



فصلنامه علمی انجمن معارف اسلامی (شاپا: ۳۲۷۹-۲۳۸۳)

سال دوازدهم - شماره یک - پاییز ۱۴۰۰

شماره پیاپی ۴۵

صاحب امتیاز: انجمن معارف اسلامی

مدیر مسئول: دکتر رضا حاجی ابراهیم

سر دبیر: دکتر محمود قیوم زاده

اعضای هیئت تحریریه:

محسن جوادی، احمد دیلمی، جعفر شانظری، امیر عباس علیزمانی، محمود قیوم زاده،

عبدالله نصری، علی احمد ناصح، محمدرسول آهنگران، ویلیام گراوند،

محمد محمدرضائی، رضا برنجکار، عین الله خادمی، محمدحسن قدردان قراملکی،

عبدالحسین خسرو پناه، سید ساجد علی پوری، مارتین براون.

مدیر داخلی و دبیر تحریریه: مصطفی قیوم زاده

مترجم: محمد احسانی

صفحه آرا: کامپیوتر احسان ۰۲۵۳۷۸۴۲۶۷۸

ویرایش: حمید رضا علیزاده

یادآوری: فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی در زمینه‌های فلسفه اخلاق، اخلاق اسلامی، اخلاق

کاربردی، اخلاق تطبیقی، چالش‌های اخلاقی دنیای جدید و تربیت اخلاقی مقاله می‌پذیرد.

مسئولیت مطالب هر مقاله از هر نظر بر عهده نویسنده است.

نقل مطالب فصلنامه با ذکر مأخذ مانعی ندارد.

فصلنامه در ویرایش، اختصار و اصلاح مقاله‌ها آزاد است.

آدرس پستی: قم، بلوار الغدیر، دانشگاه قم، ساختمان کتابخانه، دفتر فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی

تلفن: ۳۲۱۰۳۳۶۰، آدرس الکترونیک: Akhlagh_1393@yahoo.com

این نشریه در پایگاه استنادی علوم جهان اسلامی (ISC) و ایران ژورنال و همچنین در پایگاه اطلاعات علمی

جهاد دانشگاهی (SID) نمایه می‌شود. نویسندگان محترم می‌توانند از طریق این پایگاه به نشانی

www.SID.ir مقالات خود را به صورت الکترونیکی (on-line) جهت بررسی به این نشریه ارسال کرده و

آن را رهگیری (Tracing) کنند و یا به ایمیل مجله (Akhlagh_1393@yahoo.com) ارسال دارند.

بر اساس مجوز شماره ۳/۱۱/۳۶۵۲ مورخه ۱۳۸۹/۳/۳ کمیسیون بررسی نشریات علمی کشور در

وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، درجه علمی به فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی اعطا شد.

پژوهش‌های اخلاقی - سال دوازدهم - شماره یک - پاییز ۱۴۰۰

شماره سالی ۴۵

(فصلنامه باخیز صاحبان اندیشه، قلم و مقالات مستشرمی شود.)

راهنمای شرایط تنظیم و ارسال مقالات

از نویسندگان درخواست می‌شود:

۱. مقاله ارسالی از ۲۰ صفحه (هر صفحه ۳۰۰ کلمه) بیشتر نشود.
۲. مقاله ارسالی، باید در محیط word با دقت تایپ و اصلاح شده (با طول سطر ۱۲ سانتیمتر، قطع وزیری) و بر یک روی صفحه A4 همراه با فایل آن به وب سایت یا ایمیل مجله (Akhlagh_1393@yahoo.com) ارسال شود.
۳. مقاله ارسالی حتماً باید تألیفی باشد و مقالات ترجمه‌ای در صورتی قابل چاپ خواهند بود که همراه نقد و بررسی باشند.
۴. مقاله ارسالی باید دارای بخش‌های ذیل باشد:
 - الف. چکیده فارسی مقاله، حداکثر در ۱۵۰ کلمه و در حد امکان چکیده انگلیسی آن به همین مقدار.
 - ب. مقدمه و نتیجه‌گیری.
 - ج. واژگان کلیدی فارسی و معادل انگلیسی آن (حداکثر ۵ واژه).
 - د. تعیین رتبه علمی نویسنده و مترجم و ایمیل نویسنده / نویسندگان.هر درج اسامی و اصطلاحات مهجور، در پایین هر صفحه ضروری است.
۵. منابع و ارجاعات مقاله باید کامل و دقیق باشد، از ارسال مقالات با منابع ناقص جداً خودداری فرمایید.
۶. در صورتی که توضیحات پانویس‌ها فراوان باشد به پی‌نویس منتقل کنید.
۷. مقاله ارسالی نباید در هیچ نشریه داخلی یا خارجی چاپ شده باشد.
۹. منابع مورد استفاده در پایان مقاله به شکل زیر نوشته شود:

الف) کتاب

نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). نام کتاب، نام مترجم، محل انتشار، نام ناشر، شماره چاپ، شماره جلد.

ب) مقاله

نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). «عنوان مقاله»، نام نشریه، شماره مجله.

پژوهش‌های اخلاقی

فصلنامه علمی انجمن معارف اسلامی

زیر نظر هیأت تحریریه

سال دوازدهم، شماره یک، پاییز ۱۴۰۰، شماره پیاپی ۴۵

- ۵ / پدیدارشناسی امید مشتریان به خدمات بانکی در بانک کشاورزی با رویکرد اخلاق گرایی ،
نوآوری و نظام مدیریت کیفیت / اصغر احمدی / فرشید نمایان / علی اصغری صارم / تحفه قبادی لموکی
۳۱ / شناسایی معیارها و مؤلفه های مؤثر بر اصول اخلاقی و ارائه مدل مناسب در نظام بانکداری
الکترونیک / غلام رضا امجدی
۴۹ / مولفه ها و ساختار ارزشی و سبک زندگی مسلمانان عراق در زمان عباسیان / گلاره امیری
۶۹ / تاثیر سلب حق بر کرامت ذاتی و شخصیت انسانی در حقوق مدنی / فرهاد پروین / حسینیہ رادپسند
۸۹ / بررسی اصول اخلاقی در نظارت قضایی در حقوق ایران و انگلیس
هاشم پوران فرد / سیدمحمد مهدی غمامی / ولی رستمی
۱۰۵ / تحلیل فقهی - اخلاقی "حق بر محیط زیست سالم" به عنوان یک حق انسانی
عسکر جلالیان
۱۲۳ / بررسی مقایسه ای تأثیر باورهای مذهبی بر سلامت اجتماعی نخبگان و غیرنخبگان (موارد
مطالعاتی: اعضای هیئت علمی دانشگاه و شهروندان تهرانی)
سارا حاجی مظفری / نیر پیر اهری / شیده پرنیان
۱۵۳ / بررسی و تحلیل تطبیقی انسان کامل در اندیشه شیخ محمود شبستری و عبدالرحمان جامی
سمانه ستوده خیر آبادی / سمیرا رستمی / محمد علی آتش سودا
۱۷۷ / بررسی و تحلیل اعجاز اخلاقی قرآن کریم / مهین شهریور
۱۹۹ / ارائه مدلی برای استعدادیابی و جانشین پروری به منظور استقرار نظام شایستگی (مورد
مطالعه: شرکتهای بانک ملت) / الهه شیخی / مسعود حقیقی / علیرضا رزقی رستمی
۲۲۱ / طراحی مدل بهینه ارزشی بازاریابی به منظور ترویج و بهبود فروش داروهای گیاهی: یک
تحقیق کیفی / ذکيه عاشوری / سید محمود شگو منصف / کامبیز شاهرودی / علی قلی پور سلیمانی
۲۴۳ / رفتارهای مطلوب بازاریابی و تاثیر آن بر توسعه تلویزیون اینترنتی (مطالعه موردی:
مخاطبان تلویزیون عادی و تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان)
زهرا عسکری / اسماعیل حسن پور / محمدحسین رنجبر / سراج الدین محبی
۲۵۹ / معیارهای تصمیم گیری اخلاقی انسانی مدیران در شرایط پیچیدگی محیطی (مطالعه
موردی، سازمان تامین اجتماعی)
مهناز سرافراز کاخکی / محمد رضا ذبیحی / سید مهدی الوانی / محمود البرزی
۲۸۵ / شیوه های اخلاقی در کارآفرینی و جهت گیری یادگیری صادرات
علی کاظمی / علیرضا روستا / عبدالله نعمی
۳۰۳ / مدل مطلوب ارزشی ائتلاف استراتژیک شرکتهای تولیدی در ایران (مطالعه موردی،
شرکت تولیدکننده متانول) / حجت مبرز / علی حسین زاده / محمد قاسمی نامقی
۳۲۵ / سلامت اجتماعی، افساد فی الارض و محاربه از منظر فقه و حقوق اسلامی
علی یزدانی / حسین احمری / مصطفی رجایی پور
۳۴۳ / تحلیل الگوهای آوایی و واج آرای در شعر سپیده کاشانی / فاطمه نصرتی موموندی
1-17 / چکیده مقالات به لاتین (Abstracts)

پدیدارشناسی امید مشتریان به خدمات بانکی در بانک کشاورزی با رویکرد اخلاق گرایی . نوآوری و نظام مدیریت کیفیت

^۱ اصغر احمدی

^۲ فرشید نمایان

^۳ علی اصغری صارم

^۴ تحفه قبادی لموکی

چکیده

مشتریان به عنوان شرکای استراتژیک کسب و کارها نقش انکارناپذیری در رشد و بالندگی آنها داشته لذا شناخت همه جانبه مشتریان از ابعاد مختلف همواره مورد تاکید می باشد. در این میان پدیده امید مشتریان هم در مباحث تئوریک و مشخصاً در صنعت بانکداری به عنوان اصلی مهم در تدوین ارتباط با مشتریان، و از منظر درک صحیح و دقیق معانی، مفاهیم و لایه های پنهان مفهومی آن مغفول مانده است. بر این اساس در این پژوهش با هدف توصیف تجربه زیسته امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی به دنبال شناخت ابعاد و مولفه های امید مشتریان بوده و در ادامه نیز نسبت به ارائه مدل مفهومی و ساختار حاصل از بررسی اقدام می گردد. این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی، از منظر رویکرد اکتشافی و به لحاظ نوع تحقیق آمیخته اکتشافی است. در فاز اول و کیفی با رویکرد پدیدارشناسی، نسبت به انتخاب هدفمند و انجام مصاحبه عمیق با ۹ نفر از مشتریان بانک به روش مصاحبه سیدمن اقدام گردید و نتایج حاصل به روش کولایزی تحلیل شد.

واژگان کلیدی

امید مشتری، اخلاق گرایی، پدیدارشناسی، مدلسازی معادلات ساختاری، بانک کشاورزی.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، واحد همدان، دانشگاه آزاد اسلامی، همدان، ایران.

Email: sinaamir1976@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: farshidnamamian@gmail.com

۳. استادیار گروه مدیریت دولتی، دانشگاه بوعلی همدان، همدان، ایران.

Email: a.sarem@basu.ac.ir

۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد گنبد کاووس، دانشگاه آزاد اسلامی، گنبد کاووس، ایران.

Email: Tohfeghobadi136205@gmail.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۵/۱۴

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۱

طرح مسأله

امروزه، محققان بازاریابی به طور دائم در تلاش اند تا رفتار مصرف کنندگان را شناسایی کنند و بر این اساس، راهکارهایی مناسب را برای فروش بهتر و موثرتر و افزایش سهم بازار اتخاذ کنند. تولیدکنندگان، برای تأمین تقاضاها و حفظ و گسترش سهم بازار، باید از لایه های ادراکی، عقلی و رفتاری خریداران بالقوه، آگاهی داشته باشند تا متناسب با سازه‌ها و سازوکارهای تصمیم گیری خود، اقدام به تولید فرآورده ها، توزیع و ترویج آنها کنند. مشتریان به عنوان کلید اصلی موفقیت یا عدم موفقیت یک شرکت محسوب می‌شود. عوامل بسیار زیادی بر روی رفتار خرید مشتریان اثر می‌گذارد. (خلدري، ۱۳۹۷)

در این بین بانک هایی موفق خواهند بود که به جذب مشتری پرداخته و پس از آن رضایت مشتریان خود را بیشتر تأمین کنند و موجب وفاداری مشتریان در طولانی مدت گردند. (کاووسی، ۱۳۹۳)

از سوی دیگر نقش بی بدیل توجه و تمرکز به مشتریان و خواسته ها و انتظارات آنها در صنعت بانکداری تا حدی است که بررسی های صورت گرفته بیانگر آن است که :

- بازگشت سرمایه در بانک های مشتری مدار ۱۷ درصد و در بانک های معمولی ۱۱ درصد است؛
- سود فروش در بانک های مشتری مدار ۹۰۲ درصد و در بانک های معمولی ۵ درصد است؛
- رشد سهم بازار در بانک های مشتری مدار ۶ درصد و در بانک های معمولی ۲ درصد است؛
- کاهش هزینه ها در بانک های مشتری مدار ۱۰ الی ۱۵ درصد و در بانک های معمولی ۲ الی ۳ درصد است؛
- رشد قیمت سهام در بانک های مشتری مدار ۱۶/۹ درصد و در بانک های معمولی ۱۰/۹ درصد است؛
- در بانک های مشتری مدار ۵ درصد کاهش در ریزش مشتریان باعث افزایش ۸۵ درصد سود می‌گردد؛
- ۹۸ درصد مشتریان ناراضی بدون شکایت و بدون اطلاع قبلی بانک را ترک کرده و به سوی رقیب می‌روند؛
- چنانچه بانکی نرخ نگهداری مشتریان خود را ۲ درصد افزایش دهد اثرش بیش از است که هزینه های عملیاتی خود را ۱۰ درصد کاهش دهد؛
- در مورد علل شکست بانک ها تحقیقات نشان می‌دهد که ۶۲ درصد از آنها ، رضایت

مشتری را به عنوان یک اولویت تلقی نمی کنند؛

- هزینه جذب یک مشتری جدید بین ۵ تا ۱۱ برابر نگهداری مشتری فعلی است؛
 - و نهایتاً ضرر و زیان از دست دادن یک مشتری در حکم فرار ۱۰۰ مشتری دیگر است.
- (سبزی و همکاران، ۱۳۹۳)

در حال حاضر نقاط عطف صنعت بانکداری از دو منظر قابل بررسی است. اول اینکه تمامی خدمات و محصولات قابل ارائه در سیستم بانکی به سرعت و دقت قابلیت تقلید، تکثیر و کپی برداری داشته؛ دوم اینکه بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به عنوان متولی اصلی هدایتگر و راهبر و ترسیم کننده خطوط اصلی اقدامی بانک ها و در جهت اعمال سیاست های نظارتی، در حال یکسان سازی، تجمیع، استانداردگرایی و تمرکز عمده خدمات پایه ای بانک ها از طریق طراحی و توسعه درگاههای تحت اختیار می باشد. با کنار هم قرار دادن دو مقوله مذکور، محتمل و مشهود است که تداوم رشد و بقاء و البته ایجاد تمایز رقابتی در فضای پیش گفته نیازمند بازاندیشی و بازآفرینی فضایی جدید در حوزه مشتری مداری و استراتژی های بازاریابی است. در این میان حسب بررسی های صورت گرفته امید مشتریان میتواند نقش فعال و بازیگر تعیین کننده ای در موفقیت و اعتلاء بانک ها داشته باشد. و اما امید پدیده ای است که تاکنون بیشتر در حوزه روانشناسی مورد بررسی و مذاقه قرار گرفته و در قالب اقدامی دو مرحله ای (امید سازی - امیدافزایی) به عنوان شیوه درمانی موثر معرفی و تشریح گردیده است. حال با اذعان به این که پدیده امید با سرشت آدمی در ارتباط بوده، امید درمانی به عنوان درمانگر انسان در بسیاری از حالات و شرایط معرفی گردیده، این سوال را به ذهن متبادر می نماید که:

- آیا امید می تواند نقش موثر و پررنگ تری در حوزه کسب و کارها، نوع نگرش انسان ها به فعالیت ها و امثالهم داشته باشد؟

- آیا امید می تواند در حوزه بازاریابی و مباحث مرتبط با مشتریان، شایسته توجه و بررسی و پژوهش باشد؟ اگر بلی؛ چگونه و با چه مکانیزمی؟

امید عبارت است از: توانایی طراحی گذرگاه هایی به سوی اهداف مطلوب به رغم موانع موجود و کارگزار یا عامل انگیزش لازم برای استفاده از این گذرگاه ها است (اشنایدر^۱، ۲۰۰۲). بنابراین امید یک توانایی است که به فرد کمک می کند تا علی رغم مشکلاتی که در راه رسیدن به هدف وجود دارد، انگیزه خود را حفظ نماید. امید شامل مجموعه ای از شرایط است که عبارتند از: الف) داشتن اهداف یا معنای ارزشمند شخصی ب) ادراک توانایی برای تولید راهبردها در دنبال کردن این معناها، یعنی فرد با توجه به توانایی های خود، معناهای ارزشمندی برای خود در

نظر بگیرد (اشنایدر و همکاران، ۲۰۰۰).

با وجود برخی تحقیقات صورت گرفته در خصوص امید مصرف کننده، لیکن آنچه از بررسی و تعمیق در پیشینه موضوعی مشهود است این که امید مشتریان در تمامی تحقیقات اخیر صورت گرفته صرفاً^۱ به عنوان متغیری وابسته در نظر گرفته شده که در طی تحقیق، هدف بررسی میزان اثرپذیری آن ناشی از تغییرات و فعل و انفعالات سایر متغیرها بوده و تاکنون خود به عنوان متغیری مستقل و سازه‌ای قدرتمند در تعیین استراتژی‌های بازاریابی مورد غفلت واقع گردیده و سایر تحقیقات در حوزه امید نیز معطوف به مباحث روانشناسی و مشخصاً^۲ به عنوان شیوه‌ای درمانی در حالات مختلف انسان‌ها مد نظر بوده و بررسی‌ها گویای ضرورت تعمیق در این پدیده به عنوان سازه‌ای مستقل بوده و نیازمند کشف و تبیین ابعاد و الگوهای مربوطه به آن می باشد.

از این روی بررسی حاضر نخستین اثری است که به شیوه پژوهش آمیخته اکتشافی نسبت به شناسایی الگوهای معانی و ساختار خاص پدیده امید مشتریان به خدمات بانکی خواهد پرداخت و پاسخگوی این سؤال خواهد بود که «مفاهیم، معانی و الگوهای موجود در پدیده امید مشتریان به خدمات بانکی چه چیزهایی است؟» همچنین در کنار تشریح و تفسیر الگوهای معانی امید مشتریان، کشف و بسط مؤلفه‌های امید مشتریان؛ ساختارها، طبقه‌بندی و ابعاد اصلی توصیف کننده امید مشتریان از دیگر اهداف بررسی پژوهش حاضر خواهد بود و با شناسایی مقولات و مولفه‌های اصلی پدیده امید مشتریان، در ادامه تحقیق با استفاده از رویکردهای مناسب امکان بهره‌مندی از نتایج تحقیق را برای مدیران بانک کشاورزی به منظور اتخاذ استراتژی‌های مناسب در راستای حفظ و وفاداری سازی حداکثری مشتریان و ایجاد مزیت‌های رقباتی نسبت به سیستم بانکی فراهم خواهد کرد.

بررسی پیشینه تحقیق

در این بخش، سعی شده است تا برخی از مهمترین تحقیقات داخلی و خارجی مرتبط به پژوهش حاضر مورد بررسی قرار گیرند:

شعبانی نشتایی و میر کاظم نژاد مژده‌هی (۱۳۹۸) پژوهشی را با عنوان "بررسی تاثیر نوآوری برند و امید مشتری در توسعه قصد خرید مجدد در وب سایت های فروش آنلاین" در سطح ایران به انجام رساندند. پژوهش مذکور یک پژوهش کاربردی بوده و بر اساس روش گردآوری داده‌ها، تحقیق توصیفی و از نظر روش تجزیه و تحلیل داده‌ها از نوع همبستگی است. اطلاعات گردآوری شده به وسیله نرم افزارهای SPSS24 و AMOS24 با استفاده از مدل یابی معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. نتایج حاکی از آن بود که نوآوری برند ادراک شده توسط مشتری تاثیر مثبت و معناداری بر امید مشتری در خریدهای آنلاین دارد.

همچنین دانش از محصول بر رابطه میان نوآوری برند ادراک شده توسط مشتری و امید مشتری در خرید های آنلاین تاثیر مثبت و معناداری دارد. امید مشتری تاثیر مثبت و معناداری بر رضایت مشتری از برند در خرید های آنلاین دارد.

زمانیان و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان بررسی نقش امید مصرف کننده در توضیح تاثیر ارزش برند درک شده بر نتایج ارتباط مشتری - برند در فروشگاه اینترنتی دیجی کالا به بررسی نقش موثر دستیابی به اهداف در رابطه بین امید مصرف کننده و رضایت، اعتماد و تعهد پرداختند. در این راستا مشتریان فروشگاه دیجی کالا به عنوان جامعه آماری در نظر گرفته شد. نتایج تحقیق نشان داد امید مصرف کننده در ارزش برند درک شده بر ارتباط مشتری - برند در فروشگاه اینترنتی دیجی کالا تاثیر مثبت و معناداری دارد.

بهادری (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان بررسی نقش امید مصرف کننده در تاثیر ارزش برند درک شده بر ارتباط مشتری با نام تجاری در یک محیط خرده فروشی آنلاین (مورد مطالعه: ایران خودرو) پرداخته است. با استفاده از مدلسازی معادلات ساختاری مشخص گردید که کیفیت ارزش برند، قیمت ارزش برند، اشتراک جمعی ارزش برند و ارزش احساسی برند بر امید مصرف کننده در خرید تاثیر معناداری دارد.

بهمنیان و دیگران (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان تاثیر نقش میانجی فناوری اطلاعات بر ارزش درک شده برند و ایجاد هویت برند در افزایش آگاهی مصرف کننده و امید مصرف کننده به بررسی تاثیر نقش میانجی فناوری اطلاعات بر ارزش درک شده برند و ایجاد هویت برند در افزایش آگاهی مصرف کننده و امید مصرف کننده پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که فن آوری اطلاعات میتواند روابط میان آگاهی مصرف کننده و ایجاد هویت برند را در سطح معناداری میانجی گری نماید.

دیگان (۱۳۹۵) در بررسی تاثیر ابعاد ویژه برند بر امیدواری مشتریان مطالعه موردی: محصولات چای رفاه نسبت به بررسی تاثیر ابعاد ویژه برند بر امیدواری مشتریان با روش علی مقایسه ای و ابزار پرسشنامه اقدام نمود. اطلاعات به دست آمده با نرم افزار SPSS تحلیل گردید. یافته ها نشان می داد ابعاد ویژه برند و خرده مقیاس هایش بر میزان امیدواری تاثیر دارد.

تقوی خانقاه (۱۳۹۴)، پژوهشی را با عنوان "بررسی تأثیرات بازاریابی اخلاقی بر ترجیحات مشتریان در انتخاب بانک ملت و اثر این انتخاب بر سهم بازار بانک ملت" به انجام رساند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیرات بازاریابی اخلاقی بر ترجیحات مشتریان بانک ملت و اثر این انتخاب بر سهم بازار بانک ملت بوده است. طبق نتایج به دست آمده، فرضیه های مربوط به جنسیت، توانمندی مصرف کننده، توانایی انتخاب آزادانه، استقلال فردی، حاکمیت مصرف کننده، زبانبار نبودن محصول و اخلاق در بازاریابی تأیید شده و فرضیه مربوط به متغیر تحصیلات رد شد.

رادتی (۱۳۸۹)، پژوهشی را با هدف مقایسه بین بانکداری اسلامی و بانکداری اخلاقی به انجام رساند. بر اساس نتایج این تحقیق، وی معتقد است رفتار فروش اخلاقی اسلامی، بطور مستقیم و غیر مستقیم بر رضایت مشتری، خدمات اصلی بانک اسلامی، و اعتماد و وفاداری به بانک اسلامی تأثیر می‌گذارد.

فاضل الحسن و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی به بررسی نقش امید مشتریان در توضیح ارزش برند درک شده بر نتایج ارتباط با مشتری با برند در یک محیط خرده فروشی آنلاین پرداختند. داده‌های گردآوری شده از ۴۱۸ فروشنده آنلاین به دست آمده‌اند. نتایج حاکی از این است که سه بعد ارزش برند دارای تأثیر مثبت بر امید مصرف‌کننده می‌باشند. امید مصرف‌کننده همچنین دارای رابطه مثبتی با متغیرهای نتایج رابطه مشتری با برند می‌باشد و از نقش میانجی دستیابی به هدف مشتری حمایت به عمل می‌آورد.

ماسینیس و هلن^۱ (۲۰۰۷) در پژوهشی به بررسی درک امید و پیامدهای آن برای رفتار مصرف‌کننده پرداختند. هدف این مقاله مفهومی این است که مفهوم امید را بیان و ارتباط آن با رفتار مصرف‌کننده را بیان می‌کند. این پژوهش در ۶ بخش ارائه شده است: بخش اول به معنای مفهومی امید می‌پردازد. تعریفی از امید و عناصر تشکیل دهنده که پایه آن است، بیان شده است. بخش دوم تمرکز بر این که مصرف‌کنندگان امیدوار هستند. بخش سوم چندین مهم از نتایج مربوط به مصرف‌کننده امید را در بر می‌گیرد، از جمله پردازش متعصبانه و خودکفایی، رفتار ریسک‌پذیری، رضایت از محصول، رضایت از زندگی و مادی‌گرایی. بخش استفاده می‌کنند. بخش پنجم از مفهوم سازی امید به بحث در مورد روش‌های جدید اندازه‌گیری امید و مقایسه آن‌ها با اقدامات امیدوار موجود استفاده می‌کند. بخش‌هایی به مجموعه‌ای از سوالات جالب و هنوز حل نشده در مورد امید و رفتار مصرف‌کننده اشاره دارد. چهارم نشان می‌دهد که بازاریابان امیدوار هستند و تاکتیک‌هایی که آنها برای ایجاد امید به مصرف‌کنندگان.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش کار تحقیق از دو بخش کیفی و کمی تشکیل شده بنابراین طرح کلان تحقیق آمیخته اکتشافی است. همچنین از آنجا که ابتدا داده‌های کیفی از طریق مصاحبه با مشتریان دارای تجربه زیسته امید به دست آمده و از دل آن مضامین و معانی و مقوله‌های مورد نظر در باب ساختار پدیده امید مشتریان کشف و استخراج می‌گردد و سپس داده‌های کمی برای بررسی اصالت ساختار اصلی پدیده امید مشتریان صورت خواهد گرفت، طرح موجود آمیخته

متوالی اکتشافی تلقی می گردد. علاوه بر این، این تحقیق یک مطالعه کاربردی - اکتشافی می باشد. چراکه به دنبال کشف مفهوم پدیده امید مشتریان به خدمات بانکی بوده است و نتایج این تحقیق می تواند برای بانک کشاورزی کاربرد داشته باشد.

این پژوهش به لحاظ هدف کاربردی، از منظر رویکرد اکتشافی و به لحاظ نوع تحقیق آمیخته اکتشافی است. در فاز اول و کیفی با رویکرد پدیدارشناسی، نسبت به انتخاب هدفمند و انجام مصاحبه عمیق با ۹ نفر از مشتریان بانک به روش مصاحبه سیدمن تا رسیدن به اشباع نظری اقدام گردید و نتایج حاصل نیز به روش کولایزی اصلاحی تحلیل شد.

لازم به ذکر است که این پژوهش، در دو فاز کلی زیر به انجام خواهد رسید:

- فاز ۱: انجام مصاحبه با افراد دارای تجربه زیسته و تحلیل مصاحبه ها و توصیف و تفسیر پدیده امید مشتریان به خدمات بانکی. (رویکرد کیفی: پدیدارشناسی)
- فاز ۲: برازش و تبیین مدل تحقیق. (رویکرد کمی: مدلسازی معادلات ساختاری)

۱. جامعه آماری، نمونه آماری و روش نمونه گیری تحقیق

• بخش کیفی تحقیق: در پژوهش حاضر مشارکت کنندگان تحقیق مشتمل بر مشتریان بانک کشاورزی زنجان بوده، نمونه آماری بخش کیفی شامل آن دسته از مشتریانی بودند که نسبت به سایرین تجربه دریافت انواع بیشتری از خدمات بانکی ارائه شده را در طبقات مختلف خدمات ارائه شده از قبیل انواع سپرده، تسهیلات، خدمات بانکداری الکترونیک و ... را داشته، همچنین افرادی بودند که دارای تجربه زیسته (امید - ناامیدی در خصوص خدمات بانکی بانک کشاورزی) بودند. ابتدا با استفاده از اطلاعات موجود در سامانه مدیریت ارتباط با مشتریان بانک (سامانه CRM) نسبت به بررسی مشتریانی که به نسبت سایرین؛ خدمات بیشتر و متنوع تری را دریافت کرده بودند اقدام گردید. ملاحظه شد تعداد این قبیل مشتریان نیز قابل توجه بوده لذا به منظور شناسایی و تعیین و انتخاب مشتریان دارای تجربه زیسته امید، بدواً با چندین و چند نفر از مشتریان بررسی شده در مرحله قبل تماس گرفته و از داشتن تجربه زیسته امید و یا تلفیق امید و ناامیدی اطمینان حاصل نموده و ضمن تشریح هدف پژوهش حاضر نسبت به کسب اجازه برای مشارکت ایشان در مراحل مختلف تحقیق خصوصاً "مصاحبه عمیق اقدام گردید. در مرحله اجرای فاز کیفی که مبتنی بر انجام مصاحبه عمیق بود، از میان مشتریان منتخب در مرحله قبل با تعدادی از آنها مصاحبه عمیق انجام پذیرفت که این مصاحبه ها تا رسیدن به اشباع نظری محقق ادامه یافت و بر این مبنا مصاحبه با ۹ نفر از مشتریان واجد شرایط ذکر شده منجر به اشباع نظری محقق گردید.

- در فاز دوم تحقیق (بخش کمی) مشتریان بانک کشاورزی در شهر زنجان به عنوان جامعه در نظر گرفته شدند که تعداد آنها نامحدود (بیش از صد هزار نفر) بود. بر اساس جدول

کرجسی و مورگان، برای جامعه ای با این حجم، به حداقل ۳۸۴ نمونه آماری نیاز بود. در این تحقیق، نمونه برداری به روش غیر احتمالی در دسترس انجام شد و در نهایت ۴۰۰ نفر به عنوان نمونه آماری انتخاب شدند.

۲. روایی و پایایی تحقیق

بخش کیفی تحقیق: در ارتباط با اعتبار پژوهش حاضر، تلاش گردید تا مشارکت‌کنندگان در پژوهش تبدیل به همکاران پژوهشی گردند. به عبارت دیگر، در هر سه مرحله از فرآیند رونویسی داده‌های حاصل از مصاحبه تا مراحل کشف، استخراج و توسعه تم‌ها (کدگذاری اولیه و استخراج تم‌ها، و خلق مفاهیم)، از آنان خواسته شد تا با مطالعه متن، نظر خود را اعلام کنند و با نتایج هر گام موافقت خویش را اعلام نمایند. به این طریق فرصت چند باره ای برای مشارکت‌کنندگان برای تایید صحت توصیف تجاربشان پیرامون پدیده امید مشتریان فراهم گردید. به عبارت دقیق‌تر پیش از تحلیل داده‌ها و هنگام تولید تم‌ها از درون متن مکتوب و و نیز در زمان تولید مفاهیم از درون تم‌ها به مشارکت‌کنندگان فرصت داده شد تا با مرور مفاهیم و اقدامات انجام یافته نظرات خود را اعلام نمایند. البته در صورت توافق نداشتن، اصلاحات مد نظر آنان اعمال گردید. همچنین در زمان نام گذاری مفاهیم نیز از ایشان درخواست گردید چنانچه احساس می‌نمایند که تم‌های دیگری توصیف بهتری از تجارب آنها منعکس می‌نماید را بیان نمایند. در ضمن از یک تحلیل‌گر بیرونی نیز به عنوان کدگذار دوم استفاده شد و فرآیند کدگذاری و تحلیل داده‌ها بررسی شد و در خصوص کاستی‌ها و در راستای افزایش اعتبار تحلیل، گفت‌وگویی میان تحلیل‌گر بیرونی و پژوهش‌گر اصلی انجام گردید. در ضمن محقق در تمامی مراحل کسب داده‌ها و تحلیل آنها درگیری بسیار عمیقی در جهت تعمیق آگاهی و انطباق کامل مراحل مختلف تحلیل با نظر مشارکت‌کنندگان داشته که گویای قابلیت پذیرش و اعتماد و اطمینان در پژوهش حاضر نیز می‌باشد. خاطر نشان می‌نماید در جهت افزایش اعتبار تحقیق علاوه بر اقدامات ذکر شده، تخصیص زمان کافی و مناسب برای تشریح دقیق و کامل اهداف پژوهش برای مشارکت‌کنندگان، صرف زمان قابل توجه و اخذ مشورت از متخصصین امر در خصوص تعیین رویه‌های گردآوری داده‌ها و سوالات مصاحبه، نحوه و اقدامات لازم به منظور حفظ انسجام داده‌ها و فرایند تحلیل همگی بخشی از اقداماتی بوده که پیش از اجرای تحقیق و حین انجام آن به دقت توسط محقق مد نظر و مورد تفکر عمیق قرار گرفته است.

- بخش کمی تحقیق: روایی صوری: جهت بررسی روایی صوری پرسشنامه، ابتدا گویه‌های پرسشنامه تهیه و در اختیار ۱۰ نفر از متخصصین و صاحب نظران و اساتید مربوط قرار گرفت. پس از بررسی و اظهار نظر متخصصان و اساتید و ویرایش گویه‌ها، پرسشنامه نهایی تدوین شد. همچنین روایی محتوی (تحلیل عاملی تأییدی) و روایی به روش محاسبه CVR نیز

مورد اقدام قرار گرفت .

در تحقیق حاضر، بمنظور بررسی اعتبار (پایایی) پرسشنامه ها، از روش "آلفای کرونباخ" استفاده شد. پس از جمع آوری پرسشنامه ها و انجام محاسبات لازمه جهت اجرای روش فوق الذکر، مشخص شد که پایایی مربوط به همه متغیرها بیش از ۰/۷ می باشد، و لذا پایایی پرسشنامه از این منظر مورد تأیید قرار گرفت:

۳. ابزار جمع‌آوری داده‌ها

در انجام پژوهش حاضر به منظور کسب اطلاعات در فاز کیفی به روش پدیدارشناسی ، ابزار اصلی مورد استفاده ، مصاحبه عمیق با مشارکت کنندگان در تحقیق به روش مصاحبه سه مرحله ای سیدمن بوده که با تعیین پروتکل مناسب و اجرای مصاحبه های عمیق سه مرحله ای نسبت به کسب اطلاعات لازم در خصوص تجربه زیسته امید اقدام گردید . این شیوه از مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری با ۹ نفر از مشتریان ادامه یافت . در فاز دوم تحقیق، ابزار اصلی جمع آوری داده ها، پرسشنامه‌ای بسته و محقق ساز مشتمل بر ۲۴ گویه بود که بر اساس مدل مفهومی اولیه طراحی گردید. گفتنی است که در این پرسشنامه، پاسخ ها بر اساس طیف پنج گزینه ای لیکرت طراحی شدند و طیفی از جنس "میزان موافقت" مورد استفاده قرار گرفت. ساختار این پرسشنامه بر اساس ابعاد مختلف آن، در جدول زیر قابل مشاهده می باشد:

جدول ۱) ساختار پرسشنامه تحقیق در فاز کمی پژوهش

متغیر اصلی	ابعاد	مؤلفه‌ها	گویه های مربوطه
امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی Main Var	امید برگرفته از اخلاقیات در بانک کشاورزی Var1	اخلاق مداری کارکنان بانک کشاورزی Var1-1	۱ تا ۴
		مدیریت و بازاریابی اخلاقی بانک کشاورزی Var1-2	۵ تا ۸
	امید برگرفته از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی Var2	استقرار اثربخش نظام دریافت انتقادات و پیشنهادات و رسیدگی به شکایات مشتریان در بانک کشاورزی Var2-1	۹ تا ۱۲
		بهبود مستمر کیفیت خدمات در بانک کشاورزی Var2-2	۱۳ تا ۱۶
	امید برگرفته از نوآوری و مشتری گرایی در بانک کشاورزی Var3	نوآور بودن بانک کشاورزی Var3-1	۱۷ تا ۲۰
		مشتری گرایی بانک کشاورزی Var3-2	۲۱ تا ۲۴

در فاز کمی تحقیق جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از نرم‌افزارهای آماری SPSS، Lisrel و smartPLS، و از آمارهای توصیفی (میانگین، انحراف معیار، فراوانی و ...) و آزمون‌های استنباطی (آلفای کرونباخ، روایی سازه، تحلیل عاملی تأییدی و تحلیل مسیر) استفاده گردید.

تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش اصلاحی هفت مرحله‌ای کلایزی استفاده شد. بر اساس این روش، ابتدا با خواندن دقیق و مکرر، مصاحبه‌ها و توصیف شرکت‌کنندگان سعی در درک بهتر و هم‌احساس شدن با آنها شد و در مرحله دوم جملات و واژه‌های مهم از متن مصاحبه‌ها استخراج شدند. سپس این معانی استخراج شده، مفهوم‌سازی و کدبندی شدند. در مرحله بعدی، پس از بازخوانی مکرر کدها، مفاهیم تدوین شده درون دسته‌ها و خوشه‌های موضوعی قرار داده شده و موضوع‌های اصلی به دست آمد و در آخر با ترکیب کردن کلیه عقاید استنتاج شده به درون یک توصیف جامع و کامل از همه جزئیات پدیده مورد نظر، موضوع‌های بدست آمده در سه مفهوم کلی و محوری قرار داده شدند. در پایان، روایی نتایج پژوهش توسط مشارکت‌کنندگان تأیید شد.

در بخش بعدی، مضامین استخراج شده بر اساس شباهت‌ها و سنخیت موضوعی در ۶ طبقه تحت عنوان مقولات کلی تر قرار داده شدند. (سعی گردید عبارتهای استخراج شده با ماهیت موضوعی مشابه را شناسایی کرده و در درون یک خوشه قرار داده شود) در خاتمه نیز مقولات احصاء شده بر مبنای تشابه ذیل عنوان واحدی مناسب قرار گرفت که طبق تحلیل انجام گرفته در سه حوزه و بعد اصلی متجلی گردیدند.

در ادامه نحوه انجام و مفاهیم و گزاره‌ها و مقوله‌های شناسایی شده و ترتیبات فرموله نمودن نهایی ارائه می‌گردد.

۱. شناسایی مفاهیم

مرحله اول از تحلیل کیفی، به شناسایی و استخراج مفاهیم اولیه از محتوای مصاحبه‌ها اختصاص داشت. بر این اساس، بعد از انجام هر مصاحبه، محقق با بررسی چندباره آن، مفاهیم موجود در متن مصاحبه را استخراج و کد گذاری می‌نمود. در مجموع ۹ مصاحبه صورت گرفته، ۸۷ مفهوم اولیه استخراج گردید که بعد از بررسی و کنار هم قرار دادن آنها و حذف مفاهیم تکراری، ۲۰ مفهوم نهایی شناسایی شد که در جدول ۲ قابل مشاهده می‌باشد. (گفتنی است کدهای کنار مفاهیم، شامل یک حرف لاتین و یک عدد می‌باشد. حرف لاتین (به ترتیب حروف الفبا)، نشان دهنده فرد مصاحبه شونده، و عدد کنار این حرف نشان دهند شماره مفهوم استخراج شده از آن مصاحبه خاص می‌باشد).

جدول ۲) مفاهیم نهایی شده بعد از تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها

مفهوم	کد
شناخت صحیح از مشتریان	A ₁ , B ₄ , E ₆ , C ₃ , F ₁₀ , G ₈ , H ₁
تناسب خدمات و کارمزد ها با نرخ سود	A ₂ , B ₉ , G ₅ , K ₁ , C ₄ , D ₂
ایجاد خاطرات و تجارب موفق برای مشتریان	A ₃ , B ₁ , F ₈ , I ₇
روند صعودی بهبود کیفیت خدمات	A ₄ , F ₂ , B ₁₁ , D ₆ , E ₁ , G ₉ , J ₃
عملکرد صحیح سامانه ها	A ₅ , E ₄ , J ₁ , B ₈ , C ₂ , G ₇
سهولت دریافت خدمات	B ₁₂ , D ₅ , F ₇ , H ₅ , J ₅ , G ₁₀ , K ₂
تطابق خدمات با انتظارات	A ₆ , C ₁₀ , I ₄ , B ₁₃ , C ₇ , G ₁₂
ضابطه به جای رابطه مداری	A ₁₅ , C ₁₄ , E ₉ , B ₂ , D ₈
شفافیت در محاسبه سود تسهیلات	C ₁ , F ₉ , G ₄ , H ₄ , C ₁₂ , E ₁₁ , F ₁₃
التزام به بانکداری اسلامی	A ₇ , D ₇ , G ₃ , K ₃ , D ₃ , E ₅ , F ₅ , J ₆
صداقت در تبلیغات	A ₈ , C ₈ , E ₈ , G ₁₁ , H ₂ , K ₅
اخلاق مداری کارمندان	B ₃ , J ₂ , A ₁₆ , C ₁₅ , G ₁ , I ₂
اخلاق گرایی مدیران	A ₉ , C ₁₁ , E ₁₀ , F ₁₂ , H ₈
احترام به مشتری	A ₁₀ , G ₂ , H ₉ , G ₆ , I ₁ , K ₆
اهمیت دادن به پیشنهادات مشتریان	B ₅ , F ₄ , I ₆ , E ₇ , D ₁₀ , K ₇
شنیدن صدای مشتری و انتقادات و شکایات	A ₁₁ , B ₆ , F ₆ , K ₄ , C ₅ , D ₉ , I ₅ , J ₄
رسیدگی به شکایات	A ₁₃ , C ₆ , E ₃ , C ₁₃ , E ₁₂ , I ₃
مشارکت مشتریان	D ₁₁ , E ₂ , A ₁₂ , C ₉ , F ₁ , H ₃
همگامی با فن آوری های نوین دنیا	A ₁₄ , B ₇ , D ₄ , E ₁₃ , H ₆ , J ₇
رقابتی بودن خدمات الکترونیک	D ₁ , F ₃ , H ₇ , B ₁₀ , F ₁₁

۲. تعیین مقوله‌ها

در مرحله دوم فاز کیفی، سعی شد تا با توجه عمیق به مفاهیم شناسایی شده و تشخیص وجوه تشابه و افتراق آنها با یکدیگر، دسته‌بندی‌های کلی‌تری به نام "مقوله‌ها" ایجاد گردد، و مفاهیم هم‌سنخ و هم‌راستا، در این دسته‌های کلی‌تر جایابی شوند. ماحصل این فرایند، شناسایی ۶ مقوله اصلی بود که به‌همراه مفاهیم مربوطه، در جدول ۳ قابل مشاهده می‌باشند:

جدول ۳) مقوله‌های شناسایی شده

ردیف	مقوله‌ها	مفاهیم
۱	اخلاق مداری	اخلاق گرایی کارمندان
	کارکنان بانک	اخلاق گرایی مدیران
	کشاورزی	احترام به مشتری
۲	مدیریت و بازاریابی اخلاقی بانک کشاورزی	ضابطه به جای رابطه مداری
		شفافیت در محاسبه سود تسهیلات
		التزام به بانکداری اسلامی
		صداقت در تبلیغات
۳	نظام پیشنهادات و انتقادات و رسیدگی به درخواست مشتریان	اهمیت دادن به پیشنهادات مشتریان
		شنیدن صدای مشتری و انتقادات و شکایات
		رسیدگی به شکایات
		مشارکت مشتریان
۴	نوآور بودن بانک کشاورزی	همگامی با فن آوری های نوین دنیا
		رقابتی بودن خدمات الکترونیک
۵	مشتری گرایی بانک کشاورزی	شناخت صحیح از مشتریان
		تناسب خدمات و کارمزد ها با نرخ سود
		ایجاد خاطرات و تجارب موفق برای مشتریان
۶	بهبود مستمر کیفیت خدمات در بانک کشاورزی	روند صعودی بهبود کیفیت خدمات
		عملکرد صحیح سامانه ها
		سهولت دریافت خدمات
		تطابق خدمات با انتظارات

۳. دسته‌بندی مقوله‌ها و توصیف تجربه زیسته امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی

در ادامه در بخش‌های قبل، مفاهیم استخراج شده از مصاحبه با مشتریان بانک کشاورزی ارائه شد و بعد از آن مفاهیم در قالب شش مقوله دسته‌بندی شدند. در این مرحله، که قدم نهایی در فرایند پدیدارشناسی امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی می‌باشد، سعی شده است تا مقوله‌ها بر اساس محتوا به دسته‌بندی‌های کلی‌تری تقسیم‌بندی شوند تا هم ادراک مخاطبین از آنها بیشتر شده و هم این که نتایج تحقیق برای مدیران بانک تحت مطالعه حالت کاربردی بیشتری به خود بگیرد. بررسی دقیق مفاهیم و مقوله‌ها بیانگر این است که در توصیف تجربه زیسته امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی، با سه دسته از عوامل مواجه هستیم که در زیر هر یک از آنها مورد بررسی قرار خواهند گرفت.

الف) امید برگرفته از اخلاقیات در بانک کشاورزی

مقوله‌های «اخلاق‌مداری کارکنان بانک کشاورزی» و «مدیریت و بازاریابی اخلاقی بانک کشاورزی» با توجه به اینکه دارای ریشه‌های اخلاقی بودند در این دسته جای گرفتند. اگر به مفاهیم مشمول در این دو مقوله نگریسته شود، مشخص است که مشتریان در توصیف خود از امید به خدمات بانک کشاورزی به مباحثی همچون اخلاق‌مداری کارکنان و مدیران شعب در برخورد با مشتریان، عدم وجود پارتی بازی در اعطای تسهیلات، دریافت سود بهره منطقی برای تسهیلات، صداقت در تبلیغات و ... اشاره کرده‌اند.

ب) امید برگرفته از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی

مقوله‌های «استقرار اثربخش نظام دریافت انتقادات و پیشنهادات و رسیدگی به شکایات مشتریان در بانک کشاورزی» و «بهبود مستمر کیفیت خدمات در بانک کشاورزی» با توجه به اینکه دارای ریشه‌های از جنس مدیریت کیفیت خدمات بودند در این دسته جای گرفتند. اگر به مفاهیم مشمول در این دو مقوله نگریسته شود، مشخص است که مشتریان در توصیف خود از امید به خدمات بانک کشاورزی به مباحثی همچون توجه بانک به انتقادات و پیشنهادات آنها، رسیدگی سریع و به موقع بانک به شکایات آنها، ملموس بودن روند صعودی بهبود خدمات بانک کشاورزی برای مشتریان، انعکاس اخبار مربوط به بهبود کیفیت خدمات بانک کشاورزی در رسانه‌ها و ... اشاره کرده‌اند.

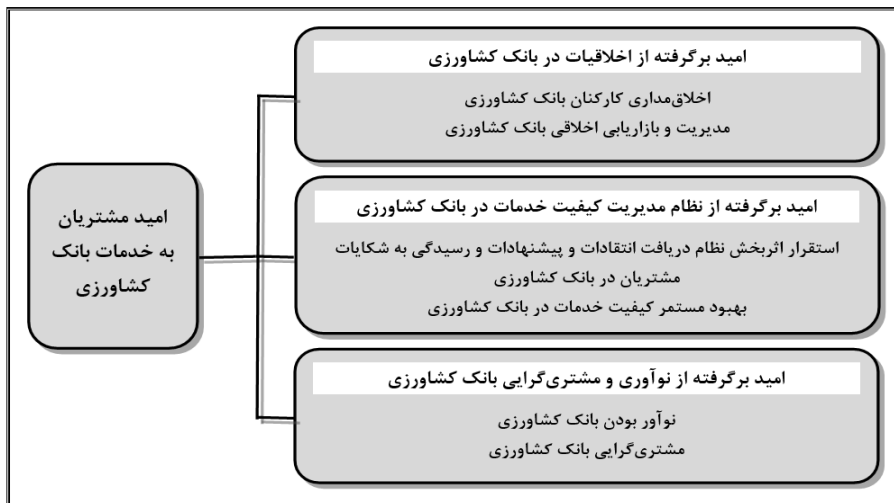
ج) امید برگرفته از نوآوری و مشتری‌گرایی بانک کشاورزی

مقوله‌های «نوآور بودن بانک کشاورزی» و «مشتری‌گرایی بانک کشاورزی» با توجه به اینکه دارای ریشه‌های از جنس نوآوری در خدمات بر اساس نیازهای مشتریان بودند در این دسته جای گرفتند. اگر به مفاهیم مشمول در این دو مقوله نگریسته شود، مشخص است که مشتریان در توصیف خود از امید به خدمات بانک کشاورزی به مباحثی همچون همگامی بانک کشاورزی

با پیشرفت‌های حوزه بانکداری الکترونیکی و همراه بانک، توجه بانک کشاورزی به نیازهای در حال تغییر مشتریان، ارتباط مؤثر بانک کشاورزی با مشتریان قبل، حین و بعد از دریافت خدمات و ... اشاره کرده‌اند.

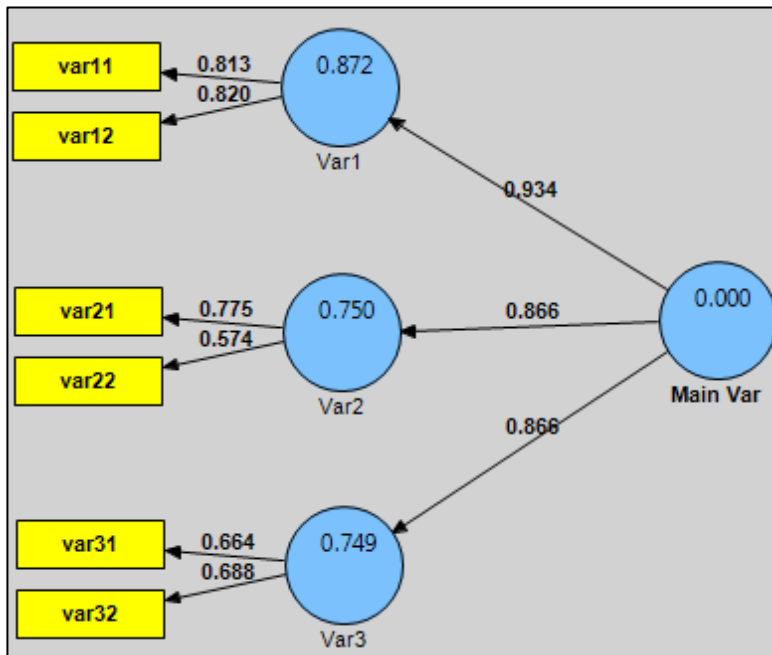
۴. مدل اولیه تحقیق و بیان فرضیه‌ها

بر این اساس نتایج حاصل از این تحقیق، مدل اولیه زیر طراحی شد:

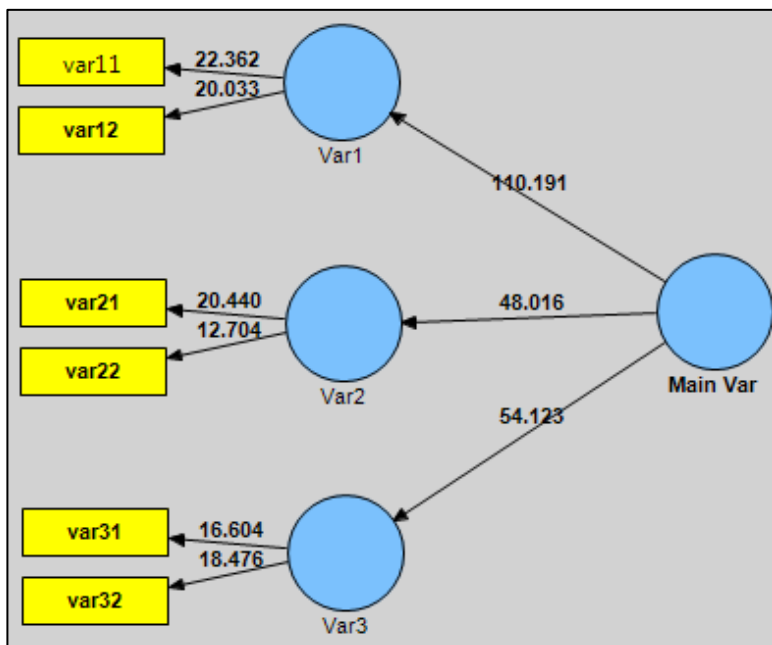


آزمون فرضیه‌ها و برازش مدل تحقیق

در فاز کمی تحقیق، سعی شد بر اساس داده‌های حاصل از ۴۰۰ پرسشنامه، مدل تحقیق مورد آزمون قرار گیرد. در شکل‌های ۱ و ۲، مدل تحقیق در دو حالت استاندارد و معنی‌داری نشان داده شده است:



شکل (۱) مدل تحقیق در حالت استاندارد



شکل (۲) مدل تحقیق در حالت معنی‌داری

کلیه اقدامات انجام شده در فاز کیفی، بشان دهنده تأیید مدل بود. بر این اساس، نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است:

جدول ۴) نتایج آزمون فرضیه‌های تحقیق

فرضیه‌ها	معناداری	نتیجه
فرضیه اول: امید برگرفته از اخلاقیات در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معنادار دارد.	۱۱۰/۱۹۱	تأیید
فرضیه دوم: امید برگرفته از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معنادار دارد.	۴۸/۰۱۶	تأیید
فرضیه سوم: امید برگرفته از نوآوری و مشتری‌گرایی بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معنادار دارد.	۵۴/۱۲۳	تأیید

بحث و بررسی یافته‌های تحقیق و ارائه پیشنهادات اجرایی

جهت پاسخ به سوالات پژوهش که هدف آنها کشف مفاهیم، مقولات و معانی پدیده امور مشتریان بود، بر اساس نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها در فصل چهارم، مدلی مفهومی احصاء گردید که در برگیرنده ۳ حوزه اصلی (امید برگرفته از ادراک مشتریان از اخلاقیات در بانک کشاورزی؛ امید برگرفته از استقرار اثر بخش نظام مدیریت کیفیت و امید برگرفته از نوآوری و مشتری‌گرایی در بانک) ۶ مولفه و ۲۰ زیر مولفه است.

با توجه به اطلاعات مندرج در جدول اخیرالذکر و یافته‌های حاصل از فصل چهارم می‌توان اظهار داشت تجربه زیسته امید مشتریان به خدمات بانکی در بانک کشاورزی در سه حوزه (بعد) قابل توصیف می‌باشد:

۱. فرضیه اول پژوهش: امید برگرفته از اخلاقیات در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معناداری دارد.

