیز دارد. انسان‌ها که درون این

نظم کیهانی برگرفته از اشته زندگی می‌کنند، باید در میان تقابل خیر و شر یکی را برگزینند و «انسانی که در جبهه نیروی خیر می‌جنگد، باید به مقام اشویی برسد؛ یعنی راستی را پیشه خود کرده، تمام آنات هستی خود را براساس الگوی قدسی اشته منظم کند» (رضایی‌راد، ۱۳۷۹، ۹۷). اشته، از آنجاکه از نظم سخن می‌گوید، نماینده وضع موجود و حافظ آن است. «اشته چیزی است که هست؛ بنابراین، با ازلیت پیوند می‌یابد». به این معنا، اشته در تقابل با بحران قرار می‌گیرد (رضایی‌راد، ۱۳۷۹، ۱۴۱).

مردمان تمدن مهم دیگر باستان، یعنی یونان، نیز به مفهومی همچون اشته معتقد بوده‌اند. یونانیان در مفاهیم "arche" و "an-arche" متأثر از ایرانیان بوده‌اند. «رته» یا «اشته» در نظر ایرانیان، اصل آغازین و بنیادین هستی بوده که اصل آفرینش یا بندهشن نیز هست و با واژه یونانی "arche" یا آغاز، هم‌معنی است؛ یونانیان نیز معتقد بوده‌اند که فقدان آرچه، عالم را به بی‌بنیادی یا "an-archy" می‌کشاند که خود عین بی‌نظمی و هرج و مرج<sup>۱</sup> است (فدایی مهربانی، ۱۳۹۵، ۱۶۰).

به بیان روشن‌تر: «برخورداری از اشته یا ارته در آیین ایرانی، خود به معنای افاضه منصبی هستی‌شناختی بوده که براساس قاعده عدالت، به مثابه جایگاه هستی‌شناختی هرچیز در عالم، محقق می‌شده است؛ بنابراین، وصل به اشته، خود به معنای برخورداری از نور، حکمت، و عدالت قبلی است.... به عبارت بهتر، اشته یا حق، به معنای اصل بنیادین هستی یا خود هستی، به معنای فلسفی آن بوده که غیرقابل انکار است؛ اشته، آن اصل ثابت و تغییرناپذیری بوده که فراتر از سیورورت عالم متکثر قرار داشته است» (فدایی مهربانی، ۱۳۹۵، ۱۶۴).

در مجموع می‌توان گفت، در نگرش کیهانی، سیاست در پیوند با نظم کیهانی در نظر گرفته می‌شود و انسان نیز در پیوند با این نظم، تحلیل خواهد شد و نوعی جهان‌بینی خیمه‌ای را شکل می‌دهد. در واقع، هرآنچه در خیال جمعی ایرانیان در کیهان و جهان متافیزیکی در حال وقوع است، بر روی زمین نیز معادلی پیدا می‌کند. می‌توان گفت، در اندیشه ایران باستان، در تقابل میان خیر و شر، خیر در جایگاه برتر بوده است. چنین نوع نگرشی که خداوند را واحد می‌داند، در یک هستی‌شناسی کیهانی باعث می‌شود که ایرانیان به لحاظ سیاسی نیز قائل به حکومت یک نفر باشند. اصطلاح‌هایی همچون «ظل الله فی الارض» نشانه تداوم این نگاه در طول

## 1. Anarchy

تاریخ ایران بوده است<sup>(۲)</sup>. در نگاه کیهانی، که بعدها نیز از سوی اندیشمندانی همچون فارابی و سهروردی دنبال شد، پادشاهان، گاه همتراز با پیامبران یا حتی گاهی به‌عنوان سایه یا نمادی از خداوند بر روی زمین معرفی می‌شدند. این نکته، در تحول واژه «خدا» نیز مشخص می‌شود. رحیم شایگان در مقاله‌ای، ضمن شرح تحول واژه خدا نشان داده است که چگونه این واژه مذهبی برای خطاب قرار دادن شاهنشاه به‌کار می‌رفته و «خودایی، به‌معنای قدرت دنیوی سلطان یا حاکم» بوده است (شایگان، ۱۳۸۴، ۳۰۲).

این الهام‌گیری از کیهان و بسط مفاهیم آن به شاهان زمینی، ابعاد گوناگونی دارد؛ به‌عنوان مثال، همه نبردهای کیهانی میان خیر و شر، معادلی زمینی پیدا کرده و این شاه و رقبای وی هستند که همان نبرد را روی زمین ادامه می‌دهند. نتیجه چنین نگرشی این است که نظم سیاسی نیز الگوگرفته از نظم کیهانی خواهد بود و شاه، تجلی آن نظم کیهانی بر روی زمین و گستراننده «دین بهی»، و وظیفه اصلی‌اش نیز استقرار شهریاری خدا بر روی زمین است (هینلز، ۱۴۰۰، ۱۶).

در دوره هخامنشی، وظیفه شاه، نثار کردن دعا برای اهورامزدا است. در مقابل، خدا هم منزلت فرمانروایی بسامان را برای او تضمین می‌کند تا بر هرج و مرج و بدی چیره شود. در این نگرش کیهانی، شاه مجری اراده اهورامزدا روی زمین است و دستاوردهایش در جهان زندگانی، موازی و همساز با دستاوردهای اهورامزدا در جهان نامحسوس است (شرو،<sup>۱</sup> ۱۳۹۱، ۸۸). در نظام کیهانی، شاه، بالاترین مقام اصلی در طبیعت و اندیشه کیهانی را داشت و اخبارنویسان موظف بودند، رویدادهای عجیب و غریب در دنیای حیوانات و گیاهان را به شاه گزارش دهند و شاه، نوعی طبقه‌بندی و شیوه زیست برای این موجودات طبیعی ایجاد می‌کرد.

در این نظام کیهانی، امکان استقلال امر سیاسی وجود ندارد و سیاست، همواره به بالا وابسته است. دین و سیاست با یکدیگر آمیخته‌اند و پادشاه، چون عمود خیمه، از نوعی الوهیت و نیمه‌خدایی بودن برخوردار است. شاه آرمانی ایرانیان، نوعی انسان کامل است که هم‌زمان، جایگاه مادی و معنوی را با هم در اختیار دارد و نه ضامن یا شارح شریعت، بلکه خود و تجلی آن است. در این ساختار سیاسی، شاه، اصلی‌ترین محور اندیشه سیاسی ایران باستان است و آنچه اندیشه ایرانی می‌نامیم، بر محور شاه بنا نهاده شده است. این شاه ایرانی، با خیال

## 1. Prods Oktor Skjærvø

جمعی ایرانیان گره خورده و ایرانیان، شاه را نه تنها به مثابه مفهومی سیاسی، که همچون مفهومی فرهنگی، در ذهن خود جای داده‌اند.

اکنون، این مسئله مطرح است که این قرارگیری مفهوم شاه در مرکز خیال جمعی ایرانیان چگونه امکان پذیر شده است؟ چه ابزارهایی مفهوم شاهنشاه را در ذهن ایرانیان، حتی در دوران اسلامی، تثبیت می‌کردند<sup>(۳)</sup> و چگونه این ساختار سیاسی پیچیده در دوران پس از خود و تا عصر قاجار، تداوم یافته است؟ در واقع، مسئله ما، تلاش برای تبیین وضعیت تخیل جمعی ایرانیان در قالب توضیح دو مفهوم تحول و تداوم است<sup>(۴)</sup>؛ به این معنا که تلاش خواهیم کرد نشان دهیم، چه ویژگی‌هایی از صفات شاه ایرانی در طول تاریخ ایران تداوم یافته و چه ویژگی‌هایی در دوران قاجار متحول شده‌اند.

## ۲. تخیل اجتماعی

تخیل، تلاشی است برای فراتر رفتن از حدود مرزهایی که تجربه بشری و واقعیت جهان برای ما مشخص کرده‌اند. هر ملت، جامعه، و فرهنگی، عناصر خیالین خود را در طول تاریخ ساخته است. کارکرد تخیل، تنها بازنمایی امور نیست. در واقع، تخیل، نوعی حاضرسازی امر غایب است. تخیل، قوه‌ای است که آنچه رخ داده و امروزه امر غایب به‌شمار می‌آید را دوباره پیش چشم ما حاضر می‌کند، اما این، تنها کار تخیل نیست. خیال از آنچه در گذشته رخ داده است، الهام می‌گیرد و با تکیه بر اسطوره‌ها و افسانه‌ها و حافظه جمعی مردم، تخیلی روبه‌جلو می‌آفریند. به تعبیر لوگوف<sup>۱</sup>، خیال، «منظومه‌ای از رؤیاهای یک جامعه» است. به نظر او و برخی دیگر از پژوهشگران مکتب آنال، تاریخ، یکی از مهم‌ترین عناصر سازنده تخیل ملت‌هاست. به نظر لوگوف، چهار عامل به تخیل انسان‌ها، به‌ویژه درباره قهرمانان عرصه سیاست، شکل می‌دهد: خاطره، تئاتر، شعر، و البته خود انسان‌ها (لوگوف، ۱۳۹۲، ۸۹).

پل ریکور<sup>۲</sup> نیز اهمیت خیال اجتماعی را به شکل دیگری توضیح می‌دهد. به نظر ریکور، هیچ جامعه‌ای نمی‌تواند بدون استفاده از مفهوم خیال و عناصر خیالین به زیست خود ادامه دهد. درحقیقت، انسان‌ها برای بازتعریف، و به عبارت دیگر، روایت کردن خود، همواره به تخیل نیازمندند؛ از این رو، روایت‌های جمعی یا داستان‌ها خلق می‌شوند تا ما را برای خودمان و البته

1. Jacques Le Goff

2. Paul Ricoeur

برای دیگران تعریف کنند. براین اساس، به تعبیر پل ریکور، فرایند روایت‌گری، قلمروهای فردی را پشت سر می‌گذارد و به قلمرو مخیله مشترک بشری پای می‌گذارد. به نظر ریکور، روایت‌گری به وسیله تخیل جمعی انجام می‌شود و تخیلی که «بین‌الذهانی است و در گفتن روایت به‌کار می‌رود»، نقش بنیادینی در این زمینه دارد (ریکور، ۱۹۸۶، ۲۵۵). فرایند روایت‌گری در هر جامعه‌ای، به مجموعه‌ای از رخدادها و آنچه ریکور نمادهای بنیان‌گذار می‌نامد، وابسته است. این نمادها، به تعبیر وی، «حس هویت جامعه را حفظ می‌کنند و اساساً هر فرهنگی خود را با داستان‌هایی که در جهان گذشته داشته است، خلق می‌نماید» (ریکور، ۱۳۹۵، ۳۰). به نظر ریکور، مهم‌ترین ویژگی تخیل، ویژگی آفرینندگی آن است. تخیل به ما کمک می‌کند تا مناسبات جدیدی را طرح‌ریزی کنیم (ریکور، ۱۳۹۶، ۵۵).

### ۳. شاهنشاه، ریشه لغوی و دلایل پیدایش مفهوم شاهی

«شاه» در فارسی کهن، به معنای بزرگ سالار و تیره‌ها آمده است و شاهنشاه، کسی است که از بقیه شاهان، برتر است (امام شوشتری، ۱۳۵۰، ۲). شوشتری در تعبیر جالبی، شاه را «نماینده آرزوهای یک ملت» می‌داند (امام شوشتری، ۱۳۵۰، ۳)؛ به همین دلیل، شاهنشاه را می‌توان مفهوم مرکزی اندیشه ایرانی‌شهری دانست. کلمه «شاه» در دوران هخامنشی از واژه خشایثی (Xasayathya) آمده است. نویسنده‌ای توضیح می‌دهد که چگونه این واژه بر پایه یک قاعده در زبان فارسی به تدریج تغییر کرد و به «خشایثی» و سرانجام، به شاه یا فرمانروای کشور تبدیل شد (صفا، ۱۳۴۶، ۲۹).