در دسته اول، مشخص شد که بخشی از امید مشتریان نسبت به خدمات بانک کشاورزی، برگرفته از ادراک آنها از اخلاقیات در بانک کشاورزی با ۲ مولفه اصلی: اخلاق مداری در بانک کشاورزی و دیگری مدیریت و بازاریابی اخلاقی در بانک کشاورزی بوده که مجموعاً نیز دارای ۷ زیر مولفه می‌باشند. بدین معنا که اگر مشتریان در حوزه‌های مختلف بانک کشاورزی اخلاق مداری کارکنان، اخلاق گرایی مدیران، احترام به خود، ضابطه مداری به جای رابطه در هنگام دریافت خدمات، شفافیت در محاسبات مربوط به نرخ تسهیلات دریافتی، الزامات بانکداری اسلامی و صداقت در تبلیغات بانکی را احساس و ادراک نمایند، به نوعی به خدمات بانک کشاورزی امیدوار خواهند شد. نتایج حاصل از بررسی در بخش کمی نیز تایید کننده موارد ذکر

شده از دیدگاه مشتریان بود.

در مصاحبه با مشتریان ملاحظه گردید که مشتریان رعایت اصول اخلاقی و رفتار انسانی را از اجزاء و عناصر اصلی در ساختار امید به خدمات تلقی کرده، باور داشتند در صورت اخلاق مداری از سوی کارکنان و مدیران و التزام به رعایت موازین اخلاقی موجب امیدواری آنان به دریافت خدمات مورد انتظار خواهد بود. از سویی اخلاق گرایی مدیران در تصمیمات مرتبط با مشتریان را موجب تسهیل و تسریع در دریافت خدمات دیگر خصوصاً طرح‌های سرمایه‌گذاری تلقی می‌نمایند. همچنین صداقت در تبلیغات موجب اعتماد و اطمینان و به زعم مشتریان موجب تقویت امید به خدمات بانکی می‌گردد.

مطالعات پیشین نشان می‌دهند که مباحث اخلاقی اعم از اخلاق گرایی کارکنان و مدیران، بازاریابی اخلاقی و صداقت در تبلیغات و سایر زیر مولفه‌های مرتبط با بعد اخلاقیات به شرح پیش گفته از اهمیت خاصی نزد مشتریان و افکار و احساسات و ادراکات آنها داشته و با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارند. مرور مطالعات قبلی حاکی از آن است که اهم دلایلی که موجب می‌شوند سازمان‌ها اخلاقیات را مورد تاکید قرار دهند، عبارتند از: نقش اخلاقیات به عنوان بخشی از استراتژی سازمانی و مدیریت سازمان؛ تاثیر رعایت اخلاقیات در ایجاد یک تصویر مناسب از سازمان؛ الزام قوانین و مقررات؛ نقش اخلاقیات به عنوان یک دانش ویژه برای کاهش ناراحتی‌های تحلیلی؛ نیاز سازمان‌ها به شناسایی هزینه‌ها و مخارج تحلیلی فعالیت‌ها؛ اثرات تبلیغاتی رعایت مسائل اخلاقی؛ فشار دولت‌ها؛ تاثیر رعایت اخلاقیات روی عملکرد سازمان و قیمت سهام سازمان؛ مسؤولیت قانونی مدیران و سازمان‌ها جهت رعایت اصول اخلاقی؛ استانداردها؛ تاثیر تعهد به مسائل اخلاقی روی کیفیت؛ فراگیر شدن بحث اخلاقیات و فشار ذینفعان مختلف (اسدزاده هیر، ۱۳۹۶).

اخلاق مجموعه‌ای از اصول و هنجارهای راجع به ارزش‌یابی و داوری درباره افعال انسانی است که به صورت ارادی و اختیاری انجام می‌شود و تشخیص خوبی یا بدی آنها و تعیین الزامات (بایدها و نبایدها)، مسؤولیت‌ها و وظایف برای انسان را در بر می‌گیرد (جیمز، ۱۳۸۷). بازاریابی اخلاقی نیز به فعالیت‌های مبتنی بر شفافیت، ارزش‌گذاری، عدالت محوری و مسؤولیت‌پذیری، اشاره میکند (شاهین مهر و حسنی، ۱۳۹۶). بازاریابی اخلاقی به دنبال عرضه صادقانه و حقیقی یک محصول در حوزه ارزش‌های فرهنگی و تحلیلی مورد نظر مصرف‌کننده است (جندقی و همکاران، ۱۳۹۹). اگر استنباط‌های محقق در این بخش را با تحقیقات پیشین مورد قیاس قرار دهیم، مشخص است که این نتیجه‌گیری با نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته توسط مهرآشنا و همکاران (۱۳۹۶)، محمودی (۱۳۹۴)، تقوی‌خانقاه (۱۳۹۴)، مختاری (۱۳۹۰)، رادتی (۱۳۸۹)، استیری و دیگران (۲۰۱۱) و آکسمی و همکاران (۲۰۱۷) همراستا می‌باشد.

۲. فرضیه دوم پژوهش : امید برگرفته از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معناداری دارد.

در دسته دوم، مشخص شد که بخشی از امید مشتریان نسبت به خدمات بانک کشاورزی، برگرفته از ادراک آنها از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی با ۲ مولفه اصلی : بهبود مستمر کیفیت خدمات در بانک کشاورزی و دیگری نظام پیشنهادات و انتقادات و رسیدگی به درخواست مشتریان در بانک کشاورزی بوده که مجموعاً " نیز دارای ۸ زیر مولفه می باشند . بدین معنا که اگر مشتریان اقدامات بانک کشاورزی در حوزه بهبود کیفیت خدمات را به خوبی درک کنند و از آن آگاهی یابند و احساس کنند که این روند در آینده نیز به صورت مستمر ادامه خواهد داشت، به نوعی به خدمات بانک کشاورزی امیدوار می‌باشند. در مصاحبه با مشتریان ملاحظه گردید که مشتریان روند صعودی کیفیت خدمات، عملکرد صحیح سامانه ها، سهولت در دریافت خدمات، تطابق خدمات با انتظارات، اهمیت دادن به پیشنهادات مشتریان و شنیده شدن صدای خود را جزء جدایی ناپذیر در ساختار امید به خدمات تلقی کرده، باور داشتند در صورت توجه به موارد ذکر شده و وجود سیستم های اطمینان بخش از طراحی و تدوین در ساختارهای مختلف موجب امیدواری آنان به دریافت خدمات مورد انتظار خواهد بود.

مطالعات پیشین نشان می دهند که مباحث مرتبط با امنیت و اطمینان در بحث سامانه های مختلف خدماتی به ویژه سامانه های الکترونیکی، تطابقت خدمات با انتظارات مشتریان، بهبود مستمر کیفیت خدمات و توجه و شنید شدن صدای مشتریان از اهمیت خاصی نزد مشتریان و افکار و احساسات و ادراکات آنها داشته و با نتایج پژوهش حاضر همخوانی دارند. مرور مطالعات قبلی حاکی از آن است که اگر کالا یا خدمات بی عیب و نقصی هم ارائه شود، همیشه هستند افرادی که از عملکرد سازمان ها یا مؤسسات گله مند باشند. ولی نکته اینجا است که نباید نسبت به آنان بی توجه بود، بلکه برعکس باید آنان را مشاوران خوبی بدانیم که بدون اعمال هیچ گونه هزینه ای، نقاط ضعف کالا یا خدمات ارائه شده را به مؤسسه یا سازمان انتقال می دهند (نشانی، ۱۳۸۸). از سوی دیگر مشارکت مشتریان در بخش ها و فرایندهای مختلف مرتبط با طراحی و عرض انواع خدمات می تواند بر نگرش مشتریان از جمله رضایت آنان مؤثر باشد. و نهایتاً این که منافع مشارکت مشتری برای هر دو سازمان و مشتری است؛ مثل افزایش اثربخشی خدمات، میل به اظهار نکات مثبت سازمان و حفظ مشتری. مشتریانی که خدمات بهتری دریافت می کنند راضی تر بوده و در آینده نیز برای خرید خدمات به سازمان مراجعه خواهند کرد. (اصغری، ۱۳۹۱: ۱۴)

اگر این استنباط محقق را با تحقیقات پیشین مورد قیاس قرار دهیم، مشخص است که این نتیجه گیری با نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته توسط شهیدی بنی طرف و همکاران

(۱۳۹۶)، نیکو مرام کرامتی تولائی (۱۳۹۶)، جامه شورانی و شیخی فر (۱۳۹۶)، احمدیان (۱۳۹۵)، شهبازی منشادی و همکاران (۱۳۹۵)، رادفر و حمیدی (۱۳۹۵)، حیدریان (۱۳۹۵)، سپندارند (۱۳۹۴)، استوارزاده (۱۳۹۴)، دریا دل (۱۳۹۴)، خادم زیارت (۱۳۹۳)، نایب زاده و شهبازی (۱۳۹۲)، فاضل و همکاران (۲۰۱۸)، وانگ و همکاران (۲۰۱۳)، و ماسینیس و هلن (۲۰۰۷) و هشیم زمیر و همکاران (۲۰۱۵) همراستا می‌باشد.

۳. فرضیه سوم پژوهش: امید برگرفته از نوآوری و مشتری گرایی در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معناداری دارد.

در دسته سوم، مشخص شد که بخشی از امید مشتریان نسبت به خدمات بانک کشاورزی، برگرفته از ادراک آنها از نوآوری و مشتری گرایی در بانک کشاورزی با ۲ مولفه اصلی: نوآور بودن بانک کشاورزی و مشتری گرایی بانک کشاورزی بوده که مجموعاً "نیز دارای ۵ زیر مولفه می باشند .

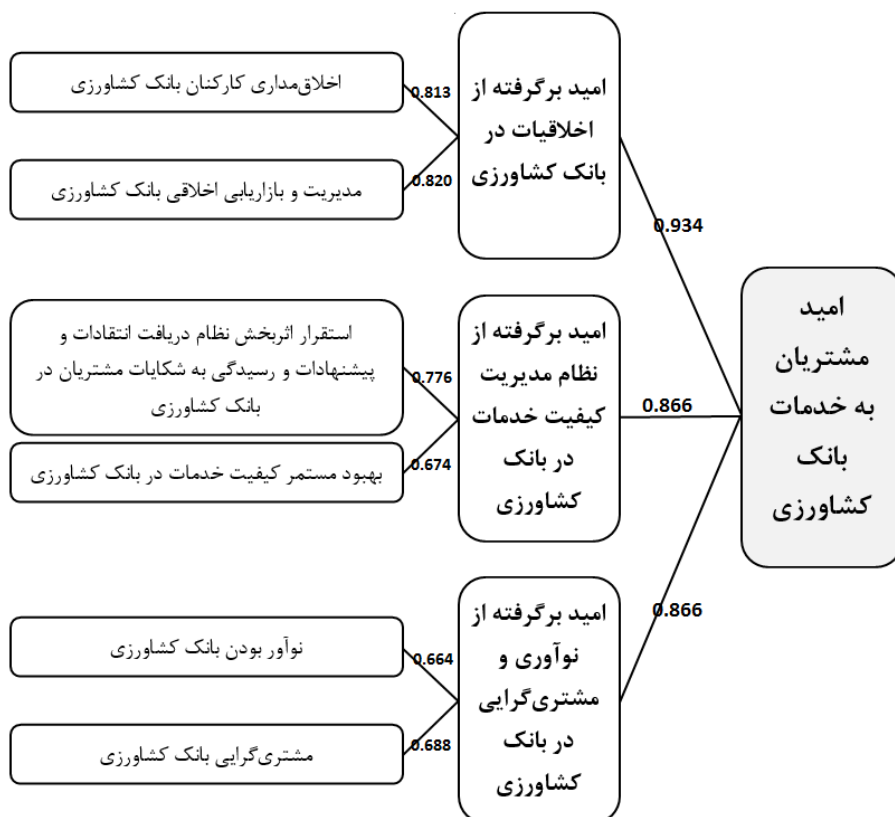
بدین معنا که اگر مشتریان اقدامات بانک کشاورزی در حوزه نوآوری و مشتری گرایی را به خوبی ادراک احساس و باور نمایند، به نوعی به خدمات بانک کشاورزی امیدوار خواهند بود. نتایج حاصل از بررسی در بخش کمی نیز تایید کننده موارد ذکر شده از دیدگاه مشتریان بود. در مصاحبه با مشتریان ملاحظه گردید که مشتریان همگامی بانک کشاورزی با فن آوری روز دنیا، رقابتی بودن در عرصه خدمات الکترونیک در کنار ساخت صحیح مشتریان و خلق تجارب و خاطرات موفق و جذاب توسط بانک برای مشتریان را بخشی از ساختار اصلی سازه امید مشتریان تلقی کرده، باور داشتند در صورت توجه به موارد ذکر شده موجب امیدواری آنان به دریافت خدمات امید آفرین خواهد بود.

الگوی جدیدی از نوآوری با عنوان «الگوی نوآوری باز» از سال ۲۰۰۳ مطرح شده است. مطالعات پیشین نشان می دهند که موسسه KPMG طی سال ۲۰۱۶، فن آوری‌های قابل پوشش، رسانه‌های اجتماعی، بانکداری تلفنی، ابر اینترنتی، مدیریت مالی شخصی، کیف پول دیجیتال و فن آوری بلاک چین را به عنوان نوآوری‌های حوزه خدمات بانکداری معرفی نموده است. بانکداری باز به مشتریان این امکان را میدهد که بدون نیاز به مراجعه به شعب بانک یا وارد کردن اطلاعات به صورت دستی در نرم افزار اینترنت بانک، تمامی امور بانکی را در نرم افزارهای داخلی خود انجام دهند. مزایای بانکداری باز عبارت است از: کمک به مشتریان، متمرکز کردن خدمات، ایجاد درآمد، افزایش دسترسی و افزایش رقابت و ارتباط. (مقدم، ۱۳۹۹).

اگر این استنباط محقق را با تحقیقات پیشین مورد قیاس قرار دهیم، مشخص است که این نتیجه‌گیری با نتایج حاصل از تحقیقات صورت گرفته توسط شهیدی بنی طرف و همکاران (۱۳۹۶)، حیدریان (۱۳۹۵)، عبدالحمید (۱۳۹۵)، احمدیان (۱۳۹۵)، آزادگان و بهشتی (۱۳۹۵)،

سپندارند (۱۳۹۴)، استوارزاده (۱۳۹۴)، ترابیان (۱۳۹۴)، زری باف و همکاران (۱۳۹۰)، ناظمی و همکاران (۱۳۸۹)، فاضل و همکاران (۲۰۱۸)، آگراوال و همکاران (۲۰۱۸)، موزلیم (۲۰۱۶)، میشائیل هاریس و همکاران (۲۰۱۶)، چنگ ینگ لی و همکاران (۲۰۱۵)، وانگ و همکاران (۲۰۱۳)، لی (۲۰۱۲)، شنگ و لیو (۲۰۱۰) و ماسینیس و هلن (۲۰۰۷) همراستا می‌باشد.

علاوه بر این، در پژوهش حاضر سعی شد تا از طریق رویکرد کمی مدل تحلیل مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد. ماحصل این فرایند، تأیید همه روابط درونی مدل و ساختار کلی آن بود. در شکل شماره ۳، مدل تحقیق به همراه ضرائب عامل که قدرت روابط درونی آن را نشان می‌دهند ارائه شده است:



شکل ۳) مدل نهایی و برازش شده تحقیق

۴. بر اساس نتایج حاصل از فازهای کیفی و کمی پژوهش و در جهت تقویت امید مشتریان به خدمات بانک کشاورزی، پیشنهادات زیر به مدیران ارشد این بانک قابل ارائه می‌باشد:

۴-۱. در ارتباط با فرضیه اول پیشنهاد می‌گردد در جهت بهبود و ارتقاء نظام و ساختار اخلاقی در بانک کشاورزی موارد ذیل مدنظر مدیران و برنامه‌ریزان این بانک قرار گیرد:

- طراحی و تدوین مدل و الگوی رفتار حرفه‌ای متناسب با رسته های شغلی مختلف بانک در سطح شعبه‌ای و ستادی:
- طراحی و اجرای سیستم ارزشیابی آنی ویژه بانکداران و بانکداران ارشد شعب :
- ملحوظ نمودن نتایج ارزیابی سامانه (ERM) مدیریت بهره‌وری فردی به هنگام ارتقاء کارکنان در طبقه شغلی :
- طراحی و تعبیه بخشی از سایت بانک به نظر مراجع و فقها در راستای پاسخگویی به نیاز های مشتریان مرتبط با الزامات بانکداری اسلامی
- شبیه سازی محیط خدماتی قبل از تبلیغ و اطلاع رسانی خدمات و محصولات جدید

بانکی

۴-۲. فرضیه دوم پژوهش : امید برگرفته از نظام مدیریت کیفیت خدمات در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معناداری دارد .

نظام مدیریت کیفیت خدمات با دو مولفه اصلی (نظام پیشنهادات، انتقادات، رسیدگی به درخواست‌های مشتریان و بهبود مستمر کیفیت خدمات) دومین عنصر ساختاری پدیده امید مشتریان بوده، پیشنهاد می‌گردد در ارتباط با عنصر مذکور اقدامات و اصلاحات به شرح ذیل توسط بانک کشاورزی معمول گردد:

- طراحی، تدوین و اجرای نظام ساختاری موثر در بهره‌گیری از پیشنهادات اصلاحی مشتریان در راستای بهبود کیفیت خدمات مورد انتظار.
- طراحی و اجرای جشنواره های فصلی - محلی مرتبط با محصولات مختلف در سراسر کشور

• تعیین هسته های تخصصی مشترک متشکل از مشتریان الماسی بانک و متخصصین بانک قبل از تدوین نهایی خط مشی های سالیانه بانک

- توسعه سامانه مانتیتورینگ به تمامی بخش های اصلی و کارکردی خدمات محور بانک
- تجدید نظر در میزان دسترسی و حد نصاب های مرتبط با مشتریان در بخش خدمات

الکترونیکی

• از دیگر مضامین مهم مورد تأکید مشتریان لزوم سهولت دریافت خدمات بوده به گونه‌ای که متفقاً بر پیچیدگی فرآیندهای موجود در بانک کشاورزی تأکید داشتند. در این راستا پیشنهاد می‌گردد بانک اقدامات موثری برای تلخیص، ساده‌سازی و تجمیع انواع فرم‌های مورد عمل خصوصاً در بخش اعتباری و نیز مراحل افتتاح حساب نموده، مشتریان از تنوع و تعدد فرم‌های مورد عمل در این بانک نسبت به سایر بانک‌ها اظهار گله‌مندی داشتند.

۴-۳. فرضیه سوم پژوهش: امید برگرفته از نوآوری و مشتری‌گرایی در بانک کشاورزی در ساختار امید مشتریان این بانک نقش معناداری دارد.

نوآوری و مشتری‌گرایی با دو مولفه اصلی نوآوری و مشتری‌مداری سومین عنصر ساختاری پدیده امید مشتریان بوده، پیشنهادات ذیل در راستای تقویت این مولفه‌ها که در بهبود امید مشتریان نقش دارد، ارائه می‌گردد.

- خدمات مبتنی بر اینترنت اشیا شامل :
پیاده‌سازی همراه بانک بر روی ساعت هوشمند
امکان چت ویدیویی در کیوسک‌های شهری میان مشتری و بانکدار
خودپرداز سیار قابل ردیابی از طریق سنسور نصب شده روی تلفن همراه
امکان پرداخت با تماس کارت بانک بدون وارد کردن رمز
امکان رویت وضعیت حساب، آخرین تراکنش، جستجو و مسیریابی نزدی‌ترین شعبه از طریق عینک
گوگل و ترکیب آن با واقعیت افزوده
ارائه نرم افزار مدیریت مالی شخصی روی ساعت هوشمند
همچنین بانکداری باز، مدیریت مالی شخصی، ابراینترنتی.
پیشنهادهای ذکر شده به عنوان فن آوری‌های نوین در حوزه بانکداری و پرداخت‌های الکترونیک مطرح بوده و می‌تواند برای اولین بار در سیستم بانکی توسط بانک کشاورزی هدف گذاری گردد.

• برنامه‌ریزی در جهت ایجاد تجارب موفق و دلنشین برای مشتریان. این امر نیازمند فعال‌تر نمودن خدمات فعلی باشگاه مشتریان، تنوع بخشی به امتیازات متناسب با طبقات مختلف مشتریان، برگزاری جشنواره‌های فصلی برای حوزه‌های مختلف خواهد بود

پیشنهاد برای محققان آتی

- در ادامه پیشنهاداتی به محضر محققان آتی این حوزه مطالعاتی تقدیم شده است:
- متغیرهای دیگری به پژوهش اضافه گردد. این کار کمک می‌کند تا در یک فرایند تکاملی، مدلی ارزشمند در حوزه امید مشتریان به خدمات بانکی کشور مهیا گردد.
 - مشابه پژوهش صورت گرفته در بانک کشاورزی را در دیگر بانک‌های خصوصی و دولتی فعال در کشور نیز به انجام رسانند تا با تجمیع دانش حاصل از اینگونه تحقیقات، کم‌کم شاهد طراحی و جایگزینی مدل‌های بومی و ایرانی به جای مدل‌های عمومی غربی در حوزه امید مشتریان به خدمات بانکی کشور باشیم.
 - پیشنهاد می‌گردد محققان آتی مشابه پژوهش حاضر، پژوهش‌هایی را به طریق موجود در سایر سیستم‌ها و سازمان‌های خدماتی یا تولیدی در جهت تعمیق هر چه بیشتر مفهوم امید مشتریان به انجام رسانند.

فهرست منابع

۱. احمدیان ماژین، زینب (۱۳۹۵). بررسی عوامل موثر بر تمایل مشتریان بر پذیرش خدمات الکترونیکی در بانک کشاورزی، اولین کنفرانس بین المللی تکنیک های مدیریت و حسابداری
۲. استواری زاده راوی، فاطمه (۱۳۹۴). بررسی تاثیر عوامل موثر بر قصد استفاده مشتریان از خدمات بانکی در بانک تجارت کرمان. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه مدیریت. دانشکده مدیریت و اقتصاد. دانشگاه شهید باهنر کرمان.
۳. اصغری، ج. (۱۳۹۱). مشتری مداری و رفتار با مشتری. تهران: انتشارات کتاب آزاد.
۴. اصل هاشمی، احمد؛ مولایی، اعظم. (۱۳۹۱). فرهنگ تکریم: با تاکید بر تکریم ارباب رجوع، کارکنان و بازنشستگان، تهران: انتشارات اختر.
۵. الحر العاملی، محمد حسن. (۱۴۲۰ ه.ق). وسائل الشیعه، طبع آل البیت، بیروت، ج ۱۷ و ۱۶.
۶. الهیاری فرد، محمود. (۱۳۸۲). بررسی مقایسه ای خدمات بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک در ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز.
۷. انواری رستمکلائی، م. (۱۳۹۶). بررسی ارتباط بین بازاریابی رابطه مند بر عملکرد بازاریابی شرکت های صادراتی (مطالعه موردی شرکت کاله آمل)، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد بهشهر، بهشهر.
۸. آذر، عادل؛ مومنی، مصور؛ جعفری، سعید. (۱۳۸۱). آمار و احتمالات، تهران: انتشارات سازمان سنجش آموزش ایران.
۹. آزادگان، مجید؛ بهشتی، سیامک. (۱۳۹۵). شناسایی و الویت بندی عوامل موثر بر رضایت مندی مشتریان بانک های ایران با استفاده از مدل کانو (مطالعه موردی بانک رفاه شهر اصفهان)، کنفرانس جهانی مدیریت، اقتصاد حسابداری و علوم انسانی در آغاز هزاره سوم، شیراز، پژوهش شرکت ایده بازار صنعت سبز.
۱۰. باقری، علی محمد؛ حمیدی بهشتی، محمد تقی؛ علیدوستی، سیروس. (۱۳۸۸). "پذیرش بانکداری اینترنتی در ایران (بسط مدل پذیرش فناوری اطلاعات)"، نشریه علوم فناوری اطلاعات، دوره ۲۴، شماره ۳، صص. ۳۳-۶.
۱۱. بخشی، مریم؛ و سمیع زاده، رضا (۱۳۹۶). مدلی برای پذیرش بانکداری الکترونیکی با در نظر گرفتن عامل اعتماد مشتریان، فصلنامه مطالعات مدیریت فناوری اطلاعات سال پنجم، شماره ۱۹، صفحات ۳۵ تا ۴۷.
۱۲. بلیکی، نورمن. (۱۳۸۴). طراحی پژوهش های اجتماعی، (مترجم: حسن چاوشیان)، تهران: نشرنی.
۱۳. بهرام زاده، محمد مهدی؛ شوکتی مقرب، سمیه. (۱۳۸۹). "رویکرد فرهنگی به فناوری اطلاعات: ارزیابی پذیرش بر مبنای مدل UTAUT"، هشتمین کنفرانس بین المللی مدیریت، تهران.

۱۴. بودلایی، حسن. (۱۳۹۸). روش تحقیق پدیدارشناسی. تهران: اندیشه احسان.
۱۵. پرنده، علی. (۱۳۷۹). تجارت در اینترنت، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، تهران.
۱۶. پور رسولی طبالوندانی، پیروز؛ زنجانی، بهناز. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر کیفیت خدمات صنعت بیمه بر رضایت مشتریان و اولویت بندی ابعاد آن (مطالعه موردی: بیمه ایران در شهرستان رشت) (دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، کارآفرینی و توسعه اقتصادی، قم، دانشگاه پیام نور).
۱۷. تشکری، عباس؛ تدلی، چالز (۲۰۱۰). راهنمای روش های آمیخته در پژوهش های علوم رفتاری و اجتماعی. ترجمه مرتضی اکبری و همکاران. (۱۳۹۴). تهران: انتشارات دانشگاه تهران
۱۸. تراییان، الهه. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر بکارگیری E-CRM در رضایت مشتریان بیمه ایران، دومین همایش بین المللی مدیریت و فرهنگ توسعه، تهران، موسسه سفیران فرهنگی مبین.
۱۹. تقی زاده، ابراهیم. (۱۳۸۵). "بررسی تأثیر سیستم فناوری اطلاعات بر اثربخشی سازمان (سازمان کتابخانه ها، موزه ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی)"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۲۰. تولایی، روح الله؛ صالح نژاد، سیدعبدالله؛ حمید زاده، مریم. (۱۳۸۷). مبانی و اصول مشتری مداری در اسلام، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال پنجم، شماره ۱۹، صص ۸۳-۱۱۵.
۲۱. تهرانی، رضا. هاشمی نژاد، سیدمحمد؛ صیقلی، محسن. (۱۳۹۱). ارزیابی تاثیر سیستم های مدیریت کیفیت بر عملکرد مالی شرکت های بوری، فصلنامه علمی - پژوهشی دانش سرمایه گذاری، سال اول، شماره چهارم، زمستان، ۱۹۵-۲۱۲.
۲۲. ثابت قدم، فاطمه؛ حسینی شکیب، مهرداد. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر سطح کیفیت خدمات بر رضایت مشتریان به روش سروکوال (مطالعه موردی: شرکت آب و فاضلاب تهران)، ماهنامه پژوهش های مدیریت و حسابداری، شماره ۱۴، صص ۸۸-۱۱۱.
۲۳. جامه شورانی، رضا؛ شیخی فر، رضا. (۱۳۹۶). بررسی رابطه بین نارسایی در ارائه خدمات، احیا خدمات با وفاداری مشتریان (مطالعه موردی: شرکت های خدماتی حمل و نقل مسافر راه آهن شهر تهران)، سومین همایش ملی پژوهش های نوین در حوزه علوم انسانی و مطالعات اجتماعی ایران، قم، مرکز مطالعات و تحقیقات اسلامی سروش حکمت مرتضوی.
۲۴. حسینی، میرزاحسن؛ احمدی نژاد، مصطفی؛ قادری، سمیه. (۱۳۸۹). بررسی و سنجش کیفیت خدمات و ارتباط آن با رضایتمندی مشتریان: مطالعه موردی بانک تجارت، دو ماهنامه بررسی های بازرگانی، شماره ۴۲، صص ۸۸-۹۷.
۲۵. حسینی، علی. (۱۳۹۰). طراحی سیستم جامع سنجش رضایت مشتریان در شرکت سهامی بیمه آسیا، هجدهمین همایش ملی و چهارمین سمینار بین المللی بیمه و توسعه، تهران، پژوهشکده بیمه.
۲۶. حیدری، بهمن؛ الهی، شعبان؛ دمندانی، سولماز. (۱۳۹۵). مدیریت ارتباط با مشتری، تهران: شرکت چاپ و نشر بازرگانی.
۲۷. حیدریان، علیرضا (۱۳۹۵). تاثیر بزاریابی رابطه مند بر تصمیم گیری مشتریان در استفاده از خدمات

- بانکی. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه مدیریت بازرگانی. دانشگاه آزادی اسلامی واحد نراق .
۲۸. خادم زیارت ، مسعود (۱۳۹۳). بررسی عوامل موثر بر رضایت مندی مشتریان بانک کشاورزی : مطالعه موردی شهرستان رودان . پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشکده کشاورزی و منابع طبیعی . دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرودشت.
۲۹. خلدی ، رضا .(۱۳۹۷).مطالعه مولفه های ارزشهای ادراک شده برند بر پیامدهای رفتاری مشتریان با توجه به امید مصرف کننده و متغیر تعدیل گری اهداف مشتریان (مطالعه موردی: شرکت طلوع پخش آفتاب در مازندران). پایان نامه کارشناسی ارشد.گروه مدیریت. موسسه آموزش عالی علامه امینی.
۳۰. خجسته، غلامرضا؛ کاظمی، مهدی؛ رادمنش، ناهید. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر کیفیت خدمات الکترونیک بر رضایت و وفاداری مشتریان در بازار خدمات مالی «با تأکید بر نقش میانجی ارزش ادراک شده مشتری»، دومین همایش ملی علوم مدیریت نوین.
۳۱. خزائی پول، فاطمه؛ نیک نفس، عسکر؛ کیا، داود. (۱۳۹۴). بررسی تاثیر شواهد فیزیکی و مکان دفاتر بیمه بر رضایت و وفاداری مشتری (مطالعه موردی: شعب بیمه دانا غرب استان مازندران)، کنفرانس بین المللی اقتصاد مدیریت و علوم کشاورزی، منطقه آزاد انزلی، مرکز بین المللی ارتباطات دانشگاهی، توسعه کارآفرینان دانشگاهی.
۳۲. دانایی فرد ، حسن ؛ الوانی ، سید مهدی ؛ آذر ، عادل. (۱۳۹۴).روش شناسی پژوهش کمی در مدیریت: رویکردی جامع ، تهران : انتشارات صفار.
۳۳. دانایی فرد ، حسن ؛ الوانی ، سید مهدی ؛ آذر ، عادل. (۱۳۹۴).روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع ، تهران : انتشارات صفار.
۳۴. دانایی فرد ، حسن ؛کاظمی ،سید حسین .(۱۳۹۰).پژوهش های تفسیری در سازمان :استراتژی های پدیدارشناسی و پدیدارنگاری .تهران : انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۳۵. دادخواه، محمد رضا. (۱۳۹۳). مشتری مداری (کاربردی-عملی)، تهران: انتشارات شهرآشوب.
۳۶. دریادل ، مجتبی (۱۳۹۴). تاثیر مدل های ذهنی بر رفتار دریافت کنندگان خدمات بانکی. پایان نامه کارشناسی ارشد. گروه مدیریت . دانشکده ادبیات و علوم انسانی. دانشگاه زنجان.
- 37.Abdul-Ghani, E., Hyde, K.F., Marshall, R. (2011). Emic and etic interpretations of engagement with a consumer-to-consumer online auction site. J. Bus. Res. 64, 1060–1066
- 38.Adrian, P., Pennie, F. (2017). Relationship marketing: looking backwards towards the future, Journal of

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۴۸ - ۳۱

شناسایی معیارها و مؤلفه های مؤثر بر اصول اخلاقی و ارائه مدل مناسب در نظام بانکداری الکترونیک

غلام رضا امجدی^۱

چکیده

اخلاق در صنعت بانکداری دارای کاربردهای گسترده‌ای است که بر تصمیمات سپرده‌گذاران، سرمایه‌گذاران و گیرندگان تسهیلات به شدت اثرگذار می‌باشد. رسالت اصلی بانک‌ها اتخاذ و استقرار روش‌های بهینه تامین، تخصیص و توزیع منابع و مصارف مالی در سطوح مختلف جامعه متناسب با نیازهای پیش‌روست به نحوی که همزمان با انجام فعالیت‌های مالی نه تنها اخلاقیات در جامعه دچار خدشه نشود بلکه در مسیر ارتقا و بهبود نیز واقع گردند. این پژوهش با هدف شناسایی معیارها و مؤلفه های مؤثر بر اصول اخلاقی در نظام بانکداری الکترونیک انجام گرفت و به لحاظ روش در زمره ی تحقیقات کیفی با رویکرد اکتشافی است. بدین منظور پس از مرور ادبیات، پیشینه و مبانی نظری تحقیق، عوامل و معیارهای مؤثر بر اصول اخلاقی در نظام بانکی کشور، شناسایی و دسته بندی شدند. بعد از اجرای تکنیک دلفی در سه دور برخی از مؤلفه ها از فهرست تنظیمی حذف و مدل نهایی آماده شد. خبرگان این پژوهش را تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان فعال در حوزه بانکی و خدمات بانکداری الکترونیک تشکیل می دادند که از جامعه آماری به روش نمونه گیری هدفمند انتخاب شدند. به منظور اطمینان از روایی پرسشنامه دلفی از روایی محتوایی و روایی مصححان و برای پایایی نیز از روش اشباع نظری استفاده شد. نتیجه حاصل از این ارزیابی منجر به تأیید و نهایی شدن چارچوب کلی مدل مفهومی تحقیق گردید. یافته ها نشان می دهد که مؤلفه هایی همانند اطلاعات محرمانه مشتریان، صداقت و درستکاری، تخصص و کارآمدی، مشتری مداری، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه، مسئولیت اخلاقی و ... از عوامل اثر گذار بر نهادینه شدن اصول اخلاقی در نظام بانکداری الکترونیک می باشند.

واژگان کلیدی

اخلاق، اخلاق سازمانی، اخلاق کاربردی، بانکداری الکترونیک.

۱. عضو هیأت علمی گروه مدیریت دولتی، دانشکده علوم انسانی، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران.
Email: karafarinefajr@gmail.com

پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۱۲/۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۹/۱۷

طرح مسأله

امروزه وجود بانکداری الکترونیک در نظام خدمات مالی دنیا اجتناب ناپذیر است و این امکان را برای بانک‌ها فراهم نموده تا با افزایش دقت، سرعت و کیفیت خدمات خود موقعیت رقابتی قوی ممتاز را برای ارائه خدمات بانکی، ایجاد نمایند. توسعه مستمر بانکداری الکترونیکی با بهبود کارایی بانکداری، همچنین کاهش هزینه‌های مربوط به معاملات در سطح ملی و بین المللی، موجب بهبود وضعیت اقتصادی می‌گردد. توسعه یک نظام اینترنتی پرداخت الکترونیکی فرصت‌هایی را برای خلق مجموعه جدیدی از روابط تجاری ملی و بین المللی فراهم ساخته، این درحالی است که اصل وجود اخلاق در معاملات اینترنتی و نقش آن در کاهش هزینه‌های معاملات بین بانکی نادیده گرفته می‌شود. بر همین اساس رعایت اصول اخلاقی در اعمال تغییرات ساختاری مؤسسات تجاری جدید را ضروری ساخته است. عدم وجود ساختارهای اخلاقی در برخورد با ذی نفعان مشکلاتی را برای سازمان‌ها ایجاد نموده و به تبع آن سودآوری، موفقیت و اثر بخشی سازمان را نیز، تحت تأثیر قرار داده است.

مسائل اخلاقی زمانی که با وظایف مالی و پولی مرتبط می‌شوند از اهمیت بالایی برخوردار می‌گردند. از آنجایی که بانکداری الکترونیک، تکنولوژی جدید با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بسیاری بوده، ولی کاربران در استفاده از این سیستم مردد می‌باشند و نگرانی آنها در زمینه امنیت و حفظ حریم خصوصی به راحتی پذیرفته نشده است. علاوه بر این بیشترین مشکلات بالقوه مرتبط با این صنعت نقض روش‌های امنیتی موجود است.

پژوهش‌های انجام شده بیانگر آن است که محرمانه نگه داشتن اطلاعات شخصی افراد، قانون حفاظت و عدم مداخله، دست کاری داده‌ها و تقلب مالی، پیدایش خطا در معاملات مالی و مقوله بیکاری ناشی از الکترونیکی شدن فعالیت‌ها، از مهمترین جنبه‌های اخلاقی بانکداری الکترونیکی می‌باشد. تا کنون تحقیقات زیادی در حوزه بانکداری الکترونیک به عمل آمده که اغلب به جنبه‌های مادی موضوع از قبیل توسعه سرمایه‌گذاری و تحوّل تبادلات تجاری و ارائه راهکار جهت افزایش استقبال عمومی به بانکداری الکترونیکی، پرداخته‌اند. در این پژوهش بر آنیم تا به جنبه معنوی و اخلاقی موضوع بپردازیم.

وجود بانکداری الکترونیک و تجارت الکترونیک در نظام خدمات مالی دنیا، امروزه اجتناب ناپذیر است. بانکداری الکترونیکی این امکان را برای بانک‌ها فراهم نموده تا با افزایش دقت، سرعت و کیفیت خدمات خود، موقعیت رقابتی قوی را برای ارائه خدمات بانکی، ایجاد نمایند. توسعه مستمر بانکداری الکترونیکی با بهبود کارایی بانکداری و همچنین کاهش هزینه‌های مربوط به معاملات در سطح ملی و بین المللی، موجب بهبود وضعیت اقتصادی می‌گردد (سیدجوادی و سقطچی، ۱۳۸۵). براساس اطلاعات سایت سازمان فناوری اطلاعات و

آمار ارائه شده در کنفرانس بین المللی تجارت و توسعه سازمان ملل -آنکتاد- ایران از منظر آمادگی تجارت الکترونیک در بین ۱۰ کشور برتر آسیا و اقیانوسیه قرار دارد. در این رتبه‌بندی همچنین ایران در بین کشورهای جهان در جایگاه ۷۷ قرار دارد.

آمارهای اعلامی از سوی بانک مرکزی حاکی از آن است که، میزان تراکنش‌های الکترونیکی طی یک دهه اخیر ۱۱ برابر گردیده است و سهم ارزش پرداخت الکترونیک به تولید ناخالص داخلی ۹۶ درصد می باشد. باید در نظر داشت که، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران موجبات، بهره‌مندی هموطنان از خدمات بانکداری مجازی به عنوان یکی از شاخص‌ترین ظرفیت‌های توسعه دولت الکترونیک در جامعه اطلاعاتی ایران، فراهم نموده است. نتایج حاصل از نظرسنجی‌های انجام شده نشان می‌دهد در حدود ۹۷ درصد از مردم ایران از ابزار پرداخت الکترونیک و کانال‌های توزیع بانکداری الکترونیک بهره‌می‌برند.

امروزه بازار رقابت در دنیای اقتصادی علیرغم فواید و مزایایی که در جهت استفاده از خدمات با کیفیت بهتر و قیمت پایین برای مشتریان داشته، پیامدهای غیراخلاقی زیادی را برای عرضه‌کالا و خدمات در پی داشته است (ماران جوری و همکاران، ۲۰۱۷).

مسائل اخلاقی^۱ زمانی که مرتبط با وظایف مالی و پولی می‌شوند از اهمیت بسیار بالایی برخوردار می‌گردند. از آنجایی که بانکداری الکترونیکی، فناوری جدید با قابلیت‌ها و پتانسیل‌های بسیاری بوده، اما کاربران در استفاده از این سیستم تردد می‌باشند. در استفاده از بانکداری الکترونیکی، نگرانی مطرح شده توسط کاربران و گروه‌های مختلف در زمینه امنیت و حفظ حریم خصوصی می‌باشد. علاوه بر این بیشترین مشکلات بالقوه مرتبط با این صنعت نقض روش‌های امنیتی موجود است (ابراهیمی، مخملباف و زین الدینی، ۱۳۹۶). کلاهبرداری‌های الکترونیکی از جمله دستاوردهای نوین اخلاق در حوزه بانکداری الکترونیکی می‌باشد (ماران جوری و همکاران^۲، ۲۰۱۷). طبق گزارشات ماهانه پلیس سایبر ایران^۳، بخش اعظمی (۳۳ درصد) از جرایم اینترنتی و کلاهبرداری‌های سایبر در کشورمان مرتبط با بانکداری اینترنتی است و به نظر می‌رسد، این بخش از توانایی فناوری اطلاعات ایران، تهدیدی جدی برای کاربران ایرانی به شمار می‌رود. همچنین حدود ۸۰ درصد تخلفات اینترنتی در ایران مربوط به تخلفات اقتصادی و مالی است. درآمدهای ناشی از جرایم سایبری ۳۸۸ میلیارد دلار می باشد. ۴۸/۵ درصد از جرایم برداشت از حساب بانکی است که این به جهت بی‌مبالاتی مالکین در نگهداری رمزهایشان، سوء استفاده اینترنتی از حساب‌هایشان یا نفوذ هکر به شبکه بانکی و برداشت پول بوده است.

1. Ethical Issues
2. Maran Jouri & etal
3. CyberPolice

توجه به این نکته حائز اهمیت می‌باشد که جستارهای اخلاقی در صنعت خدمات مالی بر هر فردی اثرگذار است. اگرچه ممکن است فرد در این صنعت فعالیت نداشته باشد، لیکن مشتری خدمات ارائه شده در این صنعت به شمار می‌رود. بنابراین، انکار وجود رفتارهای غیراخلاقی در صنعت مالی، به خصوص بانکداری از نظر ماهیت این صنعت بیهوده است. بر این اساس، یک نظام بانکی مبتنی بر اخلاق، رویکرد واقع‌بینانه‌تری را نسبت به ثروت واقعی و پول اتخاذ می‌کند (جعفری طاهری، ۱۳۹۵).

توجه رسانه‌ها و محافل دانشگاهی به مقوله بانکداری الکترونیک عمدتاً به تمرکز بر روی انتظارات مشتریان محصولات بانکی اختصاص یافته و در صورت وجود نگرانی از افشای اطلاعات مشتریان و امنیت سیستم، عملیات بانکداری سنتی را در شعبه‌ها زیرسوال می‌برند. در حالی که اصل وجود اخلاق در معاملات اینترنتی و نقش آن در کاهش هزینه‌های معاملات بین بانکی نادیده گرفته می‌شود. (هریس و برنل، ۲۰۰۳) در این میان به وجود آوردن استانداردهای بالا و قابل قبول اخلاقی از ضروریات مدیریت است.

با توجه به اینکه تجارت و بدنبال آن بانکداری الکترونیکی در حال گسترش می‌باشد و به سرعت در حال تغییر بوده متأسفانه هنوز تجربه و هماهنگی لازم جهت برقراری یک استاندارد اخلاقی در این زمینه فراهم نگردیده است. نبود اصول، معیارها و قوانین و مدل‌های اخلاقی در عرصه بانکداری الکترونیکی و عدم آگاهی از میزان رعایت اخلاقیات در صنعت بانکداری الکترونیکی، عدم توجه به موضوعات و مسائل اخلاقی از سوی صاحب نظران و بدلیل اینکه راستای نوشته‌های بیشتر نویسندگان و محققان مرتبط با جنبه‌های مادی بانکداری الکترونیکی می‌باشد، لذا ادبیات منسجم و مناسب در این خصوص وجود ندارد.

با توجه به مطالب فوق و اهمیت و تأثیری که اخلاق بر نظام بانکداری الکترونیکی دارد، مقاله حاضر، درصدد شناسایی معیارها و عوامل مؤثر بر اصول اخلاقی و ارائه مدل در نظام بانکداری الکترونیک است.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تعریف اخلاق

در زبان لاتین، ریشه‌های واژه اخلاق به کلمه «اتیکوس» در یونان قدیم به مفهوم قدرت و نفوذ رسم و سنن بر می‌گردد. برخی معتقدند که می‌توان هر دو واژه *ethics* و *morality* را به معنای اخلاق دانست ولی لازم به ذکر است که کلمه *morality* بیشتر به جنبه‌های علمی و کاربردی اخلاق می‌پردازد، در حالی که کلمه *ethics* بیشتر به اصول و ضوابط علم اخلاق اشاره می‌نماید و در تعریفی دیگر *morality* به علم تشخیص خوب از بد اشاره دارد، حال آنکه *ethics* متوجه عمل به اخلاقیات و تهذیب نفس می‌باشد (الهی، ۱۳۷۶).

اخلاقیات به انصاف و راستی و درستی مربوط می‌گردد، به تصمیم‌گیری در خصوص اینکه چه چیزی خوب است و چه چیزی بد و به فعالیت‌ها و قواعدی که رفتار پاسخگویانه را بین افراد و گروه‌ها پی‌ریزی می‌کند (مقیمی، ۲۰۱۶).

کدهای استاندارد اخلاقی هم برای عملیات سازمانها و هم برای کنترل فعالیت‌ها و شیوه زندگی تمامی کارکنان از جمله سرپرستان و مدیران ستادی می‌باشد (آلویوی و آدیوالی، ۲۰۱۲).
واژه اخلاق همانند دو واژه Ethical, Moral دو کاربرد متمایز دارد: گاهی، اخلاق به معنی خلق و خوی، رفتار عادت شده و مزاج به کار می‌رود. همان گونه که دو واژه انگلیسی فوق گاهی، به معنای عادت به کار می‌رود. معنای دیگر این واژه‌ها دانشی است که از حسن، قبح، خوبی و بدی رفتار بحث می‌کند (انصاری، رحمانی و سیفی، ۲۰۱۲).

اخلاق کاربردی

اخلاق کاربردی، شاخه‌ای از اخلاق هنجاری است، که به واسطه تمرکز ویژه بر موارد عینی و جزئی و تلاش برای بررسی و حل معضلات اخلاقی، از فرا اخلاق و نظریه‌های هنجاری متمایز میشود؛ رسماً از سال ۱۹۶۰ م به عنوان شاخه‌ای از اخلاق مطرح گردید
در مجموع، اخلاق کاربردی را به لحاظ گستره میتوان در حوزه فردی، شامل اخلاق خانواده، روابط شخصی مثل دوستی با دیگران و رابطه با پیران و جوانان، و در حوزه اجتماعی، شامل اخلاق علم و تکنولوژی، پزشکی، زیست محیطی، سیاسی، حقوقی، رسانه‌ای، ورزشی و ... دانست که طبیعتاً اخلاق حرفه‌ای را نیز در برمی‌گیرد.

هر چند معلوم نیست که نخستین بار اصطلاح «اخلاق کاربردی» را چه کسی به کار برده است، اما گفته شده پیترو سینگر، از فیلسوفان اخلاق معاصر، جاعل این اصطلاح و نخستین کسی است که این اصطلاح را به معنای امروزی آن به کار برده است. به هر حال، عمر زیادی از اصطلاح «اخلاق کاربردی» در ادبیات علمی نمی‌گذرد و تحقیقات در این زمینه نیز بسیار اندک‌شمارند. هنوز نویسندگان و پژوهش‌گران این عرصه نتوانسته‌اند بر تعریفی واحد از این رشته علمی اجماع کنند.

اخلاق سازمانی

اخلاق سازمانی، اخلاق یک سازمان است و نشانگر این امر است که چگونه یک سازمان اخلاقی به یک محرک داخلی یا خارجی پاسخ دهد. اخلاق سازمانی با فرهنگ سازمانی وابسته است. اگرچه، شبیه رفتار سازمانی و اخلاق کسب و کار در سطح خرد و کلان است. اخلاق سازمانی نه رفتار سازمانی است و نه فقط اخلاق کسب و کار (بلکه شامل حاکمیت و اخلاق شرکت است)، اخلاق سازمانی بیانگر القاء ارزش‌های یک سازمان به کارکنان خود و اشخاص

دیگر بدون در نظر گرفتن قوانین دولتی و نظارتی می باشد (ارنادوف و کاسیسکا^۱، ۲۰۱۲). در مورد نقش اخلاق در کسب و کار موارد زیر قابل توجه می باشند:

توصیف و دسته بندی فرآیند شکل گیری ارزش در سازمان و بازار آزاد

توصیف و دسته بندی این است که چطور تصمیم ها در سازمان اتخاذ شده است

ارائه یک انتقاد از روند شکل گیری ارزش در سازمان و اقتصاد بازار آزاد

تجویز ارزشهایی که باید در سازمان حفظ شوند.

تجویز اینکه چگونه تصمیم باید اتخاذ شود تا در جهت و هم صدا با اصول اخلاقی باشد (توتا و شیها^۲، ۲۰۱۲).

اخلاق حرفه‌ای در حقیقت یک فرآیند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزش‌هایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پای بند بود. در دنیای امروز توجه به ارزشهای انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی، یک نوع برتری رقابتی محسوب می شود. (شالباف و سرمدی، ۲۰۰۷).

کدهای اخلاقی

کدهای رفتاری بیشتر بیان رسمی ارزشهای سازمانی درباره موضوعات اخلاقی و اجتماعی معین می باشد. ویژگی مهم کدهای رفتاری این است که تنها به بیان اصول و کلیات اخلاقی بسنده نکرده، در هر شغلی همان رفتارهای درست و نادرست را تعیین می کنند، به گونه‌ای که در تشخیص رفتارهای غیراخلاقی ابهام چندانی باقی نمی ماند. این ویژگی امکان نظارت بر رفتار حرفه‌ای کارکنان سازمان را فراهم می سازد و این نظارت چه در سطح فراسازمانی و چه درون سازمانی، در دنیا انجام می شود. چنانچه مولفه های اخلاقی تنها به مطالعه و مطالب علمی نظری محدود شود، از دیدگاه کاربردی فایده مطلوبی از آن حاصل نخواهد شد (صادقی، ۲۰۱۴).

با توجه به اینکه، کدهای اخلاقی که توسط یک سازمان و یا یک شرکت مثل یک بانک تصویب می گردند، مجموعه‌ای از اصول کلی در مورد اعتقاد سازمان در خصوص مسائلی مانند کیفیت، حفظ حریم خصوصی، سازمان خیریه یا محیط زیست است. در اینجا موضوع اخلاق دربر گیرنده اصول و ارزشهایی است که به طور ضمنی و یا به صراحت برای هدایت رفتار بانکداران می باشد. موضوع کدهای اخلاقی و حرفه‌ای برای بانکداران و عموم مردم از اهمیت زیادی برخوردار می باشد. (آدیوانجو و الانرواجو^۳، ۲۰۱۴).

کدهای اخلاقی همواره هم از سوی نظریه پردازان و هم از سوی افراد اجرایی به عنوان

1 . Arnaudov K, Koseska E

2 . Tota I, Shehu H

3 . Adeyanju, Olanrewaju David

ابزاری تاثیرگذار بر روی کارکنان در نظر گرفته شده است. با توجه به تحقیقات زیادی که در زمینه رابطه وجود کدهای اخلاقی با مولفه های مختلف سازمانی صورت گرفته، اشاره می شود که اطلاعات کمی در زمینه نحوه تاثیرگذاری کدهای اخلاقی بر روی رفتار فردی وجود دارد (داجی کوش^۱، ۲۰۱۳).

فهرست الزامات و تعهدات اخلاقی که به صورت باید ها و نبایدها تدوین می شود، اغلب کدهای رفتاری و یا نظام نامه های اخلاقی نامیده می شوند (قراملکی ۲۰۰۷ و کالشون، هارتوگ و دی حوق^۲، ۲۰۱۱).

کدهای اخلاقی راهنمای عملی برای تمامی تصمیم گیرندگان در سطوح گوناگون سازمان است و به آنها کمک می کند که بدانند در موقعیتهایی که در آنها ارزشهای متضاد اخلاقی بروز می کند از خود می بایست چه واکنشی بروز دهند. برخی از مهمترین ارزشهای اخلاقی عبارتند از: صداقت، درستکاری، انصاف، پاسخگویی، کارآمدی، تعهد، وفاداری، مشارکت و رفتار تیمی، ترجیح منافع جمعی بر منافع شخصی، رازداری و امانت داری (دهقان، ۲۰۱۱).

کدهای اخلاقی، ارزش های اصیل اخلاقی می باشند که سازمان ها با تبیین آنها خط مشی اخلاقی خود را تعیین می نمایند. کدهای اخلاقی مجموعه ای از دستورالعمل های مکتوب صادره شده توسط سازمان به کارگزاران و مدیران خود می باشد تا از طریق عمل به آن در راستای ارزشها و استانداردهای اخلاقی سازمان عمل نمایند. چندین کد اخلاقی بین المللی معرفی شده توسط تحقیقات صورت گرفته عبارتند از: اعتماد، انصاف، دروغ نگفتن، درستکاری، بیان شفاف اطلاعات مالی، مسئولیت پذیری، احترام به حاکمیت ملی، پشتیبانی از اهداف اقتصادی کشور میزبان، احترام به ارزشهای اجتماعی و فرهنگی، احترام به حقوق بشر و آزادی افراد، مسئولیت پذیری در قبال معاملات و توافقات انجام شده و... (.... خیاط مقدم و طباطبایی نسب، ۱۳۹۵).

شاخص های اخلاق در اقتصاد اسلامی

دین اسلام از سه بخش اساسی اعتقادات، اخلاقیات و احکام سامان یافته و تمامی آموزه های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، حقوقی، تربیتی و اجرایی آن از یک بستر اخلاقی برخوردار می باشد^۳.

از جمله مهمترین اصول اخلاقی اسلامی (مرتبط با بحث) می توان به موارد ذیل اشاره داشت:

1. Dajkhosh Ss

2. Kalshoven K, Den Hartog DN, De Hoogh AHB.

۳. ر.ک. سوره جمعه ۲، آل عمران ۱۵۹ و ۱۶۴، بقره ۱۲۹ و ۱۵۱ و ۲۸۳، شمس ۹ و ۱۰، اعلیٰ ۱۴ و ۱۵، قلم ۴، مومنون ۸، نساء ۵۸، انفال ۲۷، احزاب ۲۴.