«شاه»، واژه‌ای عام بود و برای همه فرمانروایانی که در قلمرو گسترده ایران حکومت می‌کردند، به کار برده می‌شد، اما «شاهنشاه»، لقبی بود که شاه بزرگ و قدرتمندترین شاهان آن را نصیب خود می‌کرد. کلمه پادشاه، همچنین از واژه «پاتی» ریشه می‌گرفت که به معنای حفاظت و نگهداری بود (صفا، ۱۳۴۶، ۴۲). واژه «شاهنشاه» نیز در اصل، «شاه شاهان» بود که با پیروی از یک قاعده در زبان فارسی کهن، به شکل برعکس، یعنی «شاهان‌شاه» خوانده می‌شد. این واژه به لحاظ لغوی در دوران هخامنشیان شکل گرفت؛ سلسله‌ای که می‌توان آن را «آغاز تاریخ مدون ایران نامید که کوروش بزرگ، بنیادگذار و سامان‌بخش آن بود» (طباطبائی، ۱۳۹۸، ۱۲۷).

مفهوم شاهی اساساً از کجا شکل گرفته بود؟ این مفهوم بیش از همه در دل یک نیاز اجتماعی و جغرافیایی خلق شد؛ نیازی که بیش از هر چیز، معلول کثرت قومی و فرهنگی ملت

ایران و البته گستردگی قلمرو جغرافیایی این سرزمین بود. به همین دلیل است که چه در منابعی که تاریخ ایران را با افسانه‌ها آغاز می‌کنند و چه در متون تاریخی، این نکته به نوعی مشترک است که انگار آغاز تولد ایران، به مثابه یک کشور، هم‌زمان است با آغاز مفهوم پادشاهی در ایران. به تعبیر امام شوشتری، «شکل‌گیری حکومت/ کشور در ایران، هم‌زمان با شکل‌گیری مفهوم شاه است» (امام شوشتری، ۱۳۵۰، ۱۲).

در توضیح این نکته می‌توان گفت، این شاهان اساطیری ایرانند که متولی زندگی مردم در ابعاد مختلف می‌شوند و ویژگی پدران و زاینده‌ای دارند. کشف آتش، ساخت سلاح، مبارزه، خیاطی، پوشیدن لباس، تقسیم‌بندی مردم به طبقات، آموزش کشاورزی، اختراع ابزار، برکت‌دهی و تبرک کردن انسان‌ها یا زمین‌های کشاورزی و حتی شکل‌گیری جشن‌های کهن ایرانی، همگی اعمالی هستند که در خیال جمعی ایرانیان به شاهان بزرگ این ملت نسبت داده شده‌اند؛ اعمالی که جایگاه شاه را به مثابه یک پدر و سرپرست مطرح می‌کنند و نبود او، به منزله فروپاشی کل این نظم است.

افزون‌براین، وضعیت امنیت سرزمینی ایران نیز در شکل‌گیری مفهوم شاهنشاه و نظام سلطنت مرکز محور مؤثر بوده است. ایران، همواره مورد تاخت و تاز همسایگانش بود و خطرات ناشی از نبود امنیت، همیشه در پس ذهن ایرانیان وجود داشت؛ به همین دلیل، پیدایش نهاد سلطنت در ایران، متأثر از دو نکته بود؛ نخست، نیاز به فردی که بتواند در سراسر قلمرو، امنیت ایجاد کند و دوم، نیاز به وجود عناصر روایی و مذهبی (بخوانید استراتژیک) که به وسیله آن، نوعی قدرت ملی پشتیبان شاهنشاه و حکومت مرکزی شکل بگیرد و ایرانیان را به رغم تکثر و گستردگی قلمروشان، در یک وحدت در عین کثرت، جای دهد. به همین دلیل است که شاه، مدار زندگی ایرانیان است و تاریخ قوم ایرانی با شاه شکل می‌گیرد؛ آن‌هم شاهی که وضع‌کننده و ناظر بر قوانین و سازنده آداب و قواعد و رسوم جامعه ایرانی است. در این نگرش، هرگاه شاهنشاه، سالم و عادل و باتدبیر باشد، مملکت هم به چنین راهی می‌رود و اگر این‌گونه نباشد، کشور نیز به تباهی می‌گراید و عالی‌ترین نمونه چنین وضعیتی، دوران پادشاهی ضحاک است.

#### ۴. وظایف شاهنشاه و جایگاه او در خیال جمعی ایرانیان

شاهنشاه، چنان‌که گفتیم، مرکز نظام سیاسی و اندیشه‌ای حاکم بر زندگی ایرانیان بوده است. از جمله وظایف مهم او می‌توان به متحد کردن حکومت‌های محلی و وادار کردن آنان به پیروی

از قدرت مرکزی، حفاظت از مرزها در برابر هجوم بیگانگان، و دادن حس امنیت به مردم، نشر دین و انجام مراسم آیینی، طرح قوانین و اجرای آن‌ها، برپایی عدل و داد در سراسر جهان، انتخاب جانشین برای خود، برگزیدن استانداران و تقسیم قلمرو و ایرانشهر به استان‌های کوچک‌تر، انجام اعمال پهلوانی و ورزشکاری و اثبات لیاقت شاهی از طریق پیروزی در نبردهای سخت، حفظ سنت‌های شاهان پیشین و از بر کردن داستان‌های تاریخی و دینی، کتاب‌خوانی و یادگیری آداب حکمت، پاس داشتن صلح و آشتی، میانه‌روی و اندازه نگه داشتن در هنگام پیروزی در جنگ‌ها، وفاداری به عهد و پیمان، گشاده‌دستی، مبارزه با نفس، بخشندگی و اعطای پاداش، و گفت‌وگوی آشکار و پنهان با مردم و رعیت و شنیدن دعوی آنان اشاره کرد. شاه ایرانی، همچنین وظیفه دارد که رهبری اندیشه مردم را به عهده داشته باشد و گویی نهاد سلطنت و شاهنشاه، وظیفه دارند که با خلق روایتی به اصلی‌ترین پرسش‌های مردم درباره امور مختلف زندگی پاسخ دهند.

وقتی وظایف و دامنه اختیارات شاه چنین گسترده است، طبیعی است که او در مرکز اندیشه ایرانیان و تخیل اجتماعی آنان قرار بگیرد. شاه، به مثابه موتور پیشران جامعه ایرانی است و به تعبیر نویسنده‌ای، «نیرومندترین قدرت حکومت و جامعه ایران باستان در درازای تاریخ، بی‌گمان شاهنشاهی و اندیشه شاهی» در ایران است (کناوت، ۲۵۳۵، ۲۱). پیر بریان<sup>۱</sup> نیز در مقاله‌ای به نقش محوری و هژمونیک شاهان ایران، به‌ویژه شاهان هخامنشی، اشاره می‌کند و نشان می‌دهد که عنصر امنیت و در خطر بودن جایگاه شاه و رقابت بر سر تخت شاهی همواره خطری محسوس بوده است (دریایی-بریان، ۱۳۹۹، ۲۶-۱۱)؛ به بیان روشن‌تر، جایگاه شاه و وجود و حفظ آن، به حدی مهم بوده است که هر نوع غیبت شاه یا تزلزل در این جایگاه بر شیوه زندگی ایرانیان و رقابت‌های سیاسی درون دربار تأثیر می‌گذاشته است؛ بنابراین، مهم بود که شاهان بتوانند خیال عامه مردم را با خود همراه کنند و برای حفظ قدرت خود و اداره امور کشور، حامیانی در دربار و در میان عامه داشته باشند؛ از همین رو، شاهنشاهان ایران باستان، نیازمند مجموعه‌ای از تدابیر بودند تا بتوانند مشروعیتی را برای خود ساخته و آن را تثبیت و تحکیم کنند.

به نظر نگارنده، مهم‌ترین این تدابیر، دست یازیدن شاهان ایرانی به خیال جمعی ایرانیان

## 1. Pierre Briant

در دوره‌های مختلف بوده است. این تخیل اجتماعی، گاهی نظری به میراث پیش از خود داشته است و گاه نیز خود، چیزی به صندوقچه خیال جمعی ایرانیان می‌افزود و ترکیب جدیدی می‌آفرید که به مشروعیت شاهنشاه یاری برساند<sup>(۵)</sup>. شاهنشاه ایرانی با بنا نهادن سلسله خود و حفظ تمامیت ارضی و برقراری نظم، گام نخست را در ساخت نوعی خیال جمعی برمی‌داشت و با استفاده از منابع پیشین، خیال جمعی ایرانیان بر آن‌ها سوار شده و البته خود نیز عناصری را به آن می‌افزود. به بیان روشن‌تر، هر شاهی در ایران، به نخستین لازمه کسب مشروعیت در خیال جمعی ایرانیان، یعنی تأمین امنیت مرزها و ساخت یک دولت مرکزی قدرتمند، مشغول می‌شد و سپس، با ساخت نوعی نسب‌نامه یا بهره‌گیری از متون و سنت‌های ایرانی، برای خود و خاندانش مشروعیت و مناسکی می‌آفرید. این مشروعیت، در عمل، با بهره‌گیری از باورهای عامه مردم تغذیه می‌کرد و به همین سبب در کنار مشروعیتی برآمده از زور و شمشیر، همواره با نوعی مشروعیت برساخته و خیالین نیز روبه‌رو بودیم.

براین اساس، جایگاه شاهنشاه به عناصر روایی و نمادین وابسته بود؛ به عنوان مثال، آیین تاج‌گذاری و لوازم و وسایل آن و پوشش شاهنشاه از اصلی‌ترین آداب این مراسم بودند. در این مراسم، به لحاظ معنوی، فره ایزدی از آسمان فرود آمده و بر روی تاج شاهی که نماد فره بود، قرار می‌گرفت. شاه، تاج را بر سر گذاشته و سپس، بر روی تخت می‌نشست؛ تختی که نماد قدرت زمینی و تکیه زدن بر زمین، به مثابه قلمرو حکومت وی، بود (امام شوشتری، ۱۳۵۰، ۱۳). تشریفات درباری دیگری همچون سخنرانی در آغاز شاهی و اعلام اصول حکومت، ضرب سکه و شعار روی آن، طراحی و حکاکی نقش‌های شاهان بر روی دیوارها و کاخ‌ها، و در سده‌های بعدی، طراحی چهره‌نگار شاهنشاه، نمادهایی از تلاش شاهنشاه ایران برای روایت‌گری و به دست آوردن و تداوم نوعی مشروعیت بود که از درون مایه‌های ایران‌شهری ریشه می‌گرفت و همواره خود را بازتولید می‌کرد.

##### ۵. شاهی مقدس و ابزارهای تداوم مفهوم شاهنشاه

طبیعی است که با توجه به آنچه مطرح شد، مرگ شاه یا غیبت این مفهوم در ذهن ایرانیان، تصورناپذیر است. شاه در این معنا، تنها مفهومی سیاسی نیست، بلکه یک حضور معنوی و فرهنگی پایدار در ذهن ایرانیان دارد. شاید به همین دلیل، همان‌گونه که احمد اخوت در پژوهشی نشان می‌دهد، مرگ شاهان به سرعت به مردم اعلام نمی‌شده است (اخوت، ۱۳۸۸).

یا آن‌گونه که عباس امانت در توضیح وضعیت ایران عصر قاجار و با استفاده از واژه «شاه‌مرگی» تأکید می‌کند، نبود شاهنشاه سبب ایجاد ترس فراوان در میان ایرانیان می‌شده است (امانت، ۱۴۰۰). واژه «تداوم» همچنین، به ادامه یافتن مجموعه‌ای از مناسک درباره مفهوم شاهنشاه یا شاهی مقدس در ایران اشاره دارد که با تغییراتی در دوران اسلامی تا انقلاب مشروطه وجود داشت. «دانشنامه بریتانیکا»، شاه مقدس را کسی معرفی می‌کند که در جوامع غیرقبیله‌ای و در میان ملت‌های کهن، به‌جز وظایف سیاسی، وظایف مذهبی نیز داشته است. در این جوامع، برخی مناسک همچون پیشگویی، برگزاری جشن‌های سال نو، و جشن‌های مذهبی، کارکردهای بنیادینی داشته و برگزاری این اعمال به‌عهده شاه بوده است. این شاه مقدس از طریق ابزارهایی همچون خواب دیدن و رؤیا با خداوند نیز ارتباط دارد و در طول فرایند مکاشفه، به تصمیماتی برای اداره عامه می‌رسد (وسترمن<sup>۱</sup>، ۲۰۲۳).

در بررسی مفهوم شاهی مقدس باید به این نکته توجه داشته باشیم که هر قدرت سیاسی‌ای، حتی از نوع مطلقه آن، بی‌نیاز از توجه مردم و کسب نوعی مشروعیت نیست؛ حتی یک رهبر کاریزماتیک نیز تنها در صورتی می‌تواند به حیات خویش ادامه دهد که در حافظه اجتماعی مردم تداوم یابد (موین، ۲۰۱۴، ۳۸).

مفهوم شاهی مقدس<sup>۲</sup> دارای عناصری است که خلاصه‌ای از آن در ادامه مطرح شده است.

#### ۱-۵. هزاره‌گرایی

اصطلاح هزاره و هزاره‌گرایی<sup>۳</sup>، در واقع، ترکیبی از دو روایت در جهان مسیحی و اسلامی است. براساس روایت اسلامی، پس از هزار سال از ظهور اسلام، اتفاق خاصی در جهان اسلام روی خواهد داد و این نکته را پیامبر نیز به یاران خود گفته است. روایت مسیحی نیز توضیح می‌دهد که پس از هزار سال از ظهور مسیحیت، نوعی مسیحا ظهور خواهد کرد و هزاره نخست، پایان یافته و هزاره جدیدی آغاز خواهد شد. در واقع، لحظه هزاره، لحظه‌ای است که یک‌هزار سال از ظهور مسیح گذشته و تصور می‌شد که یک منجی مقدس ظهور کند (موین، ۲۰۱۴، ۱۸).

1. Claus Westermann
2. Sacred Kingship
3. Millennialism

استفاده از مفهوم هزاره در جهان اسلام و ایران با میراثی از ایران باستان و برخی الگوهای برآمده از عرفان نیز گره خورد و ترکیب جدیدی را به وجود آورد. یکی از اصلی‌ترین وجوه بحث هزاره، انتظار ظهور بود؛ ظهوری که لزوماً آمدن شخصیت جدیدی تلقی نمی‌شد و گاهی به معنای زنده شدن یا حلول کردن شخصی اسطوره‌ای-مذهبی در پیکر فردی در زمال حال بود. برای توضیح این مفهوم، اندیشه هزاره با مفاهیمی همچون تناسخ، گره خورد و عارفان و نظریه‌پردازان از نگرش افرادی همچون ابن عربی، به مفهوم تناسخ برای اثبات و ترویج نگاه خودشان بهره بردند<sup>(۶)</sup>. در این معنا، شاه مُجدد (احیاکننده) و ادامه‌دهنده راه کسانی بود که در خیال جمعی مردم، جایگاه بلندی داشتند (مانند امام علی).

به این ترتیب، شاه مقدس می‌توانست ادعا کند که مسیحا یا مهدی، موعودی است که قرار بوده در هزاره جدید ظهور کند و به این ترتیب، به مقام و پیکر خود نوعی تقدس ببخشد. افزون‌براین، می‌توان به مفهوم هزاره از زاویه عرفانی نیز نگاه کرد. در واقع، مفاهیمی مانند تشیع و فقه نیز در فرایندی طولانی مدت با قرائتی صوفیانه بازسازی شدند و روند شیعه شدن ایرانیان نیز بسیار پیش از ظهور سلسله صفوی در حال شکل‌گیری بود. چنان‌که پژوهشگرانی همچون هینتس<sup>۱</sup> نشان داده‌اند، شاه اسماعیل، میراث‌دار اقدامات گسترده و جاه‌طلبانه جد خویش، شیخ جنید بود<sup>(۷)</sup> که مجموعه‌ای از مناسک گوناگون را در کنار یکدیگر گذاشت (هینتس، ۱۳۶۱). این مفاهیم و مناسک در قالب آثار رسمی‌ای مانند نقاشی‌ها و چهره‌نگارهایی که شاهان ایرانی و هندی سفارش می‌دادند، در ادبیات عامه و ادبیات شفاهی، و در آثار درویشان و عارفان و البته آثار فیلسوفانی همچون سهروردی، ابن عربی، و افرادی مانند میرفندرسکی وجود داشته است.

چنان‌که اشاره شد، برداشت خاصی از وجود روح و مفهوم انتقال در این دوره مطرح بود. مردم در این دوران معتقد بودند که با پایان یافتن یک هزاره و آغاز هزاره جدید، یک منجی نیز ظهور خواهد کرد. استفاده از نجوم و طالع‌بینی نیز از ابزارهای پیش‌بینی این روند و به‌طور کلی تصمیمات شاهی بود. در واقع، طالع‌بینی به اندازه‌ای مهم بود که شاه جدید، همان‌گونه که دستور ضرب سکه می‌داد، دستور ارائه تاریخ و تقویم جدیدی از زمان نشستن خود بر تخت سلطنت را نیز صادر می‌کرد<sup>(۸)</sup>.

شاهان برای مقدس شدن به مجموعه‌ای از آیین‌ها و مناسک نیز اعتقاد داشتند؛ از جشن

## 1. Walther HINZ

گرفتن مناسبت‌هایی مثل نوروز و توجه به این عید و گرامی داشتن خورشید گرفته تا اهمیت‌دهی به برگزاری آیین‌های نمایش‌گونه یا پرهیز از خوردن برخی غذاها، به‌ویژه گوشت، در روزهای خاصی از سال که ریشه در برخی رسوم هند داشت. در واقع، مقدس بودن شاه و ابزارهای تداوم این تقدس به عملی وابسته بود که باید در جمع و با توجه به باورهای پذیرفته‌شده در خیال عامه انجام می‌شد.

با ظهور شاه‌اسماعیل که میراث‌دار خانواده‌ای خاص در تاریخ ایران بود، عناصر تشکیل‌دهنده مفهوم شاهی مقدس با عناصری برآمده از دیدگاه‌های عرفانی اسلامی و ایران باستان ترکیب شدند. بخشی از این موضوع، به مقام و موقعیت عرفانی خود شاه‌اسماعیل مربوط می‌شد. شاه برای طرفداران خود، که برآمده از دل نگرش‌های صوفیانه بودند، جایگاه انسان کامل را داشت و صوفیان به تدریج با نزدیک شدن به الگوهای تناسخ و نظریه انتقال روح، به‌گونه‌ای مبهم، ادعای حلول علی(ع) را در کالبد شاهان سلسله خود مطرح می‌کردند. شاهان صفوی به عناصری از ایران باستان نیز توجه داشتند و «شاهنامه فردوسی» و هیجان بخشیدن به سپاهیان شاه با خواندن بیت‌هایی از شاهنامه در هنگام جنگ، از نمونه‌های این توجه به شاهنامه است؛ توجهی که سویه‌های کیهانی نیز داشته و اشاره فردوسی به نمادهایی همچون خورشید و ماه، از جمله عواملی بوده که باعث شده ارتش ایران، پرچم‌هایی را حمل کند که بر روی آن، علامت شیر و خورشید وجود داشته است. شخصیت علی(ع) نیز در این میان برای صوفیان و سلسله‌های بعدی، نقش بنیادینی داشته است. علی در این دوران به شخصیتی چندوجهی تبدیل شد که برخی از صفاتش، جنبه‌هایی عرفانی و برخی دیگر، وجوه اساطیری یافتند (خلیلی، ۱۴۰۲). در این دوران، تصاویر و نام علی به تدریج بر بدن مریدان سلسله صفوی خالکوبی شد و هنگام صدقه گرفتن از دیگران، از اصطلاح «شاه مردان، علی» استفاده شد (مومین، ۲۰۱۴، ۹۲). جالب است که این داستان‌ها درباره علی و دیگر مبارزان بزرگ ایرانی، عملی برای به حرکت درآوردن مردم و تحریک تخیل آن‌ها بود. نقل و روایت رشادت‌های علی یا حتی قهرمانان دیگری همچون حمزه، عموی پیامبر، مختار ثقفی، یا ابومسلم خراسانی در چادرها، باغ‌های بزرگ، و محله‌های شهری برای عموم مردم انجام می‌شد (مومین، ۲۰۱۴، ۶۰-۵۵).

ویژگی معجزه کردن و شفابخشی نیز از صفات‌های دیگر شاه مقدس بودند. شاه به این معنا کسی بود که کنترل طبیعت، حیوانات، و کیهان را در دست داشت و گزارش‌هایی

وجود دارد که سلاطین عثمانی، صفوی، و گورکانی تلاش می‌کردند در سپاه خود، ستاره‌شناسان و افرادی را به‌استخدام درآورند که حرکت آب در رودخانه‌ها، خشکسالی، طوفان، و... را برایشان پیش‌بینی، یا حتی این عناصر طبیعی را کنترل کنند. شاه، کسی بود که افزون‌بر قدرت شفابخشی و برکت‌دهی به مردم، هم‌زمان از قابلیت رؤیا دیدن نیز برخوردار بود. با توجه به اهمیت مفهوم خواب دیدن در دین اسلام، این ادعا به‌کمک شاهان می‌آمد تا زمان را بی‌زمان کرده و با روایت کردن رؤیاهای خویش یا تفسیر خاصی از آن‌ها، نوعی نظم و اتحاد سیاسی ایجاد کنند.

شاهان مقدس برای تداوم‌بخشی به قدرت خویش، به‌سراغ هنر نیز می‌رفتند؛ به‌عنوان مثال، نقاشی‌های مینیاتوری از پیامبر اسلام، علی، و حاکمان صفوی در کنار حسن و حسین (ع) در این دوران رایج شد. گویی آن‌ها، پیونددهنده این افراد با زمان شاهان صفوی بودند.

در مجموع، مفهوم شاهی مقدس، چیزی فراتر از متون رسمی و دینی و فقهی بود و بیشتر به زیست اجتماعی و عرصه عمومی و نیز باورهای مردم ربط داشت. این باورهای عامه و سبک زندگی، به‌اندازه‌ای قدرتمند بود که شاه، حتی اگر علاقه‌مند به تغییر مناسک و رویه‌های عام بود، درعمل، حتی با وجود مقام بالایش، قدرت مطلقی نداشت<sup>(۹)</sup> (موین، ۲۰۱۴، ۱۳۱).

## ۲-۵. روایت

روایت‌ها، درک ما را از جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، تشکیل می‌دهند. روایت‌ها، قصه‌هایی هستند که با آن‌ها درباره خود و جهان و آنچه در گذشته رخ داده و وضعی که در حال داریم و حتی آنچه در آینده پیش خواهد آمد، آگاهی پیدا می‌کنیم. روایت و روایت‌گری، کنشی مخصوص انسان‌هاست؛ به‌ویژه اینکه بیش از هرچیز در قالب خط و زبان نمایان می‌شود. به‌تعبیری می‌توان گفت: «روایت با تاریخ بشر آغاز شده و هیچ قومی بدون روایت وجود نداشته است» (ابوت، ۱۳۹۹، ۲۵).

واژه روایت در انگلیسی<sup>۱</sup> از ریشه سانسکریت "gna" و به‌معنای «دانستن» است. این ریشه، به زبان انگلیسی امروزی راه یافته که به‌معنای «دانستن» (gnarus) و «گفتن» (narro) هستند (ابوت، ۱۳۹۹، ۳۸).

### 1. Narrative

روایت‌ها را می‌توان «بازنمایی یک رخداد یا یک مجموعه» دانست که معمولاً خود، دربردارنده دو جزء قصه و گفتمان روایی است. قصه‌ها نیز خود مجموعه‌ای از رخدادها هستند که در قالب گفتمان روایی بازتولید شده‌اند؛ بازتولیدی که به معنای «شیوه بازنمایی رخدادها» است (ابوت، ۱۳۹۹، ۵۰).

### ۳-۵. قصه و روایت

قصه‌ها، به تعبیر فردریک میر<sup>۱</sup>، چیزهایی هستند که در ذهن همه حضور دارند؛ خواه به شکل کتبی و خواه شفاهی و قصه‌هایی اثرگذارترند که به وسیله روایت‌گری با آنچه پیشتر بوده است، ترکیب شوند یا از آن‌ها بهره بگیرند.