- اطلاعات‌پذیری: اطلاعات‌پذیری رکن اصلی نظام مدیریت در قرآن است. اشاره‌ای که قرآن به اطلاعات‌پذیری دارد، موجب آن می‌گردد که به صورت خودکار سازمانی نظام‌مند، مبتنی بر هدف و تلاش درونی کارکنان برای رسیدن به اهداف بسیار عالی شکل و قوام گیرد.
- وفای به تعهدات و قراردادهای: مهمترین سرمایه یک جامعه اعتمادی است که افراد به یکدیگر دارند و هرچه این اعتماد و همبستگی را تقویت نماید، مایه سعادت و پیشرفت جامعه است. در آیات قرآن (مائده ۱، بقره ۱۷۷، مومنون ۸ و معراج ۳۲) و روایات اسلامی نیز این مساله به صورت گسترده‌ای مطرح شده و با قویترین تعبیرات بر لزوم وفای به عهد تاکید شده است (مکارم شیرازی ۱۳۸۵، ۲۴۴: ۳).
- امانتداری و رعایت صداقت و درستکاری: این سه ویژگی از اصول اخلاقی و سرمایه اصلی هر جامعه انسانی می‌باشند. قرآن کریم (نساء ۵۸، انفال ۲۷ و توبه ۱۱۹) به اهمیت این ویژگی‌های اخلاقی اشاره می‌نماید.
- شایسته‌سالاری: شایسته‌سالاری موجب قوام یک مجموعه می‌شود. از این رو حضرت علی (ع) در انتخاب کارگزاران، مدیران و کارکنان به شدت بر روی اصل شایسته‌سالاری اخلاقی و فنی تاکید داشته‌اند (نهج البلاغه، ۵۳).
- نظارت و ارزیابی عملکردها: تاکید بسیار زیادی متوجه مدیران و مسئولین است که بر اعمال و رفتار کارکنان و زیردستان نظارت داشته و همواره ارزیابی مستمری از آنها صورت پذیرد. حضرت علی (ع) نیز مکرراً در نامه ۵۳ نهج البلاغه بر این مهم اشاره می‌ورزند.
- برنامه‌ریزی و دوراندیشی و انضباط در امور: نظم برنامه‌ریزی و زمان‌بندی یکی از پایه‌های اخلاقی در مدیریت اقتصادی است؛ امام علی (ع) می‌فرماید: «بقای مناصب و دولت‌ها مربوط به برنامه‌ریزی و چاره اندیشی در امور می‌باشد». (مجلسی ۱۴۰۳، ق ۲۵، ۷۲).
- تداول ثروت و جریان داشتن مال: اصل جاودانه اسلامی در خصوص اموال این است که اموال برای استفاده عموم در اختیار گذاشته شده‌اند به همین جهت نباید فقط در میان ثروتمندان به گردش درآیند. در آیه ۷ سوره حشر، هدف از تعلق فیء در اختیار امام همین مبنا دانسته شده است. این حکم برای آن است که آن غنائم میان ثروتمندان دست به دست نگردد، در غیر این صورت جامعه در عمل محکوم به نابودی و هلاکت تدریجی خواهد بود (عیوضلو، ۱۳۸۷).
- رعایت حقوق و عدم ضرررسانی به دیگران: در اسلام هر گونه فعالیتی اعم از مالی و غیرمالی که باعث ایجاد ضرر به دیگری شود غیراخلاقی و ممنوع است. براساس این اصل، فعالیت برای ازدیاد مال و ثروت در صورتی جایز و مشروع است که موجب اضرار به غیر

نباشد (عیوضلو، ۱۳۸۷)؛ چرا که پیامبر اسلام (ص) فرمودند: «لا ضرر و لا ضرار فی الاسلام» (حرعاملی ۱۴۰۳، ۱۰: ۱۷).

- دوری از اسراف و تبذیر: قرآن کریم آیات متعددی در مذمت اسراف دارد (اعراف ۳۱ و اسراء ۲۷). امام صادق (ع) در این زمینه می‌فرماید: میانه‌روی امری است که خداوند دوست می‌دارد و اسراف مبعوض خداوند است (محمدی ری شهری ۱۳۷، ۱۳۶۷: ۳). نکته قابل توجه آن است که سرانجام اسراف‌کنندگان هلاکت و نابودی می‌باشند (انبیاء ۹).

بانکداری الکترونیک

بانکداری الکترونیکی نوع جدیدی از صنعت بانکداری است که خدمات بانکی در آن با استفاده از محیط‌های الکترونیکی صورت می‌گیرد. این گونه فعالیت بانکی از سال ۱۹۹۱ و با همه‌گیر شدن اینترنت در تمامی دنیا رواج پیدا کرده و گفته می‌شود اگر در جامعه‌ای بانکداری الکترونیکی شکل بگیرد، بنابراین باید به رونق تجارت الکترونیکی نیز امید بست، چون بانکداری الکترونیکی خود پیش‌نیازی برای ورود به دنیای پر رمز و راز تجارت الکترونیکی است. با وجودیکه بانکداری الکترونیکی در شکل بانکداری از طریق سیستم‌های خود پرداز تلفن‌بانک چندین سال است که شکل گرفته است اما این شیوه از بانکداری در قالب خدمات بانکی از طریق اینترنت و موبایل در حال افزایش است. از طریق بانکداری اینترنتی نه تنها خدمات اساسی نظیر ارائه صورتحساب‌های بانکی، انتقال وجوه و پرداخت صورتحساب‌ها، انجام می‌شود بلکه تقاضا دریافت وام و کارت اعتباری، معاملات ارزی، افتتاح حساب‌های جدید و عملیات واسطه‌گری، اعتباری و خدمات بیمه نیز انجام می‌گردد (لیاو و چینگ، ۲۰۰۲). دسترسی به این خدمات سریع بوده و از قابلیت دسترسی لحظه‌ای برخوردار و مستقل از محل مشتری می‌باشد. خدمات الکترونیکی شفافیت را افزایش داده و می‌تواند منجر به رقابت بیشتر میان بانک‌ها گردد. (سید جوادین، ۱۳۸۵).

۲. پیشینه داخلی و خارجی پژوهش

در قلمرو اخلاق و فضیلت‌های اخلاقی و ارتباط آنها با بانکداری، تحقیقات زیادی انجام شده است. با توجه به اینکه در تنظیم عوامل و مؤلفه‌های مدل، از مبانی نظری، یافته‌ها و محتوای پژوهش‌های موجود استفاده شده است بنابراین در این قسمت به برخی از مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور در چارچوب جدول زیر اشاره می‌کنیم:

پژوهشگر - سال	عنوان پژوهش	یافته ها
نظر پور ۱۳۹۶	ملاحظات اخلاقی در نظریه بانکداری اسلامی	روش های مالی در بانکداری اسلامی از جهت هدف و عملکرد همسو با ارزش های اخلاقی می باشد.
هادوی نژاد ۱۳۹۶	طراحی و مدل دیمثل فازی اخلاقی کسب و کار پایدار	شاخص های کسب و کار پایدار شامل مسئولیت پذیری، ارزش های اجتماعی، شایستگی های فرهنگی، ایده آل های معنوی و ... می باشد.
بلبل امیری ۱۳۹۶	تحلیل رابطه ی فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش	بین فضای کاری اخلاقی با تعهد سازمانی رابطه ی مثبت و معنا داری وجود دارد.
عیوضلو ۱۳۹۶	راهکارهای برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی ایران	راهکارهای اجرایی شدن بانکداری اخلاقی در ایران در قالب ۳ محور پیشنهاد می شود.
محمدی سالاری ۱۳۹۵	ارائه مدلی برای تبیین عوامل مؤثر بر توسعه پایداری کارکنان به رفتار اخلاقی	عوامل مؤثر بر پایداری به رفتارهای اخلاقی به ۷ دسته تقسیم بندی می گردد.
اگویو ۲۰۱۷	تجزیه و تحلیل تجربی پذیرش خدمات بانکداری الکترونیکی توسط مشتریان خرد	امنیت و حریم خصوصی و زیر ساختها نقش مهمی در پذیرش بانکداری الکترونیکی ایفا می نمایند.
پرویز خان ۲۰۱۷	عوامل تأثیر گذار بر تصمیمات مشتریان در پذیرش بانکداری آنلاین	عوامل راحتی، سهولت و سودمندی تأثیر قابل توجهی بر تصمیم مشتریان دارد.
آبرو ۲۰۱۶	اهمیت اخلاق کاربردی در مسایل اخلاقی روزمره مرتبط با استفاده از خدمات بانکداری الکترونیک	آسیب پذیری، حوادث ناگهانی و مسئولیت پاسخگویی از مهمترین چالشها در بانکداری الکترونیک می باشند.
بیدآبادی ۲۰۱۶	بانکداری اخلاقی، عملیاتی در بانکداری راستین	زمانی که جو اخلاقی در سازمان حاکم نباشد، مابقی اصول نیز به درستی به پیش نمی روند.
داهل ۲۰۱۵	اخلاق در رویارویی با بانکداری اینترنتی	فقدان شایستگی اخلاقی آسیبهای شدیدی را به اصول اخلاقی مشتریان از جمله استقلال، شرافت و صداقت وارد می نماید.

جدول شماره ۱: پیشینه داخلی وخارجی

۳. سوالات پژوهش

- معیارهای تعیین کننده اصول اخلاقی در بانکداری الکترونیک کدامند؟
- پیشنهاد های کاربردی برای نهادینه کردن اصول اخلاقی کدامند؟
- مدل مفهومی برای نهادینه کردن اصول اخلاقی چگونه است؟

۴. روش اجرای پژوهش (متدولوژی)

یکی از ابزارهای اصلی مورد استفاده در این پژوهش جستجوی کتابها، مقالات و گزارش های مربوط به موضوع در کتابخانه ها و آرشیوها بوده است. از نتایج این جستجو و مطالعه در تدوین مبانی نظری تحقیق و شناسایی معیارها و مؤلفه های اصول اخلاقی استفاده شده است. پژوهش حاضر در صدد شناسایی معیارهای اصول اخلاقی و ارائه پیشنهاد های کاربردی و الگو می باشد. بدین منظور از تکنیک دلفی یعنی نظر خواهی از خبرگان استفاده شده است. بنابراین تعداد ۲۰ نفر از کارشناسان و خبرگان علوم بانکی و خدمات بانکداری الکترونیک به عنوان گروه خبره از طریق نمونه گیری هدفمند از جامعه ی آماری (کارشناسان و خبرگان بانک ملی) انتخاب و سپس پرسشنامه در اختیار آنها قرار گرفت. چنانچه اشاره شد با مطالعه ادبیات و پیشینه پژوهش عوامل و مؤلفه های اولیه شناسایی و دسته بندی شدند که شامل عوامل مدیریتی، مالی، فرهنگی-اجتماعی و فناوری می باشند. علاوه بر این عوامل گروه های ذینفع، مسئولیت اجتماعی و ... مطابق جدول زیر فهرست شده اند.

معیار	مؤلفه
عوامل مالی	هزینه زیر ساخت
	هزینه سخت افزار
	هزینه نرم افزاری
عوامل تکنولوژیکی	شبکه
	سخت افزار و نرم افزار
	نیروی انسانی ماهر
	قوانین و مقررات داخلی
عوامل اجتماعی	قوانین و مقررات بین المللی
	سیاست اقتصادی و مالی دولت
	رهبری اخلاقی
عوامل مدیریتی	مدیران متخصص
	تصمیم گیری و اقدام اخلاقی
	تغییرات مدیریتی

معیار	مؤلفه
عوامل فرهنگی	ارزشهای بانک
	روابط با مشتریان
	روابط با کارکنان

معیار	مؤلفه
گروههای ذی نفع: کارکنان مشتریان سهامداران رقبا	صداقت و درستکاری
	رعایت احترام و حفظ احترام متقابل
	تخصص و کارآمدی
	مسئولیت پذیری
	مشتری مداری
مسئولیت اجتماعی: مسئولیت اقتصادی مسئولیت اختیاری مسئولیت حقوقی مسئولیت اخلاقی	مبارزه با رشوه خواری و فساد
	کاهش هزینه ها
	مبارزه با پولشویی
	بیان شفاف اطلاعات مالی
	ارتقاء سلامت جامعه
فناوری اطلاعات: امنیت اطلاعات	محرمانه نگهداشتن اطلاعات
	قانون حفاظت و عدم مداخله
	دستکاری داده ها و تقلب مالی
	پیدایش خطا در معاملات مالی
	جلوگیری از افشای اطلاعات محرمانه و داخلی

جدول شماره ۲: فهرست معیارها و مؤلفه ها

اجرای تکنیک دلفی

دلفی رویکرد یا روش سیستماتیک در تحقیق برای استخراج نظرات از یک گروه متخصصان در مورد یک موضوع یا یک سؤال است و یا رسیدن به اجماع گروهی از طریق یکسری از راندهای پرسش نامه ای با حفظ گمنامی پاسخ دهندگان و بازخورد نظرات به اعضا پانل است (احمدی و همکاران ۱۳۸۷). بعد از مشخص کردن گروه خبرگان، پرسشنامه ی دور نخست که حاوی معیارها و مؤلفه های اصول اخلاقی بود، نظر آنها درباره میزان مناسب بودن مؤلفه های اولیه دریافت شد. در پایان دور نخست تعدادی از مؤلفه ها که دارای میانگین کمتر از

۲.۵ بودند، از فهرست حذف و دوباره پرسشنامه به خبرگان ارسال شد، در دور دوم نیز چند مؤلفه که دارای میانگین پایین تری بودند کنار گذاشته شدند. بالاخره در دور سوم، نظرات خبرگان به اشباع رسید و نتیجه حاصل از این نظرخواهی و ارزیابی منجر به تأیید و نهایی شدن فهرست عوامل و مدل مفهومی تحقیق گردید که در ادامه مقاله آمده است.

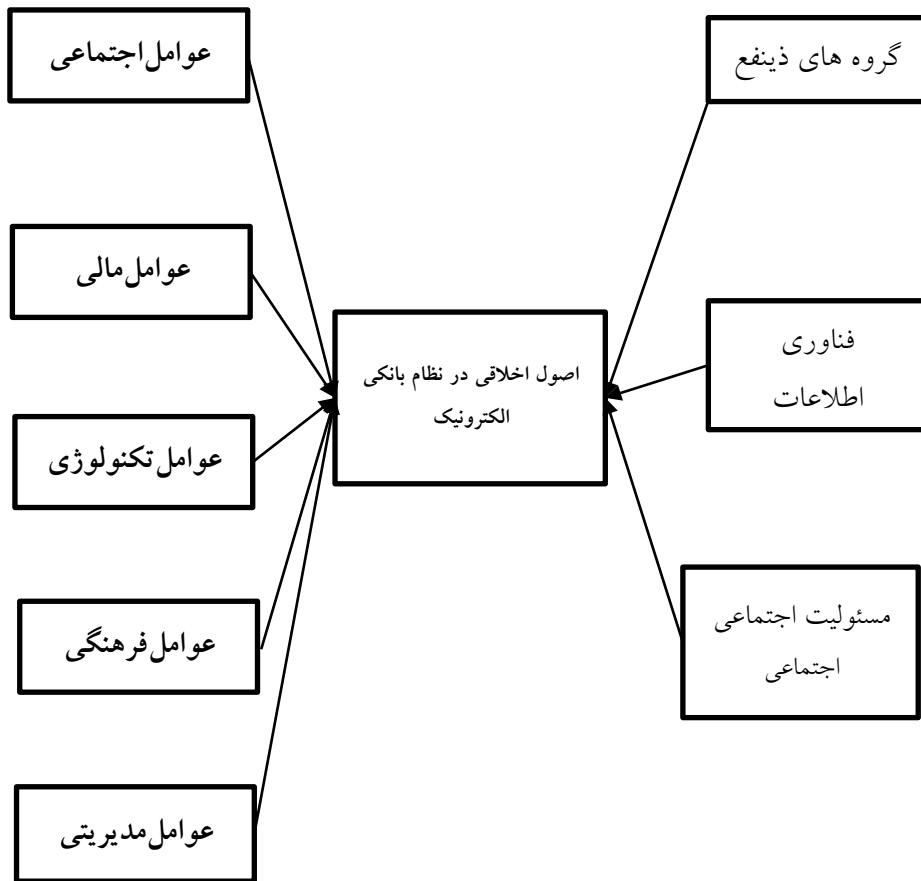
۵. پیشنهادهای کاربردی

اخلاق حرفه ای در حقیقت یک فرایند تفکر عقلایی است که هدف آن محقق کردن این امر است که در سازمان چه ارزشهایی را، چه موقع، باید حفظ و اشاعه نمود و نسبت به آن پایبند بود. در دنیای امروز توجه به ارزشهای انسانی و تکیه بر مدیریت اخلاقی یک نوع برتری رقابتی محسوب می شود، لذا پیشنهاد می شود:

- سیاستها و خط مشی های اخلاقی در حوزه بانکداری الکترونیکی تدوین گردد.
- منشور اخلاقی بانکها با توجه به ویژگی ها و اهداف بانکداری الکترونیکی مورد توجه و بازنگری قرار گرفته و تعهد و باور لازم برای رعایت این منشور در عملکرد بانکها از جنبه های مختلف ایجاد گردد.
- نظر به اینکه تعریف ضوابط و ارائه صرف آموزش به کارکنان موجب اجرای دقیق ضوابط و مقررات اخلاقی نخواهد شد و این امر مستلزم نظارت دقیق و مستمر در اجرای ضوابط اخلاقی می باشد بنابراین ایجاد و استقرار نظام نظارتی اخلاقی و ارزیابی عملکرد اخلاقی ضرورت دارد.
- برقراری و اجرای نظام عادلانه و دقیق تشویق و تنبیه متناسب با عملکرد و استفاده از ابزارهای انگیزشی نظیر ترفیع شغلی و پاداش و ... با هدف هدایت، تشویق و ملزم نمودن کارکنان به اجرای اصول و مقررات اخلاقی.
- اطلاعات صریح، شفاف و قابل فهم در باره محصولات و خدمات بانکداری الکترونیک به مشتریان ارائه گردد تا آنها با آگاهی کامل نسبت به انتخاب محصولات و خدمات اقدام نمایند.

۶. الگوی مناسب اصول اخلاقی

الگوی نهایی تحقیق: الگوی طراحی شده از ۵ عامل اثر گذار بر اصول اخلاقی به علاوه معیارهایی چون گروه های ذینفع، فناوری اطلاعات و مسئولیت اجتماعی همراه با مؤلفه های آنها که بر اساس مطالعه پیشینه و منابع موجود همچنین نظر خواهی به عمل آمده از گروه خبرگان تشکیل شده است به صورت زیر می باشد:



نمودار شماره ۱: مدل نهایی اصول و معیارهای اخلاقی

نتیجه‌گیری

مقوله اخلاق سازمانی، در جوامع توسعه یافته طی دهه‌های گذشته به عنوان بخشی از علم مدیریت به مرور نهادینه شده است. در شکل‌گیری اخلاق سازمانی عوامل فردی، سازمانی و فرا سازمانی دخیل هستند. این عوامل موجب جهت‌گیری مدیریت اخلاقی شده و در نهایت مدیریت اخلاقی را در سازمان کاربردی و عملی می‌کند.

با توجه به اینکه در دهه‌های اخیر، بانکداری با ثبات و اخلاق محور، در حال رشد بوده و به یک شاخص مهم در نظام مالی تبدیل شده است، صاحب‌نظران و فعالان حوزه مالی و اقتصادی هنگام صحبت از اخلاق و بانکداری در یک جمله به طور خلاصه می‌گویند: همه چیز بانکداری متأثر از اخلاق می‌شود.

این پژوهش با هدف شناسایی معیارهای شناسایی معیارهای اخلاقی و ارائه مدل در نظام بانکداری الکترونیکی انجام شده است. با توجه به اینکه اصول اخلاقی همواره یکی از مهمترین عوامل مؤثر بر ارتباط بین مشتریان و بنگاههای اقتصادی است، بانک نیز به عنوان یک بنگاه اقتصادی از این قاعده مستثنا نیست. بدون شک موضوع اخلاق و رعایت اصول اخلاقی در عصر حاضر نه تنها کم اهمیت نشده بلکه به دلیل پیچیدگی های موجود بر اهمیت آن افزوده شده است. نتایج تحقیقات، فارغ از تفاوت های زمانی و مکانی، فرهنگی و اجتماعی جوامع مختلف حاکی از آن است که مؤلفه های اخلاقی نظیر صداقت و درستکاری، اعتماد متقابل، سود و منافع متقابل، حفظ اطلاعات و رازداری، جلوگیری از افشاء اطلاعات محرمانه، احترام به ارزشهای اجتماعی و فرهنگی، مبارزه با پول شویی و ... در سیستم بانکداری الکترونیک بسیار مهم و حیاتی بوده و رعایت الزامات اخلاقی موجب بهبود تصویر بانکها در اذهان عمومی، کسب و افزایش اعتماد عمومی در کسب و کار، ایجاد اعتبار برای بانکها و ... می گردد.

همچنین بر اساس نتایج به دست آمده می توان بیان نمود معیارها و مؤلفه های اصلی که می بایست در صنعت بانکداری مد نظر قرار گیرند عبارتند از: کارکنان، مشتریان، سهامداران، رقبا، مسئولیت اقتصادی، مسئولیت اختیاری و داوطلبانه، مسئولیت اخلاقی و فناوری اطلاعات می باشد. نتایج حاصل از این پژوهش که منجر به شناسایی مؤلفه های اخلاقی صنعت بانکداری الکترونیکی شده است نه تنها می تواند به عنوان ابزاری جهت معرفی بایسته های اخلاقی به عنوان ملاک عمل در بانکداری الکترونیک بکار گرفته شود، بلکه با تلاش در جهت الگوسازی بانکداری الکترونیکی اخلاقی می تواند زمینه ساز ایجاد محیط اخلاقی و بهبود امنیت و کارایی بانکداری الکترونیکی را نیز فراهم نماید. با توجه به اینکه بانکداری الکترونیکی روز به روز در حال گسترش می باشد و سیاست بانکها به سمت مجازی شدن کلیه فرآیندها و فعالیت های بانکی و به تبع آن ایجاد شعب مجازی و آرایه کلیه خدمات بانکی بصورت غیر حضوری می باشد. بنابراین لازمه اجرایی شدن چنین طرحی نیازمند فناوری اطلاعات قوی، ایجاد اعتماد و اطمینان قوی در گروه ذینفعان، تبعیت از قوانین و مقررات داخلی و جهانی می باشد. از سوی دیگر به منظور برقراری رابطه با بانک های خارجی و رقابت با آنها نه تنها نیازمند تقویت فناوری مربوطه می باشیم بلکه رعایت و تبعیت از قوانین و مقررات بین المللی نیز بسیار مهم و حیاتی بوده و با توجه به اینکه سیاست بانکهای جهان به سمت اخلاقی شدن می رود، بنابراین قوانین و مقررات موجود نیاز به بازنگری دارد، همچنین نیاز به کارکنان متخصص و کارآمد نیز از الزامات اساسی می باشد.

فهرست منابع

۱. احمدی، فضل الله، تکنیک دلفی: ابزاری در تحقیق مجله ی آموزش در علوم پزشکی، تابستان ۱۳۸۷.
۲. الهی، ب. ۱۳۷۶. مبانی معنویت فطری. ترجمه ملیکا مابرن و فرزاد یمینی، پاریس: انتشارات دروی. چاپ اول. صفحه ۱۸۵.
۳. بلبل امیری، ا، موقر، م و شیرخدايي، م. ۱۳۹۶. تحلیل رابطه فضای کاری اخلاقی و عملکرد کارکنان فروش. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری. ۱۲(۲): ۷۶-۶۷.
۴. حرعاملی، م. ۱۴۰۳ق. وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشیعه. تهران. صفحه: ۲۴۶۳۵.
۵. خیاط مقدم، س. و م. طباطبایی نسب. ۱۳۹۵. مولفه های اخلاق حرفه‌ای در مدیریت. فصلنامه اخلاق در علوم و فناوری ۱۱(۱): ۱۳۶-۱۲۷.
۶. سید جوادین، ر. و م. سقطچی. ۱۳۸۵. بانکداری الکترونیک و سیر تحول آن در ایران. ماهنامه تدبیر ۱۷۰: ۵۷-۶۳.
۷. عیوضلو، ح و قلیچ، و. ۱۳۹۴. بانکداری اخلاقی. درس‌هایی برای نظام بانکی ایران. فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی ۱۰(۱): ۲۷-۵۲.
۸. عیوضلو، ح و قلیچ، و. ۱۳۹۶. راهکارهای برقراری بانکداری اخلاقی در نظام بانکی ایران. فصلنامه علمی-ترویجی اقتصاد و بانکداری اسلامی، ۷۷: ۲۰-۴۹.
۹. عیوضلو، ح. ۱۳۸۷. درآمدی بر معرفی ارکان و هسته سخت اقتصاد اسلامی. دوفصلنامه مطالعات اقتصاد اسلامی ۱: ۱۵۸.
۱۰. مجلسی، محمد باقر. ۱۴۰۳ق. بحارالانوار لدرراخبار الائمه الاطهار. بیروت: موسسه الوفاء. صفحه ۲۵.
۱۱. محمدی ری شهری، م. ۱۳۶۷. میزان الحکمه. بیجا: مکتب الاعلام الاسلامی. ج. ۵. صفحه ۲۴۶۳۵.
۱۲. مکارم شیرازی، ناصر. ۱۳۸۵. اخلاق در قرآن. قم: نشر مدرسه الامام علی ابن ابی طالب(ع). صفحه ۲۴۴.

لاتین

13. Aansari, M and Hosseini A and Rahmany-Youshanlouei H and Seifi S. ۲۰۱۲. Effect of Professional Ethics on the Loyalty of Bank Customers. Ethics in science & technology; ۷(۳): ۶۲. (In Persian).

14. AGWU ME.۲۰۱۷. Empirical Analysis of Retail Customers Adoption of Internet Banking Services in Nigeria. Journal of Internet Banking and Commerce; ۲۲(۱):.۱۷-۱
15. Arnaudov, K and Koseska .E.۲۰۱۲. Business ethics and social responsibility in tourist organizations in terms of changing environment. Procedia - Social and Behavioral Sciences; ۴۴: ۳۹۷-۳۸۷
16. Dajkhosh, Ss.۲۰۱۳. Modeling business ethics using analytic network process (ANP). A fussy approach.[MA Thesis].Tehran: Tarbiat Modares University.(In Persian).
17. Dahl R, Jacob and Mattsson, J. ۲۰۱۵. Ethics in the bank internet encounter: an
18. explorative study. Journal of Information. Communication and Ethics in Society; ۱۰(۱): ۳۶- ۵۱
19. Dehghan Manshad ,S.۲۰۱۱. Identify and ranking of the factors affecting professional ethics. Entrepreneur Magazine; ۸۶. (In Persian)
20. Gharamaleki. F.۲۰۰۷. Ethics in business organizations. Tehran. National Centre for Globalization Studies. p. ۶۴-۴۵. (In Persian).
21. Moghimi, E. ۲۰۱۶. The relationship between ethics and employee creativity. Ethics in Science & Technology; ۱۰(۳): ۹۲-۸۵. (In Persian).
22. Tota, I and Shehu .H.۲۰۱۲. The Dilemma of Business Ethics. Procedia Economics and Finance; ۳: ۵۵۹-۵۵۵

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۶۸ - ۴۹

مولفه‌ها و ساختار ارزشی و سبک زندگی مسلمانان عراق در زمان عباسیان

گلاره امیری^۱

چکیده

سبک زندگی از جمله موضوعات بسیار مهم و مطرح شده در علوم مختلف است که از آغاز زندگی بشر همواره وجود داشته و تا اکنون نیز ادامه داشته است گرچه این اصلاح به معنای علمی آن تقریباً جدید است اما با مطالعه و رجوع به گذشته میتوان رد پای آن را در میان سلسله‌ها، قبایل، خلفا، و خلاصه دورانهای مختلف مشاهده نمود یکی از این دورانها که مد نظر این مقاله است عراق زمان خلفای عباسیان است. پژوهش حاضر درصدد بررسی سبک زندگی مسلمانان عراق در عصر عباسیان است. از این منظر پس از بسط فضای مفهومی موضوع و بیان جنبه تاریخی موضوع، به بررسی سبک زندگی عراق در آن دوره خواهد پرداخت. مطابق با مستندات موضوعی ارائه شده در این پژوهش، روش تحقیق، تحلیلی - تاریخی و روش گردآوری اطلاعات در این پژوهش، کتابخانه‌ای می‌باشد. یافته‌های این مطالعه، حاکی از آن است که در قرنهای چهارم تا ششم هجری مصادف با حکومت عباسیان، عراق به ویژه، بغداد به عنوان پایتخت خلافت، از رونق بسزایی برخوردار گردید و تحولات فرهنگی و اجتماعی گوناگونی را در سبک زندگی مسلمانان به وجود آوردند. و به دلیل توجهات حکام، بر چگونگی حیات اجتماعی مسلمانان اعم از نگرشها و باورها، سبک زندگی اجتماعی، زبان، مذهب و آداب و سنن تأثیر بسیار داشته است. نتیجه کسب شده از مقاله این است که رشد محافل علمی و فرهنگی در عراق سنن فرهنگی و سبک زندگی مسلمانان در عراق در قرون پنجم و ششم هجری، را با طرح آموزه‌های اصیل اسلامی به چالش کشاند و الگوهای رفتاری آنان را متحول کرد. همچنین سبک زندگی و فرهنگ مسلمانان عراق به سبب بالا گرفتن مهاجرت سایر ملل به عراق، متأثر از فرهنگهای دیگر به ویژه ایران بوده است.

واژگان کلیدی

عراق، سبک زندگی، تاریخ، خلافت عباسی.

۱. گروه معارف اسلامی، واحد کرمانشاه، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمانشاه، ایران.

Email: glareh.amiri@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۵/۲۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۲

طرح مسأله

بیتردید تمدن اسلامی در عصر عباسیان پر شکوه‌ترین دوره‌های خود را تجربه کرده و درخشانترین دستاوردهای علمی و تمدنی را تقویم بشریت نموده است. این تمدن به لحاظ طول مدت و دستاوردهای شگرف علمی - فرهنگی یکی از بزرگترین تمدنهای بشری به شمار می‌آید یکی از این مناطق که جلوه خاصی در حوزه تمدنی عصر عباسیان ایجاد کرد منطقه عراق بوده است عراق سرزمینی کهن است که در همان آغازین روزهای فتوحات مورد توجه مسلمانان بوده و نخستین شهرهای اسلامی چون کوفه و بصره در آنجا بنا شده است. گزارش تحولات اجتماعی در این سرزمین در بیشتر منابع تاریخی ثبت شده است. وجود دو پایتخت اسلامی، یکی کوفه (در عصر علی بن ابیطالب) و دیگری بغداد (در عصر عباسیان) در این بخش از سرزمینهای اسلامی موجبات رونق فرهنگی این سرزمین را فراهم آورده است. با تاسیس شهر بغداد و توسعه رفاه اجتماعی در عراق بر مهاجرت دانشمندان به این شهر افزوده شد. در کمتر از یک قرن بغداد به شهری افسانه‌های مبدل شد و در کانون توجه مورخان و جغرافینگاران قرار گرفت. هرچند مطالعات پرشماری درباره بغداد به عنوان مرکز خلافت اسلامی صورت گرفته است که بخشی از آن به مؤلفه‌هایی از سبک زندگی اسلامی باز می‌گردد سبکی که علیرغم گذشت زمان بسیار طولانی اکنون نیز در کانون توجه باستانشناسان، مورخان و تاریخدانان است از این رو هدف از انجام این مقاله بررسی سبک زندگی مردم عراق عصر عباسیان در قالب موضوعاتی همچون جمعیت در شهرها و روستاها، روش زندگی مسکن، خوراک و پوشاک، نحوه گذران اوقات فراغت و تفریحات مردم در کنار زندگی جدی و کار روزانه چگونگی مشارکت مردم در برگزاری جشنها در اعیاد و مناسبتها، آداب و رسوم مردمی که بخشی از میراث فرهنگی آنها است لذا آنچه بر ضرورت و اهمیت این مقاله می‌افزاید آن است که مطالعات تاریخی در هر صورت میتواند ضمن گشودن مرزهای دانش تاریخ بر نظام معرفتی بشر بیفزاید. بنابر همین اصل بررسی سبک زندگی مسلمانان می‌تواند افزون بر تحقق موارد فوق اشاره به معرفی الگوهای زیستی و رشد دامنه‌ی معرفتی از حیات اجتماعی مسلمانان کمک شایان توجهی بنماید. به طور کلی مروری بر پژوهش‌ها و مطالعات انجام شده مرتبط با موضوع پژوهش حاضر نشان می‌دهد که پژوهش‌های انجام شده در این زمینه از جنبه‌های مختلفی به مسائل تمدنی در عصر عباسیان توجه داشته‌اند. مُعْجَم البلدان کتابی است بر پایه جغرافیا، نوشته ابوعبدالله یاقوت حموی جغرافیدان و تاریخ‌نویس مشهور قرن هفتم هجری قمری. این کتاب شامل مهمترین مصادر جغرافی در فرهنگ اسلامی است. بیش از ۱۵۰۳۸ موضوع جغرافیایی پیرامون شهرهای عالم در آن مطرح شده است که از جانب غرب، اندلس و از جانب شرق، چین را شامل می‌شود. معلومات و اطلاعات این کتاب،

منحصر به جغرافیا نیست بلکه یک دایره المعارف روشمند است که به موضوعات تاریخ، علم انساب، لغت، ادب، آداب و رسوم و تراجم هم پرداخته است. المنتظم فی تاریخ: مهم‌ترین اثر ابن جوزی مورخ و فقیه حنبلی مذهب، در تاریخ است. این کتاب تاریخ عالم از آغاز تا سال ۵۷۴ هـ.ق بوده سبک نگارش المنتظم روزنامه ای است، بدین ترتیب که در آن از حوادث گوناگون سخن گفته شده است: رویدادهای مهم سیاسی، توطئه‌ها، اخبار مربوط به جنگ‌ها، اخبار فرهنگی (برگزاری مجالس وعظ و خطابه و مناظره، تأسیس مدارس و نام مدرسان و معیدان آنها...)، منازعات مذهبی و کلامی، تاریخ آغاز و پایان بناها، قتل‌ها، سرقت‌ها، نیرنگ‌ها، آتش سوزی‌ها، رویدادهای شگفت‌انگیز، اخبار مربوط به خلیفه (شکار، سیاحت، بیماری...)، گزارش برخی نرخ‌ها در روزهای گرانی و ارزانی، قحط و غلایا، شیوع بیماری‌ها، سوانح طبیعی (طغیان رودها، باران‌های شدید، تگرگ‌های درشت...)، گزارش گرم‌ترین روز سال، اخبار مربوط به افطاری و مهمانی‌ها به مناسبت‌های مختلف، گزارش اعدام‌ها (دزدان، قاتلان، بدمذهب‌ها...) و ... بنابراین این کتاب و به خصوص بخش‌های متأخر آن، آئینه تمام‌نمای روزگار مؤلف است و از لحاظ مطالعات اجتماعی هم مهم است. الکامل فی التاریخ کتابی تاریخی درباره سرگذشت آدمی و رویدادهای تاریخی، نوشته ابن اثیر است. سفرنامه ناصر خسرو پس از معرفی هر شهر، از جمعیت آن شهر، شیوه شهرسازی، برج و بارو، ساختمان‌ها، بازارها، محل استقرار پیشه‌وران، بناها و مکان‌های عمومی همچون مسجد، مدرسه، گرمابه و... یاد کرده است. توجه حکیم قبادیانی به نوع و کیفیت محصولات و ساخته‌های هر شهر و معرفی آنها، بر ارزش اقتصادی سفرنامه افزوده است. روی هم رفته مطالبی که ناصرخسرو در سفرنامه خود نوشته است، اوضاع اجتماعی عصر مؤلف را تا اندازه زیادی روشن می‌سازد. بررسی پیشینه‌های پژوهش نشان می‌دهد که اگر چه بحث ادب و رسوم و سنن‌ها مطرح شده است اما بعدی کلی و عمومی دارد و سبک زندگی مردم عراق خاصه در دوران عباسیان چندان مطرح نشده است موضوعی که در این مقاله بدان پرداخته می‌شود.

نهضت ترجمه، تنوع فرهنگی و تغییر سبک زندگی مسلمانان

پس از اوج دوران فتوح و فروکش کردن حملات مسلمانان به دیگر سرزمین‌ها که حکومت اسلامی ثبات یافت برای اولین بار شاهد ظهور نهضت ترجمه از حیث تمدنی و فرهنگی تاریخ اسلام هستیم. اگرچه ترجمه در این عصر در مقایسه با قرون بعدی، از حیث محتوا، ابتدایی و ضعیف است اما این عصر نقطه شروع ترجمه در شرق و غرب جهان اسلام محسوب می‌گردد. (جمیلی، ۱۳۸۵: ۷-۸) در باب نهضت ترجمه و شروع آن در دوره خلافت عباسیان خالدی و همکاران بیان می‌کنند که: «دوران عباسی یکی از درخشان‌ترین اعصار اعراب از حیث ادبیات علوم و هنر بوده است. اعراب در تماس مستقیم دریافتند که کشورهای همسایه در ابعادی

مشخص از فرهنگ و تمدن به چه چیزی دست پیدا کرده‌اند. نخستین نشانه‌های اقتباس جدید اندیشه‌های اسلامی، تولید ترجمه‌های عربی بود که محتویات جهانی مهمی در خصوص فلسفه و علم داشته‌اند. ۸۰ سال بعد از پایان دولت اموی، زمانی که جهان عرب ترجمه‌هایی از بخش اعظم آثار ارسطو داشت، تفسیر به روز شده‌ی آثار افلاطون، برخی از تحقیقات افلاطون، بخش اعظم آثار جالینوس، بخشی از آثار پزشکی و توضیحات آنها و بسیاری از کتب یونانی، هندی و فارسی پدیدار شد» (Khalidi, 2015:570) موارد فوق نشان دهنده عزم جزم عباسیان در راستای شکل دهی به نوعی نهضت ترجمه بوده که تلاش داشتند با ترجمه متونی از زبان‌های دیگر بر دایره علم و متون علمی بی‌افزایند در این راستا مارشال هاجسون تاریخدان در کتاب "Venture of Islam" (۱۹۷۴) می‌گوید: «طی ۵ قرن بعد از سال ۹۴۵ پس از میلاد، جامعه‌ای جدید و گسترده‌تر، جایگزین جامعه خلیفه محور قدیمی شد. این جامعه شاهد توسعه فرهنگی و زبانی تحت پوشش دولت‌های مستقل بود و جامعه‌ای نبود که با نظم سیاسی مرکزی و یا یک زبان و یا فرهنگ مشترک کنترل شود. این جامعه به جامعه‌ای تبدیل شد که از فرهنگ وجود و ویژگی‌هایش آگاه بود. این جامعه چند زبانه فرا فرهنگی بدون قطع، اثر گذارترین و گسترده‌ترین در سراسر جهان بود و زمینه لازم برای نوعی تنوع فرهنگی فراهم آورد بنابراین در این راستا می‌توان بیان داشت که زندگی فرهنگی در این دوره بسیار شکوفا شد و فرهنگ‌های مختلفی که بیانگر تمدن ملت‌های با علم و فرهنگ هستند، در جهان اسلام همگرا شدند فرهنگ‌های بومی و واردشده، شروع به تعامل اندیشه کردند و تحول بزرگی در ذوق و سلیقه صورت گرفت. این تحول شامل شعر بود، و از این رو شروع به توجه به سمت ثروت و وحدت و شاعری نمود که مبادرت به تعریف چارچوب فنی هنری برای نظم بخشیدن آن و فلسفه خاصی کرد که از طریق آن به احساس دست یابد. چه تعداد گرایش‌های هنری متعددی پدید آمد که برخی شاعران را به خود جلب و آنها را مشتاق نمود، مانند مکتب بدیع یا شاعران صنایع، و همانند شاعران مطبوع (شاعرانی که بدون تکلف شعر می‌گویند) یا شاعران عرب که در اوج قله آن، البحتری ایستاده است. شاعران مبادرت به انتقال فهم حافظه خود از اندیشه غربی به میدان شعر عربی نمودند، همانطور که ابوالعاهیه انجام داد (خفاجی، ۱۹۹۸: ۱۳) همچنین منتقدی را شامل شد که مبادرت به مشاهده پدیده‌ها و موضوعات می‌نمود، و بطور عینی درباره آنها بحث و کنکاش می‌کرد و به بیان دیدگاه‌های خود درمورد آنها بر اساس جهت گیری‌ها، گرایش‌ها و اعتقادات فکری خود می‌پرداخت، و برای رسیدن به قضاوت‌ها و نتیجه گیری‌های مفید به تجزیه و تحلیل دست می‌زد. (طباطبائی، ۱۹۸۹: ۱۲۷-۱۲۸) از این رو می‌توان بیان داشت که نژادهای قومی در دوره عباسیان متنوع و متفاوت بودند، چنانکه عرب، فارس، هندی و یونانی در پایتخت دولت عباسی در کنار هم زندگی می‌کردند. این تنوع قومی در ساختار اجتماعی، زمینه

ساز یک نزاع و مبارزه فکری و ملی محسوب می شد که ماهیتی تعصبی، خصوصاً بین عرب و فارس، به خود گرفته بود. مناظره های میان پوپولیسست ها (حزب مردمی) و مخالفان آنها نوعی از این مبارزه است. صولی (متوفای ۳۳۵ه.ق) در کتاب (ادب الکتاب) نقل می کند که: "روزی یک شخص فارس ایرانی با یک عرب در حضور یحیی بن خالد البرمکی مناظره نمود. شخص فارس گفت: ما نه در کار و نه در نام و شهرت به شما نیاز نداشته ایم، و آنچه را که بدون ما دارید چه در کارها و چه در زبان، خود تملک کرده اید، حتی آشپزی، نوشیدنی ها، دیوان شعر و نوشته های شما، و آنچه در آن است همان چیزی است که ما نامیده ایم و شما تغییر داده اید، سفیداب، سکباج (شوربای سرکه)، دوعباج (آش دوغ)، و بسیاری از موارد مشابه دیگر، مانند سکنجبین، خلنجبین، جلاب (شربت جلاب) و روزنامج (روزنامه)، اسکدار (قاصد و پیک) و فروانک (مثالهای دیگر آن مانند، و حتی اگر رومی باشد که موارد مشابه آن بسیار است. در این هنگام شخص عرب سکوت کرد. سپس یحیی بن خالد به او گفت: به او بگو: صبر کن و بین، آن گونه که شما هزار سال در اختیار داشتید، ما تملک خواهیم کرد. و پس از هزار سال ما نه به شما و نه به هیچ چیز دیگر شما احتیاج نخواهیم داشت" (أبو بکر الصولی، ۱۳۴۱: ۱۹۳)

یافته‌های پژوهشی

در این قسمت سبک زندگی عراق در عصر عباسیان را از منظر های مختلف مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

الف- سبک زندگی مردم عراق در حوزه مسکن در عصر عباسی

خانه‌های عصر عباسی بر اساس یک نقشه ساخته میشد و همه از یک نمونه بود. خانه‌ها از طریق یک دالان سرپوشیده به معابر عمومی (کوچه و خیابانها) وصل میشد. این دالان به حیاط بزرگ و چهارگوشی میرسید که معمولاً عرضش ۲/۳ طول بود. سالن بزرگ یا اتاقک‌هایی در طرفین، در انتهای عرض واقع بود و در تا دور حیاط اتاقک‌های کوچکی برای سکونت و کارهای دیگر از جمله سرویس خانه از قبیل حمام و دستشویی و غیره در پهلوی هم قرا داشت. گاهی طبقات در برخی خانه‌ها حیاط‌هایی کوچک دیگری نیز مخصوص آشپزخانه و انباری و مانند آن وجود داشت. (ثعالبی ۱۲۸۲ه: ۱۵۵)

اتاقها و سالن پنجره‌هایی داشت که با شیشه‌های رنگارنگ بسته میشد. تعداد اتاق‌های یک خانه متفاوت بود و در برخی خانه‌ها به شصت باب میرسید. در خانه‌ها حمام وجود داشت و در آب به آن وارد میشد و در آنجا از صابون استفاده میکردند. برخی از حمام‌ها آب سرد و گرم داشت. همهی حمام‌ها و مستراح‌ها کانال‌هایی زیرزمینی داشت؛ چنانکه که در خانه‌ها نیز چاه‌ها و حوض‌های آبی بود که در حیاط خانه قرار داشت. در عراق هر خانه سردابی داشت که در زیرمین و در طبقات پایینی واقع بود. در روزهای گرم تابستان برای فرار از گرمای شدید و سوزان به آن جا

پناه میبردند. با این حال اشخاص مرفّه به عوض سرداب از خیش خانه استفاده میکردند خیش در خانه یا بر سقف و گنبد نصب میشد و آن را دائماً آبدزه نه میداشتند تا هوا با عبور از داخل آن خنک شود. این شیوه در بغداد رایج شد و نشان دهنده رفاه اهالی این شهر بود. درهای ورودی خانه‌ها و کاخ‌ها ۳ مدخل داشت. مدخل وسط بزرگتر بود. این نمونه اقتباسی بود که از معماری یونانی شرقی یا هلنی. در حیاط‌ها را از چوب میساختند و به نقوش میآراستند. درهای بیرونی حلقه‌های آهنی داشت برای دقّ الباب که به دور لولایی میچرخید. چوب در اغلب موارد ساج هندی بود. (اصخری ۱۳۴۷، ۵۳-۵۱) مصالح ساختمانی عبارت بود از: خشت، آجر، گچ، چوب مس، آهن. برای تزیین خانه‌ها از سنگ مرمر و در تزیین سقف منازل، کاخ‌ها و مساجد چوب ساج کاربرد داشت. گاهی اوقات در خانه‌ها باغهایی بود پُر از انواع درختان سبز در آن. در خانه‌ها حوض نیز مانند بوستان برای تزیین منزل به کار میرفت. در کاخ‌ها بوستانها و استخرهایی ساخته میشد که مظهر تکلف و صنعتگری بود. (متز ۱۳۶۴، ۴۲۱-۴۵۱)

۱) اسباب و اثاثیه منزل

خانه‌های توده مردم اسباب و اثاثیه چندانی نداشت. معمولاً چند پرده و قالیچه به دیوار آویزان میشد و کف اتاق‌ها را با حصیر و بوریا میپوشانیدند. در زمان عباسیان مسلمانان به نشستن بر زمین خو کرده بودند و بسته به عادت به متکاها تکیه میکردند که نه چهارچوبی داشتند و نه تکیه گاهی. میزها خیلی کوتاه بودند تا مناسب باشند برای استفاده‌ی کسانی که به زمین نشستن خو کرده بودند. در آرایش درون خانه توجه بسیاری مبذول میشد، به فرش و نم و حصیر و پرده و بنابراین فرش بافی رونقی یافت تا متناسب با نیازهای روز افزون توانگران در سرزمینهای مختلف اسلامی شود. پس از فرش حصیر معمولیترین گستردنی بود که بر زمین می‌انداختند. بلند آوازه‌ترین حصیری که در این زمان در میان توانگران مصرف بسیار داشت از عبّادان (آبادان) جزیره‌ی کوچکی در دهانه‌ی شط العرب بود. بعضی از این حصیرهای عبّادانی نازک و بسیار نرم بافته شده بودند که مانند پارچه تا میخورد. از این حصیرهای بافتنی از نی در بغداد نامی و محبوبیتی یافت و به خوبی و مرغوبیت شهره گشت. عباسیان غالباً به هنگام مصیبت بر فرش نمینشستند و بیشتر بر کف زمین یا بر گستردنیهای زیر فرشی مینشستند. این رسم به گفته‌ی ثعالبی به زمان هارون الرشید بر میگردد. (دمشقی ۱۳۵۷: ۷۹-۷۳) بهترین نوع پرده برای آویختن به پنجره‌ها و دیوار بافت واسط بود. در اثر خطیب از پرده‌های واسط نام برده شده است که در اثاث کاخ مقتدر بود. میسان و موصل و آمل نیز پرده‌هایی مرغوب تولید میکردند و آنها را صادر میکردند. پرده بیشتر سوزن دوزی میشد گاهی هم با نخ زربافته میشد. (مناظر احسن ۱۳۶۹، ۲۸۷-۳۰۱)

کسانی که تشنه‌ی نمایش بعضی تکه‌های تجملی یا اشیاء گرانبها بودند در دیوارها

طاقچه‌هایی پدیدار میکردند و بر هر یک چیزی مینهادند یا چیزی که با شکل طاقچه سازگار بود میگذاشتند (دمشقی ۱۳۵۷، ۸۰). تنها اثاث سنگین خانه آنها دولا بچه‌ای بود که در آن رختها و پارچه‌های کتانی را نگاه میداشتند؛ صندوقهایی بود که در آن لباس میگذاشتند، اما در منازل طبقات عادی در منازل طبقات عادی تخت دیده نمیشد. میدانیم که از تخت، نخست در کاخها استفاده شد. خوان (میز ناهار خوری) مانند اغلب لوازم سفره از چوب ساخته میشد و برای صرف غذا از آن استفاده میکردند. خوانهایی با هم ساخته شد که پایهایش از خودش بود و نیاز به وصل نداشت. (حوقل ۱۳۴۰، ۱۲۳-۱۲۲)

برخی از اثاث خانه را از مس موسوم به «صقر» میساختند. آتشدان (منقل) جام و پیاله و جارو از دیگر لوازمی بود که در خانهها دیده میشد. آتشدانها در چندین منطقه رایج بود. در کنار وسایل گرمایزا، وسایلی هم بود که برای تهویه و خنک ساختن هوا کاربرد داشت. از جمله بادبزنهایی که در طول تابستان در بازارها به فروش میرفت. (حوقل، ۱۳۴۰، ۱۲۴)

برای روشنایی از وسایل مختلفی استفاده میشد. شمع، روغن و نفت برای روشن کردن چراغ و قندیل به کار میرفت. علاوه بر این در منازل، لوازمی برای آتش افروختن و جاهایی برای آشپزی وجود داشت: تنور و آتشدان از این جمله بود. علاوه بر ظروف چینی که براق و درخشان بود و با استقبال مردم رو به رو میشد، ظرفهای ترکی هم وارد میکردند. چنانکه کاسههای مشهور از مس دمشقی رواج داشت. در کاخها از ظروف نقره و طلا و جامهای بلورین استفاده میشد. بسیار میشد که طبقات خاص در اعیاد از عنبر و شمعهای عنبری برای روشنایی استفاده میکردند. (مناظر احسن ۱۳۶۹، ۳۱۰-۳۰۱)

ب- سبک زندگی مردم عراق در حوزه خوراک در عصر عباسی

بدیهی است که نیاز انسان به غذا در سرلوحه تمایلات مظهری و نیازمندیهای اساسی قرار دارد تا به وسیلهی آن سدّ جوع کند و به زندگی خویش ادامه دهد. بنابراین اهمیت دادن به غذا بر لباس، مسکن و دیگر نیازهای اساسی و تکمیلی وی متقدم است. (ابن حوقل ۱۳۴۰، ۱۲۷)

۱) تحول غذاها در عصر عباسی

اعراب تأثیرات فراوانی از انواع غذاهای ایرانی و رنگارنگی آنها گرفتند. و آنگاه که در مناطق گسترده و سرشار از ثروتهای طبیعی و مراتع همیشه سرسبز و بوستانهای مُثمر و زمینهای حاصلخیز زندگی میکردند و مواد اصلی غذاها به وفور یافت میشد، کار ایرانیان را در غذا خوردن شیوه خویش ساختند. (ثعالبی ۱۳۱۸، ۱۰۹) خلفا و حکمرانان نستین کسانی بودند که غذاهای جدید تناول کردند. و خلفا و امراء نقش بزرگی در تحول مطبخ عباسی و تعدد و رنگارنگی غذاها داشتند. رفاه عمومی موجب میشد که توده مردم در این باره با بزرگان و ثروتمندان همراه میکنند. در نتیجه ولع و اهتمام فراوان مردم به غذاهای رنگارنگ تألیفاتی چند در فن آشپزی تدوین شد.

بدین ترتیب به دلیل شرایط مناسبی که د عصر عباسی در قرون پنجم و ششم هجری وجود داشت تحول گسترده‌ای در غذاهای این دوره روی داد. (مکی ۱۴۷، ۱۳۸۳-۱۴۵)

۲) انواع و عناصر خوراکها

غذاهای این دوره به اختلاف گروههای مردم متنوع بود. در این دوره ۳ نوع غذا وجود داشت. غذای ثروتمندان، غذای فقرا و غذای توده مردم که بازارها به همگان فروخته میشد. یکی از ویژگیهای مهم آشپزی در دوران عباسی در قرن های پنجم و ششم هجری همانا به کار بردن چاشنی فراوان بود با انواع خوراکیهای ساده و نیز گوشت سرخ شده و خشک که در هر دو مورد اخیر بیشتر چاشنیهای شیرین به کار میبردند تا چاشنیهای ترش. (یافی ۱۳۹۰: ۳۲۰)

نان هم از لحاظ مواد و هم از لحاظ شکل گوناگون بود و بنابراین با نامهای متفاوت خوانده میشد. نان را از ارزن و برنج و جو و گندم میپختند. افزونی نان گندم در خوراک شرقیان خود نمودار تفاوت آشکاری است نسبت به نان غریبان در قرون وسطی. عراق سرزمین گندم خیزی بود و در بعضی بخشها آنقدر گندم فراوان بود که به مقدارهای زیاد صادر میشد. نان گندم و جو یا خرما خوراک رایج عربستان جنوبی بود. نان گندم از چند نوع آرد تهیه میشد. نان خشکار و عسلی که از آرد معمولی الک نشده تهیه میشد و دیگری نان سمیذ که از آرد سفید تهیه میشد. نان خشکار، خوراک توده مردم بود و نان سفید را ثروتمندان میخوردند و در پخت شیرینی هم مصرف میشد. (یافی، ۱۳۹۰: ۳۲۲) قیمت جو از گندم ارزانتر بود و بر حسب مناطق حدود نصف تا دو سوم قیمت گندم میشد. قیمت نان تابع قیمت گندم بود. از برنج هم برای تهیه نان استفاده میشد؛ همچنان که بخشی از غذای روزانه توده مردم و فقرا نیز بود. به نظر میرسد که قیمت آن نصف قیمت جو بوده است. (عقلانی ۱۳۳۱: ۳۶)

غذای ثروتمندان عبارت بود از: مرغ که رونق سفره آنان بود و شکم پر، با سرکه یا آب پخته میشد؛ برنج فلفلدار یا پسته‌ی معطر با گلاب و مشک؛ مضیره (نوع آش، که با گوشت، شیر، پیاز، تره، گیشنیز خشک و زیره و نعنای درست میکردند). سکباج (آش سرکه) که با گوشت، هویج، بادنجان، پیاز، تره، گیشنیز سبز، بادام و چاشنیها تهیه میشد؛ این غذاها برای همه فصلها مناسب بود و آن را مَخْ الْأَطْمَةُ (مغز غذاها) مینامیدند. نوعی غذای دیگر مانند سکباج وجود داشت که اسفیزباج میخواندند و عبارت بود از ثرید سفید که در آن بادام، گوشت و لپه میریختند. (صابی بی تا، ۲۱۳) غذاهای فقرا از گوشت، نان، شیر، انگور، سرکه و ماهی سوخاری و سرخ شده تشکیل میشد. شایان ذکر است که گوشت گوسفند، بز، شتر، گاو با قیمتهای بسیار ارزان و به وفور برای فقیر و غنی وجود داشت. گوشت گاو از گوسفند ارزانتر بود. ماهی غذای همه طبقات بود. (عقلانی ۱۳۳۱، ۳۷)

در قرن پنجم و ششم هجری، عباسیان از برنج به عنوان غذای عمده‌ای استفاده نمیکردند

بلکه بیشتر در تهیه خوراکی‌های گوناگون شیرین از آن بهره می‌گرفتند. برنج با شکر نرم و شیر و کره نمودار غذای کامل بود. در این زمان انواع سبزی خورده میشد. چند جا در عراق و شامات به داشتن محصول میوه و سبزی مشهور بودند؛ کوفه، بصره و دمشق در میان آنها برجسته‌تر بودند. (ابوالفدا ۱۳۴۹: ۳۱۴)

باقلا، بادنجان، جزی (هویج)، کرأث (تره)، قرء (کدو حلوائی)، بصل (پیاز)، ثوم (سیر)، نعنأ، هلیون (مارچوبه)، خیار (قثأ)، شلغم (سلجم)، از سبزیجات محبوب و مورد استفاده زمان مورد نظر بوده است. شیر (لبن) که عمده‌ترین نوشابه‌ی بیابانگران بود در این هنگام اهمیت خود را از دست داده بود. و در تهیه‌ی خوراکی‌های نان و برنج یا گوشت بکار میرفت. شیر گاو و بز یا شتر را به کار می‌بردند. (صابی بی تا، ۲۱۴)

مردم جامعه‌ی عباسیان عراق به خوردن شیرینی‌ها به ویژه پس از غذاهای اصلی خو کرده بودند. این عادت خاص خانواده‌های توانگر نبود حتی مردم تنگدست هم که توان تهیه‌ی خوراکی‌های شیرین را نداشتند به خوردن نان قندی و شیر و شیره و شیرهی قند یا خرما قناعت می‌کردند. (متز ۱۳۶۴، ۴۵) فالوذج (خوراکی ایرانی که به عربستان راه پیدا کرده بود. مخلوطی بود از: بادام کوئید، شکر، گلاب) نورینج (مخلوطی است از ک بادام، تکه‌های نان، شیر، گلاب و شکر و روغن کنجد) زلابیه (مخلوطی است از: بادام، شکر، گلاب، مشک، کافور) صابونیه (مخلوطی است از: شکر حل شده و بادام) خبیص (گونه‌های لرزانک)، شیرینی‌های معمول بر سفره‌های عباسیان بود. (متز، ۱۳۶۴: ۴۷)

میوه را بر سر سفره می‌گذاشتند و آن را یا پیش یا پس از غذا می‌خوردند. خرما به انواع فراوان بسیار ارزان توسط تنگدستان صرف میشد که به مقدار زیاد می‌خریدند. در میان میوه‌های سر سفره‌ی توانگران سیب و انگور و انار و خربزه و نارنج و بالنگ و هلو و موز از عمده‌ترین به شمار می‌رفتند. باغهای میوه‌ی شامات با دقت بسیار نگهداری میشد و آلو و انجیر و زردآلو و توت آنجا زبازند همگان بود. خلفای عباسی مقادیر فراوانی از اینها را به عنوان خراج می‌گرفتند. بین النهرین علیا انار و بادام و سماق و دیگر میوه‌ها به فراوانی داشت که صادر هم میشد. با این همه عراق مقدار زیادی میوه از شامات وارد میکرد از نوع مرغوبتر و شاید به بهای ارزاتر. میوه‌ی شامات را به مصر هم صادر می‌کردند. سیب به فراوانی صرف میشد و سیب شامات در این هنگام بهترین شمرده میشد. انگور در میان میوه‌ها پایگاهی برجسته داشت. انگور انواع گوناگون داشت که با محل تولید آن شناخته میشد. مانند انگور اکبره و انگور دیرالاکول و انگور مألثایه و انگور سروج و حلوان. ضمناً با نامهایی مانند «چشمان گاو» و «شکر» و «آبدانهای خرد» نیز شناخته میشد. (یعقوبی ۱۴۳۱، ۶۷-۶۵) بالنگ (اترج) و نارنج در این هنگامتها در مجالس بزرگان بکار برده میشد. انار سنجر در عراق خواستار فراوان داشت. خربزه از میوه‌های محبوب بغداد بود.