همان‌گونه که قصه‌ها ممکن است شفاهی باشند، روایت‌ها نیز لزوماً مکتوب نیستند. چهره‌نگارها و نقاشی‌ها، عکس‌ها، و حتی بناهای ساختمانی، و... نیز می‌توانند همچون یک روایت باشند. اگرچه مهم‌ترین روایت‌های را روایت‌های مکتوب تشکیل می‌دهند. روایت‌ها هرگز بی طرف نیستند و عموماً دربردارنده میراثی مکتوب یا شفاهی از فرهنگ هستند و همواره ماهیتی سیاسی در دل خود دارند و تعیین‌کننده جهان‌بینی گروهی از مردم به مسائل مختلف بوده و دانش ما را درباره جهان اطرافمان تعیین می‌کنند (تامس، ۱۴۰۰، ۱۵).

پژوهش پیتر برک<sup>۲</sup> نیز نشان می‌دهد که تاریخ و روایت، تنها متون نیستند، بلکه تاریخ‌نگاران و تحلیل‌گرانی که تخیل جمعی را بررسی می‌کنند، باید به تاریخ ذهنیت، زندگی روزمره، و مسائلی از این دست نیز توجه داشته باشند. او توضیح می‌دهد که، به طور مثال، تصاویر، این امکان را فراهم می‌کنند که در دانش مردمان پیش از خود نیز شریک شویم و گذشته را زنده‌تر تصور کنیم. در واقع، قصه‌ای که تصاویر نقل می‌کنند و خود تصاویر، بهترین راهنما برای درک قدرت بازنمایی بصری در زندگی دینی و سیاسی و دانش غیرکلامی فرهنگ‌های گذشته هستند (برک، ۱۴۰۲، ۱۷).

### ۴-۵. روایت‌گری و کارکردهای آن در سیاست

مقصود از روایت‌گری، گفتن داستان است. روایت، نوعی جهانی‌سازی است که الگوهای ذهنی آدمیان را شکل می‌دهد. روایت‌ها، لزوماً یک‌سویه نیستند، بلکه همواره نوعی جدال

1. Frederick W. Mayer

2. Peter Burke

روایی در میان انسان‌ها وجود دارد. همچنین، روایت‌ها، برخلاف تصور عامه، تنها از بالا و حکومتی و خلاصه صادر شده از سوی قدرت نیستند، بلکه مردم عامه نیز مسائل را به شیوه خود روایت می‌کنند که معمولاً در شعر، ترانه‌های عامیانه، قصه‌ها و داستان‌های طنز و فکاهه، سفرنامه‌ها و رساله‌ها، و البته تاریخ‌نگاری مورخان، ظاهر می‌شوند.

روایت‌ها، مردم را متقاعد می‌کنند که چه جایگاهی در جهان دارند. در واقع، روایت‌ها، جهان‌بینی انسان‌ها را شکل می‌دهند و مشخص می‌کنند که مردم در عرصه اجتماع و سیاست باید چه نقشی را ایفا کنند. روایت‌ها، تولیدکننده نوعی نفع مشترک یا خیر جمعی هستند و به تعبیر فردریک میر، مردم را «خاطر جمع» می‌کنند. روایت‌ها در سیاست نقش بازسازی جهان فکری مردم و تعیین‌بخشی به جایگاه حاکمان در ذهن مردم را ایفا می‌کنند و مفاهیم سیاسی یا حتی مذهبی را در قالب مقوله‌هایی قابل فهم به عوام عرضه می‌دارند. قصه‌گویی و روایت‌گری، این امکان را فراهم می‌کند که مجموعه رویدادهایی که در خاطره جمعی یک ملت، حضوری پراکنده دارند، درون قصه و روایت منظم شوند و نظمی بر آن‌ها حاکم شود. در واقع، قصه‌ها به تجربه‌ها و درک ما معنا می‌بخشند و آن‌ها را درون یک کلان‌روایت بزرگ‌تر جای می‌دهند (میر، ۱۳۹۹، ۳۱). به بیان روشن‌تر، این روایت‌ها هستند که با ویژگی اقتناع‌سازی آدیان، آن‌ها را به انجام کنش‌های جمعی فرامی‌خوانند؛ به عنوان مثال، روایتی که در آن میهن برجسته است، موجب می‌شود که یک سرباز برای دفاع از میهن، به جنگ برود و حتی جان بدهد. روایت‌ها از این ویژگی برخوردارند که عناصر روایت‌شده خود را بی‌زمان کنند. در واقع، عمل تخیل، به معنای بی‌زمان‌سازی زمان و امتدادبخشی به عناصری در طول تاریخ، از گذشته تا آینده، است؛ به عنوان مثال، درست است که تصویر مونالیزا، یک‌بار بیشتر نقاشی نشده و ما حتی دقیقاً نمی‌دانیم که این مدل نقاشی شده چه کسی بوده است، اما «تصویر او» و روایتی که نقاش از او ارائه داده است، همواره آن شخصیت را در طول زمان تداوم می‌بخشد (دوران، ۱۳۹۸، ۲۳).

## ۶. بحث اصلی، ابزارهای گسترش خیال

خیال بدون مجموعه‌ای از عوامل، توان گسترش در اذهان ایرانیان را نداشت. هریک از این ابزارها از زاویه‌ای و به نحوی بر حافظه جمعی مردم اثر گذاشتند و به آن شکل دادند که در ادامه به چند نمونه از آن‌ها اشاره کرده‌ایم.

## ۱-۶. پیکرنگاری‌ها و کارکرد سیاسی آن‌ها

برک، پیکرنگاری را ژانر هنری‌ای می‌داند که اکثراً از معانی نمادین آکنده‌اند و از این جهت، صورتی نمادین است (برک، ۱۴۰۲، ۳۴).

اصلی‌ترین کارکرد پیکرنگاری، برای شاهان در طول تاریخ ایران و حتی اروپا، القای نوع خاصی از معنا و هویت به مخاطبان آن‌ها بوده است؛ مخاطبانی که یا سفیران و فرستادگان دربار شاهان دیگر بودند، یا جامعه هدف متفاوتی داشتند که همانا عوام مردم را دربر می‌گرفتند. پیکرنگاری‌ها، یا به زبان عامیانه، «نقاشی»، از ساده‌ترین و البته اثرگذارترین ابزارهایی بودند که شاهان صفوی و قاجار از آن برای نوعی روایت‌گری بهره می‌بردند. این پیکرنگاری‌ها، پیام را مستقیم به مخاطب منتقل می‌کردند؛ حتی اگر مخاطبشان از پایین‌ترین سطح درک نیز برخوردار بود، ناخواسته جذب عظمت پیکرنگاری‌ها می‌شد. نویسنده‌ای برای پیکرنگاری‌ها چند ویژگی قائل است:

- پیکرنگاری‌ها تنها شباهت یا تمثال نیستند؛ آن‌ها اثری هنری هستند که بازتابی است از ارزش‌های حاکم بر زمان و مکانی مشخص.

- پیکرنگاری‌ها با مفهوم هویت و القای مجموعه‌ای از ارزش‌ها گره خورده‌اند و حضوری فراگیر در زندگی مردم دارند؛

- معمولاً پیکرنگاری‌ها در فرهنگ‌هایی برجسته می‌شوند که در آن‌ها فرد ارزش بیشتری نسبت به جمع دارد و نوعی قهرمان‌پروری و اسطوره‌گرایی در حافظه جمعی آن ملت، تثبیت شده است؛

- پیکرنگاری‌ها بر اشیایی ظاهر می‌شوند که در میان توده مردم در حال گردش هستند؛ به عنوان مثال، سکه، مهر، اسکناس، پارچه، سفال، و حتی روزنامه‌ها و مجله‌ها و البته نقاشی‌های سلطنتی و تصاویر رهبران سیاسی که بیشتر در مکان‌های عمومی و نمادین کشور نصب هستند (شیرر وست<sup>۱</sup>، ۱۴۰۰، ۳۷-۹-۶-۳).

پیکرنگاری‌ها از اصلی‌ترین ابزارهای گسترش تخیل جمعی در میان مردم هستند و دسته‌ای از آن‌ها که ویژگی‌های سیاسی دارند، نوعی القای حس قدرت را نیز به همراه دارند. می‌توان گفت، پیکرنگاری‌های سیاسی، زمان‌های مشخص را بی‌زمان می‌کنند و به شاهی که

### 1. Shearer West

حتی ممکن است مرده باشد، نوعی جاودانگی در طول زمان می‌بخشند؛ بنابراین، یک پرتره سیاسی این ویژگی را دارد که بدن فیزیکی شاه را به بدنی معنوی وصل کند و آن را در یک تصویر، جاودان کرده و تداوم بخشد. در چنین شرایطی است که پیکرنگاری‌ها، به تعبیر وست، به نوعی ابزار سیاسی تبدیل شده و وسیله‌ای می‌شوند که با آن، برداشت خاصی از یک فرد یا یک مفهوم توسط مخاطبان آن پیکرنگاری انجام می‌شود (شیرر وست، ۱۴۰۰، ۶). پیکرنگاری‌ها همچنین می‌توانند به مثابه چاقویی دولبه عمل کنند؛ به این معنا که رهبران سیاسی از آن‌ها برای نوعی مغزشویی و تبلیغات استفاده کنند یا ابزاری برای انتقال مرجعیت باشند (شیرر وست، ۱۴۰۰، ۶۰).

از همین رو است که حاکمان معروفی همچون لوئی شانزدهم یا شاهان انگلستان در طول تاریخ اروپا از پیکرنگاری‌ها برای تثبیت جایگاه خود در ذهن مردم استفاده می‌کردند. پیکرنگاری‌ها در این حالت، دارای کارکرد ایدئولوژیک هستند و در همه‌جا حضور دارند؛ حتی بر روی لیوان یا زیرلیوانی‌های مورد استفاده مردم در میخانه‌ها (در ایران در قهوه‌خانه‌ها) و چنان‌که خواهیم دید، شاهان ایرانی نیز از این کارکرد پیکرنگاری‌ها و تأثیر آن بر عوام، آگاه بودند. افزون‌براین، پیکرنگاری‌ها دارای پیام سیاسی مشخصی نیز بودند؛ اینکه چه کسی فرمان طراحی پیکرنگاری‌ها را می‌داد و چه محتوایی در آن‌ها وجود داشت یا چه پیکرنگاری‌هایی جمع و حذف می‌شدند، خود نشانه‌ای بود از اینکه چه تفکر و فرد/افرادی بر جامعه حکومت می‌کنند؛ بنابراین، میل به دستکاری یا سرنگونی تصاویر و حکاکی‌ها همواره با قدرتمندان بوده است. به همین دلیل است که برای سرنگونی بدن نمادین شاه/حاکم از بین بردن نمادهای او، از جمله مجسمه‌ها، تصویرها، قاب عکس‌ها، و... مهم است و ویژگی نمادین دارد. می‌توان گفت، سرنگونی بدن نمادین شاه، به مثابه سلب بدن معنوی از شاه/فرمانروا مخلوع و انتقال آن به پیکره جدیدی است که به سرعت در قالب مجسمه‌ها و تصاویر و پیکرنگاری‌های جایگزین به خیال جمعی مردم معرفی می‌شود. در مجموع می‌توان گفت، پیکرنگاری‌ها دارای چند کارکرد سیاسی مشخص هستند:

- کمک می‌کنند تا مفاهیم مورد نظر شاهنشاه در خیال جمعی مردم ته‌نشین شود؛
- نماد جلال شاهی هستند؛
- مشروعیت بخش هستند؛
- فرد را بی‌زمان و جاودانه می‌کنند و به شاه، نوعی نامیرایی می‌دهند؛ به این معنا که تمثال

شاه همواره جوان است و قدرتمند؛ گویی تصویر شاه، به تعبیر دوران قاجار، «شبیبه» شاه است و حتی این حس را القا می‌کند که تصویر به اندازه خود شاه واقعی است و در همه‌جا حاضر و ناظر است.

## ۲-۶. عصر قاجار، بازآفرینی اندیشه ایرانی شهری در قالب پیکرنگاری

سلطنت قاجارها در ایران از همان ابتدا با چالش‌های فراوانی روبه‌رو بود. هنوز خاطره و اثرات تلخ آنچه کروسیسنکی در گزارش خود درباره سقوط اصفهان توضیح می‌دهد، از بین نرفته بود و سلسله صفوی، به‌رغم فروپاشی‌اش، همچنان در خیال جمعی ایرانیان، حضوری نمادین داشت؛ بنابراین، شاهان قاجار در موقعیتی دوسویه قرار می‌گرفتند؛ از یک‌سو، نیاز داشتند که همچنان خود را به سلسله صفوی نزدیک بدانند و از سوی دیگر، به تدریج باید برای خود هویت و مشروعیتی دست‌وپا می‌کردند؛ زیرا، قاجارها در عمل، جز نیروی شمشیر و پیروزی در جدالی ایلیاتی، صاحب عنصر خاصی، که پشتیبان سلطنت باشد، نبودند. پیکرنگاری و پیکرنگاری‌های سلطنتی، از اصلی‌ترین این تلاش‌ها بود.

در این پیکرنگاری‌ها، بیش از هر چیز، شمایل شاهان قاجار (به‌ویژه از فتحعلی‌شاه به این‌سو) و بازگشت به اندیشه ایرانی شهری و دوران ساسانی را مشاهده می‌کنیم. شاهان قاجار، چنان‌که جولین رابی<sup>۱</sup> نشان می‌دهد، در شمایل و پیکرنگاری‌هایی که از خود به‌جا گذاشتند، همواره در پوشش رسمی به چشم می‌خورند و اورنگ شاهی، تاج، بازوبند، خنجر، گرز، قالیچه، جام و صراحی، و حتی چشم‌انداز خاصی در پس‌زمینه دارند که بیش از هر چیز، الگو گرفته از اطلاعاتی است که در آن زمان از ساسانیان داشته‌اند.

یکی از جالب‌ترین نمونه‌های آگاهی شاهان قاجار، اهمیت سیاسی پیکرنگاری‌ها در مراسم دیپلماتیک است. فتحعلی‌شاه با آگاهی از این اهمیت، در عمل، پیکرنگاری‌ها را به نوعی «بیانیه سیاسی» تبدیل کرد و به تصاویر خودش، ارزش نمادین بخشید. نایل گرین<sup>۲</sup> در پژوهش خود این موضوع را توضیح داده است. آنجا که دانشجویان ایرانی که از سوی عباس میرزا به انگلستان می‌روند تا در رشته‌های گوناگون تحصیل کنند و هدایای نفیسی را همراه خود به این کشور می‌برند. هدیه ارسالی فتحعلی‌شاه برای جورج سوم، از نظر این

1. Julian Raby

2. Nile Green

پژوهش، اهمیت زیادی دارد: آینه‌ای که پشت آن، چهره شاه ایران نقاشی شده است. گرین توضیح می‌دهد: «وقتی جورج سوم در آینه نگاه می‌کرد و تصویر خود را می‌دید، مثل عشاق در سنت ایرانی، چهره دوست ایرانی‌اش را هم پشت آینه می‌دید که در بازتاب یکی می‌شد؛ از این رو، وقتی که شاه جورج در آینه خیره می‌شد، می‌دید که فتحعلی‌شاه از روی شانه نگاهش می‌کند (گرین، ۱۳۹۹، ۴۵)؛ بنابراین، رفتار شاهان قاجار و فرستادگان آنان، نه تنها از روی تبختر یا ولخرجی و عیاشی نبود، بلکه در پشت خود، هدفی داشت که همانا تلاش برای انتقال شکوه دربار ایران و نشان دادن هم‌ترازی شاه ایران با شاهان اروپا بود؛ تخیلی که در اشیاء جلوه‌گر می‌شد. جدای از این موضوع، تصویر شاه ایران، به‌نوعی شبیه خود شاه نیز بود و به عبارت دیگر، بدن معنوی شاه، در پیکرنگاری شاه، تداوم می‌یافت و فرستادگان دیپلماتیک ایرانی و حتی نمایندگان خارجی، مجبور بودند به تصویر شاه نیز به اندازه خود شاه احترام بگذارند.

لیلا دیبا توضیح می‌دهد: «ادای احترام به شاه از شخص او فراتر می‌رفت و شامل هر رویداد و شیئی که کمترین نشانی از شاه داشت نیز می‌شد» (دیبا، ۱۴۰۱، ۴۹). جالب است که «بیش از پانزده تک‌چهره فتحعلی‌شاه به‌عنوان هدایای دیپلماتیک به انگلستان، هند، روسیه، و فرانسه فرستاده شد» (دیبا، ۱۴۰۱، ۶۴) و البته در این تصاویر، پیامی نیز نهفته بود: «گرز سلطنتی و شمشیر در غلاف، معرف تهدیدی تلویحی بود و نشان‌ها و یراق و بازوبندهای مرصع جواهرنشان و تزئینات گرانبها، گویای ثروت و تمکن» (دیبا، ۱۴۰۱، ۶۶).

### ۳-۶. کارکرد داخلی پیکرنگاری‌ها

فتحعلی‌شاه، با اصرار از لقب «شاه شاهان» یا همان «شاهنشاه» برای خود استفاده می‌کرد که لقبی باستانی است و البته کارکرد سیاسی مشخصی نیز دارد که همانا برتری شاه قاجار بر تمام مدعیان سلطنت و حاکمان مناطق است و البته این پیام را نیز در خود نهفته دارد که همسایگان ایران با شاهنشاهی مقتدر و یک قدرت منسجم مرکزی روبه‌رو هستند؛ بنابراین، تنها با یک لقب یا مجموعه‌ای از پیکرنگاری‌های درباری روبه‌رو نیستیم، بلکه شاهان قاجار در داخل نیز همچون خارج، در پی دستیابی به نتایجی بودند که از طریق اتکای آن‌ها به پیکرنگاری‌ها حاصل می‌شد. شاهان قاجار از دو نوع نقاشی حمایت می‌کردند؛ نخست، آثار عامیانه‌ای که بیشتر درون‌مایه‌ای مذهبی داشتند و به‌ویژه در مراسم تعزیه نمایش داده می‌شدند. این نقاشی‌ها

و اصولاً مراسم تعزیه، برای شاهان قاجار، دو کارکرد بنیادین داشت: نخست اینکه آن‌ها را متولیان دین معرفی می‌کرد و دوم اینکه، تنها ابزار و فرصتی بود که شاهان قاجار در مسائل دینی، به نوعی برتری نسبت به رقیب خود، یعنی علما، دست پیدا کنند. عباس امانت توضیح می‌دهد که مراسم مذهبی «به‌عنوان حربه‌ای کارگر در دست شاه برای مقابله با علما» به‌کار گرفته می‌شد (امانت، ۱۴۰۰، ۵۶۴).

نوع دوم نقاشی‌ها بر بازنمایی ایران باستان در حالت‌های مختلف تأکید داشتند. گفتنی است، تأثیرپذیری قجرها از سلسله ساسانی به‌خوبی مشهود است و این تمایل به نزدیکی به شاهان ایران باستان، به‌اندازه‌ای آشکار است که تصاویر سلطنتی فتحعلی‌شاه در ری و طاق‌بستان، در کنار نقش برجسته‌های اشکانی و ساسانی قرار دارد (رابی، ۱۳۹۹، ۶۸). در واقع، اصرار فتحعلی‌شاه و جانشینانش بر استفاده از نقاشی‌های دیواری و البته سنگ‌نگاره‌هایی که در محل‌های تاریخی مشهور کشیده‌اند، نمادی از همین تأثیرپذیری است. تأکید بر مفهوم فره ایزدی نیز نمونه دیگری از پیوند قاجار با ایران باستان بود. نقاشی میرزاآباز از فتحعلی‌شاه که دیبا آن را تفسیر کرده است: «زرین‌ردای شاه و تالو جواهراتش، فرّ ایزدی شاهنشاهان باستانی ایران را به‌رخ می‌کشید» (دیبا، ۱۴۰۱، ۶۱)، همچنین، تصاویری که صف سلام را در دوران فتحعلی‌شاه نشان می‌دهند و اساساً برگزاری چنین مراسمی نیز به‌خوبی «نقش برجسته‌ای را در تخت جمشید به ذهن تداعی می‌کند که در آن داریوش بزرگ درال پذیرفتن هدایای نمایندگان ملل تابع خویش است» (دیبا، ۱۴۰۱، ۶۴).

بنابراین، پیکره شاهان قاجار در همه ابعاد زندگی مردم عصر قاجار، بروز و ظهور پیدا می‌کرد. اتکای شاهان قاجار به عناصر و نمادهای به‌ارث‌رسیده از ایران‌شهر نیز در همین راستا بود. می‌توان گفت، شاهان قاجار به‌گونه‌ای شهودی بر نوعی آگاهی ملی ایرانیان درباره تاریخشان، به‌ویژه در مورد مفهوم شاهنشاه، سوار شدند و آن را گسترش دادند.

یکی از اصلی‌ترین این نمونه‌ها، حمایت و گسترش نقاشی‌ها یا متونی بود که شاهان قاجار را به ایران باستان یا پهلوانان ایرانی و نبردهای حماسی آنان پیوند می‌داد. رستم از اصلی‌ترین این نمونه‌ها بود. شاهان قاجار دستور داده بودند که تصویر رستم بر سر در کاخ‌های سلطنتی (از جمله کاخ ساری) نقش بندد. انتخاب رستم، چند دلیل اصلی داشت؛ نخست اینکه، او پهلوانی بود که در خیال جمعی ایرانیان، جایگاه عمیق و تثبیت‌شده‌ای داشت و تقریباً همه، داستان او را می‌دانستند و دوم اینکه، رستم «از قدیم، حافظ و حارس پادشاهی ایران و

یارِ یگر آنان در مسیر رسیدن به قدرت شمرده می‌شد و به همین دلیل، تصویرش به نوعی یادآور مشروعیت قاجارها بود» (دیبا، ۱۴۰۱، ۵۷).

بنابراین، چنان‌که در قسمت مفاهیم نشان دادیم، شاهان قاجار به نوعی وظایف و توقعات افکار عمومی از مقام شاهنشاه را درک کرده و برای القای اینکه آنان نیز چنین توانایی‌ای دارند، تلاش می‌کردند. تصویر شاهان قاجار، جدای از پیکرنگاری‌های بزرگ و شکوهمندی که برای تأثیرگذاری بر عرصه عمومی شکل گرفته بودند، درون زندگی مردم نیز جای داشت و مردم به‌طور ناخودآگاه به تصاویر شاه، همچون خود وی، احترام می‌گذاشتند؛ به‌عنوان مثال، مردم شیراز و مقامات آن شهر به تصویری از ناصرالدین‌شاه احترام گذاشته و «تا کمر خم می‌شدند و مبلغی به‌عنوان پیشکش در مقابل آن قرار می‌دادند» (دیبا، ۱۴۰۱، ۷۰). یک بار دیگر در اینجا نیز شاهد هستیم که اگرچه بدن فیزیکی شاه نمی‌تواند در همه‌جای ایران حضور داشته باشد، بدن معنوی شاهنشاه در قالب تصاویری جایگزین او می‌شود و تبعیت همه را در پی دارد.

#### ۴-۶. پیوند شاه، پیکرنگاری‌ها، و تشیع

هنر نقاشی، به‌عنوان یک اثر تبلیغی، به‌اندازه‌ای مهم بود که تلاش شد در برابر روایت‌های قدیمی‌تر اسلامی که در مورد نقاشی سختگیری می‌کرد، نوعی روایت جدید خلق شود که در آن اتفاقاً نقاشی عملی مقدس و پیامبران باستانی، همه نقاش بودند. در این روایت‌ها حتی علی (ع) نیز به‌عنوان بنیان‌گذار هنر خوشنویسی معرفی شد (موین، ۲۰۱۴، ۲۰۰-۱۹۹). در واقع، چنان‌که برک نشان می‌دهد، کارکرد بنیادین نقاشی و بعدها پیکرنگاری، نوعی تلقین عقیده است؛ به‌ویژه تصاویری که درون‌مایه‌ای مذهبی دارند، بیشتر در جهان گذشته برای جمعیت بی‌سواد به‌کار می‌آمدند و ابزاری برای کسب مشروعیت بودند (برک، ۱۴۰۲، ۸۳). در کنار اتکای شاهان قاجار به ایران باستان، منبع دیگری نیز به آنان قدرت می‌بخشید و آن، تکیه زدن به برداشت خاصی از اسلام بود. در پیکرنگاری‌ها، تأکید فراوان قجرها، به‌ویژه ناصرالدین‌شاه، برای اثبات وابستگی به امام علی، جالب‌توجه است. رابی توضیح می‌دهد که نشان علی «حق انحصاری شاه» به‌شمار می‌آمد. در مراسمی که ناصرالدین‌شاه این نشان را به گردن داشت، ۱۱۰ تیر سلام از توپخانه شلیک شد که عدد آن، معادل «ارزش شماره‌ای حروف به‌نام علی بود و می‌توان گفت، چهره‌نگاری «اینک دیگر نه تنها برای مقاصد سیاسی، بلکه در جهت مشروعیت دینی به‌کار می‌رفت» (رابی، ۱۳۹۹، ۲۸).