آنچنان که بازار میوه با نام «خربرزه خانه» خوانده میشد. کسان خوش سلیقه‌ی بغداد در گزیدن میوه برای مهمانی خیلی مشکل پسند بودند و تنها لذایذی مانند زیتون هندی و پسته و نیشکر در گلاب و «به» بلخ و سیب شام را بر میگزیدند. انار و انجیر و هندوانه را چون ارزان بودند برای مردم عادی باز می‌گذاشتند. این ظرفان میوه‌های هستهدار (مانند خرما و زردآلو و هلو) را هم دوست نداشتند. میوه‌های کال و لکهدار و معیوب هم مردود شمرده میشد. (ابن جوزی (بی تا)، ۲۱۸-۲۱۷) از نوشیدنی‌های الکلی چیزی بر سر سفره گذاشته نمیشد. در بغداد معمولاً پس از غذا آب دجله آشامیده میشد. نوشابه‌ی ویژه‌ای که پس از غذا برای تندرستی تجویز میشد فقّاع بود. آن را از شکر و عسل یا شیرهی قند در آمیخته با گلاب و مشک می‌ساختند و با یخ خنک میکردند. نوشابه‌های الکلی را با نام ساده‌ی نیب میخواندند با افزودن نام اصلی جزء ترکیبی آن مثلاً نیب العنبری (شراب انگور). در مهمانی‌های باده نوشی که کلاً در خانه‌های توانگران برپا میشد انواع گونهای مختلف نوشابه‌ها آشامیده میشد. آب میوه در بازار در شیشه‌های در بسته با برچسبی که نام میوه و سازنده آن بر آن نوشته شده بود فروخته میشد. بغداد بیشتر آب میوه‌ی مصرفی خویش را از اصفهان وارد میکرد. (مکی، ۱۳۸۳: ۴۷۸-۴۷۲)

۳) آداب غذا خوردن

غالباً عباسیان پیش از دست بردن به طعام دستها را در لگنی می‌شستند. بر حسب حدیث پیامبر اکرم (ص) طشت را از جانب راست هر میهمان عرضه میکردند و پیشخدمت از آفتابه بر انگشتان راست آب میریخت. دست شستن پیش از غذا امری بود واجب و میان دست شستن غذا خوردن فاصله‌ای نمیدادند. برای آنکه مهمانان در ضیافت آسوده باشند و آن خانه را بیگانه احساس نکنند عادت بر این جاری شده بود که میزبان نخست دستها را می‌شست و مهمان از او پیروی میکرد. خیره شدن و چشم دوختن به دیگران زشت شمرده میشد. هرکس به غذای خود چشم میدوخت و دیده بر نمیداشت تا ببیند دیگران چه می‌خورند. از لیسیدن انگشتان خودداری میکردند و میکوشیدند لقمه‌ها را به خردترین حد برسانند و به هنگام خوردن از سر و صدا خودداری کنند. از دو گونه غذای گوناگون همزمان بر دهان نمی‌گذاشتند و آش را با صدا بلع نمیکردند. دست خود را به پیه نمی‌آلودند و نمک زیاد نمی‌خوردند. سرکه را بر همه چیز می‌ریختند و نان جلوی خود را چرب نمیساختند. یکی از رسمهای برجسته همانا شستن دستها و دهان پس از غذا بود و توجه خاص به پاکیزگی. بر خلاف مردم صدر اسلام که دست خود را با مالیدن بر بالای ران خشک میکردند مردم عادی جامعه‌ی عباسی در قرون ۵ و ۶ هجری از حوله بهره می‌جستند و آنان که دوستدار زندگی پر تجمل بودند. دستمال‌های ابریشمین دبیقی بکار میبردند. یکی از آداب بر جسته‌ی طعام همانا در دسترس گذاشتن خلال دندان بود. ولی بهره‌جویی ناهنجار از آن ناشایسته شمرده میشد. بهره‌گیری از قاشق در میان طبقه‌ی بالا رواج

داشت. و مهمانان از بشقابی که در وسط سفره گذاشته میشد استفاده میکردند. (مناظر احسن، ۱۶۹، ۱۳۶۹-۱۵۸)

۴) آداب المائده

آداب سفره: در زمینه‌ی این موضوع بررسی ما از دانشمندان اسلامی کمتر اثری نگاشته شده است. بیشتر کتابهایی که در این باره نگاشته شده است مانند *آداب الموائد* از قاضی الحسن بن عبدالرحمن بن الخلال الرامهرزی و کتاب *آداب الطعام و الشراب* از ابونصر اصفهانی، گویا از میان رفته باشند و ما تنها به نقل قول هایی در آثار اخیرتر بدان مطالب دست یافته ایم. دو کتاب در این زمینه که هنوز در دسترس هستند عبارتند از: *فوائد الموائد* اثر جمال الدین یحیی بن عبدالعظیم بن الجدار (متوفی در ۶۷۹ هـ) و رساله‌ی *آداب المأكلة* نگاشته‌ی شیخ بدرالدین محمد الغزی (۹۸۵ هجری). نخستین این دو به صورت نسخه خطی است و دومی در مجله‌ی المجمع العلمی العربی چاپ و نشر شده است. گذشته از آثار نامبرده کتاب های حدیث و فقه نیز با بهایی درباره‌ی قواعد آداب سفره دارند. کتاب های آشپزی مانند کتاب الطبیخ و راق هم چند باب در این زمینه دارند. *ادب النذیم* کشاجم و *احیاء العلوم غزالی* و *آثاری* از این دست هم پرتوی بر این زمینه میافکنند. از آگاهیهای گوناگون مندرج در منابع ما چنین بر میآید که مائده در آثار اسلامی به دو گونه جای گسترده‌ی طعام گفته میشد. یکی که بدان سفره اطلاق می شد و دیگری که خوان نامیده می شد. در زمان مورد بررسی ما سفره بیشتر از پارچه بود یا مسین یا از برگ خرما به شکل گرد که بر زمین نهاده می شد و گمان در پیرامون آن می نشستند. با گذشت زمان در آن بهبودی پدیدار شد که سفره‌ی چرمین می گسترده‌ی که پاک کردن آن آسان تر بود. واژه خوان به مائده ای اطلاق می شد که از زمین بلندتر بود و بیشتر از چوب یا سنگ بود. توانگران مرم را یا سنگ سماق را برتری می دادند. سینیهای بزرگ گرد برنجی را بر میزهای کوتاه که بر آن آبنوس یا صدف یا لاک سنگ پشت بکار برده بودند در خانههای توانگران بسیار بود. اما خلفای عباسی بعضی میزهای زرین یا سیمین داشتند. غالباً عباسیان پیش از دست بردن به طعام دست‌ها را در لگن میشستند. (توحیدی ۱۴۲۵، ۶۰: ۳)

در ترتیب عرضه خوراکها بر سر خوان به دو شیوه عمل میشد. ترتیب کهن اسلامی آن بود که خوراکها را بر سر سفره مینهادند و هر کس هر چه می خواست میخورد. این ترتیب کهن گویا در میان انبوه مردم رواج داشت. در محافل بالاتر در دوران مورد بررسی ما خوراکها را یکباره عرضه نمیکردند و صورت غذاها را به مهمانها میدادند و هر کس آنچه میخواست طلب میکرد. به هنگام خوردن هر کس از شیوی رفتار زیرین پیروی میکرد. هر کس در آغاز دست بردن به طعام عبارت بسم الله را بر زبان میآورد. از نشانههای با فرهنگی و پرورش نیک همانا سخن گفتن بویژه یاد کردن از داستانهای آداب سفره پیشینیان پرهیزگار بود. اختلاف است بر سر اینکه

میزبان با میهمان سر سخن را باز کند یا نه. بر طبق رسوم عربان آنچنان که ابشیعی گفته است بر آن بودند که با مهمان رفتاری غیر رسمی پیش گرفته شود و او را آزاد و آسوده بگذارند. مهمانان و میزبانان به گفت و گوهای دراز میپرداختند. از شواهد بازمانده از این هنگام بر میآید که عباسیان بر سر سفره آزادانه به گفت و گو می پرداختند. میزبان به سخن ادامه میداد تا مهمانان آسوده به خوردن ادامه دهند. اما جاحظ از بخیلی یاد کرده است که سر مهمانان را با گفت و گو گرم می کرد و خود خوراکیها را می خورد. ظرفا (کسان مبادی آداب) که معمولاً از شوخی و هرزه در گویی پرهیز داشتند کمتر به گفت و گو و خنده میپرداختند. (کشاجم، ۱۳۲۹، ۱۷-۱۵).

خیره شدن و چشم دوختن به دیگران زشت شمرده میشد. هر کس به غذای خود چشم میدوخت و دیده بر نمیداشت تا ببیند دیگران چه میخورند، کسانی که به تند خوردن خو کرده بودند درنگ میکردند تا باز پسین کستان بر سفره غذای خویش را به پایان برساند. چون چند تن در کاسهای شریک میشدند هر کس بدان کس که در کنارش نشسته بود توجه داشت و او را ترغیب میکرد که «میل بفرمایید» پیشدستی در خوردن و دست به کار زدن که موجب رنجش همسایهی سفره شود یا دست تگان دادن بر فراز کاسه به هنگام گرفتن لقمه یا فرو کردن لقمهی نیم خورده در ظرف مشترک ناشایسته شمرده میشد. جاحظ از جمله شروط هم سفرگی را نپرداختن به بیرون آوردن مغز استخوان و نقاپیدن تخم مرغ نهاده بر سبزی و تصاحب نکردن جگر و سینهی مرغ و مغز و قلوه یا بهترین اعضای گوسفند یا جوجه میداند. در پایان و انجام خوردن حمدالله میگفتند. زیرا که این عبارت نموداری بود از دست کشیدن از غذا. ادای این عبارت در میان غذا ناشایسته شمرده میشد. وراق در کتاب *طبیخ* از داستانی یاد می کند. از مردی ناآگاه از این رسم که این عبارت را در میان غذا بر زبان رانده بود و همگان را دل آزرده ساخته است آنچنان که خواستند او را بزنند. (جاحظ، ۱۴۱۳: ۲۰۷-۲۰۵)

اشخاص نازک طبع و مؤدب بر خلاف اشخاصی که گوشت را به شتاب به سندان میکشیدند و انگشتان را می لیسند، آن را با کارد میبردند و از لیسیدن انگشتان خودداری میکردند. ایشان بسیار میکوشیدند تا لقمه ها را با خوردترین حد برسانند و به هنگام خوردن از سر و صدا کردن خودداری میکردند. پس دو لقمه از دوگونه غذای گوناگون به دهان نمیگذاشتند. و آتش را با صدا بلع نمیکردند. دست خود را به پیه نمیآلودند و نمک زیاد نمی خوردند. این را زشت میشمردند. سر که را بر همه چیز نمی ریختند و نان جلو خود را چرب نمیساختند و دست به دور دست در سفره دراز نمیکردند. یا آنکه لقمههای درشتی که لبها را چرب کند بر نمیداشتند. (توحیدی ۱۴۲۵، ۶۲: ۳)

یکی از رسمهای برجسته، شستن دست و دهان بعد از غذا بود و توجه خاص به پاکیزگی.

برای پاک ساختن چربی همگان از اشنان بهره می‌گرفتند. برای آنکه اشنان موثرتر و معطر گردد توانگران بر آن اجزای گوناگون مانند برنج کوبیده و گل خراسان و مشک و عنبر و صندل و کافور یا گلاب میافزودند. این ترکیب گونهای کرد شستن فراهم می‌کرد که در جای ویژه‌ای به نام اشناندان می‌گذاشتند. هر کس که میخواست دستها را بشوید قاشقی از آن بر میگرفت. شست و شوی پس از غذا از سوی چپ میزبان آغاز میشد و ادامه مییافت. آنچنان که میزبان بازپسین کسی میشد که به این کار میپرداخت. (تنوخی ۱۹۲۱، ۸۶-۸۴)

یکی از آداب برجسته طعام همانا در دسترس گذاشتن خلال دندان بود. ولی بهره جویی ناهنجار از آن ناشایسته شمرده میشد. مهمان زمانی میتواند دندانهای خود را پاک کند که تنها باشد. مردم جامعه مورد بررسی ما بیشتر از انگشتان خویش برای خوردن بهره می‌گرفتند. این امر از رسم پر دقت و متکلفانی دست شستن پس از غذا آشکار میشد. اما بهره جویی از قاشق و کارد و در میان ظریفان چندان اندک نبود. هنوز اشاره‌ای به چنگال یافته نشده است. برای آنکه جامعه پاک بماند دستمالی بر سینه مانند دستمال سفره‌ی روزگار ما به روایت ابن فرات وزیر و همشنان از دستمال دیقی تر شده با آبهای معطر بهره می‌گرفتند. (ابن جوزی (بی تا)، ۲۲۴)

چنین مینماید که بهره‌گیری از قاشق در میان مردم طبقه بالا رواج داشت. بعضی آنچنان متکلف بودند که در یک غذا سی قاشق بکار میبردند. به روایتی المهلبي وزیر چون به خوان مینشست در خدمتگزار بر دست راست و چپ او با دستههایی از قاشق میایستادند. یک نفر با یک قاشق بر میگرفتند و بیدرنگ قاشق را به پیشخدمت دست چپی خویش میداد و پیشخدمت دست راستی یک قاشق دیگر به وزیر میداد که با آنها تکه در برابر میداشت. این عمل تا پایان غذا خوردن ادامه مییافت. قاشقها را کاملاً با شیشه یا مس یا سیم و زر میساختند. رسم بر این جاری نبود که به هر مهمان بشقابی بدهد. مهمانان از بشقابی که وسط سفره گذاشته می‌شد میخوردند. شیوهی خوردن از یک بشقاب مشترک توجه همگان را بسیار به آداب سفره میکشید. کنایه‌های فراوانی برای کسانی که آداب دقیق سفره را رعایت نمیکردند و مرتکب بعضی کارهای ناپسند همشنان خویش میشدند ساخته بودند. (ابن جوزی، بی تا، ۲۲۵)

ج- سبک زندگی مردم عراق در حوزه مراسم و آیین‌ها زمان عباسیان

۱) جشنها

جشنها و عیدهایی که مسلمین در آن شرکت میکردند خود نشانه‌ی نازک بودن پوشش اسلامی بود که ظاهراً زندگی مردم را در بر میگرفت زیرا مسلمانان در همه‌ی جشنهای مسیحی در طول سال شرکت می‌جستند که خود این اعیاد تجلی عادات و مراسم باستانی بود؛ جشنها در عراق از هر جهت مانند گذشتگان نصرانی بود و دیرهای قدیسان در بیشتر اعیاد خاص مسیحی پر از شرکتکنندگان میشد و حتی در روزهای معمولی هم از مهمانان غیر مسیحی خالی نبود.

(المسعودی ۱۴۲، ۱۹۸۴)

از جمله اعیادی که در قرون پنجم و ششم هجری نیز در عراق انجام می‌گرفت، عید نوروز بود که عامه در آن روز هدیه میدادند و می‌گرفتند؛ مثلاً از طرف خلیفه بین مردم اشیاء ساخته شده از عنبر - مثلاً طرح گلسرخ - توزیع می‌کردند. اما دو عید اسلامی؛ قربان و فطر در کنار نوروز مهمترین اعیاد این دوره محسوب میشد. برپا داشتن مراسم جشن غدیر نیز از سال ۳۵۲ هـ. مرسوم شد و در سال‌های بعد ادامه یافت. گردیزی که در قرن پنجم می‌زیست این روز را جزو روزهای بزرگ اسلامی و اعیاد شیعیان شمرده است. در این زمان در شب‌های عید غدیر شهرها و محلات آنچنان به زیبایی آذین بسته می‌شد و اماکن چهره عوض می‌کرد و سرور و شادی انسان مردم را فرا می‌گرفت که زیبایی و ایام خوش در مغازلات شاعرانه به آن تشبیه شده است. (مکی ۱۳۸۳، ۸۰)

چند ماهی پس از نوروز عباسیان عید دیگری را که ریشه‌ی ایرانی داشت و با نام مهرجان یا مهرگان خوانده میشد برپا می‌داشتند. نام مهرجان وابسته است به ماهی در تقویم ایرانی به نام مهرماه که این جشن در آن ماه گرفته میشد. روز شانزدهم این ماه را مهر روز نیز می‌خواندند. مهر روز در مهرماه روز جشنی بود که به آن مهرجان می‌گفتند. واژه‌ی مهرجان به معنی «مهر روان» است. بیرونی گوید: "که مهر نام خورشید است که بر آن بودند که در چنین روزی بر جهان نخستین بار پدیدار شد". این عید را با پوشیدن جامه‌های ویژه‌ی تعطیلات و فرستادن شادباش و آرزوی خوشی برای دیگران و نیز شادی و شادمانی جشن می‌گرفتند. همچنان که نوروز نشانه‌ی آغاز بهار بود. مهرجان نشان از آغاز زمستان میداد. یعنی زمانی که مردم جامه‌های خود را عوض میکردند و بر بستر خویش پوششهای بیشتری میافزودند تا برای سرما آماده باشند. این روز را مردم با جشن و شادی فراوان و خواندن و بازی برپا میکردند. مانند نوروز از مشخصات این عید همانا چراغانی کردن و زدن طبل و تبادل پیشکشها یا دادن عیدی بود. در این روز نیز خلیفه و وزیران او در تالار بار به پذیرایی مینشستند و به دریافت پیشکشها میپرداختند که بعضی از آنها دارای بهایی گران بودند مانند فیل زرین الماس نشان بر دیده‌های آن. (مکی، ۱۳۸۳، ۸۴-۸۰)

جشن صدق (صدق، صدق)؛ نیز جشن زمستانی است که از عیدهای کهن ایرانی بود که در زمان عباسیان و در قرون پنجم و ششم هجری نیز با شکوه فراوان برپا میشد. چون این عید در زمستان با آتشبازی بزرگی برپا میشد آن را لیلۃ الوقود «شب آتشها» خوانده بودند. صدق در پنجم یا دهم ماه ایرانی بهمن گرفته میشد. ابن اثیر و ابوالفداء گویند که آن همزمان بود با عید میلاد مسیح. در این عید مردم بغداد در کرانه‌های دجله گرد می‌آمدند و در کشتیهای خود آتش میافروختند و در خوردن و آشامیدن و روشنی جامه و نواختن موسیقی و نای زنی و پایکوبی بر یکدیگر پیشی میگرفتند. کشتیهای خلفا و وزیران و بلندپایگان دیوان آراسته و چراغان میشدند.

این بزرگان به تن خویش در جامه‌های فاخر بیرون می‌آمدند و در کشتیها بر رود گردش میکردند و در آنها درباریان و مردم عادی را هم جای میدادند. بعضی از مردم سراسر شب را به شادی و بازی و آتشبازی میپرداختند. در آن شب رسم بود که خانه‌ها را دود دهند تا نگون بختی را بیرون کرده باشند و آتش را بلند برافروزند و جانوران وحشی را به درون آن برانند و پرندگان را از میان شعلها پرواز دهند و بنوشند و در پیرامون آتش خود را سرگرم سازند. (متز ۱۳۶۴، ۴۴۷-۴۴۵)

از جشنهای مهم یکی هم عید کوزه اندازی (فَصَد) بود که مانند نوروز و مهرگان در آن پیشکشها بخشیده میشد و خوراکیهای ویژه‌ای فراهم میگشت. عید کوزه‌اندازی در دربار عباسی امری بود رایج. درباریان با جامه‌های رنگارنگ حاضر میشدند و به خلیفه شادباش میگفتند و برای او تندرستی میخواستند و به او هدیه‌ها میدادند. این هدیه‌ها عبارت بود از کنیزکان و ظرفهای زرین و سیمین و عطرها و گلها و شمعها. روز بیعت با خلیفه هم از جشنها بود. مردم همهی طبقات در کاخ سلطنتی (دارالخلافه) گرد می‌آمدند و فرمانبرداری خود را به خلیفه به صورت شادباش مینمودند. خلیفه برای بلندپایگان سورها ترتیب میداد و هدیه‌ها و خلعتها به بزرگان میبخشید. (متز، ۱۳۶۴، ۴۴۸)

روز تعیین جانشین (ولیعهد) نیز از جشنها شمرده میشد هم برای خاندان خلافت و هم برای همگان. پس از تشریفات و آیینهایی که بیشتر در حضور دیوانها و بزرگان اجرا میشد گروهی با جامه‌ها و درفشها رنگارنگ از کاخ بیرون میرفتند. به همهی کسانی که میخواستند به ولی عهد شادباش بگویند اذن دخول داده میشد. شاعران بدین مناسب قصایدی فی البدایه در ستایش خلیفه و ولی عهد او سرودند و صله و خلعت یافتند. (ابن حوقل ۱۹۳۸، ۲۳۴)

بازگشت پیروزمندانه‌ی خلیفه یا سرداری از جنگ بهانه‌ای بود برای شادی و سربلندی. سراسر بغداد با پارچه‌های رنگارنگ آراسته میشد. سایبانهای (قباب) زیبا برافراشته میشد برای خلیفه و سپاهیان تا از زیر آنها راهپیمایی کنند. به شب هم چراغانی برپا میشد. تهذیق که به مناسب توانایی پسر خلیفه در قرائت قرآن برپا میشد نیز از جشنها و شادیها بود. و اما مهمترین جشن خانوادگی ختنه سوران بود که بسیاری از خصوصیات باستانی جشنهای بلوغ را در خود زنده نگه میداشت و لذا نمیتوان گفت که در عالم اسلام طی چند قرن عید خاصی شد. معمولاً از اینکه بچه‌ی خود را به تنهایی ختنه کنند اکراه داشتند.

بلاخره به مناسبت حجامت کردن نیز جشن گرفته میشد و آشنایان و یاران شخصی که حجامت میشد به او هدایایی میدادند و بهترین خوراکیها برایش تهیه میکردید. عمل حجامت به وسیله‌ی دلاک صورت میگرفت و مزد آن در حدود سال ۳۰۰ یک دینار بود. بعضی بزرگان سلمانی مخصوص داشتند. (متز ۱۳۷۷، ۴۵۹-۴۵۱)

۲) نوحه‌گری و عزاداری

در عاشورای قرون پنجم و ششم هجری عزای عمومی اعلام میکردند، مغازه‌ها بسته میشد و خرید و فروش ممنوع میگردد، قصابان چهارپایی ذبح نمیکردند، آشپزها غذا نمیپختند و سقاها از کار بازداشته میشدند. از مردم خواسته میشد که با پوشیدن جامه سیاه، اندوه خود را در شهادت سالار شهیدان نشان دهند. زنان با حالتی پریشان و چهره‌ای سیاه کرده از خانه‌هایشان خارج میشدند و بر سر و صورت می‌کوفتند و جامعه بر تن می‌دریدند و در عزای امام حسین(ع) می‌گریستند. مجالس نوحه‌خوانی و ماتم برگزار گردید. شیعیان به صورت دسته جمعی به سر و روی خویش کاه و خاکستر می‌پاشیدند و به سر و سینه می‌زدند و در حالی که اشعاری در عزای امام حسین(ع) می‌خواندند در خیابان‌ها می‌گشتند. (خزعلی ۱۳۸۳، ۶۷-۶۵)

شیعیان در این روزها با آویختن پلاس (پارچه‌های کهنه و سیاه) اعلام عزا می‌کردند. در عاشورا مردم و حتی برخی علمای حنفی، چون خواجه علی غزنوی، آشکارا معاویه و سفیانیان را لعن می‌کردند. علما دستار از سر باز کردند و نوحه می‌خواندند و خاک بر سر می‌افشاندند؛ چنان که امام نجم الدین بلعمانی حنفی چنین می‌کرده است. (خز علی، ۱۳۸۳، ۶۸)

عزاداری در غیر از ماه محرم نیز صورت می‌گرفت. مردم در مساجد و منازل اجتماع می‌کردند و شخصی به نوحه‌گری می‌پرداخت. آورده‌اند که احمد المزوق نوحه‌گر در مسجد بغداد مرثیه‌سرایی می‌کرد. روزی مردی وارد مجلس او شد و سراغش را گرفت. چون او را که در بالای جمعیت نشسته بود به وی نشان دادند، بدو گفت: دیشب در عالم رویا حضرت فاطمه زهر(س) به من فرمود تا به تو بگویم در رثای فرزندانم شعر ناشی صغیر را نوحه کن که گفته است:

بنی احمد قلبی لکم یتقطع بمثل مصابی فیکم لیس یسمع
فما بقعه فی الأرض شرقاً و مغرباً و لیس لکن فیها قتیل و متصرع
ظلمتم و قتلتم و قُسم فیئکم مغرباً و ضاقت بکم أرض فلم یحم موضع
جسوم علی البوغاء ترمی و أروُس علی أروُس اللدن الذوابل تُرفع

ناشی که در آن مجلس حضور داشت، سیلی محکمی بر صورت خود نواخت و به دنبال او احمد مزوق و دیگران همه لطمه بر صورت نواختند و گریه را سر دادند. پس حاضران با این قصیده نوحه‌سرایی کردند تا ظهر شد و مجلس از هم پاشید. قضیه مفصل دیگری شبیه این جریان را تنوخی درباره ابن اصدق نوحه‌گر آورده است. (ابو حلتهم ۱۹۹۰، ۱۷۶-۱۷۴)

۳) نمایش‌های مذهبی

با رواج هر چه بیشتر مراسم و گسترش آن در شهرهای دیگر، شیعیان به تدریج شکل‌های جدید و ابزار متنوعی برای پرورش دادن و افزایش تأثیر عزا و جشن به کار می‌گرفتند. در دسته‌های عزاداری از آلت موسیقایی چون طبل و در جشن‌های غدیر از طبل و شیپور استفاده

شد. نیز برپا کردن خیمه که به احتمال زیاد برای شبیه‌سازی دشت کربلا و خیمه‌های سپاه امام حسین در روز عاشورا بود، از جمله این موارد بود. ابن کثیر در این باره می‌گوید: (شمس الدین ۱۴۱۷، ۲۴۵-۲۴۴) رافضیان در دولت بویه در سال ۴۰۰ و قبل و بعد آن در عزاداری حسین اسراف و زیاده روی می‌کردند. در بغداد و سایر شهرها در روز عاشورا در بازارها و خیابان‌ها طبل می‌زدند و در کوچه‌ها و خیابان‌ها کاه و خاکستر می‌پاشیدند و بر سکوها کرباس می‌آویختند و می‌گریستند و بسیاری از آنها به جهت همدردی با حسین آب نمی‌نوشتند. زنان صورت‌هایشان را باز می‌کردند و می‌گریستند و به صورت و سینه خود می‌زدند و پابره‌نه در بازار می‌رفتند. (شمس الدین، ۱۴۱۷، ۲۴۶)

ذهبی نیز گفته است: "در عاشورا شیعیان در خیابان‌ها خیمه‌ها می‌افراشتند و بر آنها پلاس‌های پاره آویزان می‌کردند". استفاده از این خیمه‌ها که قاعدتاً به همراه نمادهای دیگری نیز بود، آغازین گام‌های هنر شبیه‌خوانی و تعزیه‌گردانی است. جالب‌تر از همه، گزارش ابن جوزی از به کار بردن موکبی است که از آن به نام منجیق یاد شده است. طبق این نقل شیعیان محله کرخ، منجیق‌هایی را هنگام رفتن به زیارت کربلا در نیمه شعبان با خود حرکت می‌دادند. همچنین در سال ۴۴۹ ه. هنگام حمله به خانه ابوجعفر شیخ طوسی سه عدد از این منجیق‌ها که سفید رنگ بودند سوزانده شد. به احتمال قوی این منجیق‌ها تختی‌هایی محمل مانند بوده‌اند که آنها را با تشریفات خاصی حرکت می‌داده‌اند. شاید این محمل‌ها همان کجاوه یا سریرهایی باشند که در بعضی از شهرها در مناسبت‌های مذهبی به کار می‌رود و درون آنها افرادی می‌نشینند و نقش شبیه شخصیت‌های بزرگ را ایفا می‌کنند؛ همانند مراسم دیرینه سالروز ورود حضرت فاطمه معصومه سلام الله علیها در قم. همان‌طور از سخن عبدالجیل «خوانندگان را بر مربعات اسواق مُمَكَّن کردند». بر می‌آید آنان بر سکوهایی که مخصوص این کار بوده است قرار می‌گرفتند تا مردم به راحتی بتوانند آنان را ببینند و خود بر جمعیت احاطه داشته باشند. (ذهبی ۱۴۰۴، ۲۶۸-۲۶۷)

نتیجه گیری

با گذر از خلافت امویان و رسید به خلافت عباسیان شاهد تحول اساسی در ساختار سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی جامعه عراق آن زمان هستیم این موضوع ناشی از عوامل فراوانی است از جمله: شکل گیری آرامش و ثبات امنیتی، علاقه خلفای عباسی به علم و دانش و پیشرفت، آشنایی با تمدنهای دیگر، رفت و آمدهای خارج از حوزه جامعه عراق آن روز، برگزاری مناظرات علمی، شکل گیری نهضت ترجمه و تاثیر تمدنهای دیگر از جمله تمدن پارسی این مسائل به شدت وضعیت و سبک زندگی مردم عراق آن زمان را دچار تغییر و تحول نمود لذا با بررسی این میتوان نتیجهگیری کرد که اگر سبک زندگی را بخش مهمی از فرهنگ و تمدن یک جامعه بدانیم بررسی چگونگی آداب و رسوم و گرامیداشت عقاید و شیوه های گذران زندگی اجتماعی، برگزاری جشنواره ها و سوگوارها و یا بطور کلی چگونگی خوراک و پوشاک و حیات اجتماعی و تفریحات میتواند تیکه‌های پازل این فرهنگ و تمدن باشند که در قرنهای چهارم تا ششم هجری مصادف با حکومت عباسیان، عراق به ویژه، بغداد به عنوان پایتخت خلافت، بر اثر اقدامات عباسیان از رونق بسزایی برخوردار گردید و تحولات فرهنگی و اجتماعی گوناگونی را در سبک زندگی مسلمانان ایجاد شد و به دلیل توجهات حکام، بر چگونگی حیات اجتماعی مسلمانان اعم از نگرشها و باورها، سبک زندگی اجتماعی، زبان، مذهب و آداب و سنن تأثیر بسیار داشته است چرا که رشد محافل علمی و فرهنگی در عراق سنن فرهنگی و سبک زندگی مسلمانان در عراق در قرون پنجم و ششم هجری، را با طرح آموزه‌های اصیل اسلامی به چالش کشاند و الگوهای رفتاری آنان را متحول کرد. همچنین سبک زندگی و فرهنگ مسلمانان عراق به سبب بالا گرفتن مهاجرت سایر ملل به عراق، متأثر از فرهنگهای دیگر به ویژه ایران بوده است.

فهرست منابع

۱. ابن جوزی، ابی الفرج عبدالرحمن بن علی بن محمد. [بی تا]. المنتظم فی تاریخ الملوک و الامم، به اهتمام محمد عبدالقادر عطا و مصطفی عبدالقادر عطاء. بیروت: دارالکتب العلمیه.
۲. ابوالفدا. (۱۳۴۹). تقویم البلدان. ترجمه عبدالمحمد آیتی. تهران: بنیاد فرهنگ ایران.
۳. ابوحلتم، نبیل خلیل. (۱۹۹۰). الفرق الاسلامیه فکراً و شعراً.
۴. أدب الکتاب: أبو بکر الصولی، نسخه و عنی بتصحیحه و تعلیق حواشیه: محمد بهجه الأثری، المكتبة العربیة بیغداد، ۱۳۴۱ هـ.
۵. اصخری. (۱۳۴۷). المسالک الممالک. به کوشش ایرج افشار. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۶. الصابی، ابراهیم بن هلال. (بی تا). المختار من الرسائل الصابی. تصحیح امیر شکیب ارسلان. بیروت: دارالنهضة الحديث.
۷. توحیدی، ابوحیان. (۱۴۲۵ ه.ق). الامتاع و الموانسه. تحقیق عبدالرحمن المصطاوی. نشر دارالمعرفه. بیروت: لبنان.
۸. ثعالبی. (۵۱۲۸۲). یتیمه الدهر. دمشق. ج ۳.
۹. التنوخی، ابی علی المحسن بن علی. (۱۹۷۱). نشوار المحاضره و اخبار المذاکره. به اهتمام عبود الشانجی.
۱۰. -المسعودی، ابن الحسن علی بن الحسین بن علی. (۱۹۸۴). مروج الذهب و معادن الجواهر. قم: دارالهجره.
۱۱. حوقل. (۱۳۴۰). حدود العالم من المشرق الى المغرب. به کوشش منوچه ستوده. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۲. خزعلی، انسیه. (۱۳۸۳). امام حسین (ع) در شعر معاصر عربی. تهران: انتشارات امیر کبیر.
۱۳. د / بدوی طبائنه، (۱۹۸۹) دراسات فی نقد الأدب العربی، دار الثقافه للطباعة والنشر والتوزیع.
۱۴. د / محمد عبد المنعم خفاجی (۱۹۹۸) اریخ الأدب فی العصر العباسی الأول، ط مكتبة الكليات الأزهریة
۱۵. دمشق. (۱۳۵۷). نخبة الدهر فی عجائب البر و البحر. ترجمه سید حمید طیبیان. تهران: فرهنگستان ادب و هنر.
۱۶. ذهبی. (۵۱۴۰۴). سیر اعلام النبلاء. تحقیق شعیب الارنؤوط. بیروت: مؤسسه الرساله.
۱۷. رشید جمیلی، (۱۳۸۵) نهضت ترجمه در شرق جهان اسلام، تهران: سمت.

۱۸. شمس‌الدین، محمد مهدی. (۱۴۱۷). واقعه کربلا فی الوجدان الشعبي. بیروت: المؤسسة الدولية للدراسات والنشر.
۱۹. متر، آدام. (۱۳۶۶). الحضارة الاسلامیة فی القرن الرابع الهجری. ترجمه محمد عبدالهادی ابوریده. مصر.
۲۰. مکی، محمد کاظم. (۱۳۸۳). تمدن اسلامی در عصر عباسیان. ترجمه محمد سپهری. تهران: سازمان مطالعات و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه (سمت).
۲۱. مناظر حسن، محمد. (۱۳۶۹). زندگی اجتماعی در حکومت عباسیان. ترجمه: مسعود رجب نیا. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی
۲۲. یافی. (۱۳۹۰ه). مرآت الجنان. بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات. ج ۳.
۲۳. یعقوبی، احمد بن اسحاق. (۱۴۳۱ق). تاریخ الیعقوبی. شرکه الاعلمی للمطبوعات. بیروت
24. Hala Khalidi et al(2015), Facets from the Translation Movement in Classic Arab Culture, ocial and Behavioral Sciences 205,pp: 570.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۸۸ - ۶۹

تأثیر سلب حق بر کرامت ذاتی و شخصیت انسانی در حقوق مدنی

فرهاد پروین^۱

حسینیه رادپسند^۲

چکیده

قانون مدنی در ماده ۹۵۹ به سلب حق به طور کلی و در ماده ۹۶۰ اختصاصاً به سلب حقوق مربوط به شخصیت پرداخته است. منع سلب حریت ریشه در حیثیت و کرامت ذاتی انسان دارد. اما از طرفی، لازمه زندگی اجتماعی و نیز خانوادگی، محدود شدن شخص از برخی از حقوق و آزادی‌های ناظر بر شخصیت انسانی است. لیکن سلب حق به طور جزئی نیز تا جایی مجاز است که بر خلاف نظم عمومی و اخلاق حسنه نبوده و احساسات عمومی را جریحه دار نسازد. در این مقاله با روش توصیفی - تحلیلی این یافته‌ها حاصل شده است که، ضمانت اجرای سلب کلی حقوق مربوط به شخصیت و نیز سلب جزئی آن در مواردی که خلاف نظم عمومی و اخلاق حسنه است بطلان است. اما در مواردی که سلب حق جزئی و مشروع است عدم رعایت تعهدات توسط متعهد به سلب حق، موجب مسئولیت مدنی وی است.

واژگان کلیدی

حقوق مدنی، حق شخصیت، سلب حق، حقوق ایران.

۱. دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: Fa.parvin@gmail.com

۲. دانشجوی دکتری حقوق خصوصی، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

Email: Radpasand@gmail.com

(نویسنده مسئول).

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۴/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۲/۱۰

طرح مسأله

حقوق مربوط به شخصیت^۱ به آن دسته از قواعد و مقرراتی اطلاق می‌شود که هدف آن حمایت از شخصیت انسان است. لذا مقررات مربوط به شخصیت، عناصری است که در وجود انسان است و انسان از آن بهره‌مند است، لذا باید بین آن و سایر حقوقی که انسان از آن برخوردار است تفاوت قائل شد فلذا حق مالکیتی که شخص نسبت به مالی پیدا می‌کند، از حقوق مربوط به شخصیت نبوده (حیاتی، (۱۳۹۶) ص ۲۸) و قابل انفکاک از شخص و شخصیت او می‌باشد.

در کشور ما با وجود اهمیت به حقوق شخصیت، به این حقوق توجه کافی صورت نگرفته است و قوانین و مقررات جامعی نیز در این زمینه وضع نگردیده است. در جهان کنونی، حقوق شخصیت، انسان‌ها به بهانه‌های مختلف نقض می‌گردد، لذا لزوم توجه جدی به این قوانین لازم است. حقوق مربوط به شخصیت، ویژه انسان هاست و این قابلیت، از طرف خداوند حکیم، به اعتبار طبیعت انسانی در او به ودیعه گذاشته شده است. فقط او از قدرت اختیار و اراده برخوردار است و می‌تواند، طرف حق و تکلیف قرار گیرد. در گذشته عده‌ای از افراد در ملکیت افراد دیگر قرار داشتند و مورد خرید و فروش قرار می‌گرفتند و از جهات اجتماعی در قید بردگی درآمده بودند و نسبت به آنان مانند اموال رفتار می‌شده است. اما در حال حاضر به موجب قوانین داخلی و بین‌المللی برده داری منسوخ گردیده و همه افراد بشر به صورت برابر دارای شخصیت هستند.

این مقاله با هدف بررسی آثار سلب حق در حقوق مربوط به شخصیت در می‌یابد که هنگامی که حقی سلب شد، باعث تغییر در وضعیت حقوقی برخی اشخاص می‌گردد. از بین رفتن حق اثر مستقیم انشاء اسقاط کننده است، و تنها به اراده دارنده آن صورت می‌گیرد، و فقط، صاحب حق است که می‌تواند با وجود برخی شرایط از حق خویش صرفنظر نماید و آن را از خود سلب کند. از این رو، تا زمانی که صاحب حق از طریق وکالت یا به نحو قراردادی و یا اعطای نمایندگی، چنین اختیاری را به کسی نداده باشد، شخص دیگر نمی‌تواند حق او را سلب نماید (کاتوزیان، ص ۳۰۸).

حال باید بررسی نمود که اثر سلب حق آیا تنها متوجه خود فرد و قائم مقام او می‌باشد و یا نسبت به اشخاص ثالث نیز تاثیر گذار است.

آنچه باید در نظر گرفت این است که اثر سلب حق همانند سایر امور حقوقی، دارای ضمانت اجرای حقوقی نیز هست که در صورت تخلف افراد از تعهد سلب حق، دامنگیر آن‌ها می‌شود.

در این مقاله آثار سلب حقوق مربوط به شخصیت انسانی در حقوق ایران را بررسی می‌نماییم.

الف: تبیین مفاهیم

بدواً به طور مختصر به تبیین مفاهیم عنوان مقاله می پردازیم:

۱- تعریف لغوی حق

واژه حق، از واژه‌هایی است که مورد استعمال فراوان دارد و این استعمال فراوان ناشی از تعدد معنایی است که برای آن هست. در فرهنگ لغت، معانی متعددی برای "حق" آمده که از جمله آن‌ها عبارتند از «راست و درست، ضد باطل، یقین، انصاف، نصیب و بهره‌برداری از چیزی، سزاواری، مطلب حق، ملک و مال، جمع حقوق و یکی از "نام‌های حضرت باری تعالی"

۲- تعریف سلب حق

سلب در لغت به معنی پوست کندن، برهنه کردن شمشیر و غارت، غنیمت، تاراج، چپاول، حرکت و رفتن سبک و سریع (فَرَس سلب القوائم) اسب سبک پا و چالاک ذکر شده است. سلب حق عبارتست از چشم پوشی و صرف نظر کردن از حقی توسط صاحب آن که یک عمل حقوقی یک جانبه است و تحقق آن مبتنی بر قصد انشا و ابراز اراده است. بنا بر نظر مشهور فقهاء معتقدند که "سلب حق" از جمله ایقاعات است

۳- اقسام سلب حق

سلب حق می تواند به صورت صریح باشد یا به صورت ضمنی. اسقاط صریح این است که صاحب حق با بیان صریح، جمله‌ای بگوید که صراحتاً دلالت بر اغماض و صرف نظر کردن وی از حقش داشته باشد مثلاً ضمن عقد بگوید که حق خیار خود را سلب کردم و به عبارت دیگر، سلب حق به صورت صریح یعنی بیان جمله‌ای که به دلالت مطابقی، دلالت بر اغماض صاحب حق، از حقش نماید

سلب ضمنی حق این است که صاحب حق عملی انجام دهد که دلالت بر انصراف و چشم پوشی وی از حقش داشته باشد. مثلاً در معامله‌ای مال غیر منقول قابل تقسیمی که بین دو نفر مشترک است وفق ماده ۸۰۸ ق.م. برای شریک دیگر حق شفعه ایجاد شده و شریک اخیر به رغم اطلاع از حقی که برایش ایجاد شده، اقدام به انتقال سهم خود پیش از اخذ به شفعه می نماید که این امر دلالت بر سلب حق وی به صورت ضمنی دارد. به عبارت دیگر، سلب حق به صورت ضمنی، تصرف در حق است توسط صاحب حق که به دلالت التزامی بر سلب حق از ناحیه‌ی او دلالت می کند

۴- تعریف اسقاط حق

واژه شناسان در تعریف اسقاط حق گفته اند: اسقاط، در لغت به معنی افکندن، انداختن و ساقط کردن به کار می رود. (معین. لغت نامه ص ۹۷۶) منظور از حق نیز در این ترکیب، توانایی و

امتیازی است که از سوی قانونگذار به نفع دارنده آن برقرار گردیده، به تکلیف آمیخته نشده و به نظم عمومی مربوط نیست. حق بدین معنا، درمقابل حکم و تکلیف به کار می رود و مراد از آن موقعیتی است که از یک قانون غیرامری به وجود می‌آید. بنابراین موقعیت‌های ناشی از قوانین امری و نیز پاره‌ای از حقوق که با تکلیف آمیخته اند، غیرقابل اسقاط در مواردی که سلب حق ضمن عقدی صورت می‌گیرد مثلاً به صورت شرط ضمن‌العقد یا در قالب عقد صلح و امثال آن؛ بنابراین در اثبات آن مشکلی نیست اما همیشه سلب حق به این صورت نیست و ممکن است در مواردی تردید باشد که آیا اسقاط حق صورت گرفته است یا خیر.

۵- شخص و شخصیت در لغت

شخص در لغت به معنای کالبد مردم، تن، بدن، آدمی، جسد، لاشه، ذات به کار می رود (معین، محمد)

شخصیت نیز در لغت دارای معانی متفاوتی است که از آن جمله می‌توان به مجموعه عوامل باطنی یک شخص و مجموعه نفسانیات او که شامل احساسات، عواطف و افکار و خصوصیات هر فرد می‌شود، اشاره نمود. (معین، محمد) واژه شخصیت از شخص گرفته شده است که واژه‌ای مجازی است و از پرسونا (persona) در زبان لاتین آمده است. پرسونا نقاب و پوششی بود که بازیگر نمایشنامه‌ها در رم به چهره می‌آویخت و سیمای آن‌ها را می‌پوشاند (ساکت، محمدحسین، ۱۳۷۲ ه.ش)

۵-۱- شخص و شخصیت در اصطلاح حقوقی

شخص در حقوق موجودی است که موضوع حق قرار می‌گیرد و دارای تکلیف است و شخصیت نیز از لحاظ مفهومی، شایستگی و قابلیت شخص، برای دارا شدن حق و تکلیف و اجرای آن می‌باشد.

در حقوق موضوعه شخصیت حقوقی اشخاص حقوقی، را از دامنظر مورد ارزیابی قرار می‌دهند: در مقام بر خور داری از حقوق و تکالیف یا همان اهلیت تمتع، و در مقام اجرای حقوق و تکالیف و به عبارتی، اهلیت استیفاء. (حسن، امامی، ۱۳۷۱)

۵-۲- ویژگی‌های حقوق شخصیت

حقوق شخصیت پیوسته همراه و همزاد شخص است و از اوجدا شدنی نیست. حقوق مربوط به شخصیت چون در زمره حقوق مالی قرار نمی‌گیرند، فلذا جز دارایی به شمار نمی‌آیند، (ساکت، ص. ۶۸) در بیان ویژگی‌های حقوق غیرمالی مربوط به شخصیت می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

حقوق مربوط به شخصیت، قابلیت انتقال به دیگری را چه به صورت ارادی و چه به صورت

غیرارادی ندارد. لذا صاحب حقوق مربوط به شخصیت نمی تواند در قالب قرار دادی این حقوق را به دیگری انتقال دهد و پس از مرگ جزء میراث محسوب نمی شود. و این حقوق به صورت قهری نیز به دیگری انتقال پیدا نمی کند. بنابر این، اگر شخص فوت کند، حقوق مربوط به شخصیت به وارث او انتقال نمی یابد. و با پایان یافتن شخصیت حقوقی انسان ساقط می گردد. انتقال ناپذیری حقوق غیرمالی، قاعده عامی است و منحصر در حقوق مربوط به شخصیت نیست، سایر حقوق غیرمالی مانند حق ولایت، حق حضانت، حق ازدواج، حق طلاق و ... نیز قابلیت انتقال به دیگری را ندارند.

۵-۳- حقوق مربوط به شخصیت

حق مربوط به شخصیت حقی است که به حفظ ذات و عرض انسان مربوط می شود و بیش تر از شخص انسان حمایت می نماید تا منافع مادی او، فلذا این حقوق، از شخصیت جسمی و نیز از شخصیت معنوی و روحی انسان حمایت می کند و از این حیث می توان آن هارا به دو قسم تقسیم نمود.

الف- حمایت از شخصیت جسمانی انسان

ب- حمایت از شخصیت معنوی انسان

الف- حمایت از شخصیت جسمانی انسان

برای حفظ موجودیت انسان در همه نظام های حقوقی، قانونگذار ناگزیر است با وضع مقرراتی، از تمامیت جسمانی انسان حمایت نماید. جسم مادی، شخصیت مادی انسان را تشکیل می دهد و جسم انسان دارای حیات مادی است و کانون درک حواس پنجگانه اوست بدین منظور حقوقی برای او در نظر گرفته شده است. و هر کس متعرض سلامت جسمانی انسان شود، با ضمانت اجرای قانونی مواجه می گردد. لذا ایراد صدمه و ضرب و جرح و هرگونه تعرض جسمی به شخص ممنوع و مستوجب مسئولیت مدنی و کیفری است. (طاهری، ۱۳۷۵، ص ۴۲/۱-۴۳)

در حقوق فرانسه قانونگذار در قانون مدنی طی مواد ۱۶ و ۱-۱۶ از شخصیت جسمانی انسان حمایت کرده است در ماده ۱۶ قانون مزبور چنین آمده است: "قانون بر فضیلت شخص تأکید می نماید و هر گونه تعرض به موقعیت فاضله او را منع می کند. قانون حفظ موجودیت او را از بدو حیات تضمین می کند.

همچنین در ماده ۱-۱۶ همین قانون آمده است: "هر انسانی حق حفظ حیات خویش را دارد. تمامیت جسمانی انسان تعرض ناپذیر است، انسان، اجزای بدن او و تولیدات او، نمی تواند موضوع هیچگونه حق مالی قرار بگیرد.

در حقوق مصر نیز قانونگذار در ماده ۲۹ از شخصیت جسمانی انسان و حقوق مربوط به وی

سخن گفته و مقرر می‌دارد که: "شخصیت حقوقی از زمان تولد کودک زنده، آغاز وبا مرگ او پایان می‌یابد" و همچنین در ماده ۴۸ و ۴۹ مقرر می‌دارد: "هیچ شخصی نمی‌تواند از اهلیت خود چشم‌پوشی نماید و یا تعدیلی در قواعد راجع به آن صورت دهد. و همچنین هیچ شخصی نمی‌تواند از خود سلب حریت نماید. (نوری، ۱۳۹۲) ص: ۲۴)

دیگران حق ندارند تحت هیچ شرایطی به سلامت جسمانی انسان لطمه وارد نمایند.

۱- سلب حق در حقوق مربوط به شخصیت جسمانی انسان

به موجب ماده ۹۶۰ قانون مدنی: هیچ کس نمی‌تواند از خود سلب حریت کند و یا در حدودی که مخالف قوانین و یا اخلاق حسنه باشد از استفاده از حریت خود صرف‌نظر کند. همان گونه که می‌دانیم ماده فوق به صورت کلی و مطلق بیان شده است و شامل حقوق اساسی مربوط به شخصیت انسان، مانند حق آزادی، حق حیات، حق ازدواج و غیره می‌شود، اما انسان می‌تواند حقوق جزئی را از خود سلب کند و در قالب قرارداد این حقوق را مورد داد و ستد قرار دهد و از آن منتفع شود و یا آنها را به رایگان در اختیار هموعان خویش قرار دهد. اما نمی‌توان حقوق اساسی مربوط به شخصیت را به موجب قرارداد، یا یک جانبه سلب و یا به دیگران واگذار کرد مثلاً شخص هرگز نمی‌تواند از حق حیات خود صرف‌نظر کند زیرا قواعد راجع به حقوق مربوط به شخصیت جز قواعد آمره و مرتبط با نظم عمومی است. (کاتوزیان، ۱۳۷۲)

بدین لحاظ قراردادهایی که به حقوق مربوط به شخصیت تجاوز می‌کند باطل است اما قراردادها که موضوع آنها حقوق مربوط به شخصیت است و در برخی از موارد به این حقوق صدمه می‌زند مجاز شناخته شده است؛ همانند قراردادهایی که صدمه سبک و ناچیز به جسم انسان وارد می‌کنند و موضوع آن نیز منفعت عقلایی و مشروع دارند مانند فروش گیسو یا خون انسان، یا قراردادهایی که دارای نفع عمومی اند نیز صحیح می‌باشند؛ مانند قرارداد عضو برای پیوند کلیه یا قلب که طبق بند ج ماده ۱۵۸ قانون مجازات اسلامی، می‌توان گفت که عمل پیوند عضو با رضایت اعطاء کننده ورعایت موازین فنی و علمی و نظامات دولتی مجاز است. (امامی، ۱۳۸۸)

بنابراین می‌توان گفت هرچند که قراردادهای مادر جانشین یا اجاره رحم به عنوان مثال با حقوق مربوط به شخصیت انسان در تعارض است ولی در خصوص اصل برقراری این گونه قراردادها مشکلی به لحاظ حقوقی دیده نمی‌شود، زیرا این گونه قراردادها صدمه سبک و غیرقطعی است به صورتی که بارداری و زایمان نوعاً برای بانوان حالتی است که عرف و عادت آن را حالت طبیعی و معمولی تلقی می‌کند و با نظم عمومی و اخلاق حسنه مغایرتی ندارد و با نفع عمومی همراه است و متضمن ضرر برای مادر جانشین نمی‌باشد و مادر جانشین با اراده و

اختیار کامل خویش مبادرت به انعقاد این قرارداد می کند و با خطرات احتمالی این امر آگاه است. این مقدار تصرف مادر جانشین در حقوق مربوط به شخصیت را از نظر حقوقی جایز می باشد (نایب زاده، ۱۳۸۰)

قانونگذار به لحاظ حمایت از شخصیت جسمانی انسان یا حمایت از منافع عمومی اجتماعی صدمه های جزیی به جسم انسان را تحت ضوابطی تجویز نموده است. که به بعضی از این موارد استثنایی اشاره می نماییم..

الف- مطابق ماده ۵۹ (ق.م.ا) "اعمال زیر جرم محسوب نمی شود."