شاه قاجار اصرار داشت که در برخی نقاشی‌های کشیده‌شده از وی، همواره مدالی که تمثال منسوب به امام علی بر آن نقش بسته بود، به سینه‌اش قرار داشته باشد. این علاقه عجیب ناصرالدین‌شاه به حضرت علی، نخست از این نکته سرچشمه می‌گرفت که وی تاحدی تحت تأثیر شیعیان غلوگر بود و دوم اینکه، ستایش علی برای ناصرالدین‌شاه، به‌ویژه به واسطه برخی شاعران دربارش، این حس را به‌وجود می‌آورد که شاه ایران، به‌نوعی تداوم حکومت علی و راه‌ورسم او در حکومت‌داری را درپیش گرفته است و به‌تعبیر امانت: «به شاهزاده جوان، احساس اعتماد از جایگاهش در جهان و حمایت مقدر الهی می‌داد» (امانت، ۱۴۰۰، ۱۱۷).

بدیهی بود که ذهنیت و برداشت خاص ایرانیان از اسلام و تشیع نیز در اینجا به‌کمک شاهان قاجار، به‌ویژه ناصرالدین‌شاه، آمد تا شخصیت امام اول شیعیان را برجسته کنند و پیکرنگاری‌های منسوب به امام علی، اساساً از دوران قاجار است که در میان مردم ایران جایگاهی مرسوم پیدا می‌کند و روی طاقچه خانه‌ها می‌نشیند؛ گویی شاه اسلام‌پناه، این‌بار شمایل خود را به‌طور غیرمستقیم و در قالب شمایل علی (ع)، تبلیغ کرده و گسترش می‌دهد. البته این موضوع به امام اول شیعیان محدود نبود؛ به‌عنوان مثال، فتح‌علی‌شاه دستور داده بود تا تصاویر تمام‌قدی از وی در اماکن مذهبی قرار دهند. سرانجام، مهم‌ترین نماد اتکای شاهان قاجار به دین برای کسب مشروعیت، دستور به دفن آنان و ساخت قبور خاصی در مکان‌های مذهبی مهم برای ایرانیان بود؛ نمادی از اینکه پیوند کهن ایرانی که در آن شاه خود به‌مثابه دین تلقی می‌شد، با اندکی تحول، تداوم می‌یافت و شاه باید در جایی دفن می‌شد که مقدس به‌شمار می‌آمد.

برای عامه مردم، یکی دیگر از این نمادهای شیعی-سیاسی، نماد شیر بود؛ شیری ازپای‌درآمده یا شیری که در نبرد با شاهنشاه است، از اصلی‌ترین این کنده‌کاری‌ها بود. نویسنده‌ای، شیر را در فرهنگ ایرانی، دارای چندین ظرفیت می‌داند و توضیح می‌دهد که در عصر قاجار، هنرمندان ایرانی نشان باستانی شیر و خورشید را دگرباره احیا کردند و ترکیب جدیدی آفریدند که در آن، افزون بر نمادهایی از ایران باستان، شمشیر دولبه حضرت علی نیز در دست شیر قرار گرفت و «نقش شیر به نمادی از شهامت حضرت امیر (اسدالله: شیر حق) تبدیل شد و خورشید برآمده از پشت آن نیز آفتاب حقیقت، حضرت ختمی مرتب (ص) را در ذهن تداعی می‌کرد (معتقدی، ۱۴۰۱، ۶۰).

براین اساس می‌توان گفت، شاهان قاجار با تکیه بر این نقش، به ترکیب جدیدی از عوامل

مشروعیت‌بخش دست یافتند: ایران باستان و ترکیب آن با عناصر شیعی. جالب است که افزون‌بر لاله‌ها و ظرف‌های معروف به شاه‌عباسی، نقاشی‌های قهوه‌خانه‌ای از پهلوانان و شاهان ایران، استفاده از تصاویر شاهان در کاشی‌ها، و اساساً هنر کاشی‌کاری نیز تصویر شاه را به میان مردم می‌آورد. اکنون شاه در کاشی‌های مختلف با کیفیت‌های گوناگون هم در سراسر دربار بازتاب می‌یافت<sup>(۱۰)</sup> و هم در پیش چشم عامه مردم در بازار، سردر حمام، ورودی مساجد، و... در مجموع می‌توان گفت، تصویر شاهان ایرانی در عصر قاجار همچون یک بازوی ایدئولوژیک برای حکومت عمل می‌کرد. اوزلی<sup>۱</sup> توضیح می‌دهد که «در هر شهری از ایران می‌توان تصویری از شاه پیدا کرد؛ چه در ابعاد بزرگ روی بوم و کرباس و چه در ابعاد کوچک و روی برکه‌های کاغذ، قاب عینک، قلمدان و درپوش جعبه‌ها (اوزلی، ۲۰۰۴، ج ۳، ۱۳۲). طبیعی بود که این حجم از تکثیر چهره شاه نیازمند توجه به دو مسئله بود: نخست اینکه لازم بود تا نهادی مرکزی این انتشار تصاویر را کنترل کند؛ تأسیس آنچه «نقاشخانه شاهی» نامیده می‌شد، از همین روی بود؛ و دوم اینکه، بسیار مهم بود که نقاشی‌ها پیامی را القا کنند که شاهان قاجار بر آن نظر داشتند و هر نقاشی اجازه کشیدن تصویر شاه را نداشت. شاهان قاجار، خود بر نقاشی‌ها و آنچه «شبهه»<sup>(۱۱)</sup> شان بود، نظارت می‌کردند؛ زیرا، به تعبیر نویسنده‌ای: «تمثال شاه نیز به اندازه خود شاه، دارای حرمت است. در کنار آن، شاه همواره باید برای مردم، بیگانه باقی بماند؛ برای همین است که تصویر شاه را «شبهه» می‌نامیدند؛ یعنی باز هم درنهایت شاه یکی است و حتی تصویرش نباید رقیب باشد» (اخوت، ۱۳۸۸، ۴۹).

#### ۵-۶. پیکرنگاری‌ها و تثبیت جایگاه شاه در طایفه

درنهایت، پیکرنگاری‌ها و نقاشی‌های سلطنتی، کارکرد دیگری نیز برای شاهان قاجار داشتند. نخست، شاه متوجه بود که باید انواع گوناگونی از پیام‌ها را از طریق این پیکرنگاری‌ها القا کند؛ به‌عنوان مثال، تصاویر، معمولاً شاهی را نشان می‌داد جوان و بی‌عیب و نقص؛ زیرا، در ذهنیت ایرانیان، شاه باید همواره به‌لحاظ فیزیکی سالم می‌بود. همچنین، تصاویر معمولاً قدی هستند و بسیار باشکوه، تا به‌نوعی حس ارباب‌آمیخته با احترام را برای مخاطب تداعی کنند. افزون‌براین، پیکرنگاری‌ها وسیله‌ای برای انتقال انواع پیام‌های سیاسی به طایفه قاجار بودند. دیبا توضیح می‌دهد که پیکرنگاری به القای اصالت و هویت شاهنشاهی دودمان قاجار کمک

1. Sir William Ouseley

می‌کرد و همچنین، با به‌تصویر کشیدن تعداد زیادی از پسران این طایفه در نقاشی‌ها، به نوعی همبستگی قبیله‌ای دامن می‌زد و اعتمادی را به‌وجود می‌آورد (دیبا، ۱۴۰۱، ۶۰).

## ۶-۶. تلگراف

دوران سلطنت ناصری با تمام شاهان قاجار متفاوت بود. ناصرالدین‌شاه در میانهٔ تجدد و سنت ایستاده بود و تحولات داخلی و خارج از ایران نشان می‌داد که او دیگر نمی‌تواند به شیوهٔ پیشین حکومت کند. ورود فناوری تلگراف به ایران و راهبردی که شاه در استفاده از آن به‌کار گرفت، یکی از نشانه‌های اتکای وی به خیال جمعی مردم ایران و دستیازی به آن بود. کمتر از ده سال پس از آنکه اروپایی‌ها از تلگراف استفاده کردند، این رسانه به ایران وارد شد (دههٔ ۱۲۳۰ شمسی یا دههٔ ۱۸۵۰ میلادی) (خوشنویس، ۱۴۰۱، ۵۰). جالب‌توجه است که ناصرالدین‌شاه دستور می‌دهد که نخستین خطوط تلگراف در سه محل راهبردی نصب شوند: منزل وزیر امور خارجه، منزل رئیس محافظان شاه، و البته از همه مهم‌تر، اتاق شخصی شاه. (خوشنویس، ۱۴۰۱، ۵۷).

اما تلگراف چگونه به تصور جمعی مردم در مورد شاهنشاه شکل داد؟ نخستین نکته‌ای که باید به آن اشاره کنیم، کارکرد دوسویهٔ تلگراف است. تلگراف هم ویژگی تمرکزگرا داشت و به تثبیت ایدهٔ دولت‌ملت و حکومت مرکزی کمک می‌کرد و هم در کارکردی متناقض، به تمرکززدایی می‌انجامید و فرصتی را فراهم می‌کرد که برای نخستین‌بار، صدایی متفاوت از مناطق دوردست ایران شنیده شود. در واقع، ورود تلگراف به ایران، این فرصت را فراهم کرد که هرکسی از ظن خود، یار این فناوری شود و برای مقاصد سیاسی خود از آن بهره‌جوید و طبیعی بود که ناصرالدین‌شاه نیز چنین کند. تلگراف این فرصت را برای شاه فراهم می‌کرد که بدن معنوی و نمادین خود را در سراسر ایران گسترش دهد. استفادهٔ شاه از نماد مذهبی شیر و خورشید روی برگه‌های تلگراف نیز به ناخودآگاه ایرانیان جهت می‌داد و تاکتیکی هوشمندانه بود. چنان‌که خوشنویس (۱۴۰۱) اشاره می‌کند، این فناوری برای قاجار، به‌اندازه‌ای اهمیت داشت که می‌توان آن را نخستین زیرساخت ایران دانست که در سراسر کشور گسترش یافت. فناوری تلگراف این امکان را فراهم کرد که شاه به‌طور روزانه از وضعیت مناطق زیر فرمانش در سراسر ایران خبر بگیرد و دستوراتی را صادر کند؛ بنابراین، برای نخستین‌بار تا آن زمان، شاه مرکزی این قدرت را پیدا کرده بود تا به‌سرعت از رویدادها، شورش‌های احتمالی، و اخبار تهدیدآمیز مربوط به خود و دولت‌ش آگاه شود. فناوری تلگراف با خودش الزاماتی را هم به ایران

وارد کرد؛ به‌عنوان مثال، لازم بود که در سراسر کشور، تلگراف‌خانه برپا شود و در این مراکز و در جاده‌ها، سربازانی برای حفاظت از تیرهای تلگراف گماشته شوند و بدیهی بود که این سربازها و مسئولان تلگراف از مرکز به مناطق دیگر ایران اعزام می‌شدند و این‌گونه قدرت تسلط حکومت مرکزی را افزایش می‌دادند؛ بنابراین، صرف ورود این فناوری به ایران، در تغییر جایگاه شاهنشاه مؤثر بود؛ چه رسد به اینکه ناصرالدین‌شاه خودش نیز برنامه‌هایی برای استفاده از تلگراف داشت.

در سطح داخلی، شاه به‌سرعت از این نکته آگاه شد که اکنون، دیگر متکلم وحده نخواهد بود و تلگراف، کارکردی دوسویه دارد؛ یعنی همان‌گونه که شاه از آن استفاده می‌کند، مردم نیز می‌توانند از این وسیله برای انتقال پیام خود استفاده کنند. ناصرالدین‌شاه با آگاهی از این موضوع، نخستین گام را برداشت و مالکیت و انحصار این دستگاه را برای خود دانست: «... از این تاریخ، اداره تلگرافی دولت علیه را به مراقبت نفس... و شخص خودمان گرفته از امور مختصه دایره سلطنت قرار دادیم. ناصرالدین‌شاه قاجار، ۱۲۹۱/ق/۱۲۵۳ش» (خوشنویس، ۱۴۰۱، ۴۵). گام بعدی شاه، استفاده از تلگراف برای تثبیت جایگاهش بود. شاه فهمیده بود که پدیده‌ای موسوم به «شاه‌مرگی» رخدادی مهم در ذهنیت جمعی ایرانیان درباره جایگاه پادشاه است. او درک کرده بود که اگر در تصور جمعی مردم، این گمان پیش بیاید که شاه مرده یا به‌قول عوام، مملکت بدون صاحب شده است، قدرت و مشروعیتش به‌خطر خواهد افتاد و چه‌بسا رقبا، جایگاه وی را تصاحب کنند. به‌همین سبب، حتی هنگامی که در ایران حضور نداشت، استفاده هوشمندانه‌ای از تلگراف را برای اثرگذاری بر تصور جمعی مردم ایران در پیش گرفت. شاه در طول سفرهای اروپایی‌اش، حضوری معنوی در ایران داشت. یک مأمور شخصی شاه در ایران گزارش می‌دهد که ناصرالدین‌شاه حکایت استقبال باشکوه از سفرش به انگلستان را برای وی تلگراف کرده و آن متن در حضور مقامات کشوری و لشگری و با صدای بلند قرائت شده بود. (سهرابی، ۱۴۰۰، ۸۲). به‌این ترتیب، شاه، خیال مردم را از حضور و سالم بودن و البته قدرتمندی خود، باوجود دوری فیزیکی پیکرش از وطن، راحت می‌کرد و استفاده از تلگراف در همه مراحل سفر شاه، «ابزاری بود که او را قادر به برقراری ثبات و آرامش در دوره غیبت طولانی‌اش از کشور می‌کرد و بی‌شک، سفرهای او به اروپا را برای مردم کشورش، توجیه می‌کرد» (سهرابی، ۱۴۰۰، ۱۸۲).

در داخل نیز شاه به تصورات ایرانیان از مفهوم شاه مقدس دامن می‌زد؛ به‌عنوان مثال، این

ویژگی شاهان که باید مجری عدالت باشند و سخن رعیت را بشنوند، با خلق تلگراف شکل جدیدی به خود گرفته بود؛ یعنی آن «تصور» همچنان در جای خود محفوظ بود و مردم تصور می‌کردند که «سیم‌های تلگراف، مستقیم به پای تخت شاه می‌رود و او آن را می‌خواند» (خوشنویس، ۱۴۰۱، ۷۴). شاه نیز به این تصور دامن می‌زد و در برخی موارد، حاکمان محلی را به وسیله تلگرافی تنبیه و توبیخ، و جایگاه خود را به‌عنوان پادشاه عادل، تثبیت می‌کرد.

شاه در مواقع بحرانی به استفاده از تلگراف به‌عنوان ابزاری برای تبلیغات نیز گوشه‌چشمی داشت؛ به‌عنوان مثال، ناصرالدین‌شاه با هوشمندی به این تصور ایرانیان که در نبود شاه به‌عنوان پدر، تمام کشور در هرج و مرج گرفتار خواهد شد، دامن می‌زند و در هنگام بروز شورش‌های مختلف، مردم و روحانیون را ترسانده و می‌نویسد: «اگر دولت نباشد، یک نفر از شماها را زنده نخواهند گذاشت و همان بابی‌های تهران، گردنتان می‌زنند» (خوشنویس، ۱۴۰۱، ۹۲). این تلاش برای کنترل افکار عمومی در بحران‌های منتهی به انقلاب مشروطه نیز نمایان شد؛ آنجا که پادشاه وقت دستور داد تا تلگراف‌های شیخ فضل‌الله و همه کسانی که بحث از رد مشروطه می‌کردند، به‌شکل رایگان فرستاده شود.

در بعد خارجی نیز تلگراف، به‌کمک شاهان قاجار، به‌ویژه ناصرالدین‌شاه، آمد تا گزاره شاه مقتدر را در نزد مردم جا بیندازد. تلگراف برای نخستین بار این امکان را به ناصرالدین‌شاه داد که بدون واسطه سفیران دولت‌های خارجی، که بیشتر در پی دریافت امتیازاتی برای خود بودند، به‌گفت‌وگو با سران اروپایی پردازد. به‌تعبیر عامیانه، برای شاهی که در ذهنیت ایرانیان، نوعی مرکزیت در عالم داشت و قبله عالم خوانده می‌شد، کسر شأن بود که از طریق واسطه‌هایی با سران همتای خود مذاکره کند و تلگراف این فرصت را به شاهنشاه ایران می‌داد که نقشی دیپلماتیک برای خود تدارک ببیند و حتی به تصور مردم اروپا و حاکمان آن‌ها درباره ایران و جایگاه شاهنشاه شکل دهد و «این شیوه ارتباطی در سال‌های آتی، حربه بزرگی در دست شاه برای نگهداری تعادلی هرچند شکننده بین دو قدرت همسایه [روس و انگلیس] بود (امانت، ۱۴۰۰، ۵۲۹). یک‌بار دیگر، شاه ابزاری یافته بود که به‌تصور جمعی مردم شکل دهد و سلطه معنوی خود را تحکیم بخشد.

## نتیجه‌گیری

در این مقاله تلاش شد تا با رویکردی متفاوت به تاریخ ایران، به‌سراغ موضوعی برویم که

«خیال اجتماعی ایرانیان» نامیدیم. تلاش کردیم توضیح دهیم که چرا و چگونه جایگاه شاهی و نهاد سلطنت در تاریخ ایران، به مهم‌ترین نهاد تبدیل شد و چه عواملی در اهمیت پیدا کردن جایگاه شاهنشاه دخیل بوده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که نباید در بررسی تاریخ ایران، مفهوم تخیل و خیال اجتماعی ایرانیان را نادیده گرفت، بلکه مدعای نگارنده این است که هر نوع خوانش و روایتی از تاریخ ایران، تنها در قالب نوعی بینش تخیلی از تاریخ ایران و تفسیر ذهنیت ایرانیان از دریچه تخیل سیاسی، امکان‌پذیر است. در این نوع خوانش تاریخ، که ما نام آن را «تاریخ مردم» نهاده‌ایم، دیگر این متون رسمی و شناخته‌شده و کلاسیک نیستند که برای مطالعه تاریخ ایران به کار می‌روند، بلکه هر آنچه به خیال جمعی و به بیان روشن‌تر، خیال عامه مردم ایران شکل داده است، مورد توجه است. در میان همه این مفاهیم (به‌زعم نگارنده)، شاه و نهاد شاهی و عملکرد شاهان ایرانی، اصلی‌ترین جایگاه را در ذهن ایرانیان دارد؛ به این معنا که ایرانیان، گاهی حتی دولت و حکومت و شاهی ایرانی نداشته‌اند، اما مجموعه‌ای از ویژگی‌های شاه ایرانی در ذهن آن‌ها با تغییراتی، همواره تداوم یافته است؛ بنابراین، در خیال جمعی ایرانیان (دست‌کم تا عصر مشروطه)، جایگاه شاهی، نهادی بنیادین و حذف‌نشده است. این جایگاه شاهی، چنان‌که نشان دادیم، حول محور ایده شاهی مقدس می‌چرخد که ریشه‌هایی ایرانی، یونانی، مغولی، هندی، و اسلامی دارد. مدعای نگارنده این است که شاهان ایرانی از یک‌سو و مردم ایران از سوی دیگر، مفهوم شاهی مقدس و اهمیت وجود شاه را با ابزارهایی که در طول مقاله بررسی شدند، تداوم بخشیدند و این موضوع در ذهن ایرانیان چنان جای گرفته است که هنوز نیز سوییجهایی از آن قابل حس است. این پژوهش نشان می‌دهد که عناصر بنیادین تشکیل‌دهنده مفهوم شاهنشاه در ایران، لزوماً مبتنی بر منابع فقهی یا شرعی، یا تنها متون ایرانشهری نبودند، بلکه با سنت پیچیده‌ای روبه‌رو هستیم که شاهنشاه در کانون تداوم و تحولات آن قرار داشته است. این وضعیت تا دوران مشروطه و هم‌زمان، آشنایی ایرانیان و کشورهای دیگر هم‌جوار با جهان مدرن و کمی پیشتر از آن، استعمار، در عمل تغییر کرد و نیروهای تداوم‌بخش مفهوم شاهنشاه، به تدریج در نبرد با نیروهای تحول‌بخش در اذهان ایرانیان، مغلوب شدند و تصور جدیدی از جایگاه شاه در ذهن ایرانیان شکل گرفت.\*

## یادداشت‌ها

۱. برای بحث دربارهٔ تداوم هویت ایرانی می‌توان به آثار گوناگونی مراجعه کرد که این بحث را، به‌عنوان مثال از زاویهٔ عرفان یا تداوم زبان فارسی یا اندیشهٔ سیاسی، مطرح کرده‌اند. یکی از آثار قابل توجه در این زمینه کتاب فرشته داوران است که تداوم اندیشهٔ ایرانی شهری را در ابعاد گوناگون گردآوری و مطرح کرده است. ن. ک: داوران، فرشته (۱۴۰۳). تداوم هویت ایرانی. ترجمهٔ مسعود تقی‌آبادی، تهران: نشر مروارید.

۲. اهمیت نگرش کیهانی به جایگاه حاکم از اساسی‌ترین عناصر تشکیل‌دهندهٔ مفهوم شاهی مقدس است که در ادامه توضیح داده شده است.

۳. پژوهشگری بر این نظر است که مردم ایران پس از اسلام نیز به نوستالژی خود برای کارزمای سلطنتی ادامه دادند. ن. ک:

Zoroastrian Literature After the Muslim Conquest. *The Cambridge History of Iran*. 543 – 565.

۴. به‌دلیل مفصل بودن این بحث، مقالهٔ حاضر تنها به مفهوم «تداوم» پرداخته است.  
 ۵. این تخیل جمعی، به تدریج شاه را در ذهن ایرانیان به عنصری همیشگی تبدیل کرد. در واقع، اگرچه در مقاطعی از تاریخ ایران، ایرانیان از دولتی ایرانی و شهریاری ایرانی برخوردار نبودند، اما اندیشهٔ ایرانی شهری در ذهن ایرانیان تداوم یافت و یکی از عناصر آن، مفهوم شاه ایرانی بود.  
 ۶. نگاه ابن عربی به این معنا، نگاهی چرخه‌ای به زمان و کیهان و خلقت بود. در این نگاه در هر چرخه، انسان جدیدی خلق می‌شد. در این قرائت از اسلام، روح دارای نوعی استقلال بود و صوفیان تندرو از این ادعا برای انکار معادشناسی اسلامی استفاده می‌کردند. این مفهوم در ایران به تدریج تقویت شد و نوعی جنبش هزارهٔ جدید را شکل داد که خواهان پایان یافتن هزارهٔ اعراب و آغاز دوران جدیدی با محوریت ایرانیان عصر صفوی بود.

۷. در واقع، شاه اسماعیل، نسبی طلایی داشت؛ از یک سو، مدعی فامیلی با علی، دارا بودن مادری مسیحی و نسبت با آق‌قویونلوها بود و از سوی دیگر، از تباری صوفی برخوردار بود و طی یک سلسله‌مراتب، رئیس سلسلهٔ صوفیه نیز بود. چنین امکاناتی شاه اسماعیل را نه پس از مرگ که در زمان حیاتش به‌عنوان قدیس زنده به دیگران معرفی می‌کرد؛ حتی حامیان اسماعیل به طرف چادر وی نماز می‌خواندند.

۸. برای تداوم این باورهای کیهانی بنگرید به این شعر که مشهور است در هنگام تاج‌گذاری نادرشاه بر روی سکه‌های نادری نوشته شده بود:

سکه بر زر کرد نام سلطنت را بر جهان شاه دین نادرقلی اسکندر صاحب‌قران

چنان‌که مشاهده می‌کنید، در این شعر، جایگاه نادر به‌عنوان شاه دین، شباهت دادن او به اسکندر، و لقب صاحب‌قران که مفهومی کیهانی است، خبر از ترکیب چند الگوی مشروعیت‌بخش برای مقبولیت یافتن بیشتر نادر دارد.