۱- اقدامات والدین و اولیاء قانونی و سرپرستان صغار و مجبورین که به منظور تأدیب یا حفاظت آنها انجام شود، مشروط به اینکه در حد متعارف، از تأدیب، محافظت باشد
۲- هر نوع عمل جراحی یا طبی مشروع که با رضایت شخص یا اولیاء یا سرپرستان یا نمایندگان قانونی آنها انجام شود در موارد فوری اخذ رضایت ضروری نخواهد بود.
۳- حوادث ناشی از عملیات ورزشی، مشروط به اینکه سبب آن حوادث نقض مقررات مربوط به آن ورزش نباشد و این مقررات با موازین شرعی مخالفت نداشته باشد

۴- گاهی آسیب زدن به جسم دیگری توسط مراجع قانونی به دلیل مصالح اجتماعی و به موجب قانون تجویز می گردد. مثلاً مجرمی ممکن است به تنبیه بدنی شلاق محکوم گردد و یا دولت ممکن است در جهت ریشه کن کردن بیماری خاصی، واکسیناسیون اجباری شهروندان را در دستور کار خود قرار دهد و یا معالجه اجباری معتادان به مواد مخدر مجازاتهای جسمی که در قوانین کیفری مقرر شده است (صفایی وقاسم زاده، ۱۳۹۲، ص. ۲۴-۲۳)..

در مورد طفل نیز از زمان تولد شخصیت جسمانی او مورد حمایت است و باید گفت جنین هم دارای حیات است، فلذا در نظام حقوقی ایران، سقط جنین جرم بوده و هر کس مرتکب چنین جرمی شود، مستوجب کیفر است

هر چند حقوق مربوط به شخصیت جسمی انسان برای زمان حیات اوست، اما در حقوق اسلامی، کالبد بی جان انسان نیز پس از مرگ مورد احترام واقع شده و انسان برای بعد از مرگ خود می تواند در مورد جسدش تا جایی که منافی اخلاق حسنه و نظم اجتماعی نباشد، تصمیم گیری نماید، و در باره کفن و دفن خود وصیت نماید. زیرا اگر کسی در زمان حیات، حق دادن عضوی از بدن خود را به دیگری دارد، باید این حق را نیز برای بعد از مرگ خود داشته باشد. (مؤمن، ۱۴۱۵ ق، ص. ۱۷۰)

البته امکان وصیت برای بعد از فوت مقید به رعایت مصالح عقلایی است. لذا وصیتی که مغایر نسبت های شرعی است و ثمره عقلایی بر آن مترتب نیست، معتبر و لازم الرعایه نمی باشد، مانند اینکه موصی وصیت کند، بدن او را مومیایی کرده و او را دفن ننمایند. زیرا ادله لزوم

دفن میّت با چنین وصیتی مغایر است.

با توجه به اینکه کالبد بی جان انسان، به ویژه شخص مسلمان محترم است، اما امروزه پیوند اعضای بدن میّت به انسان مریض و نیازمند پیوند عضو، امری رایج و با پیشرفتهای علم پزشکی بسیار شیوع دارد.

از نظر فقهی برخی از فقهاء در صورتی که زندگی مسلمانی متوقف بر آن باشد، قطع عضوی از اعضای شخص مرده و پیوند آن به شخص زنده، یا نگهداری در بانکهای مخصوص را می پذیرند.

در شرع مقدس اسلام، نجات جان انسان و حفظ حیات او از واجبات است، و برای این منظور، ممکن است حتی بسیاری از احکام اولیه کنار گذاشته شوند و بر مبنای حکم ثانویه عمل شود، به عنوان مثال، از نظر فقهی، تشریح جسد میّت مجاز نیست، اما اگر مادر بارداری بمیرد و حمل زنده باشد، اگر نجات جان طفل متوقف بر تشریح جسد مادر متوفی باشد، این امر از نظر شرعی و به حکم ضرر مجاز دانسته شده است.

بنابر این از وحدت ملاک، احکام مشابهی که بیان شده می توان نتیجه گرفت که عمل پیوند اعضاء که به منظور حفظ حیات انسانی صورت می گیرد، از نظر شرعی مجاز است.

۱-۱- قراردادهای مربوط به شخصیت جسمانی انسان

تردیدی نیست که نمی توان حقوق اساسی مربوط به شخصیت، مانند سلب حیات را به موجب قرارداد یا هرگونه توافق دیگر مورد معامله قرار داد. و چنین توافقی هیچ گونه اعتباری ندارد

الف - اعطاء کلیه

در ایران قانون پیوند اعضاء بیمارانی که مرگ مغزی آنها مسلم است، یا بیماران فوت شده، در سال ۱۳۷۹ به تصویب رسید و سابقه طولانی ندارد. به موجب این قانون بیمارستانهای مجهز برای پیوند اعضاء پس از کسب اجازه کتبی از وزارت بهداشت، درمان، آموزش پزشکی، می توانند اعضای سالم بیماران فوت شده، یا بیمارانی که مرگ مغزی آنها طبق نظر کارشناس خبره، مسلم باشد، به شرط وصیت بیمار یا موافقت ولی میت جهت پیوند به بیمارانی که ادامه حیاتشان به پیوند عضو فوق بستگی دارد استفاده نمایند.

در مواردی که شخصی، برای حفظ سلامتی دیگری، اجازه جراحی به پزشک می دهد و عضوی از اعضاء بدن او را به مریض پیوند دهند عمل مزبور، مجاز است. چه عضوی از انسان زنده به زنده دیگر پیوند داده شود یا چه عضوی از اعضای بدن انسان مرده، به انسان زنده ای پیوند داده شود در این گونه موارد شخص می تواند، در مورد تشریح و جراحی جسم خود اعلام رضایت کند. در این گونه موارد مصلحتی مهم در میان است که مجوز تصرف در شخصیت جسمانی دیگری است. زیرا از نظر شرعی نیز، حکم اولیه ایراد جرح به بدن ممنوع است. اما در

موقعی که مصلحت مهمتری در بین باشد، از باب حکم ثانویه است.

ب- رحم جایگزین (رحم اجاره ای)

در سالهای اخیر استفاده از روش رحم اجاره ای، در درمان ناباروری رواج یافته، ولی تمام بررسیهای علمی پیرامون جواز شرعی و احکام وضعی آن متمرکز بوده و ماهیت قرارداد مادرانشین و قالب مناسب حقوقی برای تعیین و ضابطه مند کردن روابط افراد درگیر، کمتر مورد بحث و مطالعه قرار گرفته است..

قرارداد باعنوان های اجاره رحم، رحم جایگزین، مادر قراردادی، مادر میانجی، مادرانشین، مادر بدلی و مادری منفصل در ادبیات حقوقی ما راه یافته است. (رحمانی منشادی، ۱۳۸۷، ص ۴۸)

ج- اُتانازی یا مرگ با ترحم

امروزه یکی از موضوعات پر چالش، بحث اُتانازی، یا همان قتل ترحم آمیز می باشد که طرفدارانی هم دارد، که این مسئله با اصول ومبانی اعتقادی اسلام ونوع نگرش آن به انسان، پذیرفتنی نیست

قتل اگر چه با هدف انسانی وبا موافقت مقتول نیز صورت پذیرد، قتل وقابل مجازات است. البته در برخی از نظام های حقوقی این مسئله مورد قبول واقع گردیده وسلب حیات رضایتمندانه از بیماران لاعلاجی که قادر به تحمل آن نمی باشند، مجاز دانسته شده است. رضایت به قتل یعنی امید نداشتن به رحمت بی انتهای الهی لذا جسم انسان نه تنها از جانب دیگران باید مورد احترام باشد، بلکه باید خود انسان هم در حفظ آن بکوشد. اهمیت دادن به حفظ حیات تا اندازه ای است که قانونگذار اجازه می دهد که انسان از خود را در مقابل تعرضات دیگران دفاع کند اگرچه، دفاع منجر به سلب حیات متجاوز گردد. (صفایی وقاسم زاده، ۱۳۹۲ ص ۳۰ و حیاتی، (۱۳۹۶) ص. ۴۶).

در نیمه آخر قرن بیستم ودر اوایل قرن بیست ویکم، اصول اخلاقی وقانونی بودن مرگ داوطلبانه در بین مردم مطرح گردید. در صد سال اخیر توجه جدی تری به این مساله در بین اذهان عمومی به وجود آمد اما در بسیاری از جوامع آن را خلاف اصول اخلاقی وقانونی می دانند، در کشور ایران نیز این مرگ (قتل) را بر خلاف شرع وقانون و اخلاق می دانند و مرگ شیرین یا اُتانازی را نوعی دخالت در کار خداوند وتعدی از دستورات او می دانند. پایین آمدن قدرت تحمل بشر امروزی در برابر درد و بهره گیری از اشیاء تسهیل کننده مرگ، امکان زنده نگه داشتن طولانی مدت بیماران صعب العلاج و همچنین استفاده از اعضا بدن افراد دچار مرگ مغزی برای پیوند، باعث گردیده تا توجه بیشتری نسبت به انتخاب قتل نفس یا اُتانازی گردد.

اُتانازی در اصطلاح شریاطی است که در آن، بیمار بنا به درخواست خودش به صورت

طبیعی و آرام بمیرد. در زبان یونانی به معنای مرگ خوب است. کسانی که در شرایط این نوع از مرگ قرار دارند، بیشتر بیماران لا علاج هستند یا کسانی که از یک بیماری شدید روانی (اختلال افسردگی و...) رنج می‌برند و با رضایت خود، از افرادی مثل پزشکان معالج یا پرستاران یا افراد خانواده خود بخواهند که آن‌ها را در مردن کمک کنند، در زبان فارسی به آن "خوش میری" یا "مرگ آسان" و "مرگ موقرانه" نیز گفته شده است.

پرهیز از درمان، در نگاه عرف و عقل، خودکشی نیست. امتناع پزشک از درمان بیمار، قتل نفس به حساب نیامده و قصاص و دیه ای بر آن جاری نیست. ولی به دلیل کوتاهی در حفظ جان یک مسلمان، گناه بزرگی مرتکب شده است. در اتانازی صرف دلسوزی و راحت نمودن بیمار، مانع صدق قتل نفس نشده و چنین کاری شرعا ناروا و حرام است.

۲- سلب حق در حقوق مربوط به شخصیت معنوی و روحی انسان

تردید وجود ندارد که انسان دارای بعد معنوی و روحانی است که حقوق علاوه بر این که از بعد جسمانی انسان حمایت می‌کند از بعد معنوی روحانی او نیز حمایت می‌نماید، انسان، همچنانکه بر جسم خود حقوقی دارد و دیگران نمی‌توانند به بعد جسمانی او تعرض نمایند، بر بعد معنوی خود نیز حقوقی دارد و دیگران نمی‌توانند متعرض آن شوند.

شخصیت معنوی، عبارت است از سرمایه معنوی انسان که همان آبرو، اعتبار، شرافت و حیثیت می‌باشد شخصیت معنوی تنها مخصوص اشخاص حقیقی نیست و شخصیت معنوی اشخاص حقوقی نیز برای ایشان سرمایه ارزشمندی است که هر گونه خدشه در آن موجب خسارت معنوی و جبران ناپذیری بر ایشان می‌گردد.

حقوق مربوط به شخصیت معنوی را می‌توان به حقوق سیاسی و حقوق مدنی تقسیم نمود. و از جمله حقوق سیاسی که هر فردی از آن برخوردار است، می‌توان به آزادی فکر و بیان، آزادی عقیده و مذهب، آزادی رفت و آمد، آزادی دانش اندوزی، ... اشاره نمود. البته این موارد حقوقی است که در حقوق عمومی و در رابطه بین دولت و فرد بررسی می‌شود که هر نظام حقوقی موظف است، بسترهای قانونی لازم، برای تعالی افراد را فراهم نماید. معمولا در نظام‌های مختلف حقوقی، دولتها در قوانین اساسی از حقوق مزبور حمایت می‌کنند و در قوانین جزایی نیز برای ناقضین این حقوق، ضمانت اجرای کیفری تعیین می‌کنند. (حیاتی، (۱۳۹۶) ص. ۳۸ و صفایی و قاسم زاده، (۱۳۹۲) ص. ۲۸-۲۷).

در قانون اساسی نیز اصول مهمی به حمایت از این حقوق اختصاص یافته است که از جمله می‌توان به اصل ۲۲ در حمایت از حیثیت اشخاص، اصل ۲۳ در حمایت از آزادی عقیده، اصل ۲۴ در حمایت از آزادی بیان، اصل ۲۵ در حمایت از حریم خصوصی، اصل ۲۶ در حق تعیین سرنوشت سیاسی و اصل ۲۸ قانون اساسی در آزادی انتخاب شغل که در واقع لازمه شخصیت

انسان است اشاره نمود، این اصل می فرماید:

"هر کس حق دارد شغلی را که بدان مایل است و مخالف اسلام و مصالح عمومی و حقوق دیگران نیست، برگزیند به این جهت خدمت مادام العمر در قانون منع شده است" (مواد ۵۱۴ و ۵۱۵ ق. م)

در قانون مدنی کشور مصر نیز در "ماده ۶۷۸" سلب حق آزادی در کار را در مدت بیش از ۵ سال را به رسمیت نمی شناسد و مقرر می دارد: "اگر قرار داد خدمت برای مدت عمر کارگر یا کارفرما برای مدتی طولانی که از پنج سال باشد، کارگر پس از انقضای پنج سال می تواند قرار داد را فسخ کند بی آنکه خسارتی بپردازد مشروط بر اینکه شش ماه قبل کارفرما را آگاه کند." آبرو و شرف و حیثیت انسان نیز محترم و مورد حمایت است و این در واقع شخصیت اخلاقی را تشکیل می دهد که تجاوز به آن ممنوع است..

علاوه بر قانون اساسی، سایر قوانین نیز از شخصیت معنوی انسان حمایت می کنند، مطابق ماده ۶۰۸ (ق.م.ا) توهین به افراد از قبیل فحاشی و استعمال الفاظ رکیک جرم است و مجرم مستحق کیفر شلاق و یا جزای نقدی است. همچنین به موجب مواد ۶۹۷ تا ۷۰۰ برای مرتکبین افتراء، توهین، هتک حرمت افراد، مجازات تعیین شده است. همچنین مواد ۶۴۸، ۵۸۲ قانون مجازات اسلام، در جهت حمایت از حریم خصوصی افراد، انتشار اسرار خصوصی آنان را با ذکر مجازات برای هر یک ممنوع نموده است.

شخصیت مدنی انسان هم مورد حمایت است، این شخصیت شامل حق بر نام و وضعیت مدنی شخص است. حق انسان بر عکس و تصویر خود همانند حق بر نام مورد حمایت است. بنابر این هیچ کس حق ندارد از شخص بدون اجازه او عکس بگیرد. همچنین توصیف از شخص معین در یک داستان یا صحنه نمایش، که شخصیتی ممتاز از سایر افراد اجتماع دارد. به نحوی که اگر مختصری از این ویژگی ها ابراز شود، مخاطب می داند منظور از آن چه کسی است لذا دیگران نمی توانند، بدون رضایت شخص، در مورد انتشار و یا استفاده از این جنبه های شخصیتی، اقدامی نمایند.

در واقع عکس و تصویر و اوصاف آدمی جزء شخصیت اوست و تعرض به آن، تعرض به شخصیت محسوب می شود و ممنوع و صاحب تصویر برای جبران خسارت و احقاق حق، می تواند به مراجع قضایی رجوع کند. (صفایی وقاسم زاده، ۱۳۹۲ ص. ۲۸ و حیاتی، (۱۳۹۶) ص. ۳۰)

۲-۱- سلب حقوق معنوی در مالکیت های ادبی و هنری

حقوق معنوی، حقوقی است که، انسان بر حاصل فکر، کار، خلاقیت و نبوغ خود دارد، این حق انحصاری است مانند حقی که نویسنده بر تألیف خود دارد یا حقی که مخترع بر اختراع خود دارد.

حق معنوی مؤلف به او اجازه می‌دهد که در مورد نشر یا عدم نشر اثر خود تصمیم بگیرد و از تحریف و تغییر و انتشار اثر به نام دیگری جلوگیری کند و خود اختیار تجدید نظر در اثر را داشته باشد و نیز می‌تواند به انتقادات دیگران پاسخ دهد. این جنبه از حقوق معنوی فاقد ارزش مالی است و غیر قابل انتقال به دیگری می‌باشد و در صورتی که صاحب اثر فوت کند به وارث او منتقل نمی‌شود، این جنبه حقوق معنوی را می‌توان در زمره حقوق معنوی مربوط به شخصیت قلمداد کرد و قابل سلب نمی‌باشد، اما جنبه دیگری از حقوق معنوی که شکل مالی دارد و قابل انتقال به دیگری است، به عنوان مثال صاحب اثر می‌تواند در مورد انتشار کتاب با ناشر قرار داد منعقد کند و حق انتشار آن را واگذار کند (صفایی وقاسم زاده، ۱۳۹۲ ص. ۲۸ و حیاتی، ۱۳۹۶ ص. ۳۹). و این حقوق قابل سلب و قابل انتقال به دیگری می‌باشد.

حق تمتع از زندگی خصوصی نیز از حقوقی است که از شخصیت معنوی انسان حمایت می‌کند بر اساس این حق، صاحبان پاره‌ای از مشاغل، مانند پزشکان و وکلای دادگستری، مکلف به حفظ اسرار اشخاص شده‌اند و نیز نامه‌های خصوصی و مکالمات تلفنی و مخابرات تلگرافی افراد مصون از تعرض است. اصل ۲۵ قانون اساسی در این باره مقرر می‌دارد: "بازرسی و نرساندن نامه‌ها، ضبط و فاش کردن مکالمات تلفنی، افشای مخابرات تلگرافی و تلکس و عدم مخابره آنها به افراد ممنوع است، مگر این که به حکم قانون دستوری بر خلاف آن صادر شده باشد.

۲-۲- ویژگی حقوق قابل سلب مربوط به شخصیت

مهمترین ویژگی حقوق قابل سلب مربوط به شخصیت این است که این حقوق در زمره حقوق مالی قرار ندارند. در بیان ویژگی‌های حقوق مربوط به شخصیت کافی است همان ویژگی‌های حقوق غیر مالی بیان شود که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود.

حقوق مربوط به شخصیت، قابلیت انتقال به دیگری را چه به صورت ارادی و چه به صورت غیرارادی ندارد. لذا صاحب حقوق مربوط به شخصیت نمی‌تواند در قالب قرار دادی این حقوق را به دیگری انتقال دهد. همچنین این حقوق به صورت قهری به دیگری انتقال پیدا نمی‌کند. بنابر این، اگر شخصی فوت کند، حقوق مربوط به شخصیت به وارث او انتقال نمی‌یابد. و با پایان یافتن شخصیت حقوقی انسان ساقط می‌گردند.

هر چند بعد از فوت شخص، وارث در مورد امور کفن و دفن میت تصمیم می‌گیرند با اینکه تصمیم‌گیری در این زمینه اصولاً با خود شخص است و در عالم حقوق مقرراتی راجع به آن وضع نشده است و اختیار وارث در این خصوص، ناشی از عرف‌های اجتماعی و مذهبی می‌باشد. البته ممکن است در موارد استثنایی، میت فاقد وارث باشد یا وارث اوبه هر دلیلی اقدامی برای تدفین میت به عمل نیاورند. در این وضعیت، دادستان از باب امور حسبه دستور انجام امور کفن

و دفن میت را صادر می کند.

انتقال ناپذیری حقوق غیرمالی، قاعده عامی است و منحصر در حقوق مربوط به شخصیت نیست، سایر حقوق غیرمالی مانند حق ولایت، حق حضانت، حق ازدواج، حق طلاق و ... نیز قابلیت انتقال به دیگری را ندارند.

این حقوق قابل توقیف به وسیله بستانکاران نیستند. زیرا بستانکاران فقط می توانند، اموال بدهکار را برای استیفای طلب خود توقیف کنند و حقوق مربوط به شخصیت از حقوق مالی محسوب نمی شوند.

مرور زمان نسبت به این حقوق نیز جاری نمی شود زیرا مرور زمان نیز مخصوص اموال و حقوق مالی است و این حقوق نمی توانند موضوع قرار داد واقع شوند و قابل انتقال و سلب و اسقاط نیستند

حقوق مربوط به شخصیت چون غیر مالی هستند، بنابر این قابل ارزیابی با پول نمی باشند و نمی توان در برابر آن ارزش ریالی تعیین نمود و همچنین وجود و عدم حقوق مربوط به شخصیت، بستگی به حیات شخص دارد لذا این حقوق با تولد انسان به وجود می آیند و با مرگ انسان پایان می یابند.

۲-۳- مصادیق شخصیت معنوی

حقوق مربوط به شخصیت را می توان از حقوق غیر قابل سلب دانست، زیرا موضوع آن مال یا شخص خارجی نیست، هر شخصی بر خویشتن حق دارد، از قبیل این که: " چگونه نامیده شود؛ حق بر نام خانوادگی، حق بر تمامیت جسمانی، شرافت، شهرت، تصویر و چهره و زندگی خصوصی"، که هر یک از این موارد از شاخه های حق آزاد زیستن و انتظار حرمت گذاری در زندگی اجتماعی است، لذا حقوقدانان آن را شامل همه آزادیها دانسته اند. این حقوق قابل توقیف به وسیله بستانکاران نیست، زیرا بستانکاران فقط می توانند، اموال بدهکار را برای استیفای طلب خود توقیف کنند و حقوق مربوط به شخصیت از حقوق مالی محسوب نمی شود. مرور زمان نسبت به این حقوق نیز جاری نمی شود زیرا مرور زمان نیز مخصوص اموال و حقوق مالی است.

این حقوق نمی توانند موضوع قرار داد واقع شوند و قابل انتقال و سلب و اسقاط نیستند، لیکن این اصل دارای استثنائاتی است و بعضی از قراردادهای راجع به این حقوق معتبر شناخته شده است.

اندیشمندان فقه اسلامی اهلیت تمتع را صلاحیت انسان برای قابلیت، دارا شدن حقوق مشروع و تکلیف دانسته اند، فلذا خود شخص، خواه شخص طبیعی باشد یا اعتباری، از منظر قانون مورد توجه قرار گرفته است، که بعد از رهایی از بردگی، شخصی است که، صلاحیت دارا شدن حق

و تکلیف را دارد.

واز دیدگاه قانون دارای اهلیت تمتع است. اهلیت این شخص از هنگام جنینی و تولد و تا هنگام مرگ و بعد از آن، تا هنگام تصفیه دارایی و پرداخت دیونش با او همراه خواهد بود. (السنه‌وری، ج ۱/ش ۱۴۵)

در قوانین جدید کشور مصر در خصوص اهلیت به صورت تفصیلی به بحث پرداخته و در مورد بیگانگان، قوانین تابعیت را به آن افزوده است، زیرا اهلیت از احوال شخصیه محسوب می شود و اهلیت موکول به تمییز است، زیرا اراده جز از تمییز حاصل نمی گردد و هر کس قدرت کامل برای تمییز داشته باشد، دارای اراده بوده و از اهلیت کامل برخوردار است. (السنه‌وری، ۲۰۰۰، ج ۱/ش ۱۴۴ و ش ۱۴۷)

در حقوق مربوط به شخصیت، صاحب حق، حاکم بر تصمیم و انتخاب خود شناخته شده است و بدیهی است که این حقوق، در قلمرو احکام، قرار می گیرد و به همین دلیل نیز انتقال ناپذیر، غیر قابل توقیف و غیر قابل سلب می باشد. (کاتوزیان، ۱۳۷۷)، ص. ۴۵۶/۳-۴۵۷ توجه به قوانین نشان از این دارد که در تمامی نقاط جهان عموماً قانونگذاران، موقعیت های مربوط به قوانین امری را که برای حفظ نظم عمومی است، قابل سلب نمی دانند، اما موقعیت های ناشی از قوانین تکمیلی یا غیر امری، را در موارد بسیار، قابل سلب می دانند. البته گاه به قوانینی بر می خوریم که در امکان تشخیص، تعلق آن به هریک از دو گروه مارا دچار تردید می نماید، اما حقوقدانان و فقهاء بطور عموم در حقوق مالی اصل را بر غیر امری بودن قوانین و قابل سلب بودن آن قرار داده اند اما در حقوق غیر مالی بنا را بر امری بودن و غیر قابل سلب بودن قوانین می گذارند.

ماده ۶ اعلامیه جهانی حقوق بشر مصوب ۱۹۴۸ چنین مقرر می دارد: "هر کسی حق دارد در هر جایی که باشد، شخصیت حقوقی او مورد شناسائی قرار گیرد." همچنین ماده ۴ اعلامیه مزبور مقرر می دارد: "هیچ کس نباید به بردگی کشیده شود و یا از او بیگاری کشیده شود. بردگی در هر شکلی که باشد ممنوع است." بند ۱ ماده ۴ کنوانسیون اروپایی حقوق بشر مصوب ۱۹۵۰ نیز حکمی مشابه همین را بیان نموده است. (حیاتی، ۱۳۹۶) ص ۱۸-۱۷

۳- ضمانت اجرای نقض قواعد مربوط به شخصیت

ما در مورد حقوق مربوط به شخصیت از حمایت های جسمانی و حمایت های معنوی برخوردار بودیم لذا برای متعرضین به این حقوق نیز دو دسته ضمانت اجراء در نظر گرفته شده است، ضمانت اجراهای کیفری و ضمانت اجراهای مدنی.

۳-۱- ضمانت اجرای کیفری

در قوانین کیفری، برای هر گونه تعرض به تمامیت جسمانی انسان، مجازات‌هایی متناسب با آن در نظر گرفته شده است نظیر قصاص نفس، قصاص اطراف، حبس و دیه، به عنوان مثال در موردی که شخص عمدا دیگری را به قتل برساند، مجازات قصاص برای جانی در نظر گرفته شده است. اگر جانی صرفا عضوی از اعضای بدن قربانی را از بین ببرد، جانی محکوم به قصاص عضو (اطراف) می شود. اما اگر شرایط قصاص اطراف، به وجود نیاید، جانی محکوم به حبس و پرداخت دیه می گردد. در مواردی نیز که شخص در اثر عمل غیر عمدی به جسم دیگری لطمه ای وارد می کند، قانونگذار عامل زیان جسمی را به پرداخت دیه ملزم نموده است.

همچنین در مورد تعرض به شخصیت معنوی انسان، نیز ضمانت اجرای کیفری متناسب با آن جرم، در نظر گرفته شده است. به عنوان مثال در قوانین جزایی برای جرم‌هایی، همچون توهین، افتراء و قذف، حبس غیر قانونی یا آدم ربائی، با ضمانت اجرای کیفری مواجه می گردد.

۳-۲- ضمانت اجرای مدنی

در مواردی که نقض حقوق مربوط به شخصیت، زیان‌های مادی یا معنوی به جا می گذارد، عامل زیان، ملزم به جبران خسارت وارده می شود. ماده ۱ قانون مسئولیت مدنی ۱۳۳۹ مقرر می دارد: «مسئولیت عامل زیان در فرض مزبور "ضمان قهری" یا "مسئولیت مدنی" نامیده می شود.

۴- حمایت از شخصیت معنوی و اخلاقی

انسان با داشتن بعد دیگری از شخصیت که مربوط به جنبه غیر جسمانی وجود اوست، از موجودات دیگر متمایز گردیده است. این بعد، جنبه روحانی و معنوی شخصیت انسان را در بر می گیرد که محترم و مورد حمایت است و شامل شخصیت عمومی و سیاسی انسان است.

خداوند در وجود انسان نیروهایی قرار داده است که با کمک آنها به تعالی و تکامل می رسد. عشق، احساس، عاطفه، شعور، تخیل و تدبّر و تعقل و وجدان ... از جمله این نیروها هستند که انسان را در بعد معنوی توانمند می سازند و در رشد و تکامل او تأثیر گذار هستند. به عنوان مثال، نیروی وجدان مانع از انحراف و کجروی انسان می شود. نیروی تخیل به او امکان می دهد در ذهن خود و برای برنامه‌ها آینده زندگی تصویرسازی کند. نیروی تعقل به او امکان بهترین انتخاب را می دهد. نیروی احساس و عاطفه به او امکان برقراری ارتباط مناسب اجتماعی را می دهد. نیروی عشق به انسان شور حیات می دهد و ... لذا به کمک این نیروها، بعد معنوی انسان بسیار مهمتر از بعد جسمانی او، نمود پیدا می کند. برخورداری از شعور باعث هدفمندی انسان و ممتاز شدن او از موجودات دانی مانند حیوانات می شود.

نتیجه گیری

منظور از حقوق کلی مدنی، حقوق مدنی شخص به طور کلی و بدون ارتباط با موضوع یا شخص معین است، مانند حق مالک شدن به طور کلی در برابر حقوق جزئی مدنی مثل حق مالکیت نسبت به مزرعه معین، قرار دارد و یا حق ازدواج، حق خرید و فروش خانه، به همین جهت از آن به حقوق کلی مدنی تعبیر کردیم. حق کلی مدنی همان اهلیت تمتع یا حق تمتع است که در بعضی مواد قانون مدنی نظیر مواد ۹۵۶ و ۹۵۹ ذکر شده است.

۲- مقصود از حق کلی اجرای حقوق، توانایی شخص به نحوه کلی برای اعمال و اجرای حقوق خود می باشد که به آن "اهلیت استیفاء" یا "حق استیفاء" نیز گفته میشود این اهلیت استیفاء را از آن جهت به "حق کلی اجرای حقوق" تعبیر کردیم که برخلاف حق جزئی اجرای حقوق که بدون ارتباط با حق مدنی خاص و موضوع مشخصی قرار دارد، مورد نظر قرار گرفته است. حق کلی اجرای حقوق، مانند حق انشای مستقل عقد اجاره به طور کلی و حق جزئی اجرای حق، مانند انشای مستقل عقد اجاره خانه معین.

در این ماده سلب حق "به طور کلی" ممنوع شده است. کلی مفهومی است که بر مصادیق عدیده صدق می کند و جزئی در برابر آن است، یعنی مفهومی است که بر مصداق مشخص و معینی صدق می کند.

با توجه به صراحت ماده مذکور فقط سلب حق به نحو کلی مجاز نیست. لذا شخص نمی تواند، با دیگری قرارداد منعقد کند که حق انعقاد هیچ قرارداد بیعی را نداشته باشد یا این که حق ازدواج با هیچ شخصی را نداشته باشد. اما از مفهوم این ماده می توان استفاده کرد، سلب حق ازدواج با این شخص معین، سلب حق خرید این خانه مشخص مجاز است. این قراردادها معمولاً به صورت معاوضی و در برابر تحصیل منفعتی منعقد می شوند و حتی مجاز بودن سلب حق به نحو جزئی، در راستای حمایت از حقوق مربوط به شخصیت و آزادی انسان است.

حال با توجه به مطالب بالا، اولاً از عبارات ماده ۹۵۹ ق. م. با لحاظ قید "به طور کلی" نمی توان مفهوم مخالف استنباط کرد، زیرا القای مفهوم مخالف به وسیله این ماده ثابت نیست و نمی توان با اطمینان، برای قید، مفهوم مخالف شناخت.

ثانیاً بر فرض ثبوت مفهوم مخالف برای ماده مذکور از جهت وجود قید "به طور کلی" مفهوم مخالف مزبور مسلماً به وسیله قاعده لازم الاتباع بودن احکام آمره قانونی تخصیص می یابد؛ زیرا از یک سو، کلمه «حق» در ماده ۹۵۹ در معنی خاص کلمه، یعنی حق قابل اسقاط یا انتقال، به کار نرفته است و همانطور که ملاحظه می شود حق تمتع به طور کلی یا حق اجرای تمام یا قسمتی از حقوق مدنی، حق به معنی خاص نیست و حکم است، پس اگر مفهوم مخالفی

برای ماده فرض شود، معنی کلمه "حق" در مفهوم نیز مانند منطوق باید همین معنی اعم باشد که شامل حکم خواهد بود؛ از سوی دیگر، تمام حقوق جزئی مدنی و اجرای حق مدنی، حقوق به معنی اخص که قابل سلب و اسقاط باشد، نیست بلکه بعضی از حقوق مزبور، در حقیقت، از احکام و غیر قابل اسقاط است. مثلاً شخص می تواند حق فروش یا رهن گذاردن یا حق استیفای از حق فروش یا رهن گذاردن مال معین خود را اسقاط کند، بطوریکه هرگاه بعداً آن را بفروشد این معامله معتبر نخواهد بود؛ زیرا این حق یک حق به معنی اخص و وابسته به ملک است که ابقاء یا اسقاط آن در اختیار مالک مال قرار دارد، اما شخص نمی تواند حق خریدن مال معین یا شرکت در مزایده مشخص یا نکاح با شخص معین را از خود سلب کند و اگر سلب این حقوق را قصد کند، این حقوق ساقط نمی شود و او بعداً خواهد توانست آن مال معین را بخرد یا در مزایده مزبور شرکت کند و یا در صورت وجود شرایط مربوط با آن شخص نکاح کند. چرا که مال معین هنوز متعلق حق او نیست تا حق مربوط به آن را بتواند اسقاط کند و این حق خریدن مال معین، در حقیقت، چیزی جز حکم نیست. همچنین توانائی شرکت در آن مزایده و ازدواج با شخص معین یک حکم و غیر قابل اسقاط است. اما شخص می تواند تعهد کند که مال معینی را نخرد یا در فلان مزایده شرکت نکند و یا با شخص معین نکاح نکند. این تعهدها - در صورتی که مورد آن دارای نفع عقلانی مشروع برای متعهد له باشد - از مصادیق تعهد بر ترک فعل به شمار می رود که نتیجه آن سلب امکان حقوقی انجام صحیح و معتبر این اعمال نیست بلکه تحقق یک تکلیف حقوقی بر عهده متعهد، دایر بر خودداری از انجام فعل مزبور و مسئولیت او به جبران خسارت ناشی از تخلف در صورت انجام آن فعل مزبور، و ورود خسارت به متعهد له است..

هیچ کس نمی تواند این حقوق را از دیگر سلب کند یا مانع اعمال این حقوق شود یا آن را محدود کند مگر در حدود حقوق دیگران یا در جهت پاسداری از نظم عمومی. همچنین ماده ۹۶۰ (ق.م) مقرر می دارد: "هیچ کس نمی تواند حریت و آزادی را از خود سلب کند همچنان که هیچ کس نمی تواند حریت و آزادی را از خود اسقاط کند، به گونه ای که مانند بردگان توانایی تصمیم گیری و انتخاب رادر شئون زندگی و تعیین سرنوشت خود نداشته باشد. کسی نمی تواند حقوق کلی مدنی و حق کلی اجرای حقوق مدنی را از خود سلب کند.

قانون مدنی ایران در ماده ۹۵۹ مقرر می دارد: «هیچ کس نمی تواند به طور کلی حق تمتع و یا حق اجرای تمام یا قسمتی از حقوق مدنی را از خود سلب کند» و سپس در ماده ۹۶۰ اعلام میدارد که، هیچ کس نمی تواند از خود سلب حریت کند یا در حدودی که مخالف قوانین یا اخلاق حسنه باشد، از استفاده از حریت خود صرفنظر کند." در خصوص این ماده ذکر چند نکته ضروری می باشد:

۱- این ماده کلی تر از ماده قبلی است. زیرا ایجاد محدودیت در برخورداری و استفاده از

حقوق مدنی به نحوی محدود کردن حریت و آزادی شخص محسوب می‌شود. در عین حال، سلب حریت، مفهومی گسترده‌تر از سلب حقوق مدنی دارد. بنابر این ماده ۹۵۹ اخص از ماده ۹۶۰ است ۲- این ماده نیز از حقوق مدنی انسان و از آزادی او حمایت می‌کند به موجب این ماده شخص نمی‌تواند با دیگری قراردادی منعقد کند که آزادی خود را به طور کلی سلب کند. لذا به استناد همین ماده کسی نمی‌تواند برای مادام‌العمر خود را برای دیگری اجیر کند. هر قراردادی که آزادی انسان را محدود کند به نحوی که بهره‌کشی محسوب شود، باطل و بلا اثر است. اما قرارداد کار در ازاء مزد، با حفظ حریت شخص مجاز است و حتی در جهت حمایت مربوط به شخصیت است.

لازم به ذکر است که ماده ۹۷۵ (ق.م.) نیز به نحوی مبین همین حکم است. و هر گونه قرارداد مخالف نظم عمومی و اخلاق حسنه را، اگرچه متضمن سلب آزادی نیز نباشد، در بر می‌گیرد و این ماده مفهومی گسترده‌تر از ماده ۹۶۰ دارد.

در نهایت می‌توان گفت، در حالتی که سلب حق، غیر مجاز است (مانند سلب حق به طور کلی) چنانچه شخص بدون توجه به این عدم جواز، قراردادی منعقد کند، قرارداد مزبور باطل و بلا اثر بوده و هر یک از طرفین عقد می‌توانند به این بطلان استناد کنند.

قرار داد سلب حق ازدواج، به این معنی که شخص حق ازدواج با هیچ فردی را نداشته باشد و یا در عقد نکاح شرط شود که شوهر حق ازدواج با زن دیگری را در دوران حیات زن یا پس از مرگ او نداشته باشد، صحیح نیست و این حق از او سلب نمی‌شود.

در بعضی از قراردادهایی کار که با زنان منعقد می‌شود (مانند قرارداد استخدام خانمها برای مهماندار هواپیما) گاهی شرط می‌شود که زن تا مدت معینی (مثلاً پنج سال) ازدواج نکند. مسئله نیاز به دقت نظر دارد، که آیا چنین شرطی که، به نوعی سلب حق محسوب می‌گردد صحیح است؟ در پاسخ باید گفت: اولاً سلب حق در مدت معین، در صورتی که مصداق آن مشخص نباشد، سلب حق به طور کلی است. به بیان واضح‌تر، ازدواج در مدت معین، وقتی بر افراد و مصادیق متعدد صدق می‌کند یک مفهوم کلی است نه جزئی، پس مشمول منع مقرر در ماده ۹۵۹ است.

ثانیاً این شرط بر خلاف اخلاق حسنه و نظم عمومی و مصلحت فردی و اجتماعی است و اغلب شخص را در معرض فساد و روابط نامشروع قرار می‌دهد و بدین دلیل مشمول مواد ۹۷۵ و ۹۶۰ ق.م. و در نتیجه باطل است.

اما در سلب حق به نحو جزئی، اگر در خصوص آن قراردادی منعقد شود، قرارداد مزبور صحیح بوده و طرفین عقد ملزم به مفاد قرارداد هستند. بحثی که پیش می‌آید این است که اگر یکی از طرفین بر خلاف تعهد مقرر عمل نماید، ضمانت اجرای آن چیست؟ به عنوان مثال شخصی به موجب قراردادی متعهد شود تا زمانی که در استخدام شرکتی است با شرکتهای مشابه قرارداد

کار منعقد نکند، ولی متعهد برخلاف مفاد قرارداد عمل کند، ضمانت اجرای این نقض قرارداد چیست؟ در این خصوص دید گاههای متفاوتی مطرح شده است. بعضی از حقوقدانان معتقدند قرارداد دوم باطل و بلا اثر است. بعضی دیگر گفته اند معامله دوم باطل نیست ولی متعهد له، به دلیل نقض قراردادش، می تواند تقاضای جبران خسارت بنماید.

قرار داد سلب حق ازدواج با شخص معین و در مدت معین نیز دارای چنین وضعی است و این نوع قرارداد سلب حق به نوع جزئی است و صحیح می باشد.

در فقه اسلامی نیز در ذیل عنوان تحریم حلال از سلب حق سخن به میان آمده است و در خصوص جواز و یا عدم جواز آن نظرات علماء مطرح گردیده است. در فقه آنچه را که شخص نمی تواند آن را از خود سلب کند و قابل اسقاط نیست "حکم" و آنچه را که شخص می تواند به موجب قرارداد آن را از خود سلب نماید و قابل اسقاط بوده "حق" نامیده اند. بعضی از فقهاء که با دقت بیشتری به این مسأله پرداخته اند چنین گفته اند: اگر سلب حق نسبت به مصداق معین و در زمانی محدود به عمل آمده باشد، بدون شک صحیح است و اگر کلی و به صورت دائم باشد باطل است. و هر گاه نسبت به بعضی از افراد و مصادیق به طور مداوم (مانند سلب حق خرید خانه معینی برای همیشه) یا کلی در مدتی محدود باشد (مانند تعهد به عدم ازدواج در مدت پنج اسلام) مسأله مورد شک است.

شیخ انصاری در موارد مشکوک، اصل عدم مخالفت شرط با کتاب و سنت را قابل اجرا و در نتیجه سلب حق را درست می داند، در حالی که نائینی بر آن است که در این گونه موارد اصل، عدم نفوذ شرط است و در نتیجه سلب حق باطل است.

فهرست منابع

قران کریم

۱. امامی، سید حسن. حقوق مدنی جلد ۱ در، توسط سید حسن امامی، ۱۲۶-۱۲۷. تهران: انتشارات اسلامی، چاپ نهم، ۱۳۷۱.
۲. حیاتی، علی عباس. "حقوق مدنی (۱) اشخاص و محجورین". تهران: بنیاد حقوقی میزان، چاپ سوم، ۱۳۹۶.
۳. ساکت، محمد حسین، "شخصیت و اهلیت در حقوق مدنی" مشهد، ۱۳۷۲ ه ش
۴. سنه‌وری. "الوسیط فی شرح القانون المدنی، ج ۱". بیروت: دار احیاء التراث العربی، البعة الثانية، ۵. ۱۳۸۵
۵. سنه‌وری. "الوسیط فی شرح القانون المدنی، ج ۱". بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۲۰۰۰ م، ج ۱/ ش ۱۴۴ و ش ۱۴۷
۶. صفایی و قاسم زاده، سید حسین، سید مرتضی، حقوق مدنی اشخاص و محجورین، انتشارات سمت، ۱۳۹۲، چاپ اول، ص ۲۴-۲۳.
۷. طاهری، حبیب الله، حقوق مدنی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۷۵، ج ۱، ص ۴۰-۴۲
۸. عزمی البکری، محمد. "المدخل للقانون (القانون المدنی الجدید)". مصر: دارمحمود، ج ۱، ص ۱۲، ۲۰۱۴۸
۹. کاتوزیان، ناصر. "فلسفه حقوق"، تهران، ج ۱. نشر دادگستر، ۱۳۷۷
۱۰. مؤمن، محمد، کلمات سدیده، چاپ اول، قم، مؤسسه النشر الاسلامی، ۱۴۱۵ ق، ص ۱۷۲،
۱۱. معین، محمد. "فرهنگ فارسی، گردآوری عزیزالله علیزاده". تهران: انتشارات گاج، چاپ سوم، ۱۳۸۵. ۱۲.
۱۲. نایب زاده، عباس، بررسی حقوقی روشهای نوین باروری مصنوعی، تهران: مجمع علمی و فرهنگی مجد.
۱۳. نوری، محمد. "قانون مدنی مصر". انتشارات گنج دانش، ۱۳۹۲.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۱۰۴ - ۸۹

بررسی اصول اخلاقی در نظارت قضایی در حقوق ایران و انگلیس

^۱ هاشم پوران فرد^۲ سیدمحمد مهدی غمامی^۳ ولی رستمی

چکیده

اصول اخلاقی در نظارت قضایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ارزش و اهمیت اخلاق برای سازمان بسیار چشمگیر است و این موضوع در نظارت قضایی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. لذا هدف پژوهش حاضر بررسی اصول اخلاقی در نظارت قضایی در حقوق ایران و انگلیس است که در این تحقیق به آن پرداخته شد. در این تحقیق به بررسی نظارت قضایی و مبانی آن در حقوق ایران و انگلیس پرداخته شد و سپس به اصول اخلاقی در حقوق ایران و انگلیس پرداخته شد که طبق یافته‌ها اصول اخلاقی در حقوق ایران عبارتند از اصل صداقت، اصل امانت، اصل گشاده‌رویی، اصل انصاف، اصل ممنوعیت بی‌اعتنایی؛ اما در حقوق انگلستان اصول اخلاقی در نظارت قضایی شامل غیرقانونی بودن و مساله تجاوز از صلاحیت، عقلانی بودن عمل، عدم رعایت تشریفات قانونی، روندهای قانونی و اصول عدالت طبیعی می‌باشد.

واژگان کلیدی

اصول اخلاقی، قضایی، ایران و انگلیس.

۱. دانشجوی دکتری گروه حقوق عمومی، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

Email: mana1340h@yahoo.com

۲. استادیار گروه حقوق عمومی و بین الملل، دانشکده حقوق، دانشگاه امام صادق، تهران، ایران.

Email: mmghamamy@Gmail.com

(نویسنده مسئول)

۳. دانشیار گروه حقوق عمومی، دانشکده حقوق، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: vrostami@ut.ac.ir

مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری با عنوان حق دفاع در اتخاذ تصمیمات اداری (مطالعه موردی: ایران و انگلستان) در دانشگاه آزاد اسلامی واحد نجف آباد می‌باشد.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۳/۲۰ پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۵/۲۶

طرح مسأله

تصمیمات اداری تأثیرات زیادی بر زندگی شهروندان دارد، پس آگاهی از این تصمیمات حق شهروندان هر جامعه‌ای می‌باشد. حق شهروندان است که از تصمیمات و اقدامات اداری که به نوعی حقوق و منافع مشروع آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند، آگاه شوند. نظارت قضایی بر اعمال و تصمیمات اداری، نقش مهمی در قانونمند ساختن اعمال اداره و محدود نمودن حوزه اختیارات مقامات عمومی ایفا می‌نماید. سیر تحول مفهوم دولت به ویژه در قرن بیستم، ماهیت ارتباط میان مقامات اداری و شهروندان را دگرگون کرده است (زارعی، ۱۳۸۴: ۴۵). امروزه نظارت بر دستگاه‌های اداری و نقش آن در تأمین عدالت و تضمین کامل حقوق مردم و تعمیم عدالت و برابری به تمام سطوح جامعه و در نهایت تحقق دولت و نظام اداری کارآمد و مطلوب بر کسی پوشیده نیست. وانگهی یکی از خصایص غیر قابل انکار در حکمرانی خوب و مدیریت شایسته در حکومت‌های امروزی، اعمال نظارت است (موسی زاده، ۱۳۹۱: ۲).

از لحاظ اصطلاحی نظارت به مجموعه عملیاتی که طی آن اشخاص عملکرد تطابق میزان با سنجیده مقررات و قوانین می‌شود تا از طریق این به مطابقت نتایج عملکرد با هدف‌های مطلوب، اطمینان، به دست آید بیان گردیده است، (اخوان کاظمی، ۱۳۹۲: ۳۱) در مفهوم نظارت حقوقی نیز بیان گردیده است: «بازرسی و سنجش و ارزیابی اقدامات مجریان و ناظر کسی است که به منظور چنین بازرسی و ارزیابی و سنجشی تعیین می‌شود (عمید زنجانی و موسی زاده، ۱۳۶: ۱۵). شاید جامع‌ترین و کامل‌ترین تعریفی که بتوان در خصوص نظارت قضایی بیان داشت: به روندی اطلاق می‌شود که از طریق آن قوه قضائیه، قانونی بودن هرگونه اقدام شخص یا مرجع عمومی یا خصوصی را مطابق با قانون اساسی یا هر قانون دیگر یک کشور بررسی می‌نماید؛ بنابراین نظارت قضایی بر بروکراسی به رویه‌ها و مکانیسم‌های دستگاه قضایی اطلاق می‌شود که با استفاده از آن کارکردهای دیوان سالاری بر اساس شواهد به دلایل اعتبار یا مشروعیت آن بررسی و آزمایش می‌شوند» (مولاه، ۲۰۱۸: ۱۲)؛ و اصول اخلاقی در نظارت قضایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. ارزش و اهمیت اخلاق برای سازمان بسیار چشمگیر است. تا جایی که متخصصان مدیریت استراتژیک اصول اخلاقی شایسته در سازمان را از پیش شرط‌های مدیریت استراتژیک خوب قلمداد نموده‌اند. باین توصیف امروزه سازمان‌ها به این مسئله واقف هستند که دستیابی به رسالت و اهداف پیشبینی شده به هر بهایی مقدور نیست و ضرورت دارد اصول و اخلاقیات اجتماعی و سازمانی از مرحله تعریف اهداف تا اجرا لحاظ و مراعات شود. چرا که عدم توجه به این موضوع اثربخشی سازمان را خدشه دار

نموده و نیز در مرحله حاد توان به مخاطره انداختن حیات سازمان را دارا می‌باشد. ازاین رو تصمیم‌گیران سازمانی تلاش نمودهند با اتخاذ تدابیری ازاین مسئله غافل نباشند

حق دفاع در جریان اخذ تصمیمات اداری و اجرای آن در حقوق اداری مدرن از اهمیت بسزایی برخوردار است. در همین راستا پیش‌بینی قواعد و تصمیمات رویه‌ای برای افراد، نیاز به نظارت قضایی بر اعمال و تصمیمات اداری که به معنای کنترل این اعمال و تصمیمات توسط دستگاهی مستقل از قدرت اداری و اجرایی می‌باشد، از مهم ضمانت اجراهای تحقق اصل حاکمیت قانون بوده و تضمینی مهم در برابر تجاوز مقامات عمومی از حدود صلاحیت‌ها و اختیارات خود به‌شمار می‌رود. (فلاح‌زاده، ۱۳۹۴: ۱۵۲) در گذشته به دلیل استبدادی بودن نوع حکومت‌ها، محدود کردن دولت منافی حاکمیت دولت تلقی می‌شد. در جوامع جدید ضرورت نظارت قضایی امری غیر قابل انکار است. حوزه مربوط به نظارت قضایی، دامنه وسیعی از مباحث را در بر می‌گیرد که هر یک به تنهایی می‌تواند موضوع تحقیقی مستقل قرار گیرد که در این تحقیق، اصول اخلاقی در نظارت قضایی مورد بررسی قرار گرفته است.

حق نظارت قضایی

نظارت قضایی بر اعمال دولت ریشه در مفهوم بنیادین حکومت قانون دارد. بدون درک روشنی از ایده حکومت قانون و نظام‌های حقوقی - سیاسی مقابل آن و بدون توجه به معیارهای تحقق حکومت قانون و تلاش برای پیاده‌سازی آنها، نمی‌توان انتظار داشت که نظارت قضایی بتواند حمایت لازم را از شهروندان در مقابل اداره، فراهم نماید. به علاوه، حقوق اداری، در بسته حکومت قانون از دو طریق گسترش یافته است تا با ایجاد ظرفیت‌های جدید، امکان توسعه و تعمیق نظارت قضایی در جهت حمایت هرچه مؤثرتر، از شهروندان فراهم گردد. (کاظمی، ۱۳۹۳: ۲۱۱)

نظارت قضایی به معنای نظارت دادگاه بر اقدامات و تصمیمات مقام‌ها و نهادهای عمومی براساس قواعد و اصول حقوق عمومی است. براین اساس، دادگاه می‌تواند به ابطال یک تصمیم غیرقانونی بپردازد و بی‌اعتباری آن را اعلام کند. صلاحیت دادگاه تا همین مرحله است و اگر قرار باشد تا درخصوص آن مسأله دوباره تصمیم‌گیری شود، این مهم برعهده همان مرجع تصمیم‌گیرنده نخستین است و نه دادگاه ناظر؛ بنابراین دادگاه در نظارت قضایی از صلاحیت «بازنگری» برخوردار است نه صلاحیت پژوهشی، قاضی در نظارت قضایی در پی اعلام نظر نسبت به یک مصوبه و اعلام مغایرت یا عدم مغایرت آن با قوانین و مقررات معیار است. (گرگی، ۱۳۹۴: ۱۳۰)

حق نظارت قضایی در حقوق ایران

نظارت قضایی در حقوق اداری ایران مبتنی بر اصل «دوگانگی رسیدگی‌ها» و با توجه به تقسیم مشهور ارائه شده در خصوص الگوهای نظارت قضایی، از نمونه‌های نظارت قضایی متمرکز می‌باشد. الگوی نظارت قضایی متمرکز که تکوین آن نتیجه تحول تدریجی مفهوم دولت

و توسعه صلاحیت‌ها و اختیارات آن می‌باشد، در اواخر سده هجدهم میلادی به عنوان یکی از دو الگوی اصل اعمال نظارت قضایی مطرح شد. براساس اصول حاکم بر این الگو نظارتی، دو قوه مقننه و قضائیه نمی‌توانند اعمال و تصمیمات نهادهای وابسته به قوه مجریه را ابطال کرده، یا درخصوص آن، به اعمال ضمانت اجرای دیگر مبادرت نمایند. (آقایی، ۱۳۸۶: ۱۳۱) در ایران نظارت قضایی بر اعمال و تصمیمات اداری به طریق انجام می‌گیرد. نظارت نوع اول که در قسمت اول اصل یکصد و هفتادم قانون اساسی به آن تصریح شده، نظارتی محدود است که در قالب خودداری قضات دادگاه‌ها از اجرای مقررات دولتی مخالف شرع و قانون و نیز مقررات دولتی خارج از حدود اختیارات قوه مجریه صورت پذیرد. اعمال نظارت موضوع اصل یکصد و هفتادم قانون اساسی با وجود آنکه از مصادیق مسلّم نظارت قضایی به شمار می‌رود، به‌طور مستقل آثار چندانی را به دنبال ندارد، زیرا این نظارت نظارتی محدود بوده، محدودیت آن نیز با دخالت دیوان عدالت اداری برطرف می‌گردد. (هاشمی، ۱۳۸۹: ۴۴۲) البته درخصوص گستره موضوعی اعمال این نوع نظارت، اشاره به این نکته ضروری است که چنانچه مصوبات و مقررات دولتی براساس اصل هشتاد و پنجم قانون اساسی، از جمله مصادیق تعیین شده برای اصل منع تفویض قانونگذاری و در نتیجه، واجد خصیصه قانونی بودن باشند، طبیعتاً شمول نظارت قضایی و از جمله نظارت قضایی قضات دادگاه‌ها بر آنها منفی است. از سوی دیگر با توجه به نظریه تفسیری شماره ۸۳/۳۰/۹۳۸۷ مورخ ۱۳۸۳/۸/۲۸ شورای نگهبان که مقصود از لفظ «دولتی» را در عبارت «تصویب‌نامه‌ها و آیین‌نامه‌های دولتی». مقررات مصوب قوه مجریه دانسته است، این نظارت منصرف از مصوبات و آیین‌نامه‌های مادون قانون سایر قوا و مقامات عمومی می‌باشد که البته این خود ایرادی بر اصل لزوم جامعیت نظارت قضایی به شمار می‌رود. نظارت قضایی به شمار می‌رود. نظارت نوع دوم، نظارت عام و فراگیر دیوان عدالت اداری است که در قسمت آخر اصل یکصد و هفتادم و نیز اصل یکصد و هفتاد و سوم قانون اساسی بدان تصریح شده و در قالب رسیدگی به شکایات و تظلمات اشخاص حقیقی و حقوقی از تصمیمات و اقدامات واحدهای دولتی و مأموران آنها اعمال می‌گردد. این نوع نظارت که به‌طور مشخص در بحث از صلاحیت‌های دیوان عدالت اداری و در قانون تشکیلات و آیین دادرسی دیوان عدالت اداری مصوب ۱۳۹۲ به‌طور تفصیلی به آن پرداخته شده است، موضوع اصلی مباحث این مقاله حق دفاع در اتخاذ تصمیمات اداری می‌باشد. (دکتر هاشمی، ۱۳۸۹: ۴۲۳) در نظام حقوق ایران، با توجه به قرائن موجود در برخی مواد و مستندات قانونی و نیز با توجه به اینکه صحت اعمال و تصمیمات اداری منوط به تحقق دو شرط صلاحیت مقامات عمومی و انطباق تصمیمات آنها با قوانین و مقررات موضوعه می‌باشد، می‌توان این دو شرط را به عنوان دو معیار اصلی اعمال نظارت قضایی در حقوق اداری ایران معرفی نمود. این نظر به ویژه با توجه به تأکید رویه قضایی شورای دولتی فرانسه به عنوان الگوی اصلی نظام نظارت قضایی در ایران برد و معیار فوق تا حد زیادی تقویت می‌گردد. (عباسی، ۱۳۸۹، ۲۷۷)

بند دوم: حق نظارت قضایی در حقوق انگلستان

گروهی از صاحب‌نظران براین باورند که نخستین تجربه‌های نظارت بر اعمال اداره را باید در نظام حقوقی کامن‌لا و در ساختار نظارت قضایی غیرمتمرکز که الگوی رایج نظارت در کشور انگلستان می‌باشد، جستجو کرد. (بیلدری،^۱ ۲۰۰۶: ۵۰۲). براساس این الگو که به الگوی وحدت رسیدگی نیز مشهور است و برپایه اعتقاد برخی حقوقدانان انگلیسی (دیس،^۲ ۱۹۸۲: ۳۲۳). بر مبنای عدم وجود هرگونه تمایز و تفکیک میان حقوق عمومی و خصوصی استوار شده، رسیدگی به کلیه دعاوی در صلاحیت عام مراجع قضایی بوده و براین اساس دادگاه‌های عمومی می‌توانند به دعاوی مربوط به اعمال و تصمیمات اداری نیز رسیدگی نمایند. (رضایی‌زاده، ۱۳۹۰: ۳۳)

بنابراین در حالی که در نظام حقوقی فرانسه، براساس تفسیر حقوقدانان از اصل تفکیک قوا و منع مطلق دخالت قوه قضائیه در امور قوه مجریه، نظارت بر اعمال و تصمیمات اداری برعهده - ی ارگانی وابسته به خود قوه مجریه است، نظارت قضایی در حقوق انگلستان برعهده دادگاه‌های عمومی بوده و خارج از حوزه صلاحیت قوه مجریه می‌باشد (عباسی، ۱۳۸۹: ۲۸۶). این رویکرد، مبتنی بر مؤلفه‌های تاریخی حاکم بر نظام حقوقی انگلستان و تکوین نظام حقوقی این کشور برپایه وجود دادگاه‌های مقتدری است که در طول تاریخ حیات خود بیش از آنکه وابسته به قوه مقننه باشند، برحاکمیت قضات تکیه داشته‌اند. به علاوه این تفاوت شرایط را در نظام حقوقی کامن‌لا، می‌توان برپایه نقش مثبت قضات انگلستان در تحولات تاریخی این کشور و به ویژه انقلاب ۱۶۸۸ میلادی نیز ارزیابی کرد که در جریان آن، قضات انگلیسی برخلاف هم‌تایان فرانسوی خود، در جریان قیام سراسری علیه خاندان پادشاهی استوارت با مردم و پارلمان این کشور متحد شدند. تشکیلات اعمال کننده نظارت قضایی بر اعمال اداره در حقوق انگلستان، شامل دادگاه‌های اختصاصی اداری و دادگاه عالی این کشور می‌باشد. دادگاه‌های اختصاصی اداری که امروزه حوزه وسیعی از فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در انگلستان تحت پوشش صلاحیت‌های گسترده خود قرار داده‌اند تا مدت‌ها با موانع مهمی در مقابل توسعه صلاحیت‌های خود روبرو بودند، ولی با این وجود به دلیل ضرورت‌ها و اقتضائات مهمی که در رأس آنها می‌توان به صلاحیت تخصصی اعضای این دادگاه‌ها و نیز رسیدگی سریع‌تر آنها اشاره کرد، به سرعت گسترش یافته و به عنصری تأثیرگذار در نظام حقوقی انگلستان مبدل شدند. (آقای، ۱۳۸۶: ۱۷۰) در دادگاه عالی انگلستان، شعبه ملکه به عنوان یکی از سه شعبه اصلی این دادگاه، از صلاحیت قضایی مجزایی برای رسیدگی به شکایات مطرح شده علیه اعمال و تصمیمات اداری برخوردار است.

1. Bilder

2. Dickey

این صلاحیت توسط دو یا سه قاضی و به صورت بازنگری در اعمال و تصمیمات فوق اعمال می‌گردد. (کلی، ۲۰۱۰: ۱۶۴).

گستره نظارت قضایی در انگلستان

در نظامهای مردم سالار تقریباً هریک از اعمال دولت موضوع نظارت قضایی بوده و غیرقابل نظارت بودن آنها استثناء است (هوفمن، ۲۰۱۱: ۳۰). این استثناء به این خاطر است که به دلیل تردید در وصف اداری یا عمومی بودن عمل صادره بهکارگیری نظارت قضایی موجه نیست. در چنین مواردی دادگاهها از طریق رد درخواست شاکی دربارهی اعمال نظارت قضایی به شکل عدم اجازه ی نظارت عدم صلاحیت خود را اعلام داشته اند. دامنه ی اعمال مستثنی از نظارت قضایی به طور روزافزون در حال محدودتر شدن است. در انگلستان به عنوان یک استثناء در صورتی که قانونگذاری فرعی مربوط به اجرای خ مشی اقتصادی ملی و موضوع تصویب پارلمان باشد دادگاهها از اعمال صلاحیت نظارت خودداری می‌ورزند.

مبانی نظارت قضایی

اصل حاکمیت قانون

اصل حاکمیت قانون به عنوان رکن توجیه کننده و نیز ابزار تحقق نظارت قضایی به کار میرود. حاکمیت قانون چکیده ی واقعی اصل مشروطیت است. استقلال قضایی یکی از جلوه های حاکمیت قانون است. قانونی بودن اعمال دولت باید از سوی دادرسان مستقل از قوه مجریه مورد نظارت قرار گیرد. ارزش بنیادین حاکمیت قانون آن است که تصمیمهای قضایی باید نه بهطور سلیقه ای بلکه از طریق فرایند تصمیم سازی عقلایی صادر شوند. حاکمیت قانون دادرسان را نیز به بیان دلایل تصمیمهای خود مکلف می سازد. نظارت قضایی ابزار تضمین حاکمیت قانون است چرا که اگر مهمترین کار ویژهی قانون را جلوگیری از اعمال خودسرانه قدرت بدانیم نظارت قضایی ابزار موثر آن محسوب میشود. براساس نظر دایسی: «هرجا اختیاری هست امکان اعمال خودسرانه آن نیز وجود دارد» (آلدر، ۱۹۸۹: ۴۵). اهمیت نظارت قضایی در نظامهای مردم سالار ثمرهی این اندیشه است که دادگاهها را نگاهبان اصلی حاکمیت قانون می‌داند.

حمایت از حق های بنیادین شهروندان

نظارت قضایی با تحولات بنیادین در کارکرد دولت و به ویژه تحول دولت پلیسی به دولت رفاه و در پرتو تعهدات بین المللی و قانون اساسی بنیاد دولتها در قبال شناسایی و تضمین حقوق

1. Kelly
2. Hofman
3. Alder

بشر و تاکید بر هسته ی مرکزی آنها به عنوان « حق های بنیادین » بنیان حقمحور یافته تا در پرتو آن شهروندان در برابر استبداد اداری مصونیت یافته و همواره شایسته ی برخورداری از یک جبران در برابر تصمیم های اداری باشند. اصولادر نظام حقوقی انگلستان هر شهروند حق دسترسی بدون مانع به یک دادگاه را دارد. این حق به عنوان « یک حق قانون مندرج در قانون اساسی مورد توجه قرار گرفته است. تدارک دسترسی به دادگاه برای اعتراض به نهادهای عمومی به دلیل استفاده ی نادرست آنها از اختیاراتشان نه تنها برای اشخاص زیان دیده بهطور مستقیم بلکه برای بقای حاکمیت قانون و تساوی کلی ادارهی عمومی لازم است (پتر،^۱ ۱۹۹۷: ۴۵).

نقض اصل قانون اساسی

در انگلستان گاهی تصمیم مقام عمومی به علت نقض اصول کامن لا یا قانون اساسی ابطال می شود. این اصول شامل: ۱) (حاکمیت قانون با ارزش هایی چون دسترسی به عدالت و حق دادخواهی و ۲) برابری که مستلزم اتخاذ تصمیمات هماهنگ و منع تبعیض ناموجه یا نامنصفانه میان افراد است. از نظر دادگاه های انگلستان صلاحیت اختیاری باید مطابق با این اصول اعمال شوند. (ولف،^۲ ۲۰۰۷: ۵۷۰).

الف- ارزش های حاکمیت قانون

فصل مشترک مفاهیم و نظریه های حاکمیت قانون این است که استفاده خودسرانه از قدرت در تصمیم گیری های حکومتی مردود است. براین اساس، حاکمان به عنوان حافظان قانون شناخته می شوند و خود نیز مشمول آن می گردند، میزان مشروعیت حکومت شان به میزان وفاداری آنان به معیارهای قانونی، فراشخصی و خردمندانه بستگی دارد. (زارعی، ۱۳۸۰: ۵۷) حاکمیت قانون به عنوان یک محدودیت بر اجرای صلاحیت اداری در شرایط مختلف به شمار می آید. به عنوان یک اصل کلی و با ترویج ارزش های بنیادینی چون قانونیت، قطعیت، رعایت تشریفات قانونی و دسترسی به عدالت توجیه اساسی برای محدود کردن اجرای اختیار ارائه داده است. بسیاری از تصمیمات به دلیل نقض ارزش های حاکمیت قانون، غیرعقلایی اعلام شدند. برای مثال، مقام محلی که مجوز یک کلوب راگی را به علت سفر به آفریقای جنوبی در دوره آپارتاید ابطال کرد، حاکمی قانون را نقض کرد، چرا که قراردادهای ورزشی با آفریقای جنوبی ممنوع نشده بود. بخشنامه وزیر که به رئیس زندان اجازه ی جلوگیری از مکاتبه ی زندانی با وکیل را می داد، به علت نقض حق دادخواهی زندانی باطل شد. (صابری، ۱۳۸۹: ۹۹)

1. Peter

2. Woolf

ب: اصل برابری

اصل برابری مستلزم این است که شهروندان فارغ از ویژگی‌های فردی خویش نظیر نژاد، جنسیت، مذهب یا طبقه اجتماعی تحت سیطره نظام حقوقی واحدی قرار گیرند. (ویژه، ۱۳۸۳: ۲۱۷) امروزه واژه عدم تبعیض برای این مفهوم به کار می‌رود. براساس این اصل، تمام کسانی که جرمی مرتکب می‌شوند یا تعهد و مسئولیتی برعهده می‌گیرند و آن جرم و تکلیف، مستلزم مجازات و مسئولیت است باید در برابر قانون یکسان باشند. (زارعی، ۱۳۸۷: ۳۴) بنابراین در شرایط مشابه، شهروندان از حقوق و تکالیف یکسانی برخوردار می‌شوند. در صورتی ممکن است با وضعیت‌های مشابه، برخوردی متفاوت صورت گیرد که توجیهی عینی وجود داشته باشد. مهم-ترین مصادیق این اصل در حقوق اداری، برابری در ورود به خدمت عمومی، برابری در خدمات عمومی و اداری، برابری در مقابل تحمیلات ناشی از امر عمومی است. (هداوند و مشهدی، ۱۳۹۱: ۱۴۰) برابری شکلی مقامات را ملزم به اعمال یا اجرای قانون به صورت هماهنگ و بدون جانب‌داری می‌کند. این نوع از هماهنگی از جهت تأثیر بر ویژگی اساسی حاکمیت قانون یعنی قطعیت قانونی و پیش‌بینی‌پذیری اهمیت دارد. تکلیف قانونی باید قابل پیش‌بینی و از قبل اعلام شده باشد تا افراد بتوانند در مورد اعمال خود برنامه‌ریزی کنند. (دیسسی،^۱ ۱۹۱۵: ۱۲۰).

در انگلستان مفهوم هماهنگی و برابری رفتار به عنوان یک ملاحظه مهم در اعطای مجوز ساخت و ساز است. براین اساس در پرونده‌های با شرایط مشابه باید مجوز اعطا شود. در ایران نیز عدم رعایت برابری و اتخاذ تصمیمات تبعیض‌آمیز از سوی مقام اداری یکی از رایج‌ترین دلایل نقض تصمیمات اداری در دیوان عدالت اداری است

اصول اخلاقی

به دلیل اهمیتی که امروزه اداره به عنوان بخش مهمی از زندگی روزمره اشخاص پیدا نموده، لزوم پایبندی به برخی از اصول اخلاقی پایه، منجر به طرح اصولی با محتوای اخلاقی گردیده است. برخی از این اصول یا ماهیتاً و ذاتاً اخلاقی هستند یا لااقل می‌توان رگه‌هایی از اخلاق را در آنها مشاهده کرد. اخلاق اداری به این ایده اشاره می‌کند که دولت یک شخص صادق و شریف است و باید به عنوان یک مدیر رفتار مناسبی داشته باشد. (مشهدی، ۱۳۸۹: ۵۰)

اصل صداقت

این مفهوم را می‌توان با «اصل حسن نیت» که در قوانین اداری بعضی از کشورها به آن پرداخته شده است، مرتبط دانست. اصل حسن نیت از نظر مبنا و مفهوم ریشه در اخلاق دارد و در کنار اصول دیگری چون وفای به عهد، ممنوعیت دارا شدن بلا جهت و نظایر آن ریشه‌های خود

را در آموزه‌های اخلاقی باز می‌یابد، این اصل در حقوق اداری نیز مدون گردیده و دست در دست اصول دیگری چون شفافیت، قابلیت پیش‌بینی و قطعیت حقوقی و قانونی بودن در قوانین اداری برخی از کشورها از جمله آلمان و سوئیس گنجانده شده است. برای نمونه مواد ۳۸ و ۴۸ قانون آیین اداری آلمان (۱۹۷۶) به صراحت به اصل حسن نیت اشاره دارند. مطابق این اصل در فضای حقوق اداری و در فرآیند اتخاذ تصمیمات اداری و در کلیه روابطی که میان اداره کنندگان و اداره شوندگان مطرح است، اصل تبعیت روابط از حسن نیت حاکم است (هداوند، ۱۳۸۹: ۳۰۵) بنابراین مقام اداری باید در فرآیند اتخاذ تصمیمات به اصل حسن نیت پایبند باشد.

اصل امانت

اصل امانت در گستره قوانین و مقررات اداری موجود در کشورها با عنوان مشابه و نزدیک «اصل رازداری» بیان گردیده است. طبق ماده ۸۴ قانون اقدامات اداری آلمان: «شخصی که در یک مقام افتخاری مشغول به کار است، باید رازداری مربوط به شغل رسمی محوله به وی راحتی پس از اتمام فعالیتش مراعات کند، تعهد به رازداری در خصوص همکاری‌های رسمی یا اموری که جزو اطلاعات همگانی بوده و یا حقایقی که محتوای آنها تعهد به رازداری را الزام نمی‌کند، اعمال نمی‌شود» (رضایی، ۱۳۹۰: ۲۰۳)

همانند اصل حسن نیت و صداقت، این اصل نیز ریشه در مبانی اخلاقی و مذهبی داشته و از این طریق جلوه حقوقی پیدا کرده است. در تعالیم مذهبی و در متون اسلامی نیز به این خصیصه تأکید فراوان شده است، از جمله می‌توان به نهج‌البلاغه اشاره کرد که در آن نامه‌های ۵۳ و ۵۹ به اصول رفتار حکومت کنندگان بر حکومت شوندگان اشاره می‌کند و از جمله این اصول رازداری است: زمامداری باید اسرار مردم را پوشیده نگه دارند و افشا کنندگان عیوب مردم را از خود دور کنند. (نهج‌البلاغه: ۱۲۸)

مفهوم امانت در قانون اساسی نیز مورد تأکید قرار گرفته است: «من در برابر قرآن مجید، به خدای قادر متعال سوگند یاد می‌کنم و با تکیه بر شرف انسانی خویش تعهد می‌نمایم که در انجام وظایف و کالت، امانت و تقوا را رعایت نمایم ...» (اصل ۶۷ قانون اساسی، متن سوگند نمایندگان مجلس) و «من به عنوان رئیس جمهور در پیشگاه قرآن کریم و در برابر ملت ایران به خداوند قادر متعال سوگند یاد می‌کنم که قدرتی را که ملت به عنوان امانتی مقدس به من سپرده است، همچون امینی پارسا و فداکار نگاهدار باشم ...» (اصل ۱۲۱ قانون اساسی، متن سوگند رئیس جمهور). اصل امانت در ارتباط با برخی مشاغل از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. برای مثال در مشاغل که اسرار مردم یا اسناد محرمانه‌ای در دست مقامات و کارمندان دستگاه-های اداری و اجرایی است، رعایت حداکثر امانت‌داری مورد انتظار است و تخلف از آن مستوجب مجازات خواهد بود. مشاغل مانند: پزشکی، ثبت احوال، ادارات امنیتی و اطلاعاتی، دادگستری و

به‌طور کلی هرنوع شغلی که به واسطه آن اسناد و مدارک هویتی و امنیتی در دست کارمندان قرار می‌گیرد، نیاز به میزان بالایی از امانت‌داری است، در غیر این صورت مطابق بند ۱۱ ماده ۸ قانون رسیدگی به تخلفات اداری از جمله مصادیق تخلفات اداری محسوب خواهد شد. در قانون مجازات انتشار و افشای اسناد محرمانه و سری دولتی مصوب ۲۹ بهمن ۱۳۵۳ نیز انتشار و افشای اسناد دوولتی جرم تلقی شده و برای مرتکب مجازات پیش‌بینی شده است. (رحمانی، ۱۳۹۱: ۱۱۳)

اصل گشاده‌رویی

یکی از موضوعاتی که به شدت در حال گسترش بوده و بسط و توسیع آن در نهادها و سازمان‌های اداری دولتی و خصوص مد نظر صاحب‌نظران می‌باشد، بحث اخلاق اداری است. «اخلاق اکنون به صورت منشور (کد) های اخلاقی سازمان و قوانین رفتار حرفه‌ای مشاغل پا به درون سازمان‌ها نهاده است. در یک دهه اخیر مانند: جهانی شدن، توسعه عدم تمرکز، مدیریت گرای، افزایش روابط کاری تجاری سازمان‌های دولتی با بخش خصوصی، رشد مطالبات اجتماعی و درخواست فزاینده برای پاسخگویی و مسئولیت اجتماعی از سوی مراجع قانونی و سیاسی دید. اخلاق اداری حالا به نهضتی اصلاح‌گرایانه در مدیریت دولتی تبدیل شده است که به مطالعه و شناسایی قواعد و ضوابط رفتار انسان اداری و موضوع‌هایی چون تدوین منشور اخلاقی، قوانین (استانداردهای) رفتاری، آموزش اخلاقیات، مدیریت اخلاقی، تصمیم‌گیری اخلاقی، فرهنگ و جوّ اخلاقی و زیرساخت اخلاقی می‌پردازد، کدهای اخلاقی یک راهنمای عملی برای کلیه تصمیم‌گیران در سطوح گوناگون سازمان است و به آنان کمک می‌کند تا بدانند در موقعیت‌هایی که در آن‌ها ارزش‌های متضاد، بروز می‌کنند، می‌بایست از خود چه عکس‌العملی نشان دهند». (فقیهی، ۱۳۸۴: ۲۹) گشاده‌رویی مقرر در این ماده نیز از جمله این منشورها و کدهای اخلاقی محسوب می‌شود. این ویژگی با مفهوم مشابه و بسیار نزدیک اصل «رفتار مؤدبانه» قرابت دارد، بند یک ماده ۲ قانون فرآیندهای اداری چک، این اصل را به مثابه یکی از اصول حقوق اداری به رسمیت شناخته است. (مهدوی، ۱۳۸۸: ۲۱)

اصل انصاف

انصاف از نظر لغوی مصدر باب افعال از ریشه نصف به معنای دادگری کردن، داد دادن، به عدل رفتار کردن، به راستی عمل کردن و به نیمه رسیدن است. در فقه و حقوق انصاف عبارت از به خرج دادن وجدان شرعی در اعمال نظر میان متخاصمین به هنگام قضاوت درباره آنان در دادگاه است، انصاف، قسط و عدل از ارکان فقه اسلامی است. (انصاری، ۱۳۸۴: ۴۷۹) انصاف مفهوم ناشی از وجدان و فطرت است که در قوانین موضوعه دیده نمی‌شود و یا خلاف آن دیده می‌شود. (جعفری لنگرودی، ۱۳۷۶: ۵۱۵) در عرف داد و ستد و مشتری‌مداری به این روایت

استناد شده که «انصاف یعنی آنچه به خود می‌پسندی، بر دیگران نیز بیسند و آنچه برخورد نمی‌پسندی، بر دیگران نیز نپسند، انصاف ارزان‌ترین وسیله پیشرفت و نزدیک‌ترین مسیر رضایت مشتری است» (محمدی، ۱۳۸۸: ۷۶) اما مفهوم انصاف از منظر حقوقی و جایگاه آن در حقوق را می‌توان در چند عنوان زیر بیان نمود:

الف. انصاف به منزله یک نظام حقوقی

این مفهوم، به یکی از شاخه‌های حقوق انگلیسی اشاره دارد، نظامی که در نقطه مقابل کامن‌لا مطرح می‌شود. در این معنا انصاف عبارت از مجموعه راه‌حل‌هایی است که اصولاً در قرن ۱۵ و ۱۶ به وسیله دادگاه مهربرداری سلطنتی برای تکمیل و احیاناً اصلاح نظام کامن‌لا که در آن زمان ناقص بود، ارائه شد. از قرن ۱۸ به این طرف انصاف خود مجموعه‌ای از قواعد حقوقی مستقل شد که از آیین دادرسی و شرایط اجرایی کامن‌لا دست کمی ندارد. (هداوند، ۱۳۹۰، ج ۱: ۲۳۷)

ب. انصاف به منزله یکی از اصل کلی حقوق

هرگاه قاضی بین‌المللی عدالت طبیعی را در مقام عدالت قانونی به اجرا گذارد، در این صورت اصل عدالت و انصاف را رعایت کرده است. (موسی‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۱۶) برای مثال بند ب، ماده ۳۸ اساسنامه دیوان بین‌المللی دادگستری (۱۹۵۴) از «رعایت عدل و انصاف» به شرط موافقت اصحاب دعوی یا رأساً و با اختیارات خود دیوان یاد می‌کند. به‌طور کلی دکتین و رویه قضایی بین‌المللی مفهوم روشن و واضحی از عدالت و انصاف به دست نمی‌دهد و گاهی اوقات لفظ دیگری چون «صلاح و صوابدید» به کار می‌رود. موسی‌زاده، ۱۳۹۰: ۲۱۷

ج. انصاف از منظر فقهی

در بیان انصاف به منزله یک قاعده فقهی گفته شده است: انصاف قاعده‌ای فوق عمل است و با لحاظ جوانب امر ممکن است حکم به انصاف حکم به عدل را نقض یا محدود کند و رجوع به انصاف زمانی است که اجرای قاعده‌ای عادلانه در موردی خاص نتایج نامطلوب به بار می‌آورد و وجدان اخلاقی این طور تشخیص می‌دهد که لزوم رعایت قواعدی فراتر از عدالت ضروری است. (آل اسحق خوئینی، ۱۳۸۵: ۹۳)

د. انصاف به منزله مجموعه‌ای از قواعد رویه‌ای (انصاف رویه‌ای)

این اصول عبارت از قواعدی مانند بی‌طرفی، نفی جانبداری، نفی غرض‌ورزی، دادن فرصت کافی برای طرفین، دادن حق دفاع به طرفین و نظایر آن می‌باشد. علی‌رغم اینکه اصول فوق در اصل، حاکم بر دادگاه‌ها و قضات هستند، اما با توسعه حقوق اداری دادگاه‌ها تلاش کرده‌اند تا این اصول را بر سازمان‌های اداری نیز اعمال کنند. مقامات اداری مکلف‌اند که در تصمیم‌گیری‌های

خود از هرگونه غرض‌ورزی و جانبداری پرهیز کنند، این فرآیند نتیجه انعطافی است که در مفهوم انصاف وجود دارد و آن را به مفهومی فراگیر تبدیل کرده است که ظرفیت و قابلیت اعمال بر همه نهادهای دولتی را دارد که تصمیمات آنها بر افراد و گروه‌ها تأثیر می‌گذارد، اعم از اینکه تصمیم آنها ماهیت قضایی داشته یا نداشته باشد. (هداوند، ۱۳۹۰، ج ۲: ۵۷۸)

انصاف به عنوان یک اصل یا قاعده در حقوق ایران چندان شناخته شده نیست و برای شناختن این مفهوم باید از قوانین و مقررات مختلفی که در این زمینه وجود دارد، استمداد جست. قدیمی‌ترین قانون مرتبط به انصاف در ایران قانون تشکیل «خانه انصاف» مرکب از ۵ نفر از متعلمان محل، به منظور رسیدگی و حل و فصل اختلاف میان ساکنان روستاها تشکیل می‌شد. طبق ماده ۱۰ این قانون، «در کلیه اختلافات و دعاوی بین ساکنان ده، خانه انصاف سعی می‌کند که اختلاف را به صلح و سازش خاتمه دهد». حدود صلاحیت‌ها و اختیارات خانه‌های انصاف نیز در امور مدنی و جزایی محدود بود. همچنین طبق ماده ۲۳، «در موقع صدور رأی خانه انصاف باید با رعایت مقتضیات عدالت و انصاف و عرف و عادت محل به‌طور کدخدای منشی در حل و فصل دعوی و صدور رأی اقدام نماید». قانون اساسی در اصل ۱۶۸ خود بیان می‌کند «رسیدگی به جرایم سیاسی و مطبوعاتی علنی است و با حضور هیئت منصفه در محاکم دادگستری صورت می‌گیرد، نحوه انتخاب، شرایط، اختیارات منصفه و ... قانون معین می‌کند». طبق ماده ۱۰ قانون هیئت منصفه مصوب ۱۳۸۲/۱۲/۲۴ «اعضای هیئت منصفه یاد می‌کنند که بدون در نظر گرفتن گرایش‌های شخصی، گروهی و با رعایت صداقت تقوی و امانت داری در راه احقاق حق و ابطال باطل انجام وظیفه کنند». (دکتر موسی‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۸۴) آنچه از مطالب بالا استنباط می‌شود، این است که در مورد انصاف مفهوم و مبنای مشترکی وجود دارد و آن اینکه انصاف ارتباط تنگاتنگی با اخلاق و وجدان اخلاقی دارد و همان‌طور که گفته شد، در قضاوت، داور، رسیدگی - های اداری و به طور کلی هر نوع اقدام حقوقی بر مبنای انصاف، وجدان اخلاقی است که به تشخیص موضوع می‌پردازد. در مجموع می‌توان برای اصل انصاف ویژگی‌هایی چون بی‌طرفی و نفی جانبداری، نفی غرض‌ورزی، گوش دادن به حرف طرف مقابل استماع منصفانه، انجام وظیفه بدون در نظر گرفتن گرایش‌های شخصی و گروهی، انجام وظیفه با رعایت صداقت تقوی و امانت داری و ... را برشمرد. (سیدحسین اسلامی، ۱۳۸۹: ۵۴)

اصل ممنوعیت بی‌اعتنایی

یکی از معضلاتی که دامنگیر ادارات و دستگاه‌های اجرایی است و ارتباط بسیار وثیقی با موضوع نقض حقوق شهروندان دارد، بلا تکلیفی و سرگردانی مراجعین در ادارات و نهادهای دولتی است. موضوعی که از یک سو معیارهای کارآمدی و کارایی را در دستگاه‌ها زیر سؤال می‌برد و از سوی دیگر با نقض مستقیم حقوق شهروندان ارتباط می‌یابد، از این رو در نظام‌های

اداری مدرن اصلی با عنوان «تکلیف به راهنمایی» و «تکلیف به ارائه اطلاعات و مشورت» گنجانده شده است. ماده ۷ قانون آیین‌های اداری دانمارک مقامات و سازمان‌های اداری را مکلف به راهنمایی و کمک کردن می‌کند. ماده ۲۲۵ قانون آیین اداری آلمان نیز مقام اداری را مکلف می‌کند که طرف‌های ذینفع را در رابطه اظهارات، اطلاعات و درخواست‌ها یا هرگونه اصلاح نسبت به آنها راهنمایی کند، راهنمایی اداره باید صحیح و بدون ابهام باشد. (مشهدی، ۱۳۸۹: ۳۱۸) «دستگاه‌های اجرایی مکلف‌اند مردم را با حقوق و تکالیف خود در تعامل با دستگاه‌های اجرایی آشنا نموده و از طریق وسایل ارتباط جمعی به ویژه صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران سطح آگاهی عمومی در این زمینه را ارتقاء داده و اطلاعات لازم را به نحو مطلوب و مناسب در اختیار مردم قرار دهند». به موجب اصل تکلیف به راهنمایی، مشورت و اطلاع رسانی «سازمان‌های عمومی مکلف‌اند به ساده‌ترین زبان ممکن و به صورتی قابل فهم و بدون هرگونه پیچیدگی، روش‌های انجام کار را منتشر و در اختیار شهروندان قرار دهند و به موقع آنها را راهنمایی نموده و مشورت‌های لازم را به آنان بدهند، اطلاع‌رسانی اینترنتی از روش‌های مهم و مؤثر در این زمینه است، همچنین چاپ بولتن‌ها و کتابچه‌های راهنما از تکالیف مقامات عمومی است. این اسناد اداره را مکلف می‌کنند. (هداوند، ۱۳۸۹: ۷۱)

سرانجام اینکه «ارباب رجوع می‌توانند در برابر برخورد نامناسب کارمندان با آنها و کوتاهی در انجام وظایف به دستگاه اجرایی ذی‌ربط و یا به مراجع قانونی شکایت نمایند.» به نظر می‌رسد که منظور از مراجع قانونی در این باره هیئت‌های رسیدگی به تخلفات اداری و مراجع نظارتی مانند سازمان بازرسی کل کشور باشد، به علاوه مراجعان دستگاه‌های اجرایی صرفاً می‌توانند از باب برخورد نامناسب کارمندان با آنها و کوتاهی در انجام وظایف به مراجع قانونی شکایت کنند. (مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی ۱۳۸۴: ۱۵۲)

اصول اخلاقی در انگلستان

غیرقانونی بودن و مساله تجاوز از صلاحیت

یک ارگان دولتی در موارد زیر از صلاحیت خود تجاوز کرده است: تصمیمی بگیرد یا عملی انجام دهد که خارج از حدود تعریف شده صلاحیت وی است و یا وظیفه خود را به انجام نرساند: این در واقع اولین و ابتدایی‌ترین معیار نظارت قضایی است که تحت عنوان عمل خارج از صلاحیت شناخته می‌شود. مشهورترین قضیه در این خصوص عبارت است از (Attorney General v. Mullen, 1921) در این قضیه موسسه فولهام موظف شده بود که محل‌هایی را درست کند که مردم بتوانند لباس‌های خود را شخصاً در آن بشویند. با این حال این موسسه مکان‌هایی ساخته بود که در آن مامور شهرداری در ازای اخذ وجه اندکی لباس‌ها را می‌شستند. در این دعوا دادگاه رای داد که موسسه از حدود صلاحیت خود تجاوز کرده است.

عقلانی بودن عمل

عقلانی بودن عمل شکل متعالی مساله منطقی بودن عمل است. هر چند گاه منطقی بودن را با مساله اشتباه در قانون یکی می‌دانند ولی همچنانکه لرد گرین در رای (Associated picture houses v wednesbury corporation-1948) اظهار داشته است غیر منطقی بودن عمل یا تصمیم بدین معنا می‌باشد که در شرایط عادی هیچ شخص معقولی آن را اتخاذ نمی‌کند.

عدم رعایت تشریفات قانونی

انجام هر عمل اداری یا سیر کردن برخی از مراحل باید صورت بگیرد. عدم رعایت آن مراحل ممکن است وضعیت تصمیم گرفته شده را از لحاظ حقوقی متزلزل کند. در این خصوص در حقوق اداری انگلستان باید به دو طیف از روندهای اداری اشاره کرد که در اتخاذ هر تصمیمی باید موردتوجه قرار گیرند. برخی از روندهای اداری در خود قانون مورد اشاره قرار می‌گیرند (روندهای قانونی) در حالیکه برخی دیگر نیز فقط در اصول حقوقی کامن لو جریبان دارند و علیرغم وجود متن قانونی باید مورد توجه مقامات اداری قرار بگیرند (روندهای منطبق بر عدالت طبیعی)

روندهای قانونی

در اغلب موارد روند اتخاذ تصمیم در قانون مصوب پارلمان مورد اشاره قرار می‌گیرد و رعایت آن مورد انتظار است. البته در این مورد باید بین دو حالت قائل به تفکیک بود. گاه ممکن است رعایت روندی خاص انچنان مورد توجه و توصیه مقنن باشد که به هیچ وجه نتوان آن را نادیده گرفت. در اینگونه موارد توصیه مقنن جنبه هشدار و تکلیف به خود می‌گیرد. به این روندها، روند تکلیفی گفته می‌شود و عدم رعایت آن‌ها موجب تهدید و اضرار حقوق کسانی خواهد شد که از این تصمیم تاثیر می‌پذیرند و نهایتاً موجب بطلان عمل اداری خواهد شد.

اصول عدالت طبیعی

برخی از مواردی تشریفاتی هستند که در خود قانون به آن‌ها اشاره ای نمی‌شود ولی در اصول کامن لو وجود دارند و باید از سوی مقامات اداری مورد توجه قرار بگیرند. این اصول کامن لویی نیز البته تنها زمانی در یک دعوای اداری مورد استناد قرار می‌گیرند که عدم رعایت آن‌ها باعث ورود ضرر و خسارت به فرد شده باشد. مهم‌ترین اصول کلی را می‌توان در دو اصل زیر خلاصه کرد: رعایت حق بر اطلاع و اعتراض و رسیدگی به اعتراض اشخاصی که از یک تصمیم اداری متاثر هستند ممنوعیت اتخاذ تصمیم در مواردی که خود تصمیم گیرنده ذینفع است.

نتیجه گیری

حق دفاع در جریان اخذ تصمیمات اداری و اجرای آن در حقوق اداری مدرن از اهمیت بسزایی برخوردار است. در عصر جدید، همراه تصویب قوانین اساسی و شناسایی رابطه دو سویه شهروندان با اداره و عدالت رویه‌ای دچار مفهوم مدرن و جدیدی می‌شود، به نحوی که فرض را بر این قرار می‌دهد که مقامات عمومی که به موجب قوانین از صلاحیتی برخوردار می‌شوند باید در تصمیمات خود منصفانه عمل کرده و به مجموعه‌ای از قواعد ملتزم باشند. محدودیت در حیطه‌ی وظایف برای مقام اداری و حمایت از حقوق شهروندان پیامد عدالت رویه‌ای این است که مقامات عمومی به هنگام تصمیم‌گیری مکلف به رعایت آیین‌ها و قواعد شکلی مشخص هستند.

نظارت قضایی بر اعمال و تصمیمات اداری که به معنای کنترل این اعمال و تصمیمات توسط دستگاهی مستقل از قدرت اداری و اجرایی می‌باشد، از مهم‌ترین ضمانت اجرای تحقق اصل حاکمیت قانون بوده و تضمینی مهم در برابر تجاوز مقامات عمومی از حدود صلاحیت‌ها و اختیارات خود به شمار می‌رود.

نظارت قضایی در حقوق اداری انگلستان با توجه به حاکمیت رویه قضایی و هنجارهای نامدون بر نظام حقوقی انگلستان، عنصر صلاحیت اختیاری مقامات اداری، محور اصلی اعمال آن دسته از معیارهای اعمال نظارت قضایی و از همین رو عنصر سوء استفاده از اختیارات سهم مهمی را در میان علل ابطال و نقض اعمال و تصمیمات اداری به خود اختصاص داده‌اند. در مقابل در نظام حقوقی کشورمان با توجه به ساختار نسبتاً متمرکز نظارت قضایی، عنصر صلاحیت تکلیفی به تبع معیار اصلی در میان معیارهای نظارت قضایی قرار می‌گیرد. اصل غیرعقلایی بودن یکی از دلایل ماهوی نظارت قضایی در نظام کامن‌لا است که به علت منعطف بودن و برخوردار بودن از گسترده وسیع، پاسخگویی الزامات حاکمیت قانون در جهت جلوگیری از اجرای صلاحیت‌های اختیاری به صورت خودسرانه، غیرمنطقی و غیرعقلایی است.

طبق رویه قضایی انگلستان تصمیماتی که فاقد ارتباط منطقی با دلایل و مدارک ادعا شده هستند، تصمیماتی که دچار ابهام شدید هستند که دایره شمول و تکلیف مشمولان آن مشخص نیست، تصمیماتی که براساس ارزش‌گذاری نامناسب مقام عمومی از ملاحظات مرتبط یا درک اشتباه از یک واقعیت اتخاذ شده‌اند، اقدامات مقامات عمومی که منجر به نقض شدید حق‌های افراد می‌شود با استناد به این اصل قابل بررسی و نقض می‌باشند. در ایران از میان اصول مدرن نظارت قضایی، تنها اصل قانونی بودن شناسایی شده است. قضات دیوان صلاحیت‌های مقامات عمومی را تنها با محک این اصل مورد بررسی قرار می‌دهند. قضات دیوان عدالت اداری این امکان را می‌یابند که در جلوگیری از اقدامات سلیقه‌ای دولت و نقض حقوق شهروندان نقش قوی‌تری ایفا نماید.

فهرست منابع

۱. اخوان کاظمی، بهرام. (۱۳۹۲). نظارت در نظام اسلامی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، چاپ اول.
۲. انصاری، ولی‌الله، (۱۳۹۲)، کلیات حقوق اداری، تهران، نشر میزان
۳. آقای طوق، مسلم (۱۳۸۶)، مبانی و ماهیت نظارت قضایی بر اعمال دولت، مطالعه تطبیقی کشورهای فرانسه، انگلستان، آمریکا، پژوهشنامه حقوقی و بررسی‌های فقهی مرکز تحقیقات استراتژیک، سال اول، شماره ۱، ص ۱۲۵-۱۹۲
۴. رضایی‌زاده، محمود، (۱۳۹۰)، حقوق اداری ۱، چاپ دوم، تهران، انتشارات میزان
۵. زارعی، محمدحسین، (۱۳۹۰)، «تحولات مربوط به قلمرو بازنگری قضایی در پرتو رویه‌های قضایی انگلستان، مجله تحقیقات حقوقی، شماره ۵۵.
۶. عباسی، بیژن، (۱۳۸۹)، حقوق اداری، چاپ اول، تهران، دادگستر.
۷. عمیدزنجانی، عباسعلی و موسی‌زاده، ابراهیم (۱۳۹۶). نظارت بر اعمال حکومت و عدالت اداری، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۸. فلاح‌زاده، علی‌محمد، (۱۳۹۲)، تحولات حق استماع در حقوق اداری انگلستان و ایران، فصلنامه پژوهشی حقوق عمومی، سال پانزدهم، شماره ۴، ص ۲۰۶-۱۶۹.
۹. گرجی، علی‌اکبر، (۱۳۸۹)، عدالت رویه‌ای و تحول‌گرایی در لایحه آیین دادرسی دیوان عدالت اداری، مجله پژوهشی حقوق سیاست.
۱۰. محمودی، جواد، (۱۳۸۴)، تأملی بر نظریه تفسیری شورای نگهبان درباره صلاحیت‌های دیوان عدالت اداری، مجله حقوق اساسی.
۱۱. مشهدی، علی، (۱۳۹۱)، صلاحیت تخییری، تهران، نشر شهروند
۱۲. موسی‌زاده، ابراهیم، (۱۳۸۷)، تأملی در مفهوم، ماهیت و جایگاه حقوقی سیاست‌های کلی نظام، فقه حقوق، سال پنجم، شماره ۱۷.
۱۳. ویژه، محمدرضا، (۱۳۸۸)، «تحلیلی بر صلاحیت‌های هیأت عمومی دیوان عدالت اداری، حقوق و مصلحت، سال دوم، شماره پنجم.
۱۴. هاشمی، محمد، (۱۳۸۹)، حقوق اساسی جمهوری اسلامی ایران، تهران نشر میزان.
۱۵. هداوند، مهدی، (۱۳۸۹)، حقوق اداری تطبیقی، جلد دوم، چاپ اول، تهران، نشر سمت.
16. Bates v Lord Hailsham of St Marylebone and Others. CHANCERY DIVISION. [1972] WLR.
17. Alder, John, « Constitutional and Administrative Law », Macmillan Professional Master, 1989.
18. Jargesen, Peter, "The Legal Requirement of Constitution", Baily Limited, 1997
19. Mollah M.A.H. (2018) Judicial Oversight of Bureaucracy. In: Farazmand A. (eds) Global Encyclopedia of Public Administration, Public Policy, and Governance. Springer, Cham

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۱۲۲ - ۱۰۵

تحلیل فقهی - اخلاقی "حق بر محیط زیست سالم" به عنوان یک حق انسانی

عسکر جلالیان^۱

چکیده

حق بر محیط زیست سالم، از حقوق بنیادین بشر و مسئله‌ای حیاتی در دنیای کنونی است که حساسیت و توجه به آن، از رشد ارزشمندی برخوردار است. پیشرفت علم و فناوری، راه تسلط و بهره‌کشی روزافزون از طبیعت را هموار کرده است. تا آنجا که حفاظت از آن و پیشگیری از آلودگی آن، یکی از مسائل مهم اواخر قرن بیستم به شمار می‌آید. در این مقاله علمی - پژوهشی که از نوع توصیفی - تحلیلی می‌باشد با رویکرد فقهی - اخلاقی حق بر محیط زیست سالم به عنوان یک حق انسانی مورد کنکاش قرار گرفته است. پرسش اصلی مقاله این است که در فقه و مبانی اخلاقی چه تدابیری برای تحقق "حق بر محیط زیست سالم بعنوان یک حق بشری" اندیشه شده است؟ بر اساس یافته‌های پژوهش، از دیدگاه اسلام، حفظ طبیعت و عدم تخریب آن یک وظیفه الهی، قلمداد شده، عدم توجه به آن از نظر اخلاقی مذموم و آسیب به آن موجب خسارت است.

واژگان کلیدی

حق بر محیط زیست سالم، حق انسانی، فقه، اخلاق.

۱. دانشیار حقوق بین الملل، دانشگاه پیام نور تهران، تهران، ایران.

طرح مسأله

حقوق بشر، به مثابه عالی‌ترین هنجار حقوقی فهم می‌شود، که نسبت به حقوق موضوعه و نیز حقوق شخصی در مرتبه والاتری قرار دارد. (کاپور^۱، ۱۹۹۸، ص ۳۳۵) سکوی حرکت برای توصیف حقوق بشر، همانا حرمت انسان است، که نه قابل انتقال و واگذاری است و نه چشم پوشی. حقوق بشر حقوقی است جهان شمول، بنیادین، مقدم و مجرد و از همه مهمتر، اخلاقی است.

امروزه حق بر محیط زیست سالم، در کنار حق بر صلح و حق بر توسعه به عنوان نسل سوم حقوق بشر شناسایی شده است (سید فاطمی، ۱۳۸۸، ص ۵۵) و مرکب از آب، هوا و ذرات معلق می‌باشد. (میرزاده و همکاران، ۱۳۹۲) حق بر محیط زیست در حقوق بین الملل نیز به عنوان یکی از اقلام حقوق بشر، یعنی حق داشتن محیط زیستی سالم، همچون آزادی و برابری، از حقوق بنیادین انسان‌ها محسوب می‌شود. در فقه طرح این حق در روابط موجود میان محیط زیست و استقرار و تداوم حیات بشری به وضوح قابل درک است. محیط زیست، کل فضای زیستی کره زمین یعنی زیست کره (بیوسف) را فرا می‌گیرد (قاسمی، ناصر، ۱۳۸۴، ص ۲۵)، که شامل سه بخش محیط زیست طبیعی، محیط زیست اجتماعی و محیط زیست انسان ساخت می‌باشد. (گروه صلح کرسی حقوق بشر، ۱۳۸۹، ص ۳۸) این عناصر به هر اندازه‌ای مورد دخل و تصرف قرار گیرند اثرات آن در حیات بشر قابل لمس است.

محیط زیست بعنوان میراث مشترک بشریت حقی است که تصرف در آن به سادگی قابل توجیه نیست. حق بر محیط زیست سالم، جنبه فردی و جمعی دارد. در جنبه فردی، هیچ شهروندی حق آسیب زدن و تخریب محیط زیست را به هیچ نحوی ندارد. بعد جمعی این حق مربوط به وظایف دولت‌ها می‌باشد که در آن دولت‌ها موظف به همکاری با یکدیگر در حل مشکلات زیست محیطی جهان هستند. (عباسی، ۱۳۹۰، ص ۴۵۲) حق انسان‌ها نیز در داشتن محیط زیستی امن و سالم، به عنوان یک حق جمعی در کنار سایر حقوق شناخته شده برای بشر می‌باشد. (شیخ صدوق، ۱۳۸۵) هرچه زندگی ماشینی تر شده اهمیت و ضرورت توجه به این حق بیشتر خود را نشان داده است. از نظر تاریخی پردازش این حق و تدوین آن به رشد سریع انقلاب صنعتی و گسترش صنایع باز می‌گردد. (رمضانی و همکاران، ۱۳۹۵) از نظر اخلاق نیز هرگونه اقدام که منجر به برهم خوردن توازن و تعادل محیط زیست گردد و موجب اخلال در نظام زندگی و هلاکت انسان شود، قبیح و مذموم است. در مقابل، تلاش آدمی به منظور حفظ و

صیانت محیط زیست و احیای آن، نیکو است و مورد تحسین. (سلیمانی و همکاران، ۱۳۹۵) حفظ محیط زیست، پاسخ به یکی از نیازهای امروز جامعه برای نگهداری محیط زیست و رعایت حقوق عمومی است بی تردید تخریب محیط زیست معلول نابرابری‌های اجتماعی و استفاده‌های غلط و بی رویه از طبیعت و عناصر اصلی چهارگانه آن است.

با نگاه به متون فقهی می‌توان دریافت که توجه به تأمین سلامت محیط زیست و حرکت در جهت دستیابی به محیط زیست سالم، از حقوق اساسی بشر است؛ همان گونه که تخریب آن نیز در اثر عدم شناخت درست از حقوق بشر، است. شاید این حق به صراحت در قرآن اشاره نشده باشد، اما با دلالت تضمینی و دلالت التزامی از آیات قرآن و قواعد فقهی و شأنی که خداوند به انسان داده است، می‌توان دریافت که هرگونه ضرر رساندن به خود و به دیگر افراد و موجودات، ممنوع است. (شیخ صدوق، ۱۳۸۵) قرآن کریم می‌فرماید: فساد در خشکی و دریا در اثر عملکرد انسان‌ها ظاهر گشت.^۱ آیات متعددی از قرآن کریم انسان را از فساد در زمین برحذر داشته و به اصلاح در آن، امر می‌فرماید. (فتحی وارجگاه، ۱۳۸۲، ص ۲۱)

آلوده کردن محیط زیست بعضاً مستقیم یا غیر مستقیم؛ یک باره یا تدریجی منجر به مرگ انسان‌ها می‌شود که به موجب آیه شریفه من قَتَلَ نَفْسًا بِغَيْرِ نَفْسٍ او فساد فی الارضِ فَكَأَنَّمَا قَتَلَ النَّاسَ جَمِيعًا و مَنْ اَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا اَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا^۲ (مائده/۳۲)، در زمره بزرگترین گناهان یعنی قتل قرار می‌گیرد و بر قاعده فقهی "ما ادى الى الحرام فهو حرام"^۳، حرام منطبق می‌گردد. (قواعد الاحکام فی مصالح الانام، ص ۱۸۴-۱۸۲) اهمیت محیط زیست و لزوم حفاظت از آن در فقه و اخلاق به نحوی است که می‌توان گفت همه شاخه‌های علوم اسلامی خاصه اخلاق که ارتباط انسان با پروردگار و با خود و با خانواده و جامعه و جهان پیرامون را تنظیم می‌نماید، اهتمام شفاف و جدی به آن دارند. مروری بر تعالیم اسلامی مبین این حقیقت است. اصول اسلامی نحوه استفاده از منابع موجود، نحوه ارتباط انسان با طبیعت را به خوبی تبیین کرده است. به عبارت دیگر این اصول کلی به عنوان جهان بینی و راهنمای بشر در تدوین سیاست‌های کلی حاکم بر محیط و جامعه خویش هستند.

با توجه به اهمیتی که همه ادیان برای اخلاق و ارزش‌های اخلاقی قائل هستند، می‌توان به روشنی دریافت که نگاه خاصی در این ادیان به محیط زیست وجود دارد. دین اسلام نیز به

۱- ظهر الفساد فی البر و البحر بما کسبت ایدی الناس. روم آیه ۴۱.

۲- هرکس انسانی را بدون ارتکاب قتل یا فساد در زمین، بکشد چنان است که همه انسان‌ها را کشته باشد و هرکس انسانی را از مرگ رهایی بخشد، چنان است که همه مردم را زنده کرده باشد.

۳- فعل یا ترک فعلی که منجر به حرام گردد حرام است.

عنوان یک نظام هماهنگ، برای همه نیازهای انسان برنامه دارد و به طور طبیعی، بر اساس مبانی فلسفی، کلامی و اخلاقی هماهنگ، مرتبط با هم برای حفظ و ارتقای محیط زیست، از برنامه‌ای منسجم و هماهنگ برخوردار است و برخلاف برخی ادیان شرقی، نه اجازه می‌دهد بشر طبیعت را به علت عظمت آن، خدای خویش بداند و در مقابل آن به سجده بیافتد، و نه آن را موجودی فاقد روح بداند، بلکه مظاهر طبیعت را آیه^۱ و کلمه خداوند و موجوداتی دارای شعور نسبی، که تسبیح‌گوی خداوند هستند، معرفی کرده است و انسان‌ها را به پرستش خالق آنها می‌خواند. بنابراین با توجه به اهمیت موضوع، این پژوهش در نظر دارد به واکاوی حق بر محیط زیست سالم به عنوان یک حق انسانی؛ با نگاه به فقه و اخلاق بپردازد و به این پرسش‌ها پاسخ دهد: در فقه و مبانی اخلاقی چه تدابیری برای تحقق "حق بر محیط زیست سالم بعنوان یک حق بشری" اندیشه شده است؟ محیط زیست در اخلاق و فقه اسلامی از چه شانی برخوردار می‌باشد؟ اخلاق از چه مزیت بازدارنده‌ای برای حفاظت از محیط زیست برخوردار است؟ از زوایای مختلف برای پاسخ به پرسش‌های مذکور پژوهش‌هایی صورت گرفته اما این پژوهش با نگاه به اسناد بین الملل و اسناد داخلی و خاصه با نگاه به فقه اسلامی، از انسجام و عمق بیشتری برخوردار است و به روزتر می‌باشد.

سوابق و پیشینه پژوهش و ضرورت آن

تا کنون پژوهش مستقلی تحت عنوان "تحلیل فقهی - اخلاقی حق بر محیط زیست سالم به عنوان یک حق بشری" صورت نگرفته است. لکن پژوهش‌های ارزشمندی نزدیک به موضوع ما نحن فیه، توسط برخی از پژوهشگران صورت گرفته است که ذیلاً اشاره‌ای به آنها می‌رود: رضانی قوام آبادی، محمد حسین، سیمایی صراف، حسین (۱۳۹۳) در تحقیقی با عنوان، از مالکیت تا حاکمیت: مطالعه تطبیقی محیط زیست در حقوق و فقه اسلامی؛ بیان می‌کنند، خاستگاه مالکیت و حاکمیت را باید به ترتیب در حقوق خصوصی و حقوق عمومی جستجو کرد. اوصاف خاص محیط زیست و ارتباط آن با منافع جمعی بر خلاف مالکیت شخصی بر مال معین، اقتضا دارد که رابطه دولت با محیط زیست به عنوان «حاکمیت» توصیف گردد. سلیمانی، ایران و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان بررسی فقهی حق بر محیط زیست با تأکید بر منفعت جمعی و مسئولیت همگانی، بیان می‌کند، نظام حقوقی مسئولیت مدنی زیست محیطی بدون توجه به ویژگی‌های خاص این خسارات و همچنین اهمیت این حوزه از مبانی ضعیفی تبعیت می‌کند. فرض اساسی مقاله بر این مبنا استوار است که می‌توان با واکاوی آموزه های فقهی و حقوقی به نظریاتی چون «نظریه احترام اموال» دست یافت.

فهمی، عزیزالله، مشهدی، علی (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان، نسبت دین و حقوق محیط زیست، رویکرد اسلامی؛ بیان می‌کنند ادیان الهی در برگیرنده آموزه‌های بزرگی مبنی بر ضرورت حفظ محیط زیست و عناصر طبیعت هستند. حقوق محیط زیست به عنوان یک گرایش حقوقی نوپدید، به دنبال بهره‌گیری از ابزار حقوق برای پیشگیری و مبارزه با نابودی محیط زیست بشری است.

سلیمانی، ایران و همکاران (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان مبانی حق بر محیط زیست در فقه امامیه، بیان می‌کند حق بر محیط زیست بحث نوپدیدی در ادبیات حقوق بشری و اصطلاحی است برای تبیین حق همگان در بهره‌برداری از محیط زیست که در آن جامعه بشری و محیط زیست طرف تکلیف هستند. یافته‌های تحقیق این است که ظرفیت‌های موجود در فقه به گونه‌ای است که بتوان به اثبات حق بر محیط زیست به عنوان حق جمعی پرداخت که هم قابل اقامه و هم قابل مطالبه است؛ به استناد ادله فقهی پذیرش نگاه امانت‌گونه به محیط زیست آثار متعددی از جمله تحقق مسئولیت مشترک در همگان نسبت به محیط زیست می‌باشد.

خوئینی‌ها، غفور، یحیی‌پور، محمد مهدی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان بررسی آسیب‌ها و چالش‌های زیست محیطی از منظر آیات و روایات و حقوق موضوعه؛ بیان می‌کند، اسلام در کلیه شؤون و روابط انسانی اعم از روابط الهی و بشری و حتی در پیوندهای انسان با حیوانات و دیگر اشیاء دخالت کرده و برای همه مقرراتی وضع نموده است.

امامی قشلاق، محسن و همکاران (۱۳۹۷) در تحقیقی با عنوان، حق بر محیط زیست سالم در پرتو اصول فقهی و اخلاقی؛ بیان می‌کند محیط زیست، موضوعی است که در چند دهه گذشته به ویژه چند سال اخیر، به تدریج، آگاهی بشر نسبت به آن افزایش یافته است. در همین راستا انجمن‌ها، گروه‌ها و سازمان‌های طرفدار محیط زیست تشکیل شدند و با تلاشی مستمر با علل و عوامل مخرب زیست محیطی به خصوص در بعد جهانی به مبارزه برخاستند. آنها اهم فعالیت خود را بر افزایش آگاهی ملت‌ها در خصوص حفاظت از محیط زیست پیرامونشان و گاهی فراتر از آن، حفظ زیست محیط‌هایی که میراث مشترک بشریت نام دارند، قرار داده‌اند.