به‌نقل از: علومی، رضا (۱۳۵۰). فلسفهٔ تاریخ شاهنشاهی ایران. تهران: کمیته انتشارات شورای جشن

شاهنشاهی حزب ایران نوین.

۹. مومین در کتاب خود اشاره می‌کند که شاه طهماسب پس از دیدن خواب پیامبر که او را از خوردن شراب و برخی کارهای دیگر نهی کرده بود، این نکته را به درباریان اطلاع می‌دهد و آن‌ها برخی موارد را قبول می‌کنند ولی در مورد نخوردن شراب، حتی در برابر شاه و خواب پیامبر، مقاومت می‌کنند. ن.ک:

Moin, Azfar (2014). *The Millennial Sovereign: Sacred Kingship and Sainthood in Islam (South Asia Across the Disciplines)*. Columbia University Press; Illustrated edition (April 29, 2014).

۱۰. ن.ک: معتقدی، کیانوش (۱۴۰۱)، کاشی و کاشی‌کاران طهران در عصر قاجار. تهران: نشر دانیار.

## منابع

- ابوت، اچ. پورتر (۱۳۹۹). سواد روایت. ترجمه رؤیا پودرآذر و نیما اشرفی. تهران: نشر اطراف.
- اخوت، احمد (۱۳۸۸). دو بدن شاه. تهران: انتشارات خجسته.
- امام شوشتری، محمدعلی (۱۳۵۰). تاریخ شهریاری در شاهنشاهی ایران. تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و هنر.
- امانت، عباس (۱۴۰۰). قبله عالم. ترجمه حسن کامشاد. تهران: نشر کارنامه.
- برک، پیتر (۱۴۰۲). شاهد عینی. ترجمه اشکان صالحی. تهران: نشر بان.
- بریان، پی‌یر (۱۳۹۹). پادشاهی هخامنشی در نهاد پادشاهی در ایران باستان. ترجمه مهناز بابایی. تهران: مروارید.
- پانا اینو، آنتونیو (۱۴۰۲). کیهان‌نگاری در ایران باستان؛ بحث‌ها و دیدگاه‌ها. ترجمه افشین آریان‌پور. تهران: انتشارات طهوری.
- تامس، برانن (۱۴۰۰). روایت. ترجمه حسین پاینده. تهران: نشر مروارید.
- خلیلی، نسیم (۱۴۰۲). قهرمان مردم: علی در بینامتنیت متون رسمی و فرهنگ عامه تاریخ میانه ایران. تهران: نشر سنگلج.
- خوشنویس، یاسر (۱۴۰۱). نبرد سیم‌ها. تهران: نشر کرگدن.
- داوران، فرشته (۱۴۰۳). تداوم هویت ایرانی. ترجمه مسعود تقی‌آبادی. تهران: نشر مروارید.
- دوران، ژیلبر (۱۳۹۸). تخیل نمادین. ترجمه روح‌الله نعمت‌اللهی. تهران: نشر حکمت کلمه.
- دیبا، لیلا (۱۴۰۱). نقاشی‌های سلطنتی ایران در عصر قاجار. ترجمه علیرضا بهارلو و کیانوش معتقدی. تهران: نشر مان.
- رابی، جولین (۱۳۹۹). پرتوهای سلطنتی قاجار. ترجمه علیرضا بهارلو و کیانوش معتقدی. تهران: نشر دانیار.
- رضایی‌راد، محمد (۱۳۷۹). مبانی اندیشه سیاسی در خرد مزدایی. تهران: طرح نو.
- ریکور، پل (۱۳۹۵). ایدئولوژی، اخلاق، سیاست. ترجمه مجید اخگر. تهران: چشمه.
- ریکور، پل (۱۳۹۶). زندگی در دنیای متن. ترجمه بابک احمدی. تهران: نشر مرکز.
- سهرابی، نغمه (۱۴۰۰). بازخوانی سفرنامه‌های اروپایی ایرانیان در عصر قاجار. ترجمه محمد زرگر. تهران: نشر مرکز.
- شایگان، رحیم (۱۳۸۴). تحول مفهوم خدا در یشت فرزانی؛ جشن‌نامه دکتر محسن ابوالقاسمی. تهران: هرمس.
- شرو، پرودس (۱۳۹۱). هخامنشیان و اوستا در پیدایش امپراتوری ایران. ترجمه کاظم فیروزمند. تهران: مرکز.
- صفا، ذبیح‌الله (۱۳۴۶). آیین شاهنشاهی ایران. تهران: چاپخانه دانشگاه تهران.
- طباطبایی، سیدجواد (۱۳۹۸). ملت، دولت و حکومت قانون. تهران: مینوی خرد.
- علومی، رضا (۱۳۵۰). فلسفه تاریخ شاهنشاهی ایران. تهران: کمیته انتشارات شورای جشن

شاهنشاهی حزب ایران نوین.  
فدایی مهربانی، مهدی (۱۳۹۵). در باب خاستگاه ایرانی سیاست. در: فیلسوف سیاست، تهران: فلات.  
گرین، نایل (۱۳۹۹). عشق غریبه‌ها؛ سرگذشت شش ایرانی در انگلستان عهد جین آستن. ترجمه امیرمهدی حقیقت. تهران: نشر چشمه.  
لوگوف، ژاک (۱۳۹۹). تاریخ خیال. ترجمه آندیا عبائی و مریم عباس‌بیگی. تهران: انتشارات روزنه.  
معتقدی، کیانوش (۱۴۰۱). کاشی و کاشی‌کاران طهران در عصر قاجار. تهران: نشر دانیار.  
میر، فردریک (۱۳۹۹). روایت و کنش جمعی. ترجمه الهام شوشتری. تهران: نشر اطراف.  
هیلتز، جان (۱۴۰۰). شناخت اساطیر ایران. ترجمه ژاله آموزگار و احمد تفضلی. تهران: نشر چشمه.  
هینتس، والتر (۱۳۶۱). تشکیل دولت ملی در ایران. ترجمه کیکاووس جهاننداری. تهران: انتشارات خوارزمی.  
وست، شیرر (۱۴۰۰). پرتونه‌نگاری. ترجمه مانده میرزایی. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.  
ولفانگ، کناوت (۲۵۳۵). آرمان شهریاری در ایران باستان؛ از گزنغن تا فردوسی. تهران: اداره کل نگارش وزارت فرهنگ و هنر.

De Menasce, P. (2008). Zoroastrian Literature After The Muslim Conquest. *The Cambridge History of Iran*. 543-565.

Moin, A. (2014). *The Millennial Sovereign: Sacred Kingship and Sainthood in Islam (South Asia Across the Disciplines)*. Columbia University Press, Illustrated edition (April 29, 2014).

Ouseley, W. (2004). *Travels in Various Countries of the East; More Particularly Persia*. Adamant Media Corporation.

Ricoeur, P. (1986). *From Text to Action: Essays in Hermeneutics II*. Translated by Kathleen Blamey and John Thompson. Evanston: Northwestern University press.

Westermann, Claus (2023). "Sacred Kingship". *Encyclopedia Britannica*. Available at: <https://www.britannica.com/topic/sacred-kingship>.

# Contents

○ Independence and Freedom-Seeking Discourse at the Fourth National Front / <i>MohammadHossein Ayoubian, Hojjat Fallah Tootkar and Mohammad Bakhtiari</i> .....	7
○ Evaluating the Challenges of Political Science Employment in Iran: Understanding the Missing Link / <i>AliAshraf Nazari and Parham Pourramezan</i> .....	37
○ The Context and Effects of Generation Z's Participation in Iran's Socio-Political Tensions (2017-2022) / <i>Hossein Dostmohammadi and Mohsen Abbaszadeh Marzbali</i> .....	63
○ The Effect of Digital Media on Citizens' Perception of Healthy Elections: The Mediating Role of Cultural Values / <i>Mahmoudreza Rahbarqazi and Morteza Ebrahimi</i> .....	103
○ Analyzing the Concept of Reflexive Modernity with a Perspective on Iranian Modernity <i>Salman Sadeghizadeh</i> .....	131
○ Designing a Political Marketing Model for the Islamic Council Elections: A Qualitative Survey with the Foundation's Data Approach / <i>Hossein Ebadi, Seyed Abdullah Heidariyeh and Younos Vakil Alroaia</i> .....	157
○ The Social Imagination of Iranians, the Means of Perpetuating the Concept of the King in Iran During the Qajar Era / <i>Seyed Navid Kalahrudi</i> .....	193

## **Research Letter of Political Science**

**(Academic Quarterly of the Iranian Political Science Association)**

**Publisher:** The Iranian Political Science Association

**Director:** Mojtaba Maghsoudi (Islamic Azad University)

**Editor-in-chief:** Ali Karimi (University of Mazandaran)

**Managing Editor:** Shaghayegh Heidari (Islamic Azad University)

### **Editorial Board:**

Tahereh Ebrahimifar (Islamic Azad University)

Qasem Eftekhari (University of Tehran)

Arsalan Ghorbani (Kharazmi University)

Amirmohammad Haji-Yousefi (Shahid Beheshti University)

Ali Karimi (University of Mazandaran)

Mohsen Khalili (Ferdowsi University of Mashhad)

Mojtaba Maghsoudi (Islamic Azad University)

Seyed Mohammadkazem Sajjadpour (International Relations University)

Hossein Salimi (Allamah Tabatabaie University)

Hossein Seifzadeh (University of Tehran)

Mohammad Reza Tajik (Shahid Beheshti University)

### **Advisory Board:**

Hamid Ahmadi (University of Tehran), Masood Gaffari (Tarbiat Modarres University), Mohsen Modirshanechi (Islamic Azad University) Ebrahim Mottaqi (University of Tehran) Abdolali Qavam (Shahid Beheshti University), Reza Rais Toosi (University of Tehran), Davood H. Bavand (Allamah Tabatabaie University), Bahram Navazani (Imam Khomeini University), Ali Mortazavian (Islamic Azad University)

The Islamic Republic Of Iran's Ministry of Sciences, Research and Technology has rated the *Research Letter of Political Science* as a Research-Scientific journal (Approval No. 3/9097 dated 25/9/1385-16/12/2006)

The opinions and finding expressed in this journal are not necessarily those of Iranian Political Science Association or its directors and officers

The Office of the Iranian Political Science Association is Suite 305, Allameh Tabatabaie Building, North Aban Street, Karimkhan Zand Street

**Post Box:** 13145-915

**Website:** [www.ipsajournal.ir](http://www.ipsajournal.ir)

**Email:** [ipsajournal@gmail.com](mailto:ipsajournal@gmail.com)

**Price:** 300000 Rials



**The Iranian Political Science Association**  
**Research Letter of Political Science**  
**Vol. XIX. No.1. Winter 2024**



## فرم درخواست عضویت در انجمن علوم سیاسی ایران

اینجانب دارنده مشخصات زیر درخواست عضویت در انجمن را دارم.

نام خانوادگی نام نام پدر

تاریخ تولد محل تولد شماره شناسنامه

بالاترین مدرک تحصیلی دانشگاه محل تحصیل شهر

کشور رشته تحصیلی تخصص

عضو هیئت علمی دانشگاه

مرتبه علمی نوع عضویت علمی: آموزشی  پژوهشی  سایر

در ضمن به پیوست مدارک لازم برای عضویت در انجمن علوم سیاسی را ضمیمه می‌نمایم.

مدارک مورد نیاز: ۲ قطعه عکس ۳×۴، کپی صفحه اول شناسنامه، کپی آخرین مدرک تحصیلی، کپی حکم کارگزینی، شرح حال علمی و تکمیل فرم عضویت.

تاریخ امضا

نشانی محل کار:

کد پستی: تلفن

نشانی منزل:

کد پستی: تلفن

Email: نمابر:

تهران، خ انقلاب اسلامی، خ دانشگاه، خ لبافی‌نژاد، بین لبافی‌نژاد و فخر رازی، نبش کوچه انوری، پلاک ۱، طبقه همکف، انجمن علوم سیاسی ایران تلفن: ۶۶۹۷۴۱۴۰، ۶۶۴۹۳۴۱۲