با عنایت به مطالب فوق الذکر بدیهی است آنچه صورت گرفته لازم است اما کافی نیست. محیط زیست یک قربانی خاموش زیاده خواهی بشر، است و این غریزه زیاده خواهی با اهرم اخلاق و معنویت قابل کنترل است. بهترین قاضی برای بیداری و تنبه و همچنین بهترین و کارآمدترین بازدارنده برای پیشگیری، توسل و تمسک به اخلاق و معنویت است. تا زمانی که انسان‌ها هر یک خود را یک محیط بان تصور نکنند و تازمانی که وجدان و اخلاق در خلوتگاه‌ها حاکم نگردد نیاز به پژوهش‌هایی از این سنخ وجود دارد و ضرورت انجام آنها غیر قابل انکار خواهد بود.

شان حفاظت از محیط زیست

هر چند در متون و اسناد بین الملل تعریف روشنی از حق بر محیط زیست سالم ارائه نشده است. (رحمت اللهی، ۱۳۹۳، ص ۹۹) اما نظر غالب بر پذیرش این حق است؛ لذا حق فردی و جمعی بشر بر داشتن محیط زیستی سالم که در آن بتواند قابلیت‌ها و استعدادهای خویش را به منصفه ظهور برساند، یکی از نتایج قهری و غیر قابل اغماض حقوقی است که به بشریت تعلق دارد و در واقع حقوق اساسی و بنیادین وی را تشکیل می‌دهند. (رمضانی قوام آبادی، ۱۳۹۵، ص ۲۴۳) بنابراین حق بر محیط زیست سالم، از حقوق بنیادین بشر و مسئله‌ای حیاتی در دنیای امروز است که حساسیت و توجه به آن، از رشد سریع انقلاب صنعتی و بهره‌برداری بی‌رویه از منابع در جهان، نشأت گرفته است. بدیهی است آن‌جا که اقتصاد و پول مطرح است نیاز به بازدارنده‌های جدی‌تری احساس می‌شود تا بتوان از محیط زیست، حفظ و حراست نمود. بی تردید معنویت که در قالب فقه مطرح می‌شود و اخلاق که از وجدان بیدار نشأت می‌گیرد، می‌توانند بازدارنده‌های موثری باشند.

حفاظت از محیط زیست به هرگونه عملیاتی که برای نگهداری محیط زیست یا جلوگیری از تخریب آن صورت می‌گیرد، گفته می‌شود. اهمیت حفظ آن در این جمله آشکار می‌شود که تاثیر محیط زیست سالم برای سلامت موجودات زنده اعم از انسان و غیر انسان یک امر روشنی است و نیازی به توضیح ندارد؛ زیست به معنای حیات داشتن است؛ یعنی تا فضایی برای زیستن وجود نداشته باشد، انسان نمی‌تواند زندگی کند علاوه بر تاثیر بر سلامت جسم و جان انسان، به لحاظ اقتصادی نیز محیط زیست سالم، تاثیرگذار می‌باشد. در محیط زیست، زندگی وقتی با بیماری‌ها و آلودگی‌ها همراه نباشد، هزینه‌های درمان برای بیماری‌ها کمتر است و این خود یک اثر اقتصادی است. (بابایی، ۱۳۹۴، ص ۳۴)

محیط زیست یعنی حیات، یعنی بقاء و تداوم بقاء؛ محیط زیست یعنی زمین و اقیانوس‌ها و هزاران متر در عمق و ارتفاع، محیط زیست یعنی لایه حیاتی یعنی بیوسفر؛ در تمام نگاه‌های کارشناسی به اهمیت آن اهتمام شده اما برای حفاظت از آن در مقابل تخریب‌ها نیاز به بازدارنده‌های موثر وجود دارد.

حق بر محیط زیست سالم از منظر حقوقی

حقوق بشر را نمی‌توان منحصر به دو گروه حقوق مدنی _ سیاسی و حقوق اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی نمود. حقوق بشر برای حمایت از فرد و حمایت از حق حیات در معنای وسیع خود مطرح شده و از هم تفکیک شدنی نمی‌باشند. می‌توان گفت تمام این حقوق در یک سطح قرار دارند و هیچ حقی را بر دیگری ارجحیتی نیست. (وکیل، امیر ساعد، ۱۳۸۳، ص ۸۵)

بطور کلی، بیشتر حقوق دانان حقوق را به دو دسته «حقوق وضعی»^۱ و «حقوق طبیعی»^۲ تقسیم می‌کنند. همان گونه که از نام «حقوق وضعی» یا «حقوق موضوعه» پیداست، حقوقی را که نیاز به وضع واضح دارند «حقوق موضوعه» می‌نامند. نیز گفته شده: «حقوق موضوعه مجموع نظامات و قواعدی هستند که بنا به نیازها و مقتضیات زمان و تحولات اجتماعی از طرف مقام صلاحیت‌دار وضع می‌شوند و در زمان معین حقوق و تکالیف مردم و روابطشان را نسبت به هم معین می‌کنند و دولت اجرای آن را به عهده می‌گیرد». (سبحانی‌نیا، ۱۳۸۵، ص ۴۹) با توجه به این تعاریف؛ بشری بودن، موقتی بودن، نسبی بودن، تحوّل پذیری، تابع مقتضیات زمان و مکان بودن و قابلیت فسخ و نسخ داشتن از جمله ویژگی‌های حقوق وضعی است. (سبحانی‌نیا، ۱۳۸۵، ص ۴۹)

حق بشر در داشتن محیط زیستی سالم و پاکیزه که در آن بتواند قابلیت‌ها و استعدادهای خویش را به منصفه ظهور برساند؛ یکی از نتایج قهری غیر قابل اغماض حقوق طبیعی و بنیادین بشر است. تبیین محیط زیست، ضرورت اهتمام به تأمین سلامت آن، تدوین اصول و مبانی زیست محیطی، راه‌های نیل به محیط زیست سالم، از آن جهت که از حقوق اساسی بشر است جزو وظایف بشری است. (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ص ۳۱)

نوع توجه به دو رشته حقوق بشر و محیط زیست در نظام حقوق بین الملل در مقدمه اعلامیه جهانی حقوق بشر که در ۱۰ دسامبر ۱۹۴۸ توسط مجمع عمومی سازمان ملل متحد به تصویب رسید قابل تامل است. بند آغازین مقدمه این اعلامیه مقرر می‌دارد: شناسایی ذاتی و حقوق برابر و غیر قابل انتقال کلیه اعضای خانواده بشری، مبنای اساسی آزادی و صلح در جهان می‌باشد. مفسرین و نویسندگان حقوق بین الملل نسبت به شناسایی حق بهره‌مندی از محیط زیست پاک و سالم اصرار داشته و آن را جزئی از حقوق بشر می‌دانند.

جهان در دهه ۱۹۶۰ شاهد بیداری عمومی عظیمی در خصوص موضوعات زیست محیطی بود. معاهده‌هایی همچون معاهده بین‌المللی تجارت ۱۹۶۳، کنوانسیون‌های زیست محیطی سازمان ملل، قانون منع تکثیر هسته‌ای در سال ۱۹۶۸ در این دهه، تقدیم به حوزه بین الملل گردید. دهه ۱۹۷۰ گروه‌های دوستدار زمین و صلح سبز شکل گرفتند. بعد از گذشت سه دهه از فعالیت این گروه‌ها و سایر سازمان‌های غیر دولتی در شمال آمریکا و اروپا، بویژه در توسعه قانون‌گذاری و استانداردسازی برای موضوعات اجتماعی و زیست محیطی، برای نخستین بار در میانه دهه ۱۹۷۰ نشست رسمی جهانی در زمینه حفاظت از محیط زیست در سال ۱۹۷۲ در استکهلم شکل گرفت. (لواسانی، ۱۳۷۵، ص ۳۲)

اعلامیه استکهلم ۱۹۷۲^۱ اولین سند بین المللی است که خیلی صریح رابطه بین حق فردی انسان و کیفیت محیط زیست را مورد شناسایی قرار می‌دهد. (مولایی یوسف، ۱۳۸۶، ص ۲۷۸) این کنفرانس، بزرگترین کنفرانس بین المللی در مورد محیط زیست بود که تا آن تاریخ تشکیل شده است. اصل اول این اعلامیه، محیط زیست و انسان است که این حق یعنی بهره‌مندی همگان از محیط زیست مناسب با زندگی پایدار شرافت‌مندانه را اعلام می‌دارد و این حق را مکمل دو نسل دیگر حقوق بشر یعنی آزادی و برابری قلمداد می‌کند.

بشر بر مبنای اعلامیه حق توسعه مجمع عمومی سازمان ملل^۲ (۱۹۸۶)، از حق بر توسعه نیز برخوردار گردیده است، که هدف آن بهبودی مستمر رفاه کل جامعه است لکن برای محدود سازی توسعه و هدفمند کردن آن، مفهوم «توسعه پایدار»^۳ برگرفته از اندیشه‌های حقوق بشر و حقوق محیط زیست ایجاد و مورد شناسایی و حمایت جهانی قرار گرفته است. در واقع، این مفهوم یکی از راهکارهای حقوقی اتخاذ شده پس از درک پدیده «احتضار کره زمین» است. (کلانتریان، ۱۳۸۲، ص ۵۹) در اصل ۶ این اعلامیه نیز آمده است: «...دفاع از محیط زیست و بهبود آن برای نسل‌های کنونی و آینده، هدفی دارای اولویت برای بشریت است...» اعلامیه ریو^۴ نیز از جمله اسناد بین المللی است که در آن حقوق بشر با محیط زیست مرتبط دانسته شده است. اصول ۱ و ۱۰ این اعلامیه، قواعدی مشابه منشور جهانی طبیعت^۵ ارائه نموده و به نحوه اجرای اصول مربوط به حق بر محیط زیست و حفاظت از آن اختصاص دارد. (عباسی بیژن، ۱۳۹۰، ص ۴۴۷) بیانیه ریو در اصل اول خود بیان می‌دارد: «انسان‌ها موضوع اصلی هر گونه توسعه پایدارند، برخورداری از سلامت و توانایی‌های جسمی و روحی، جزء حقوق انسان‌ها در انطباق با طبیعت است. از طرف دیگر حق بر محیط زیست سالم که اکنون به عنوان حقی از نسل سوم بشر تقریباً جای پای خود را در اسناد، آراء محاکم و قوانین اساسی کشورها محکم نموده است الزاماً برای حیات و استمرار نسل بشریت و رفاه و زندگی مناسب نسل حاضر شناسایی گردیده است. بهره برداری از منابع طبیعی باید به گونه‌ای باشد که محیط زیست را نیز پایدار نگه دارد پس پایداری می‌تواند صفت مشترک توسعه و حق بر محیط زیست سالم باشد. (رافنسپرگر^۶، ۲۰۰۸، ص ۴۵) از آنجا که قانون برای تنظیم روابط ذی ربطان و تابعان خود وضع گردیده است هم در عرصه ملی و هم در عرصه بین المللی باید بطور دقیق و شفاف این مهم را انجام دهد. آنچه در

1. Stockholm Declaration on the Human Environment, 1972.
2. Declaration on the Right to development, un Doc. A/RES/41/128, 4 December 1986.
3. Sustainable Development
4. Rio Declaration 1992
5. Universal Charter of Nature 1982
6. Rafensperger

حقوق موضوعه داخلی و بین المللی شاهد هستیم گوشه‌ای از این تلاش است. به نظر می‌رسد قوانین موضوعه در حوزه محیط زیست چه در عرصه ملی و چه در عرصه بین المللی بیشتر حالت توصیه‌ای^۱ دارد و از بازدارندگی لازم برخوردار نیست و این نیاز به تدبیر جدی دارد. به ضرس قاطع می‌توان ادعا کرد تمسک به دیدگاه‌های فقهی و اخلاقی گوشه بزرگی از این خلاء را می‌تواند پر کند.

حق بر محیط زیست سالم از منظر اخلاق

رفتارهای نابهنجار در خصوص محیط زیست عمدتاً به علت ناآشنایی با محیط زیست و نداشتن درک درست از اوضاع زیست محیطی حاکم بر جامعه، است. در برخی موارد افراد فرهنگ استفاده از منابع طبیعی، امکانات زیست محیطی و فرهنگ زیستن همراه با همزیستی با محیط را نیاموخته‌اند یا آن را درونی نکرده‌اند. (ادهمی و اکبرزاده، ۱۳۹۰، ص ۳۹)

در بسیاری از موارد این رفتارهای نابهنجار به دلیل ناآشنایی مردم با فرهنگ شهرنشینی است. مردم فرهنگ درست استفاده از منابع طبیعی و امکانات زیست محیطی و چگونگی زیستن با طبیعت را آموزش ندیده‌اند و یا به درستی آن را درونی نکرده‌اند. بی تردید بشر برای ادامه بقا به همزیستی با محیط زیست نیاز دارد. تخریب محیط زیست مساوی با تخریب چرخه زندگی و از بین رفتن امکان ادامه حیات، است. بر اساس نظریه "رد پای زیستی"^۲ هر گونه دخل و تصرف در طبیعت، آثار آن مانا خواهد بود لذا این دخل و تصرف هر قدر بیشتر با کارشناسی اصولی فاصله داشته باشد و هر قدر گسترده‌تر باشد بدیهی است آثار منفی آن مانا تر و عمیق‌تر خواهد بود. باید تلاش شود حد اقل تصرف در طبیعت صورت پذیرد. جوامع انسانی پس از سال‌ها جدال با محیط زیست به این نتیجه رسیده‌اند که برای بقا و دستیابی به زندگی بهتر راهی جز آشتی با محیط زیست و تلاش برای حفظ آن، پیش روی خود ندارد. مهمترین مسئله‌ای که درباره ارتباط بین انسان و محیط زیست وجود دارد این است که چگونه می‌توان ضمن بهره‌برداری از محیط، در عین حال از محیط زیست محافظت کرد. (کیانی سلمی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۳۳)

البرت شوایتزر در کتاب تمدن اخلاق بیان می‌کند همانطور که در میل به زیستن، اراده به حیات و زندگی بیشتر وجود دارد همین امر در میل به زیستن در پیرامون نیز به طور کلی حاکم است، فرقی نمی‌کند که او خود بتواند این خواست را بفهماند یا خیر. از نظر شوایتزر اخلاق عبارت از آن است که فرد ضرورت حیات برای کل موجودات را مانند تمایل خویش برای زیستن، احساس نماید. (کیانی سلمی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۳۴)

یکی از راههای اجتناب از آسیب رساندن به محیط زیست و جلوگیری از تخریب آن، تغییر

1 . Soft Law

2 . Ecological Footprint

رفتار انسان‌ها به سمت اخلاق و خوی طبیعت‌گرایانه است. لازمه تحقق چنین هدفی تقویت روحیه دوستی با طبیعت و به تبع آن ایجاد مسئولیت‌های اخلاق زیست محیطی، در تمامی اقشار یک جامعه است. آحاد جامعه باید چنین فکر کنند که "شهر ما محیط زیست ماست"^۱، "کشور ما محیط زیست ماست"^۲، و در نهایت باید چنین فکر کنند که "کره خاکی ما محیط زیست ماست"^۳ چنین اندیشه‌ای هر شهروند را تبدیل به یک محیط بان^۴ می‌نماید و دوستدار واقعی محیط زیست. به تعبیر اژدري اخلاق زیست محیطی رفتار ایده‌آل بشر نسبت به محیط زندگی اعم از محیط طبیعی، محیط اجتماعی و فرهنگی است. (اژدري، ۱۳۸۲، ص ۲۷-۲۸)

امروزه از یک سو فاجعه زیست محیطی مانند تخریب جنگل‌ها، فرسایش خاک، پیشروی - کویر، محدود شدن زمین‌های کشاورزی. (سروستانی، ۲۰۰۷، ص ۶۳) علاوه بر آنکه آرامش و امنیت را از زندگی انسان می‌رباید، موجودیت بشر را نیز تهدید می‌کند؛ به همین دلیل در محافل علمی و سیاسی بحث زیست محیطی از جدی‌ترین موضوعات به شمار می‌آید. (ولایی، ۱۳۸۴، ص ۱۲؛ استون^۵، ۲۰۰۶، ص ۱۱۱۰) رفتار مسئولانه زیست محیطی، یکی از عناصر کلیدی در فرآیند توسعه پایدار محیط زیست در جوامع مدرن و در حال توسعه است. دولت‌ها و مردم باید به تلاش‌هایی برای حفاظت از محیط زیست در مقیاس‌های مختلف جهت کاهش تهدیدات و خطرات محیط زیستی مبذول دارند، زیرا استفاده مطلوب از محیط زیست می‌تواند ضامن ماندگاری باشد و عدم توجه به آن می‌تواند متضمن مسائلی باشد که مجموعه برنامه‌های توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی کشور را با مخاطره روبه‌رو سازد. (هاوی^۶، ۱۹۹۵، ص ۱۵) تبلور فرهنگ زیست محیطی در جامعه این است که همه مردم جامعه در جمیع جهات محیط - زیست را یک پدیده حیاتی و با ارزش بدانند و همانطور که اشاره رفت خود را یک محیط بان واقعی بدانند و هیچ گاه به عوامل تشکیل‌دهنده آن آسیب نرسانند.

حق بر محیط زیست در فقه

مهمترین عنصر خلافت الهی بعد از فراگیری معارف دینی، آباد ساختن زمین و نجات آن از هر گونه تباهی و تیرگی است. (آملی، ۱۳۸۷، ص ۳۱) ائمه (ع) اهتمام ویژه‌ای نسبت به حفظ محیط زیست داشتند. از علی (ع) نقل شده است که آن حضرت در مورد کسی که بیهوده حیوانی را بکشد، درختی را قطع کند، گیاهی را از بین ببرد، خانه‌ای را خراب نماید، چاه و جویباری را کور

-
- 1 . Our city is our environment
 - 2 . Our country is our environment
 - 3 . Our planet is our environment
 - 4 . Forester
 - 5 . Stone
 - 6 . Havvey

کند حکم کردند که باید معادل قیمت آنچه را از بین برده یا فاسد کرده است، بپردازد و چند ضربه شلاق تعزیری نیز بخورد. اما اگر این اعمال را از روی اشتباه و به صورت غیر عمدی انجام داده باشد، تنها باید غرامت بپردازد. ابن عباس از پیامبر (ص) روایت می‌کند که فرمود: مردم در سه چیز با یکدیگر شریک هستند: آتش، آب و علفزار. (بروجردی، ۱۳۸۶، ص ۹۵۸)

امام باقر (ع) فرمود که هر قومی که زمینی را آباد کند آن زمین ملک آنهاست. همچنین امام صادق (ع) می‌فرماید: هر کسی زمین بایر و خرابی را با جاری کردن نه‌رها و اقدامات خود آباد کند آن فرد با صدقه دادن مالک آن می‌شود.

امام علی (ع) در فرمان خود به مالک اشتر فرمود: و لیکن نظرک فی عماره الارض ابلغ من نظرک فی استجلاب الخرج لان ذلک لا یدرک الا بالعماره^۱. (نهج البلاغه نامه ۵۳) از امام صادق (ع) نقل شده است که فرمود: هیچ کاری پیش خداوند محبوب‌تر از کشاورزی نیست. (نوری، ج ۱۳، ص ۲۶۱) همچنین در جای دیگر فرموده زراعت بزرگترین گوهر است. (کلینی، ۱۳۷۴، ص ۲۶۱)

تعالیم اسلامی بیانگر این حقیقت است که اسلام سیستمی از ارزش‌ها را معرفی می‌کند که رعایت آن، سیر تکاملی عالم وجود و از جمله انسان را تضمین می‌کند. این نظام در برگیرنده مباحث مربوط به محیط زیست از جمله نحوه استفاده از منابع، ارتباط انسان با طبیعت، و از همه مهم‌تر نحوه نگرش انسان به خویش و به عالم وجود و ارتباط بین آنها بوده و نه تنها برای انسان بلکه برای تمام موجودات دیگر از جمله حیوانات و گیاهان و حتی جمادات نیز حقی قائل است. مهمترین هدف خلقت عبودیت خداوند است. برای نیل به این هدف تبیین رابطه بین انسان و محیط زیست ضرورت دارد زیرا انسان لحظه به لحظه در حال تعامل با محیط زیست خود، است. مراحل اصلی این ارتباط از نظر اسلام عبارتند از: کمال بخشی، شناخت طبیعت، و اصلاح و عمران زمین؛ بدین معنا که هدف از تماس با طبیعت و بکارگیری عناصر و مواد آن در اعمال و فعالیت‌ها باید بر کمال بخشی آنها متمرکز باشد. این کمال بخشی بر شناخت اجزا و ارتباط آنها استوار است و در نحوه اجرا باید اصلاح و عمران زمین را مد نظر قرار داد. (امین‌زاده، ۱۳۸۱، ص ۱۰۲)

برخی را گمان بر آن است که طرح مباحث حمایت و حفاظت از محیط زیست از دست-آوردهای فرهنگ غرب است، بی تردید بی‌توجهی به منابع و ظرفیت‌های غنی فرهنگ اسلامی و بومی آنان را به این پندار واداشته است. علاوه بر ادله چهارگانه منبع فقه که در هر کدام به فراخور، به بحث محیط زیست پرداخته شده است، آثاری فراوانی نیز در این موضوع از دانشمندان

۱- اهتمام تو به آباد نمودن زمین بیش از همت تو به جمع‌آوری درآمد برای دولت باشد زیرا درآمد زمانی به دست می‌آید که زمین‌ها آباد باشند.

اسلامی به جا مانده که مربوط به قرن‌های آغازین پیدایش مکتب تعالی بخش اسلام است. مانند کتاب "الابل" اثر ابوزید بن عبدالله بن حر بن همام کلابی (متوفای ۲۰۱) و کتاب "الشمس و القمر" و کتاب "خلق الفرس" اثر نصر بن شمیل بن خوشه تمیمی مازنی (متوفای ۲۰۴). برای امتثال فرمان الهی در جهت آبادانی زمین، بشر موظف است توان خویش را به کار بسته تا دستور الهی تحقق یابد.

انسان‌ها در طول سالیان متمادی از طبیعت به عنوان ابزار و بستر توسعه استفاده کرده‌اند اما توسعه بی‌مهار و بدون آینده‌نگری در سال‌های اخیر آثار مخربی بر طبیعت وارد کرده است. انتخاب روش‌های غیر اصولی از سوی کشورهای عقب مانده صنعتی برای توسعه بخاطر پایین بودن کیفیت تکنولوژی بر میزان آلودگی افزوده شده است. روش‌های مذکور، تهدیدی در جهت تغییر کره زمین است. (آملی، ۱۳۸۷، ص ۳۳) توسعه پایدار، اساس حقوق بین الملل محیط زیست بوده است. (گروه صلح حقوق بشر، ۱۳۹۱، ص ۱۵۰) توسعه پایدار سنگ بنای اجلاس زمین^۱ را تشکیل داد و در اعلامیه محیط زیست و توسعه ریو نیز تحکیم گردید. در مفهوم دقیق، توسعه باید به گونه‌ای باشد که نیازهای نسل حاضر را برآورده سازد بدون آنکه توانایی نسل‌های آینده در برآورده‌سازی نیازهایشان را به خطر اندازد. در این راستا توسعه‌ای مد نظر است که تضمین دهد، استفاده از منابع و محیط زیست در زمان کنونی هیچ آسیبی به دورنمای استفاده نسل آینده، وارد نمی‌سازد.

در تفاوت و مقایسه توسعه پایدار با حفاظت محیط زیست، می‌توان به گستردگی مفهوم توسعه پایدار اشاره کرد. بر این اساس، این توسعه با تحت پوشش قراردادن همه نسل‌های بشری و سکونت آنها بر زمین و بهره‌مندی از محیط کیهانی، گستره‌ای فراتر از طبیعت را که مرکز ثقل حفاظت محیط زیست است، در بر می‌گیرد. به واقع، توسعه پایدار صرفاً ناظر بر رفتار بشر در طبیعت و سیاره زمین نبوده بلکه همه اجزا و ابعاد عملکرد انسانی و سرنوشت وی را در ابعاد محیطی، اجتماعی و اقتصادی در بردارد. (ساعد، ۱۳۸۸، ص ۱۵۲) لذا می‌توان گفت برای دستیابی به توسعه پایدار، فرآیند توسعه باید تضمین‌کننده نگاهداری از محیط زیست، باشد و اصل ۲۵ اعلامیه ریو نیز بدین صورت در پیوند محیط زیست و توسعه تاکید می‌کند، که صلح، توسعه و محیط زیست یک وابستگی دو سویه دارند و جدایی ناپذیرند. (رمضانی قوام آبادی، ۱۳۸۸، ص ۶۳) بر اساس آنچه از منابع فقهی احصاء گردید و تقدیم شد بدیهی است اخلاق ناظری است که در حفظ محیط زیست و توسعه بیداری نسبت به آن، بسیار کارآمد است و تا توجه به محیط زیست درونی نشود نمی‌توان به قوانین موضوعه، چندان دل خوش داشت.

نتیجه گیری

محیط زیست به دلیل ارتباط تنگاتنگ با حیات انسان به خوبی مورد توجه قواعد فقهی مبانی اخلاقی، قرار دارد. از آنجا که خالق هستی منبع وضع مقررات است هم حق و هم متعلقات آن را به انسان داده و برای استیفای حق، تکالیف متقابلی را بر دوش او گذاشته است. انسان الهی و اخلاق مدار که طبیعت را تجلی خداوند می‌داند و نظم طبیعت را ناشی از ناظمی فراخلقى می‌بیند، رفتاری احترام آمیز همراه با روحیه تحسین و تشکر نسبت به طبیعت و خالق آن، در پیش می‌گیرد؛ بدیهی است انسانی که طبیعت را دارای ماهیتی مادی می‌داند، دلیلی ندارد که برای استفاده از آن محدودیتی قائل شود. فقه و حقوق اخلاق محور، رویکرد امانت گونه نسبت به محیط زیست دارد و آن را بعنوان میراث مشترک بشریت قلمداد می‌نماید. در این نگاه وظیفه انسان حفظ محیط زیست سالم برای کلیه جامعه بشری اعم از نسل‌های کنونی و آینده می‌باشد. لذا هر گونه تخریب و آلوده کردن محیط زیست و منابع طبیعی که متعلق به کلیه جامعه بشری است، امری مذموم، غیر اخلاقی و ناپسند بوده و در واقع ظلم در حق دیگران است و از منهیات دین اسلام می‌باشد.

توسعه پایدار مفهومی است که اولویت را به رعایت الزامات زیست محیطی داده است. توسعه پایدار دارای اهدافی است که یکی از آن‌ها رعایت حق بر محیط زیست سالم است. به نظر می‌رسد در این مسیر هم فقه اسلامی و هم اخلاق، هدف واحدی را دنبال می‌کنند و آن حرکت هدفمند جهت تضمین و تثبیت حق بر توسعه و حفظ محیط زیست برای نسل‌های آینده است و رعایت حق بر محیط زیست سالم که منجر به بروز این مفهوم در حقوق بین الملل محیط زیست، شده است.

از آنجا که تبعات زیست محیطی رونده و مرزگریز است بحران‌های زیست محیطی کل نظام طبیعت را تهدید می‌کنند. تخریب محیط زیست از طریق تصرف بی رویه در طبیعت، افزایش مصرف انرژی در جهان، انقراض گونه‌های مختلف نباتی و جانوری و نابودی جنگل‌ها؛ در حالی صورت می‌پذیرد که کنوانسیون‌ها، معاهدات بین المللی، موافقت‌نامه‌های جهانی و اسناد الزام آور فراوانی در عرصه‌های ملی و بین المللی، هر روز امضاء می‌شوند اما متأسفانه تهددهای اشخاص حقوقی و حقیقی نسبت به محیط زیست کاهش پیدا نمی‌کند.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد از آنجا که محیط زیست به معنی حیات و تداوم حیات است و حلقه بلافصل بقاء انسان می‌باشد لذا حق بر خورداری از محیط زیست سالم جزء حقوق بنیادین بشر محسوب می‌گردد و بی تردید یک حق انسانی است. ضرورت دارد علاوه بر تعریف مجازات‌های بازدارنده از ظرفیت‌های بی بدیل فقه و اخلاق نیز باید استفاده کرد. باید فرهنگ زیستن با طبیعت در چارچوب تفکر "همزیستی مسالمت آمیز" آموزش داده شود. برای حفاظت از

محیط زیست سالم به عنوان یک حق بشری، با استفاده از ظرفیت فقه و اخلاق آموزخته‌ها درونی شوند و انسان‌ها "خود کنترل" بشوند و هر یک احساس کنند یک محیط بان هستند. در فقه اسلامی و اخلاق ظرفیت این مهم وجود دارد.

آموزه‌های فقه اسلامی در حق بر محیط زیست توان حق انگاری محیط زیست و تحقق یک مسئولیت جمعی در قالب مسئولیت حقوقی را دارد و نباید از این ظرفیت غافل بود. نظریه "محیط زیست بعنوان میراث مشترک بشریت" و این که "ید بشر در محیط زیست ید امانی است نه ید مالکانه" کمک بسیار مهمی است برای پیشگیری از تخریب محیط زیست و تحقق حق بر محیط زیست سالم.

فهرست منابع

- قرآن کریم
نهج البلاغه
۱. ابن بابویه (شیخ صدوق)، ۱۳۸۵، من لا یحضره الفقیه، مترجم محمد جواد غفاری، تهران، دارالکتب الاسلامیه .
 ۲. ادهمی، عبدالرضا و اکبرزاده، الهام، ۱۳۹۰، بررسی عوامل فرهنگی مؤثر بر حفظ محیط - زیست شهر تهران، مطالعه موردی: مناطق ۱۸ و ۵ تهران، مجله تخصصی جامعه شناسی، سال اول، شماره اول.
 ۳. اژدری، افسون، ۱۳۸۲، توسعه فرهنگی و محیط زیست، فصلنامه علمی سازمان حفاظت محیط زیست، شماره ۳۹ .
 ۴. امامی قشلاق، محسن و همکاران، ۱۳۹۷، حق بر محیط زیست سالم در پرتو اصول فقهی و اخلاقی، پژوهش‌های اخلاقی، سال هشتم، شماره ۳.
 ۵. امین زاده، بهناز، ۱۳۸۱، جهان بینی دینی و محیط زیست درآمدی بر نگرش اسلام به طبیعت، محیط شناسی، دوره ۲۸، شماره سی‌ام.
 ۶. بابایی، رامین، ۱۳۹۴، بررسی مبانی فقهی و حقوقی حق بر محیط زیست، پایان نامه کارشناسی ارشد دانشگاه ارومیه، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
 ۷. بروجردی، سید حسین، ۱۳۸۶، جامع احادیث الشیعہ، تهران، انتشارات فرهنگ سبز، جلد ۲۳۹.
 ۸. بن عبدالسلام، عزالدین، قواعد الأحکام فی مصالح الأنام، بیروت، دار المعارف، بیتا.
 ۹. جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۷، اسلام و محیط زیست، مجله اسراء، شماره دوم.
 ۱۰. ربانی، محمد، ۱۳۷۸، بهره‌گیری شایسته از محیط زیست با الهام از تعالیم اسلام، مجموعه مقالات همایش اسلام و محیط زیست، سازمان حفاظت محیط زیست، تهران.
 ۱۱. رحمت الهی، حسین، و شیرزاد، امید، ۱۳۹۳، حق بر محیط زیست سالم در رویه قضایی دیوان عدالت اداری، دو فصلنامه مطالعات حقوق بشر اسلامی، سال سوم، شماره ۶.
 ۱۲. رمضان‌قوام آبادی، محمد حسین، ۱۳۸۸، مشارکت و نقش زنان در حقوق بین الملل محیط زیست، مجله مطالعات اجتماعی روانشناختی زنان، سال نهم شماره ۲۱.
 ۱۳. رمضان‌قوام آبادی، محمد حسین؛ شفیق فرد، حسن، ۱۳۹۵، توسعه پایدار و حق بر محیط زیست سالم؛ چشم انداز نسل‌های آینده. فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست جهانی، دوره پنجم، شماره اول.

۱۴. رضانی قوام آبادی، محمد حسین، سیمایی صراف، حسین، ۱۳۹۳، از مالکیت تا حاکمیت: مطالعه تطبیقی محیط زیست در حقوق و فقه اسلامی، دانش حقوق مدنی، سال سوم، شماره ۱.
۱۵. سلیمانی، ایران؛ راعی، مسعود، واعظی، سید حسین، ۱۳۹۵، مبانی حق بر محیط زیست در فقه امامیه، فصلنامه اخلاق زیستی، سال ششم، شماره نوزدهم.
۱۶. سلیمانی، ایران و همکاران، ۱۳۹۴، بررسی فقهی حق بر محیط زیست با تأکید بر منفعت جمعی و مسئولیت همگانی، مجله علوم اجتماعی شوستر، سال نهم، شماره ۲.
۱۷. سید فاطمی، سید قاری، ۱۳۸۸، حقوق بشر در جهان معاصر، دفتر یکم، تهران، شهر دانش.
۱۸. شفیق فرد، حسن و همکاران، ۱۳۹۴، توسعه پایدار و حق بر محیط زیست سالم، چشم‌انداز - نسل‌های آینده، فصلنامه علمی - پژوهشی سیاست جهانی، دوره پنجم، شماره اول.
۱۹. عابدی سروستانی، احمد، ۱۳۸۶، ماهیت و دیدگاه‌های اخلاق زیست محیطی با تأکید بر دیدگاه اسلامی، مجله اخلاق در علم و فناوری، دوره ۲، شماره ۲.
۲۰. عباسی، بیژن، ۱۳۹۰، حقوق بشر و آزادی‌های بنیادین، تهران: نشر دادگستر، چاپ اول.
۲۱. فتحی وارجگاه، کوروش، فرمی‌پنی فراهانی، محسن، ۱۳۸۲، دانش زیست محیطی زنان برای توسعه پایدار، انتشارات شهید بهشتی، چاپ اول.
۲۲. فغفور مغربی، حمید، ۱۳۹۰، مبانی معرفت‌شناسانه اسلامی در محیط زیست، اخلاق زیستی، سال اول، شماره دو.
۲۳. فهمی، عزیزالله، مشهدی، علی، ۱۳۹۴، نسبت دین و حقوق محیط زیست؛ رویکرد اسلامی، مطالعات حقوق بشر اسلامی، شماره هشت.
۲۴. قاسمی، ناصر، ۱۳۸۴، حقوق کیفری محیط زیست، انتشارات جمال الحق، چاپ دوم.
۲۵. القرضاوی، یوسف، رعايه البيئه في شريعة الإسلام، قاهره، دار الشروق، ۲۰۰۶ م.
۲۶. کلانتری، عزیزالله، ۱۳۹۱، قواعد فقه، انتشارات میزان. جلد دوم.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب. اصول کافی، ۱۳۷۴، دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی، جلد ۵.
۲۸. کیانی سلمی، صدیقه و همکاران، ۱۳۹۶، شناسایی عوامل اجتماعی - فرهنگی مؤثر بر حفظ محیط زیست؛ مطالعه موردی: شهروندان کاشان؛ فصلنامه آموزش و محیط زیست و توسعه پایدار، سال ششم، شماره ۲.
۲۹. گروه صلح کرسی حقوق بشر، ۱۳۸۹، صلح و دموکراسی یونسکو، دانشگاه تهران، حقوق زیست محیطی بشر، نشر دادگستر، چاپ اول.
۳۰. گروه صلح، کرسی حقوق بشر، ۱۳۹۱، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، نشر دادگستر چاپ دوم.
۳۱. لوانسانی، احمد، ۱۳۷۵، کنفرانس بین‌المللی محیط زیست در ریو، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.

۳۲. مرادی نوده، سیرالله، ۱۳۸۷، بهره مندی از محیط زیست سالم - حق بنیادین بشر؛ با تکیه بر حقوق ایران و هند، دانشکده علوم انسانی شهرکرد، سال سوم، شماره دهم.
۳۳. مشهدی، علی و همکاران، ۱۳۹۱، تأملی بر مبانی فلسفی حق بر محیط زیست سالم، پژوهش‌نامه حقوق اسلامی سال سیزدهم، پاییز و زمستان، شماره دوم.
۳۴. مولایی، یوسف، ۱۳۸۶، نسل سوم حقوق بشر و حق بر محیط زیست سالم، فصلنامه حقوق دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، شماره دو.
۳۵. میرزاده، نادر، سپهری فر، سیما، ۱۳۹۲، تعامل حق بر محیط زیست سالم و حق بر بهداشت، فصلنامه مطالعات حقوق بشر اسلامی، سال دوم، شماره ۴.
۳۶. نصر، سید حسین. ۱۳۸۶، دین و نظام طبیعت، ترجمه دکتر فغفوری، تهران، نشر حکمت.
۳۷. نوری، حسین بن محمد تقی، مستدرک الوسائل، قم، موسسه آل البيت عليهم السلام، جلد ۱۳.
۳۸. وکیل، امیر ساعد، عسگری، پوریا، ۱۳۸۳، نسل سوم حقوق بشر حقوق همبستگی، تهران، انتشارات مجد، چاپ اول.
۳۹. ولایی، عیسی، ۱۳۸۴، الگوهای رفتار با طبیعت (محیط‌زیست) از دیدگاه قرآن و سنت، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.
۴۰. یحیی پور، محمد مهدی، ۱۳۹۵، بررسی آسیب‌ها و چالش‌های زیست محیطی از منظر آیات و روایات و حقوق موضوعه، فصلنامه جغرافیا، دوره هفتم، شماره ۱.
41. Havvey, T. (1995) 'An Education 21 Program: Orienting Environmental Education towards Sustainable Development and Capacity Building for Rio'- the Environmentalist, Volume 15, Issue 3, pp 202-210.
42. Kapoor, S.,K., International Law, 12th ed., India, centerl Law Agency, 1998.
43. Raffensperger, C.2008. models for protecting the Environment for future Generations, the international Human Rights clinic at Harvard law school
44. Stone, D. (2006) 'Sustainable Development: Convergence of Public Health and Natural Environment Agendas, Natiaaaa lly nn lllll ll ', Public Health, 120: 1110-1113.
45. Treaty Nations Conference on the Environment in stockholn, in 1972. Declaration on the Right to development Doc. A/RES/141/128,4 December 1986 Fawcett ; J. E.S. ; The Law of Ntions; London; the Penguin Press; .1968.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۱۵۲ - ۱۲۳

بررسی مقایسه‌ای تأثیر باورهای مذهبی بر سلامت اجتماعی نخبگان و غیرنخبگان (موارد مطالعاتی: اعضای هیئت علمی دانشگاه و شهروندان تهرانی)

سارا حاجی مظفری^۱

نیر پیر اهری^۲

شیده پرنیان^۳

چکیده

نوشتار حاضر به بررسی تحلیلی و مقایسه‌ای بین باورهای مذهبی و سطح سلامت اجتماعی در دو جامعه نخبگان و غیرنخبگان پرداخته است. چارچوب نظری پژوهش بر مبنای نظریه‌های کبیز، و دیدگاه نظریه پردازان کارکردگرا می باشد. در پژوهش حاضر از روش پیمایش استفاده شد و جامعه‌های آماری آن را اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز و شهروندان فاقد تحصیلات آکادمیک شهر تهران تشکیل دادند. حجم نمونه آماری جامعه نخبگان ۲۶۵ نفر و جامعه غیرنخبگان ۳۸۵ نفر برحسب فرمول کوکران برآورد گردید. تحلیل داده‌ها با نرم افزار SPSS انجام شد. یافته‌های پژوهش نشان داد که بین باورهای مذهبی و سلامت اجتماعی در جامعه نخبگان و غیرنخبگان رابطه مستقیم معنی دار وجود دارد. از میان ابعاد باورهای مذهبی، بعد عمل به وظایف با هیچیک از ابعاد سلامت اجتماعی بجز پیوستگی اجتماعی رابطه معنی دار ندارد. همچنین رابطه بعد اعتقادی و عاطفی مذهب با سلامت اجتماعی جامعه نخبگان بیشتر از جامعه غیرنخبگان است. از طرفی متغیرهای زمینه‌ای سن، درآمد، تحصیلات با سلامت اجتماعی رابطه معنی دار دارد. همچنین متغیرهای عواطف مذهبی، تحصیلات، عمل به وظایف مذهبی و سن به ترتیب ۲۱/۷ درصد از تغییرات سلامت اجتماعی را تبیین می کنند.

واژگان کلیدی

سلامت اجتماعی، باورهای مذهبی، نخبگان، غیرنخبگان.

۱. دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی، گرایش بررسی مسائل اجتماعی ایران، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران. (مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده می باشد)

Email: saramozafari20@yahoo.com

۲. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: n_pirahari@yahoo.com

۳. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد گرمسار، دانشگاه آزاد اسلامی، گرمسار، ایران.

Email: shidehparnian1138@yahoo.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۱۲ پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۱۲/۲۷

طرح مسأله

سلامت شرط ضروری برای ایفای نقش‌های اجتماعی است و انسان‌ها در صورتی می‌توانند فعالیت کامل و مؤثر داشته باشند که هم خود را سالم احساس کنند و هم جامعه آن‌ها را سالم بدانند. از سلامت تعاریف متعددی مطرح شده که عموماً در دو سطح فردی و اجتماعی قابل طرح هستند و پذیرفته شده‌ترین آن‌ها تعریف سازمان جهانی بهداشت است که سلامت را حالت رفاه و آسایش کامل جسمی، روانی و اجتماعی می‌داند. این تعریف مشخص می‌کند که بهره‌مندی اشخاص از سلامت فردی (جسمی و روانی) نمی‌تواند تعریف جامعی از سلامت وی باشد و توجه به بعد اجتماعی سلامت اهمیت ویژه‌ای دارد. آنچه که در پژوهش حاضر مدنظر است نیز بعد اجتماعی سلامت یا همان مفهوم سلامت اجتماعی است. آنچه مسلم است اینکه سلامت یک موضوع چند بعدی است و بنابراین ایجاد، حفظ و ارتقای آن در جامعه، امری پیچیده و دشوار بوده و پیاده‌سازی آن نیازمند وجود مشارکت و همکاری بین آحاد جامعه و بخش‌های مختلف آن است. عوامل اجتماعی مؤثر بر سلامت بیان می‌دارد که نمی‌توان انتظار داشت تنها یک نهاد، وزارت خانه یا اداره مسئول تأمین، حفظ و ارتقای سلامت اجتماعی در جامعه باشد، بلکه تمامی حوزه‌ها و نهادهای جامعه به نوعی در این زمینه نقش دارند. در واقع این موضوع که مراقبت‌های پزشکی می‌توانند باعث افزایش طول عمر یا بهبودی از یک بیماری جدی شوند؛ درست است اما آن چیزی که برای سلامت جمعیت مهم است، شرایط اقتصادی - اجتماعی و اخلاقی است که باعث می‌شود مردم بیمار شوند یا نیاز به مراقبت پزشکی داشته باشند. (میرزائی و همکاران، ۱۳۹۶) بی‌توجهی به عوامل اجتماعی سلامت حتی بسیار بیشتر از عوامل بیولوژیک می‌تواند سبب بروز بیماری شود و بدون توجه به این مسائل دست‌یابی به اهداف سلامت غیرممکن است. تأمین و حفظ سلامتی یکی از اهداف عالی انسان بوده که برای تحقق این هدف تمام کشورها بخش قابل توجهی از سرمایه‌های مادی و معنوی خود را به این امر اختصاص می‌دهند. (سراج زاده و همکاران، ۱۳۸۷) برای اینکه هر انسانی بتواند به طور مؤثر و سازنده، قادر به انجام کارها باشد، به خوبی با دیگران و محیط پیرامون ارتباط برقرار نماید و با دید منطقی به واقعیت‌های زندگی بنگرد باید از سلامت به ویژه از سلامت اجتماعی برخوردار باشد. سلامت اجتماعی توانایی انجام نقش‌های اجتماعی به طور مؤثر و کارآمد بدون آسیب رساندن به دیگران است. (افشانی و همکاران، ۱۳۹۶)

از سویی دیگر، اهمیت و ضرورت طرح موضوع مذهب بویژه باورهای مذهبی از جهات مختلف در عصر جدید احساس می‌شود. اهمیت باورها و نهادهای دینی بر انسان و زندگی فردی و اجتماعی او کاملاً مشهود است. نیاز انسان به دین قدمتی به عمر تاریخ دارد. زیرا بشر از همان

آغاز زندگی خود به حامی مقتدر و تکیه گاهی نیرومند احساس نیاز کرده است. (حاتمی، ۱۳۸۹) دینداری عبارت است از مجموعه شناخت‌ها، احساس‌ها و تمایلات نسبتاً پایدار و مثبت نسبت به دین که در وضعیت عادی، طبیعی، اجتماعی و روانی در فرد وجود داشته باشد و در کنش‌های وی نسبت به نیروی جذاب (خداوند) جهان، خود، جامعه و تاریخ به ظهور میرسد. بنابراین دینداری عبارت است از پذیرش تمام یا بخشی از عقاید، اخلاقیات و احکام دینی به نحوی که شخص دیندار خود را ملزم به تبعیت و رعایت از این مجموعه بداند. (حشمت یغمایی، ۱۳۸۰)

دینداری یکی از مؤلفه‌های مهمی است که در تبیین سلامتی مؤثر است؛ زیرا با ایجاد یک روح جمعی، شور و شوق مذهبی و گسترش احساسات همگانی از طریق مناسک و مراسم جمعی می‌تواند زمینه‌های لازم برای پیوند بین اعضا و انسجام اجتماعی را فراهم آورد. آیین‌های مذهبی مردم را گرد هم می‌آورند و بدین سان پیوندهای مشترک شان را دوباره تصدیق می‌کند و در نتیجه همبستگی اجتماعی را تحکیم می‌بخشد (بعد مناسکی). (سراج زاده و همکاران، ۱۳۹۲) همچنین باورها و اعتقادات دینی از طریق ایجاد هدف و معنی در زندگی، گسترش روابط اجتماعی و احساس تعلق موجبات آرامش را فراهم می‌آورد و از بروز احساس تنهایی و انزوا در فرد جلوگیری می‌کند (بعد اعتقادی). (دولتشاهی و همکاران، ۱۳۸۴) فرد معتقد، احساس می‌کند در زندگی سراسر مادی، یک نقطه‌ی اتکای معنوی دارد (همیلتون، ۱۳۹۱) و با این تفکر فرد خود را به معبودش وا می‌گذارد و خود را در ارتباط بسیار نزدیک با خدا دانسته و اعتماد و اطمینان او به یاری و کمک خداوند افزایش می‌یابد؛ لذا به کمک رحمت الهی در حل مشکلات خود امیدوارتر می‌شود و نگرش او در برخورد با استرس‌ها تغییر می‌کند. (دولتشاهی و همکاران، ۱۳۸۴) این تغییر نگرش به شکل مثبت باعث احساس امید، احساس نزدیک بودن به دیگران، فرصت خودشکوفایی، احساس راحتی، نزدیکی به خدا و کمک به حل مشکلات می‌گردد (بعد عاطفی). دستورالعمل‌های دینی نیز افراد را به ارتباط با افراد دیگر و یاری رساندن به یکدیگر فرا می‌خواند و این امر ادراک افراد دیندار را از حمایت اجتماعی افزایش می‌دهد (بعد وظایف). (قمری، ۱۳۹۰) حمایتی که امکان حفظ و تداوم سلامت اجتماعی را فراهم می‌آورد. در مجموع جامعه دیندار، دارای انسجام، وحدت، یکپارچگی و همبستگی بالایی است و شهروندان، اخلاق محور بوده و سلامت در روابط خانوادگی و اجتماعی وجود داشته و نیز از روحیه تعاون و همکاری بالایی برخوردارند و در برابر سرنوشت یکدیگر احساس مسئولیت می‌کنند. بنابراین یکی از کارکردهای دین بطور غیرمستقیم ایجاد جامعه‌ای توأم با سلامت اجتماعی بوده است و نبود دین موجبات گسترش رفتارهای انحرافی چون بزهکاری و خودکشی، احساس تنهایی، بدبینی، عدم اعتماد به دیگران و رضایت کمتر از زندگی را فراهم می‌سازد که این مهم باعث تخریب سلامت اجتماعی افراد در جامعه می‌گردد. (افشانی و همکاران، ۱۳۹۶) از نگاه جامعه‌شناسی دین

امری گروهی و اجتماعی است و مذهبی بودن فرد منشأ اجتماعی دارد و وظیفه جامعه شناس دین تبیین و توضیح وجود باورداشته‌ها و عملکردهای مذهبی در جوامع بشری چه جوامع ابتدایی و چه جوامع پیشرفته است. جامعه شناسی دین بطور کلی بر نقش دین در اجتماع و همچنین تأثیر آن برحالت شخص با ایمان تمرکز دارد. در جوامع سنتی دین معمولاً نقش اساسی در زندگی اجتماعی دارد. نمادها و شعائر دینی غالباً با فرهنگ مادی و هنری جامعه طوری ترکیب یافته که نمی‌توان آن‌ها را به سادگی از هم جدا کرد ولی در جوامع مدرن و امروزی این وضعیت تاحدی تغییر یافته است. (شعیری، ۱۳۸۶: ۳۸) براون از مردم شناسان کارکردگرا در رابطه با دین می‌گوید ما با سرچشمه‌های دین کاری نداریم بلکه تنها به کارکردهای اجتماعی آن نظر داریم یعنی می‌خواهیم بدانیم که دین در شکل‌گیری و نگه‌داشت نظم اجتماعی چه نقشی بازی می‌کند. (شجاعی زند، ۱۳۸۶: ۵۲) از آنجا که کشور ما ایران بر پایه حکومت اسلامی اداره می‌شود علاوه بر قوانین مدون ملی، در دین مقدس اسلام نیز برای نیل به هدف سلامت، دستورات صریحی بیان شده است. مناسک دینی به افراد انضباط شخصی و زهدگرایی که از ضروریات زندگی اجتماعی انسان است می‌آموزند و به این ترتیب آنان را برای زندگی اجتماعی آماده می‌کنند. مراسم دینی مردم را گرد هم جمع می‌کند و از این رو پیوندهای مشترک آن‌ها را تثبیت و انسجام اجتماعی را تقویت می‌نماید. اعضای جامعه از طریق مراسم دینی، از میراث اجتماعی خود عمیقاً آگاه می‌شوند و اصلی‌ترین عناصر وجدان جمعی زنده می‌مانند. سرانجام اینکه دین در پیروانش احساس خوش سعادتی و خوشبختی اجتماعی و اخلاق کاربردی در زندگی اجتماعی را بوجود می‌آورد. (سراج زاده و همکاران، ۱۳۸۷)

یکی از گروه‌های نیرومند اجتماعی در جوامع معاصر نخبگان (روشنفکران) هستند که سرآمد تحولات و تغییرات بسیاری بوده‌اند. در طول سالیان گذشته نفوذ آن‌ها افزایش روزافزون داشته است. در واقع برآمدن روشنفکران عامل اصلی در شکل دادن به باورها، جهان بینی و بطور کلی پاره‌ای از عملکردهای فردی - اجتماعی بوده است. نخبگان از همان آغاز داعیه راهنمایی و هدایت جامعه را داشته‌اند و در رسالت خویش حفظ و حراست از نوآوری‌ها و هنجارهای فکری، رفتاری، اخلاقی، ایدئولوژیکی، فرهنگی و مذهبی را در دستور کار خود قرار داده‌اند. جامعه ما نیز در سده‌های گذشته از تأثیرگذاری و تحول‌آفرینی این گروه برکنار نبوده است و ردپای این قشر همیشه مشهود می‌باشد. اما امروزه با توجه به بروز برخی شرایط و زمینه‌های ذهنی - اقتصادی - فکری آنگونه که انتظار می‌رود نتوانستند رسالت خود را به نحو مطلوب و تأثیرگذار ایفا نمایند و به گونه‌ای نقش اجتماعی خویش را نسبت به گذشته محدودتر کرده‌اند که این امر به نوعی سلامت اجتماعی این گروه را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از اینرو درصدد هستیم که با دیدگاهی مقایسه‌ای به بررسی سلامت اجتماعی این قشر از جامعه با

قشری از مردم عامه جامعه که فرصت یا امکان تحصیلات آکادمیک را نداشته‌اند بپردازیم تا تفاوت سطح سلامت اجتماعی را بر مبنای متغیر باورهای مذهبی در هر دو قشر بسنجیم. متغیر باورهای مذهبی به عنوان یکی از ریشه‌دارترین عناصر اجتماعی در جامعه ایران انتخاب شده است تا علاوه بر رابطه بین این دو متغیر، به بررسی تفاوت رابطه باورهای مذهبی بر سلامت اجتماعی در هر دو گروه پرداخته‌ایم. با ظهور ویروس کرونا انتظار می‌رود سطح سلامت اجتماعی در کشور سیر نزولی داشته باشد. از طرفی با توجه به شواهد اخیر موجود، لزوم بکارگیری مذهب، باورداشت‌های دینی و اخلاق کاربردی ناشی از مذهب در سطح جهان افزایش پیدا کرده است که می‌تواند زمینه‌ساز افزایش سلامت اجتماعی در افراد جامعه شود. پژوهش‌های صورت گرفته مرتبط با محتوای نوشتار حاضر از جمله حیدر خانی و همکاران (۱۳۹۶)، راد و همکاران (۱۳۹۴)، میرزاحمدی و همکاران (۱۳۹۰)، لوچتی و همکاران (۲۰۲۰)، زیر و همکاران (۲۰۱۹) و پاول (۲۰۰۷) هر کدام از جنبه‌های مختلف سلامت اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند و ارتباط متغیرهای مختلفی را با سلامت اجتماعی بررسی کرده‌اند. اما در پژوهش‌های دینی داخلی نگاه مقایسه‌ای بکار نرفته است (صرفاً در تحقیقات خارجی مقایسه جمعیت‌ها صورت گرفته است) که این مهم جزء اهداف اصلی این نوشتار می‌باشد. از طرفی دیگر جامعه‌های آماری مورد بررسی، در هیچیک از پژوهش‌های داخلی تا بحال از جنبه مذهبی مورد بررسی قرار نگرفته‌اند و تنها در پژوهش حاضر صورت گرفته که می‌توان از نتایج آن در راستای تقویت ابعاد مختلف مذهبی در گروه‌های هدف استفاده کرد. سوال اصلی از این قرار است که آیا بین باورهای مذهبی و سلامت اجتماعی در جامعه نخبگان و غیرنخبگان رابطه وجود دارد؟ همچنین با نگاه به تفاوت رابطه در هر دو جامعه آماری مورد بررسی، می‌توان تبیین منحصربفردی را از کارکرد باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی ارائه داشت. از آنجا که در جامعه کنونی زندگی بدون در نظر گرفتن اجتماع و مناسبات اجتماعی قابل تصور نیست؛ لذا انسان عصر حاضر، بدون ارتباط با دیگران قادر به برآوردن نیازهایش نمی‌باشد. لذا به منظور سهولت در برقراری ارتباط اجتماعی معقول در جامعه نیاز به جامعه‌پذیری باورهای مذهبی و به عبارتی اخلاق اجتماعی در جامعه دارد که در نهایت منجر به ارتقای سلامت اجتماعی در جامعه خواهد گردید.

نظریه‌های پژوهش

نظریات دینداری

اینکه دین وجه امتیاز اصلی بشر است، شکی نیست. از دیدگاه جامعه‌شناختی، دین به عنوان یک نهاد اجتماعی، کارکردهای اساسی مانند انضباط، انسجام، حیات بخشی و خوشبختی آفرین دارد که فقدان آن بقای جامعه را مخدوش می‌سازد (گیویان، ۱۳۷۷) دینداری به عنوان

واقعیت اجتماعی در رویکرد جامعه‌شناسان مورد تأمل و مطالعه قرار گرفته که دارای آثار و پیامدهای اجتماعی نیز می‌باشد.

وبر؛ مهمترین نظریه وبر به تأثیر جنبش اصلاح طلبانه پروتستان‌ها و انقلاب صنعتی که چند قرن پیش از این اتفاق افتاده است. اما چنانچه جهان بینی عقلانی، بدینی گسترده‌ای را نسبت به وجود خدا و اعتقاد به متافیزیک بوجود می‌آورد، پس باید انتظار داشت آن جوامعی که اعتماد بیشتری به علم دارند، کمتر دین‌دار باشند. (اینگلهارت، ۱۳۸۲: ۲۵) ادعای اصلی در استدلال‌ات وبر این است که اشاعه شناخت علمی و سطوح افزایش یابنده تحصیلات موجب گرایش عمومی به جهان بینی عقلانی تر در همه جوامع صنعتی می‌شود. اگر این ادعا درست باشد، پس باید شاهد این باشیم که غیردینی شدن در میان تحصیل کرده‌ترین اقشار جامعه و کسانی که به علم اهمیت می‌دهند و به آن احترام می‌گذارند بیش از همه پیش رفته باشد. به عقیده وبر با افزایش تحصیلات و افزایش آگاهی شناختی از عقلانیت انسانی، از اهمیت اعتقادات دینی کاسته می‌شود. از طرف دیگر اگر همانطور که برخی از دانشمندان علوم اجتماعی استدلال کرده‌اند که در جوامع شهری جدید تحصیلات شاخص اصلی منزلت و موقعیت اجتماعی است، والدین تحصیل کرده دانشگاهی به منظور حفظ منزلت و موقعیت اجتماعی خانواده اصرار دارند که فرزندان‌شان بیشتر درس بخوانند تا مانند آن‌ها تحصیلات عالی بدست می‌آورند و تأکید کمتری به انجام مراسم، مناسک و سایر امور مذهبی فرزندان‌شان نشان می‌دهند. به زبان جامعه‌شناختی در این خانواده‌ها، فشار هنجاری درون خانوادگی (والدین) نسبت به انجام مناسک و فرایض مذهبی فرزندان کمتر از سایر خانواده‌هاست و این فشار هنجاری بیشتر معطوف به درس خواندن فرزندان است. (طالبان، ۱۳۷۸: ۳۱، ۳۳)

دورکیم؛ نظریه پردازی است که بیشترین تأثیر را بر جامعه‌شناسی دین داشته است. او با رهیافت کارکردگرایانه به بررسی تأثیر دین می‌پردازد. آنچه دورکیم را به بررسی دین وادار کرد علاقه اولیه او به تنظیم اجتماعی بود. توجه او به نیروهای نظارت درونی شده در وجدان فردی، جلب شد. او مجاب شده بود که جامعه باید در درون فرد حضور داشته باشد و چنین بود که به موضوع دین پرداخت و آن را نیرویی دانست که در درون فرد احساس الزام اخلاقی و هواداری از درخواست‌های جامعه را ایجاد می‌کند. (کوزر، ۱۳۷۷: ۱۹۷)

ما می‌توانیم حداقل به عنوان یک امکان، به این نظریه توجه داشته باشیم که دین مانند اخلاق و قانون، بخش مهم و حتی اساسی دستگاه اجتماعی و جزیی از آن نظام پیچیده‌ای است که انسان‌ها می‌توانند به وسیله آن در یک تنظیم سامان‌مند روابط اجتماعی با هم زندگی کنند. بر مبنای این دیدگاه ما کاری با سرچشمه‌های دین نداریم، بلکه تنها به کارکردهای اجتماعی آن نظر داریم، یعنی می‌خواهیم بدانیم که دین در شکل‌گیری و نگهداشت نظم اجتماعی چه نقشی

را بازی می‌کند. رادکلیف براون نیز مانند رابرتسون اسمیت بر این عقیده است که عملکرد مذهبی از باورداشت‌های مذهبی پیش‌تر اهمیت دارد. به نظر براون باورداشت‌ها، دلیل تراشی‌ها و توجیه‌های مناسک‌اند. از همین روی برای شناخت دین نخست باید به مناسک توجه داشته باشیم. پس کارکرد اجتماعی مناسک است که کلید شناخت دین را به دست ما می‌دهد. (۱۹۷، ۱۹۹)

عده‌ای از نظریه پردازان به دین از دیدگاه کارکردی توجه کرده‌اند: نظریه پرداز کارکردگرا، بینگر^۱ معتقد است، گرچه دین نیازهای اساساً روانی بشر را فراهم می‌سازد؛ اما یک پدیده اجتماعی است. چرا که به نظر او باورداشت‌های شخصی تا وقتی که تعلق اجتماعی نیافته‌اند نمی‌تواند موجب یک دین باشند. (شجاعی زند، ۱۳۸۰: ۴۵) بدین سان دین ریشه‌ای دوگانه دارد، زیرا هم نیازهای فردی و هم نیازهای گروهی را برآورده می‌سازد. دین نیازهای گروهی را بیشتر از طریق کارکردهایی که برای افراد جامعه دارد، برآورده می‌کند.

هاری آلپر، پژوهشگر دورکیمی، چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم، انضباط بخشی، انسجام بخشی، حیات بخشی و خوشبختی می‌داند. (کوزر، ۱۳۷۷: ۲۰) همچنین اینگلهارت یکی از کارکردهای مذهبی را کمک به ارضای این نیاز انسان می‌داند که از کجا آمده ایم و به کجا خواهیم رفت. (نیکخواه، ۱۳۸۰: ۷) پارسونز دین را به عنوان عامل سازوکار مهم نظارت اجتماعی، یگانگی و همبستگی و در عین حال عامل افتراق، تقسیم، مبارزه و جنگ‌هایی که برانگیخته شده است، می‌داند. (گی‌روشه، ۱۳۷۶: ۲۲۱)

نظریه سلامت اجتماعی

سلامت اجتماعی یا فقدان آن، دغدغه‌ای بارز در نظریه کلاسیک جامعه‌شناسی است. با وجود این اهمیت مفاهیمی چون "هرج و مرج" و "ازخودیگانگی" که مورد توجه مارکس و دورکیم قرار داشته، آن‌ها به بحث درباره ابعاد چندگانه سلامت اجتماعی مثبت هم پرداخته‌اند. (کیز، ۱۹۹۸) از جمله فواید بالقوه زندگی اجتماعی، یکپارچگی و انسجام اجتماعی است که به معنای احساس تعلق و وابستگی درونی و احساس وجدان مشترک و سرنوشت جمعی است. (کیز، ۱۹۹۸) بلوک^۲ و برسلو^۳ برای اولین بار در سال ۱۹۷۲ به مفهوم سلامت اجتماعی در قالب پژوهشی آن، در ایالت کالیفرنیا آمریکا پرداخته و آن را با درجه عملکرد اعضای جامعه مطابق دانسته‌اند. این مفهوم را چند سال بعد دونالد^۴ و همکارانش در سال ۱۹۷۸ مطرح کردند. استدلال آن‌ها این بود که سلامت امری فراتر از گزارش علائم بیماری، میزان بیماری‌ها و قابلیت‌های

1 . J. M. Yinger

2 . Beloc

3 . Berslo

4 . Doonald

کارکردی فرد است. آن‌ها معتقد بودند که رفاه و آسایش فردی امری متمایز از سلامت جسمی و روانی است. (محسنی، ۱۳۹۳: ۲۲) گلداسمیت^۱، راسل^۲ (۱۹۷۳) و لارسون^۳ (۱۹۹۳) در سال‌های بعد به مفهوم سلامت اجتماعی پرداخته‌اند. وجه مشترک تمام این تعاریف، تأکید بر اهمیت بعد اجتماعی سلامت و نیز چگونگی ارتباط فرد با دیگران و جامعه است. لارسون سلامت اجتماعی را ارزیابی رفتارهای معنادار مثبت و منفی فرد در ارتباط با دیگران تعریف می‌کند و آن را یکی از اساسی‌ترین شاخص‌های سلامت هر جامعه‌ای برمی‌شمارد که منجر به کارایی فرد در جامعه خواهد شد. (موسوی و شبانی، ۱۳۹۴: ۱۲۷)

کیبز^۴، مهمترین و اثرگذارترین نظریه پرداز حوزه سلامت اجتماعی به شمار می‌رود. وی از جامعه‌شناسان پیشتاز در زمینه مفهوم سازی و سنجش سلامت اجتماعی در سطح خرد است. او سلامت اجتماعی را عبارت از چگونگی ارزیابی فرد از عملکردش در برابر اجتماع می‌داند. از نظر کیبز فردی از سلامت اجتماعی برخوردار است که اجتماع را به صورت یک مجموعه معنادار، قابل فهم و بالقوه مفید برای رشد و شکوفایی بداند و احساس کند که به جامعه تعلق دارد، از طرف جامعه پذیرفته می‌شود و در پیشرفت آن سهیم است. کیبز سلامت اجتماعی را با ارائه مقیاسی بصورت جامع تر و با شمول ابعاد اجتماعی و محیطی زندگی فرد مفهوم سازی نمود. وی در مطالعات خود، فرض را بر این می‌گذارد که افراد کیفیت زندگی و عملکرد شخصی‌شان را با معیارهای اجتماعی‌شان ارزشیابی می‌نمایند. مدل چند وجهی سلامت اجتماعی کیبز شامل پنج عنصر است که میزان کارکرد بهینه افراد را در عملکرد اجتماعی‌شان معلوم می‌کند. این پنج عنصر عبارتند از: یکپارچگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی، شکوفایی اجتماعی و پیوستگی اجتماعی. (کیبز، ۱۹۹۸)

یکپارچگی (همبستگی) اجتماعی^۵، ارزیابی کیفیت رابطه فرد با جامعه و اجتماع است. منظور از یکپارچگی اجتماعی، ارزیابی یک فرد با در نظر گرفتن کیفیت همراهی او با جامعه اطرافش است. (کیبز، ۱۹۹۸) احساس تعلق می‌تواند جنبه‌ای محوری از سلامت باشد. بنابراین یکپارچگی با دیگران در محیط و جامعه اطراف باید حاصل یک تجربه مشترک شباهت با دیگران باشد. (کیبز و شاپیرو، ۲۰۰۴) نبود حس یکپارچگی اجتماعی در بالاترین سطح خود به خودکشی می‌انجامد. یکپارچگی اجتماعی متکی بر مفاهیمی چون انسجام اجتماعی^۶ (دورکیم)، بیگانگی

1 . Gold Smith

2 . Russell

3 . Larson

4 . Keyes

5 . Social integration

6 . Social cohesion

فرهنگی^۱ و انزوای اجتماعی^۲ (سیمن) و آگاهی طبقاتی مارکس است. از نظر دورکیم هماهنگی اجتماعی و سلامت اجتماعی بازتابی از ارتباط افراد با یکدیگر از طریق هنجارهاست. (کییز، ۱۹۹۸) افراد سالم احساس می‌کنند که بخشی از جامعه هستند بنابراین این حس یکپارچگی تا اندازه‌ای است که مردم احساس می‌کنند چیزی مشترک با دیگران دارند که واقعیت اجتماعی شان را شکل می‌دهد و همچنین تا اندازه‌ای است که آن‌ها احساس می‌کنند متعلق به اجتماع و جامعه هستند. (کییز، ۱۹۹۸)

پذیرش اجتماعی^۳ به معنی تفسیر فرد از جامعه و ویژگی‌های دیگران و زیربنای اجتماع از طریق شخصیت و کیفیت مردم دیگر به عنوان یک مقوله تعمیم یافته است. (موسوی و شبانی، ۱۳۹۴: ۲۰۱) پذیرش اجتماعی مصداق اجتماعی پذیرش خود است. افرادی که نگرش مثبتی به شخصیت خود دارند و جنبه‌های خوب و بد زندگی خود را توأمان می‌پذیرند، نمونه‌هایی از سلامت روانی و اجتماعی هستند. افرادی که پذیرش اجتماعی دارند به دیگران اعتماد می‌کنند و فکر می‌کنند که دیگران ظرفیت محبت را دارند و همچنین معتقدند مردم می‌توانند هم کوشی داشته باشند. کسانی که دیگران را می‌پذیرند به این درک رسیده‌اند که افراد به طور کلی سازنده هستند. مردمی که پذیرش اجتماعی دارند، دیدگاه خوبی در مورد ماهیت انسان دارند و با دیگران احساس راحتی می‌کنند. در واقع پذیرش اجتماعی به معنی گرایش مثبت نسبت به افراد، تصدیق دیگران، و بطور کلی پذیرفتن افراد با وجود برخی رفتارهای سردرگم‌کننده و پیچیده آن‌هاست. در پذیرش اجتماعی، اجتماع و مردم آن با همه نقص‌ها و جنبه‌های مثبت و منفی، باور و پذیرفته می‌شوند. (کییز و شاپیرو، ۲۰۰۴)

مشارکت اجتماعی^۴، یعنی ارزیابی ارزش‌های اجتماعی یک فرد. این شاخص بر این باور استوار است که فرد یک عضو حیاتی از جامعه است و با خود ارزشی به همراه دارد که آن را به جهان تزریق می‌کند. این بعد از سلامت اجتماعی معرف این است که این افراد فکر می‌کنند آنچه که انجام می‌دهند برای جامعه ارزشمند است یا نه؟ این نگرش هم راستا با درون‌مایه‌ای است که مارکس مطرح می‌کند مبنی بر اینکه انسان‌ها ماهیتاً زاینده‌اند. اگر بخواهیم از خودبیگانگی را به زبان اقتصادی مطرح کنیم عبارتست از کاهش ارزش زندگی یک فرد و فعالیت‌های روزمره‌ای که انجام می‌دهد. کییز معتقد است که ایفای سهم اجتماعی، با مفهوم سودمندی (خودکارآمدی) فردی که باندورا^۵ (۱۹۹۷) مطرح می‌کند همپوشانی دارد. (کییز،

-
- 1 . Cultural estrangement
 - 2 . Social isolation
 3. Social acceptance
 - 4 . Social contribution
 - 5 . Bandura

شکوفایی اجتماعی^۱، ارزیابی پتانسیل و خط سیر اجتماع است. این شاخص یعنی باور تکامل اجتماعی، این احساس که جامعه پتانسیل از قوه به فعل رسیدن را از طریق شهروندان و نهادهای اجتماعی دارد. شکوفایی اجتماعی شامل درک افراد از این موضوع است که آن‌ها هم از رشد اجتماعی سود خواهند برد و اینکه نهادها و افراد حاضر در جامعه به شکلی در حال شکوفایی اند که نوید توسعه بهینه و مطلوب را می‌دهد؛ هرچند این امر برای همه افراد درست نیست. شکوفایی اجتماعی به موازات خودمختاری، به معنای توان جامعه برای کنترل فرد است. تمرکز اصلی در شناسایی پتانسیل اجتماعی هم معطوف به درون مایه پتانسیل اجتماعی و توسعه آن به عنوان خودشناسی، خوشبختی و رشد فردی است. کارکرد بهینه ناشی از بازبودن فرد در برابر تجربیات تازه و تلاش برای رشد دائم است. شکوفایی اجتماعی همچنین ایده‌های مربوط به رشد و توسعه را در بر می‌گیرد. مردم سالمتر به شرایط و آینده جامعه امیدوارند و می‌توانند پتانسیل جامعه را بشناسند. (کیز و شاپیرو، ۲۰۰۴)

پیوستگی اجتماعی^۲، درک کیفیت، سازماندهی و عملیات جهان اجتماعی است و به نگرانی کسب اطلاع راجع به جهان مربوط می‌شود. انسجام اجتماعی قابل قیاس با بی معنا بودن زندگی است و شامل دیدگاه‌هایی در این باره است که جامعه قابل سنجش و قابل پیش بینی است. از حیث روانشناختی، افراد سالم زندگی شخصی خود را با معنا و منسجم می‌بینند. (ریف، ۱۹۸۹) افرادی که از انسجام برخوردارند تلاش می‌کنند در هنگام مواجهه با رویدادهای غیرقابل پیش بینی، انسجام خود را حفظ کنند. انسجام اجتماعی درک فرد از کیفیت جهان اجتماعی خود و شیوه سازماندهی و عملکرد آن است. این مقوله با قابلیت معنابخشی به وجود شخص است. (کیز و شاپیرو، ۲۰۰۴) افرادی که سالمترند به ماهیت جهان اجتماعی خود علاقمندند و می‌توانند شیوه عملکرد آن را درک کنند. کیز معتقد است که انسجام اجتماعی عبارت است از درک این موضوع که "جامعه را می‌توان درک کرد و عقلانی و قابل پیش بینی می‌باشد". افراد سالم نه فقط مراقب نوع جهانی هستند که در آن زندگی می‌کنند، بلکه احساس می‌کنند که آن‌ها می‌توانند هر آنچه را که در اطرافشان رخ می‌دهد، احساس کنند. این قبیل افراد، خودشان را با این تفکر که در جهانی کامل زندگی می‌کنند، گول نمی‌زنند. آن‌ها میل به معنادار کردن زندگی را در خود داشته و پرورش می‌دهند. (کیز، ۱۹۹۸)

1. Social actualization

2. Social coherence

پیشینه پژوهش

پیشینه خارجی

لوچتی و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "معنویت، دینداری و پیامدهای سلامت روانی ناشی از فاصله گذاری اجتماعی در طول همه گیری ویروس کووید ۱۹" به مطالعه شواهدی مبنی بر شدت تأثیرگذاری دین داری و معنویت در لحظه‌های بحرانی زندگی پرداختند که این باورها با نتایج بالینی همراه بود. هدف این مطالعه ارزیابی استفاده از مذهب و معنویت (S / r) در طی دوره همه‌گیری بیماری کووید ۱۹ در برزیل و بررسی ارتباط بین آنها با پیامدهای سلامت روانی فاصله گذاری اجتماعی بوده است. بکارگیری زیاد اعتقادات مذهبی و روحانی در دوران بیماری همه‌گیر استفاده از آن با پیامدهای سلامت روانی بهتری در ارتباط بودند. در سالهای اخیر استفاده از اعتقادات مذهبی و معنوی در این زمینه افزایش یافته است. سطوح پایین ترس در ارتباط با فعالیت‌های مذهبی بیشتر (یا) با فعالیت‌های مذهبی خصوصی بیشتر (یا) با فعالیت‌های مذهبی خصوصی بیشتر (یا) با رشد معنوی بیشتر همراه بود. در نهایت، امید با تمام متغیرهای مذهب و معنویت در درجات مختلف مرتبط بود. در نتایج این پژوهش گزارش شده است که به نظر می‌رسد مذهب و معنویت نقش مهمی در تسکین آلام، پیامدهای سلامت و به حداقل رساندن عواقب ناشی از انزوای اجتماعی دارد. این نتایج نشان‌دهنده اهمیت اقدامات بهداشت عمومی است که تضمین کننده استمرار فعالیت‌های معنوی و مذهبی در طول همه‌گیر شدن است و نیازمند آموزش متخصصان مراقبت‌های بهداشتی جهت رسیدگی به مواردی از این قبیل می‌باشد. (لوچتی و همکاران، ۲۰۲۰)

زیمر و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان "دین و سلامت (مطالعه تطبیقی جهانی)" به درک ارتباط جهانی بین شاخص‌های دینداری و سلامت و چگونگی این تفاوت‌ها در سطح ملی پرداختند. نتایج حاکی از تفاوت زیاد بین دینداری و سلامت در بین کشورها و شاخص‌های دینداری است. همبستگی مثبت قابل توجهی بین همه مقیاس‌های دینداری و سلامت در سه کشور (گرجستان، آفریقای جنوبی و آمریکا) وجود دارد و ارتباط منفی در دو کشور (اسلوانی و تونس) دیده شده است. متغیرهای سطح کلان برخی از این واگرایی را توضیح می‌دهند. مشارکت بیشتر در فعالیت‌های مذهبی منجر به سلامت بهتر در کشورهایی شد که دارای تنوع مذهبی هستند. اهمیت به خدا و اندیشیدن به معنای زندگی به احتمال زیاد در کشورهای با سطح پایین شاخص توسعه انسانی دیده شده است. تفکر درباره زندگی که در ارتباط با سلامت بالاتر قرار می‌گیرد؛ در کشورهایی که محدودیت‌های سخت تری برای اعمال مذهبی دارند وجود داشت. دین داری به احتمال کمتری منجر به سلامت بالا در کشورهای کمونیستی و کمونیستی

پیشین آسیا و اروپای شرقی می‌شود. در نتیجه ارتباط بین دینداری و سلامت پیچیده بوده و تا حدی به واسطه زمینه‌های ژئوپلیتیک و کلان اجتماعی - روانی شکل می‌گیرد. (زیمر و همکاران، ۲۰۱۹)

پاول (۲۰۰۷) پژوهشی را با عنوان "بررسی رابطه بین عملکردهای ارتباطی، سلامت اجتماعی، معنوی و کیفیت زندگی در افراد مبتلا به سرطان" به انجام رساند. نمونه‌های این مطالعه افراد مبتلا به سرطان سن ۳۵ تا ۸۰ سال به روش نمونه‌گیری آسان بوده‌اند. ابزارهای مورد استفاده برای گردآوری اطلاعات، کیفیت زندگی، پرسشنامه سلامت اجتماعی - معنوی و پرسشنامه عملکرد اجتماعی بودند. تجزیه و تحلیل آماری نشان داد که سلامت معنوی عامل تأثیرگذار بر کیفیت زندگی این افراد بوده و سلامت اجتماعی پس از سلامت روانی در رتبه دوم قرار داشت ولی عملکردهای ارتباطی افراد رابطه‌ای با کیفیت زندگی آنان داشتند.

پیشینه داخلی

حیدرخانی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای با عنوان "بررسی ارتباط بین دینداری و سلامت اجتماعی جوانان مناطق حاشیه‌ای شهر کرمانشاه" با استفاده از روش میدانی، تکنیک پیمایش، ابزار پرسشنامه به دنبال پاسخ به این سؤال بودند که آیا بین ابعاد مختلف دینداری و سلامت اجتماعی جوانان ساکن در مناطق حاشیه‌ای ارتباط وجود دارد؟ نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین دینداری و ابعاد آن یعنی پیامدی، مناسکی، اعتقادی، تجربی و شناختی با میزان سلامت اجتماعی جوانان ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد. نتایج حاصل از مدل معادلات ساختاری نیز نشان داده است که در کل اثر متغیر مستقل دینداری بر سلامت اجتماعی جوانان مناطق حاشیه‌ای نشین شهر کرمانشاه به میزان ۰/۵۴ می‌باشد.

راد و همکاران (۱۳۹۴) تحقیقی را با عنوان "دین و سلامت اجتماعی: بررسی رابطه دینداری با سلامت اجتماعی" در بین دانشجویان دانشگاه پیام نور مرنده به انجام رساندند. براساس یافته‌های این تحقیق، میزان سلامت اجتماعی اکثریت دانشجویان در سطح متوسط و میزان دینداری آنها در سطح بالا است. یافته‌های حاصل از ضریب همبستگی پیرسون نشان داد که بین دینداری و سلامت اجتماعی دانشجویان و همچنین، بین دینداری و ابعاد سلامت اجتماعی (یکپارچگی، پذیرش، مشارکت، انسجام و شکوفایی اجتماعی) رابطه معنی‌دار و مستقیمی وجود دارد که بیشترین شدت همبستگی با بعد انسجام اجتماعی و کمترین همبستگی با بعد شکوفایی اجتماعی می‌باشد. همچنین نتایج تحلیل رگرسیون این تحقیق نشان داده است که متغیر دینداری ۲۷/۳ درصد از تغییرات سلامت اجتماعی را تبیین می‌کند.

میرزا محمدی و دیگران (۱۳۹۰) مطالعه‌ای اسنادی را با عنوان "بررسی نقش آموزش‌های دینی در سلامت فردی و اجتماعی" به انجام رساندند. هدف این مقاله بررسی نقش

آموزش‌های دینی در سلامت فردی و اجتماعی و تأثیر پیشگیرانه آن در امر سلامت جسمی، روانی و اجتماعی و انواع سلامت از منظر متفکرین اسلامی و غربی و اثرات آموزش‌های دینی و برنامه‌های درسی معنوی بوده است. یافته‌های تحقیق نشان داده است که بین ابعاد مختلف دینداری و معنویت با سلامت جسمی، روانی و اجتماعی رابطه مثبت وجود دارد، به گونه‌ای که باورهای دینی می‌توانند فرد را به سوی کمال و تعالی و در نتیجه سلامت روانی و جسمی و نهایتاً سلامت اجتماعی هدایت کنند.

جمع‌بندی کلی حاکی از آن است که، تحقیقات گوناگونی در زمینه سلامت اجتماعی به انجام رسیده است که دارای نتایج ارزشمندی هستند. هر کدام از پژوهش‌های فوق جنبه‌های مختلف سلامت اجتماعی را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌اند و ارتباط متغیرهای مختلفی با سلامت اجتماعی را بررسی کرده‌اند. به طور کلی میتوان از پژوهش‌های فوق به این نتیجه رسید که دینداری یکی از متغیرهایی است که با سلامت اجتماعی در ارتباط است. اما پژوهش‌های نه‌چندان متنوعی در بررسی جنبه‌های گوناگون جمعیت‌های مورد مطالعه به انجام رسیده است که نیازمند بررسی‌های بیشتر است. همچنین در پژوهش‌های دینی کمتر نگاه مقایسه‌ای بکار رفته است که در نوشتار حاضر هدف بررسی مقایسه‌ای بین باورهای مذهبی در نخبگان و غیرنخبگان و میزان تأثیر گذاری باورهای مذهبی بر سلامت اجتماعی بر هر دو جمعیت می‌باشد.

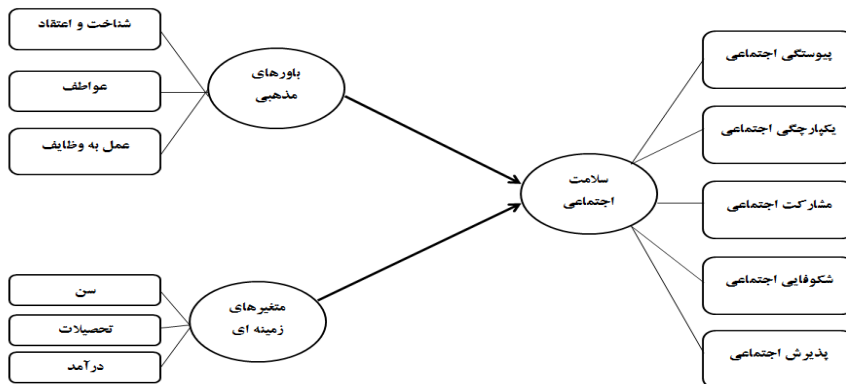
چارچوب نظری

جامع‌ترین مدلی که درباره مفهوم سلامت اجتماعی وجود دارد، متعلق به کییز است. وی سلامت اجتماعی را به عنوان تلقی افراد از کیفیت رابطه‌شان با دیگران، هم‌نوعانشان و اجتماع اطراف تعریف می‌کند و آن را بعدی از سلامت ذهنی می‌داند. کییز برای زندگی عمومی انسان‌ها منفعت‌هایی برمی‌شمارد که از آن میان میتوان به یکپارچگی اجتماعی، وفاق، احساس تعلق، همبستگی و وابستگی متقابل، احساس آگاهی مشترک و سرنوشت جمعی اشاره کرد. این منافع چارچوبی را برای ارائه یک تعریف اجتماعی از سلامت در اختیار می‌گذارد. سلامت اجتماعی کییز دارای ابعادی چون یکپارچگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی، پیوستگی اجتماعی، شکوفایی اجتماعی است. او معتقد است اگرچه این پنج مؤلفه بیانگر ارزیابی‌های فردی است اما با محیط اجتماعی پیوندی ناگسستنی دارد. (موسوی و همکاران، ۱۳۹۴) کییز شاخص سلامت اجتماعی را ارزیابی شرایط و عملکرد فرد در جامعه تعریف می‌کند. عملکرد اجتماعی خوب در زندگی چیزی بیش از سلامت جسمی و روانی است و چالش‌های اجتماعی را در بر می‌گیرد. (سام آرام، ۱۳۸۸)

دورکیم با نگاهی کارکردی به بررسی دین پرداخته بود. براساس اصل کارکردگرایی عمومی هر چیزی در داخل نظام جامعه کارکردی دارد. همچنین کار یک نهاد در کار کل جامعه هم تأثیر

مستقیم و هم تاثیر پنهان دارد. در نتیجه دین نیز به عنوان یک نهاد در جوامع کارکردهای مختلفی دارد. دورکیم در بررسی جوامع ابتدایی دین را مهمترین عامل همبستگی گروهی می دانست. امروزه شاید این تاثیر دین که باعث همبستگی گروهی می شود به ظاهر کم شده باشد، اما دین در سایر جنبه های زندگی افراد و یا به عبارت دیگر در زندگی خصوصی تاثیرات دیگری داشته است. براساس تحقیقات صورت گرفته دین از حوزه عمومی زندگی به حوزه خصوصی زندگی منتقل شده و در زمینه های فکری، فرهنگی و اقتصادی زندگی افراد تاثیرات خود را گذاشته است اما به صورت کلی می توان به کارکرد دین در نظام اجتماعی اشاره کرد. در نظریه جامعه شناسی دین مبنای نظریه دورکیم تأکید بر پدیده های دینی نه به عنوان مقوله های فردی بلکه مقوله های اجتماعی بود. به نظر او دین یک نظام یکپارچه عقاید و اعمال مرتبط به چیزهایی مقدس است. یعنی همان چیزهایی که جدا از پدیده های عادی اند. او دین را به عنوان منشأ اصلی اخلاقی و همبستگی اجتماعی در حکم یک فرآیند دوره ای تحلیل کرد. بدین ترتیب آئین های دینی با تقویت باورهای جمعی و اخلاقیات و نیز با پیوند شرکت کنندگان به یکدیگر باعث همبستگی جامعه می شود. رادکلیف براون براین عقیده است که عملکرد مذهبی از باورداشت های مذهبی بیشتر اهمیت دارد. به نظر براون باورداشت ها، دلیل تراشی ها و توجیه های مناسک اند. از همین روی برای شناخت دین نخست باید به مناسک توجه داشته باشیم. پس کارکرد اجتماعی مناسک است که کلید شناخت دین را به دست ما می دهد. کارکرد دین در جامعه یکپارچه کردن و انسجام آن است. علاوه بر کارکردهای فوق، هاری آلپر، پژوهشگر دورکیمی چهار کارکرد عمده دین را از نظر دورکیم به عنوان نیروهای اجتماعی شامل انضباط بخش - انسجام بخش - حیات بخش و خوشبختی بخش می داند.

مدل پژوهش



فرضیه های پژوهش

براساس مدل پیشنهادی، چارچوب نظری پژوهش و با الهام از نتایج پژوهش های پیشین فرضیه های زیر قابل استنتاج می باشد:

- به نظر می رسد باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی جامعه نخبگان رابطه دارد.
- به نظر می رسد باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی جامعه غیرنخبگان رابطه دارد.
- به نظر می رسد تحصیلات با سلامت اجتماعی رابطه دارد.
- به نظر می رسد سن با سلامت اجتماعی رابطه دارد.
- به نظر می رسد درآمد با سلامت اجتماعی رابطه دارد.

تعریف مفهومی

۱- **سلامت اجتماعی:** واژه سلامت اجتماعی برگردان کلمه social wellbeing است، این واژه از دو کلمه social به معنی اجتماع و wellbeing به معنی زندگی خوب داشتن است که بیشتر ناظر به شادی و رضایت است و بر مفاهیم مثبت از سلامت تأکید دارد. این واژه در واقع شامل پاسخ های درونی فرد (احساس، تفکر، رفتار) می باشد که هم چگونگی احساس مردم را دربرمی گیرد و هم نحوه عملکرد آن ها را. (عبدلله تبار و همکاران، ۱۳۸۷) کییز ۱۹۹۸ سلامت اجتماعی به عنوان گزارش شخصی فرد از کیفیت ارتباطش با دیگران تعریف می کند. سلامت اجتماعی در این مفهوم یعنی درک فرد از اجتماع به صورت یک مجموعه معنی دار، قابل فهم، دارای نیروی بالقوه برای رشد و شکوفایی همراه با این احساس که متعلق به جامعه است و خود را در اجتماع و پیشرفت آن سهیم بداند. کییز ابعاد سلامت اجتماعی را با در نظر گرفتن الگوی سلامت مطرح می کند. در واقع مدل چند وجهی کییز از سلامت اجتماعی شامل پنج جنبه می شود که میزان کارکرد بهینه افراد را در عملکرد اجتماعی شان معلوم می کند. (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۰)

این پنج عنصر عبارتند از:

یکپارچگی اجتماعی: ارزیابی افراد از کیفیت روابطشان با جامعه و گروه های اجتماعی افرادی که سطح بالاتری از این بعد را دارند، احساس تعلق بیشتری به اجتماع و جامعه شان می کنند و احساس می کنند مشترکاتی با جامعه شان دارند. این مفهوم در برابر بیگانگی و انزوای اجتماعی سیمن و آگاهی طبقاتی مارکس قرار می گیرد. (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۱: ۵۱)

پذیرش اجتماعی: بیانگر درک فرد از خصوصیات و صفات جامعه به عنوان یک کلیت است. افرادی که سطح مطلوبی از این بعد را دارا باشند، دید مثبتی به ذات بشر دارند، به افراد دیگر اعتماد می کنند و معتقدند مردم قادرند خوب باشند. (همان، ۵۱)

مشارکت اجتماعی : بیانگر ارزیابی فرد از ارزش اجتماعی خود است. افرادی که سطح بالایی از این بعد را دارا هستند، معتقدند که عضو مهمی در جامعه هستند و چیزهای ارزشمندی برای ارائه به دیگران دارند. این بعد بهزیستی اجتماعی نشان دهنده آن است که چگونه و تا چه حد مردم احساس می کنند که آنچه آنها انجام می دهند برای جامعه مهم و ارزشمند است و از لحاظ اجتماعی مفید تلقی می شود. (همان، ۵۱)

شکوفایی اجتماعی : بیانگر ارزیابی پتانسیل ها و خط سیر حرکت جامعه است. به این معنی که فرد احساس می کند جامعه در حال تحول است و توانشی دارد که از طریق شهروندان و نهادهای اجتماعی در حال شکوفا شدن است. افرادی که سطح مطلوبی از این بعد را دارا باشند، نسبت به وضعیت کنونی و آینده جامعه امیدوارترند و معتقدند جهان در حال تبدیل شدن به مکانی بهتر برای همه افراد است. (ابراهیم پور و همکاران، ۱۳۹۱ : ۵۱)

پیوستگی اجتماعی : اعتقاد به اینکه اجتماع قابل فهم، منطقی و قابل پیش بینی است. افرادی که از نظر اجتماعی سالم اند نه تنها درباره نوع جهانی که در آن زندگی می کنند، بلکه راجع به آنچه اطرافشان رخ می دهد علاقمند بوده و احساس می کنند قادر به فهم وقایع اطرافشان هستند. این مفهوم در مقابل بی معنایی در زندگی است و در حقیقت درکی که فرد نسبت به کیفیت، سازمان دهی و اداره دنیای اجتماعی اطراف خود دارد. (همان، ۵۱)

تعریف عملیاتی سلامت اجتماعی : در پژوهش حاضر جهت اندازه گیری سلامت اجتماعی و مؤلفه های آن از مقیاس ۲۷ ماده ای سلامت اجتماعی که شامل : بعد انسجام اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی، پیوستگی اجتماعی و شکوفایی اجتماعی می باشد و توسط کبیز (۱۹۹۸) ساخته شده است، استفاده می گردد. (حاتمی، ۱۳۸۹) تمام پاسخ ها از یک تا پنج کدگذاری شده و نمره هر سؤال بین یک تا پنج است. این گویه ها بر اساس طیف لیکرت با گزینه های خیلی زیاد، زیاد تا حدودی، کم و خیلی کم از جامعه مورد مطالعه سنجیده شده است.

باورهای مذهبی (دینداری)

۱- باورهای مذهبی : دین به عنوان پدیده خارجی و مستقل از پذیرش انسان ها یعنی مستقل از روان انسان ها و جامعه انسانی مدنظر قرار می گیرد؛ باید توجه داشت که دینداری یا تدین، ناظر به پذیرش دین توسط انسانهاست. در واقع دینداری صفت و حالت انسان درباره دین است. (فقیهی و همکاران، ۱۳۸۵ : ۴۷) در پژوهش حاضر تعریف دینداری مبتنی بر سه نوع رابطه تبیین می شود. این ساختار هماهنگ با سه عنصر اساسی (عقاید، عواطف و وظایف) است. با توجه به این عناصر در دین و ویژگی های شناختی، عاطفی و رفتاری، می توان دینداری را چنین تعریف کرد : " برخورداری از شناخت و باور به پروردگار یکتا، انبیاء، آخرت و

احکام الهی و داشتن عواطف نسبت به خدا، اولیاء و بندگان خدا و التزام و عمل به وظایف دینی برای تقریب به خداوند است". (خدایاری و همکاران، ۱۳۸۸: ۱۴)

شناخت در این تعریف شامل شناخت حصولی و حضوری هر دو است؛ شناخت حصولی علاوه بر درک انسان از وجود و صفات خداوند، ارسال رسل، و وجود جهان پس از مرگ به عنوان اصول دین اسلام، و اعتقاد و دانش نسبت به انجام وظایف دینی از جانب فرد و آنچه بر پیامبر نازل شده است. (همان، ۱۴) عواطف به بعد عاطفی دینداری اشاره دارد و به طور کلی حب و بغض در جهت تقرب به خدا را شامل می‌شود. ارتباط عاطفی با خداوند، خود، دیگران و جهان هستی، بیان کننده ابعاد برنامه‌های تربیتی اسلام در راستای دینداری است. التزام و عمل به وظایف دینی، اشاره به بعد رفتاری دارد، به طوری که فرد دیندار پس از شناخت و احساس عاطفی نسبت به دستورات دینی خود را ملزم به انجام آن‌ها می‌داند. (همان، ۱۴)

تعریف عملیاتی باورهای مذهبی

در پژوهش حاضر متغیر باورهای مذهبی براساس طرح مقیاس بومی شده دینداری دکتر محمد خدایاری فرد و پرسشنامه وی در قالب سه مؤلفه شناخت و اعتقاد به خدا، عواطف مثبت و عمل به وظایف در قالب ۱۰ گویه تهیه شده است. مقیاس اندازه‌گیری مورد استفاده در این سنجش لیکرت می‌باشد که هر گویه پنج درجه ارزشی را در بر می‌گیرد و ارزش‌های هر گویه بین ۴ - ۰ نوسان دارد.

نخبگان

نخبگان فکری چه افرادی هستند؟ مفهوم نخبگان، مفهوم خاصی در مقابل مفهوم عام توده / عموم^۱ است. بدین ترتیب ملاحظه می‌شود که نخبگان در تقابل معنایی با گروه دیگر یعنی نانخبگان^۲ قرار ندارد بلکه زیر مجموعه‌ای از مفهوم عموم مردم هستند. نخبگان در عامترین کار بست معنایی خود به تعدادی چند در میان تعدادی بسیار اطلاق می‌شود که مهمترین ویژگی آنان دسترسی در سطح برتر به منابع است. (شبانپور، ۱۳۹۶: ۱۳۱) نخبگان معمولاً کسانی هستند که در مسابقه زندگی نمره خوبی می‌گیرند و به معنای وسیع آن، شامل کسانی است که به شکل بارز دارای ویژگی‌هایی چون هوش، شخصیت، صلاحیت، دانش و مهارت ویژه‌ای باشند که معمولاً متشکل از مدیران، کارگزان، یقه سفیدان، دانشمندان، مهندسان، محققان و روشنفکران و اساتید دانشگاه می‌باشند. (ولی علیی، ۱۳۸۹: ۱۵۰)

1 . Mass / Public

2 . Non – Elite

روش تحقیق

تحقیق حاضر از لحاظ روش، یک پژوهش پیمایشی است. واحد تحلیل آن اعضای هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی و شهروندان تهرانی فاقد تحصیلات آکادمیک می باشند. به لحاظ معیار زمانی یک تحقیق مقطعی است، زیرا در یک برهه از زمان در سال ۹۹ بررسی شده و با توجه به میزان ژرفایی در میان تحقیقات پنهانگر قرار دارد و یک پدیده اجتماعی به نام سلامت اجتماعی نخبگان و غیرنخبگان را در رابطه با عامل باورهای مذهبی و سایر متغیرهای زمینه ای بررسی می کند. همچنین یک تحقیق در سطح جامعه شناسی خرد است و در نهایت با توجه به اینکه به دنبال شناخت و کمک به حل یک مسئله اجتماعی است در دسته تحقیقات کاربردی قرار می گیرد. پژوهش در سطح جامعه شناسی خرد است و در نهایت با توجه به اینکه به دنبال شناخت و کمک به حل یک مسئله اجتماعی است در دسته تحقیقات کاربردی قرار می گیرد.

جامعه آماری پژوهش حاضر دو گروه نخبگان و غیرنخبگان را تشکیل می دهند. نخبگان جامعه متشکل از اعضای هیئت علمی علوم انسانی دانشگاه تهران مرکز است که بر مبنای آخرین اطلاعات برگرفته از واحد دانشگاهی تعداد ۸۵۰ نفر می باشند؛ همچنین در گروه غیرنخبگان نیز شهروندان شهر تهران بررسی شده اند که به لحاظ تحصیلی دارای مدرک کاردانی و کمتر از آن بودند و در گروه سنی ۲۰ تا ۶۵ سال قرار دارند که بر مبنای مناطق شهری تهران به پنج منطقه شمال (منطقه ۱) ، جنوب (۲۰)، شرق (۱۳)، غرب (۲۲) و مرکز (۱۱) تقسیم شده و نمونه گیری می شود که براساس آخرین اطلاعات سرشماری مرکز آمار کشور (سال ۹۵) تعداد ۱,۹۲۲,۲۳۸ نفر جمعاً جمعیت جامعه آماری برآورد شده است. جمعیت نخبگان مورد نظر دانشگاه آزاد تهران مرکز تعداد ۸۵۰ نفر بودند که از این تعداد، ۲۶۵ نفر آن ها براساس فرمول کوکران برای جمعیت نمونه و آزمون برآورد شده است. جمعیت غیرنخبگان براساس منطقه بندی تهران به پنج بخش شمال، جنوب، شرق، غرب و مرکز محاسبه شده است. بدین منظور به ترتیب مذکور، مناطق یک، بیست، سیزده، بیست و دو و یازده شهرداری تهران برای نمونه گیری جمعیت غیرنخبگان برگزیده شده اند که مجموع جمعیت این مناطق بر اساس سرشماری سال ۹۵ مرکز آمار ایران ۱۹۲۲۲۳۸ نفر می باشد که حجم نمونه جمعیت غیرنخبگان براساس فرمول کوکران برابر با ۳۸۵ نفر برآورد شده است. روش نمونه گیری پژوهش حاضر در جمعیت نخبگان و غیرنخبگان از نوع احتمالی و به روش نمونه گیری طبقه بندی و تصادفی با احتمال متناسب با حجم (PPS) می باشد. روش نمونه گیری با توجه به مشخص بودن نسبت جامعه در گروه نخبگان، نمونه گیری طبقه ای - تصادفی است.

در این تحقیق برای سنجش اعتبار از اعتبار محتوا استفاده شده است. گویه های مربوط به هر متغیر به گونه ای طراحی شده اند که همان مفهوم مورد نظر را می سنجند. مطابق این روش

می‌توان گفت که گویه‌های مربوط به متغیرهای تحقیق به علت توافق نظر داوران مبنی بر مناسب بودن، دارای اعتبار محتوا می‌باشد. در این پژوهش برای تعیین قابلیت اعتماد از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. میزان آلفای کرونباخ متغیرها بالای ۰/۰۷ بدست آمد، که در علوم انسانی میزان آلفا مورد قبول است. (ادریسی و همکاران، ۱۳۹۵) ابزار مورد استفاده جهت گردآوری داده‌ها در این تحقیق استفاده از پرسشنامه بوده و جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS ۲۰ استفاده شده است.

شاخص	نوع متغیر	تعداد گویه	مقدار ضریب آلفای کرونباخ
سلامت اجتماعی	وابسته	۲۷	۰/۸۷۹
باورهای مذهبی	مستقل	۹	۰/۸۸۱

جدول شماره ۱. ضریب پایایی مقیاس‌های سلامت اجتماعی و باورهای مذهبی براساس آلفای کرونباخ

یافته‌های پژوهش

نتایج آمار توصیفی نشان می‌دهد که از مجموع ۶۴۸ نفر پاسخگو، ۳۴۸ نفر معادل ۵۳/۷ درصد را زنان و ۳۰۰ نفر معادل ۴۶/۳ درصد از جمعیت نمونه را مردان تشکیل می‌دهند. همچنین ۳۶ درصد را افراد مجرد و ۶۳/۱ درصد پاسخگویان متأهل می‌باشند. از لحاظ سطح تحصیلات، ۳۳/۴ درصد افراد دارای تحصیلات دکتری و بالاتر، ۷/۴ درصد دانشجوی دکتری که در جمعیت نخبگان پژوهش دسته‌بندی شده‌اند و ۱۲/۸ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم، ۴۰/۴ درصد دارای تحصیلات دیپلم، ۳/۲ درصد دارای تحصیلات سبک، ۲/۸ درصد دارای تحصیلات کمتر از سبک هستند و در جمعیت غیرنخبگان قرار گرفته‌اند. از نظر اشتغال؛ ۶۴/۴ درصد شاغل و ۳۵/۶ غیرشاغل، میانگین سنی جمعیت ۳۹ سال و میانگین درآمد افراد ۶ میلیون تومان گزارش شده است.

نوع متغیر	ابعاد	میانگین	انحراف از میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
متغیر مستقل باورهای مذهبی	اعتقاد و شناخت	۱۶/۸۱	۰/۱۵۳	۳/۹۱۷	۴	۲۰
	عواطف	۱۱/۰۸	۰/۱۳۲	۳/۳۶۸	۳	۱۵
	عمل به وظایف	۷/۲۹	۰/۰۶۲	۱/۵۹۵	۲	۱۰
	باورهای مذهبی	۳۵/۱۹	۰/۳۰۱	۷/۶۸۱	۹	۴۵
متغیر وابسته سلامت اجتماعی	یکپارچگی اجتماعی	۱۹/۳۱۴	۰/۱۵۱۹	۳/۸۷۰	۷	۳۰
	پذیرش اجتماعی	۱۳/۴۳۹	۰/۱۲۵۲	۳/۱۸۷	۵	۲۵

۳۰	۸	۳/۴۵۶	۰/۱۳۵۷	۲۱/۷۹۶	مشارکت اجتماعی
۲۰	۴	۲/۵۶۸	۰/۱۰۰۹	۱۲/۲۳۹	پیوستگی اجتماعی
۴۶	۶	۴/۱۷۰	۰/۱۶۳۸	۱۷/۴۲۲	شکوفایی اجتماعی
۱۳۲	۴۱	۱۲/۸۴۰	۰/۵۰۴۴	۸۳/۷۶۳	سلامت اجتماعی

جدول شماره ۲. آماره‌های توصیفی سلامت اجتماعی؛ باورهای مذهبی و ابعاد آن‌ها
 باورهای مذهبی پاسخگویان در سه بعد شناخت و اعتقاد، عواطف و عمل به وظایف مورد سنجش قرار گرفته است. همانطور که از جدول برداشت می‌شود بعد شناخت و اعتقاد دارای بیشترین میانگین و بعد عمل به وظایف دارای کمترین میانگین می‌باشد. همچنین در متغیر وابسته سلامت اجتماعی بعد مشارکت اجتماعی دارای بیشترین میانگین و بعد پیوستگی اجتماعی کمترین درصد میانگین را در بین ابعاد متغیر سلامت اجتماعی دارد. (جدول ۲)

متغیرهای مستقل زمینه‌ای			نوع آزمون	متغیر وابسته
تحصیلات	درآمد	سن		
-	$r = ۰/۱۶۹$	$r = ۰/۱۷۰$	(پیرسون)	سلامت اجتماعی
$s = - ۰/۱۷۸$	-	-	(اسپیرمن)	
۰/۰۰۰	۰/۰۰۱	۰/۰۰۰	Sig	

جدول شماره ۳. آزمون ضرایب همبستگی بین متغیرهای مستقل زمینه‌ای و سلامت اجتماعی

به نظر می‌رسد بین متغیرهای زمینه‌ای سن؛ درآمد و تحصیلات با سلامت اجتماعی رابطه همبستگی معناداری وجود دارد. نتایج جدول شماره ۳ گویای آن است که سن، درآمد و تحصیلات با سلامت اجتماعی رابطه معنادار دارند، $p < ۰/۰۰۱$ و شدت روابط نسبتاً ضعیف می‌باشد. ضرایب همبستگی سن و درآمد با سلامت اجتماعی مثبت و مستقیم و ضریب همبستگی تحصیلات با سلامت اجتماعی گویای رابطه منفی و معکوس است.

جامعه نخبگان				
متغیر وابسته و ابعاد	متغیر مستقل (باورهای مذهبی و ابعاد)			
	عمل به وظایف	عواطف	شناخت و اعتقاد	باورهای مذهبی
سلامت اجتماعی	$r = - ۰/۰۰۷$ $sig = (۰/۹۱۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۶۶$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۳۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۲۷$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$
یکپارچگی اجتماعی	$r = ۰/۰۱۳$ $sig = (۰/۸۲۸)$ $N = ۲۶۵$	$r = ۰/۳۰۲$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$	$r = ۰/۳۰۹$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$	$r = ۰/۲۹۰$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$
پذیرش اجتماعی	$r = - ۰/۰۷۰$ $sig = (۰/۲۶۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۲۲۹$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۱۶۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۱۶۸$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$
مشارکت اجتماعی	$r = ۰/۰۷۰$ $sig = (۰/۲۵۹)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۲۹۷$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۲۹۲$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۲۹۱$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$
پیوستگی اجتماعی	$r = - ۰/۰۱۸$ $sig = (۰/۷۶۶)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۲۰۴$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۱۸۱$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۱۷۶$ $sig = (۰/۰۱)$ $N = ۲۶۵$
شکوفایی اجتماعی	$r = - ۰/۰۴۵$ $sig = (۰/۴۶۷)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۶۱$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۳۴$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۴$	$r = ۰/۳۱۲$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۲۶۵$
جامعه غیرنخبگان				
متغیر وابسته و ابعاد	متغیر مستقل (باورهای مذهبی و ابعاد)			
	عمل به وظایف	عواطف	شناخت و اعتقاد	باورهای مذهبی
سلامت اجتماعی	$r = - ۰/۰۲۰$ $sig = (۰/۶۳۱)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۳۴۴$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۶۶$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۸۶$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$
یکپارچگی اجتماعی	$r = ۰/۰۴۱$ $sig = (۰/۴۲۱)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۳۱۳$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۲۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۶۴$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$
پذیرش اجتماعی	$r = - ۰/۰۰۰$ $sig = (۱/۰۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۳۰۶$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۳۰$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۵۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$

$r = ۰/۰۳۰$ $sig = (۰/۵۵۳)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۰۹$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۱۳۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۱۷۰$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	مشارکت اجتماعی
$r = - ۰/۱۱۷$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۱۱۵$ $sig = (۰/۰۲)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۰۹۹$ $sig = (۰/۰۵)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۰۶۵$ $sig = (۰/۲۰۲)$ $N = ۳۸۵$	پیوستگی اجتماعی
$r = - ۰/۰۲۹$ $sig = (۰/۵۷۸)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۷۹$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۰۸$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	$r = ۰/۲۲۵$ $sig = (۰/۰۰)$ $N = ۳۸۵$	شکوفایی اجتماعی

جدول شماره ۴. ضریب همبستگی پیرسون بین باورهای مذهبی و (ابعاد) با سلامت اجتماعی و ابعاد در دو جامعه نخبه و غیرنخبه

در جدول شماره ۴ متغیر مستقل اصلی پژوهش، باورهای مذهبی و ابعاد آن که شامل اعتقاد، عواطف و وظایف می شود با متغیر وابسته سلامت اجتماعی و پنج بعد آن در هر دو جمعیت نخبه و غیرنخبه بصورت جداگانه مورد بررسی قرار گرفته است. همانگونه که در فرضیه پیش بینی شده است؛ بین باورهای مذهبی و سلامت اجتماعی رابطه وجود داشته و باورهای مذهبی می تواند در افزایش سلامت اجتماعی مؤثر واقع شود. از این رو نتایج آزمون ضریب همبستگی پیرسون در جدول فوق این فرضیه را تأیید می کند. منطبق با نتایج جدول نخبگان، باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی و تمام ابعاد آن رابطه معنادار دارد. بعد شناخت و اعتقادات مذهبی و عواطف مذهبی در جدول نخبه نیز با سلامت اجتماعی و ابعاد آن رابطه معنادار دارد. اما در بعد عمل به وظایف مذهبی هیچ رابطه معناداری با سلامت اجتماعی و ابعاد آن ملاحظه نشده است. در واقع بعد عمل به وظایف در جامعه نخبگان به شدت ضعیف می باشد و هیچ رابطه ای با سلامت اجتماعی آنها ندارد. آنچه از نتایج جدول غیرنخبه استنباط می گردد گویای آن است که باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی و تمام ابعاد آن بجز بعد پیوستگی اجتماعی، رابطه معنادار دارد. همچنین شناخت و اعتقاد مذهبی و عواطف مذهبی با سلامت اجتماعی و سایر ابعاد آن رابطه معنادار داشته اما در بعد عمل به وظایف مذهبی رابطه معناداری با پیوستگی اجتماعی ملاحظه می شود که در متغیرهای سلامت اجتماعی و چهار بعد دیگر آن وجود ندارد. بنابراین در جامعه غیرنخبه بصورت مجزا، بین عمل به وظایف مذهبی و پیوستگی اجتماعی رابطه معنادار وجود دارد. با استناد به نتایج جدول فوق بطور کلی می توان ادعا داشت که فرضیه رابطه باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی در جامعه نخبگان و غیرنخبگان تأیید می شود و هرچه باورهای مذهبی در افراد تقویت شود و افزایش یابد سطح سلامت اجتماعی و ابعاد یکپارچگی، پذیرش، مشارکت، پیوستگی و شکوفایی اجتماعی افزایش می یابد.

همچنین بر مبنای نتایج بدست آمده از آزمون‌های مذکور (که لازمه ورود به رگرسیون چندمتغیره است) از آزمون رگرسیون خطی (روش stepwise) استفاده شده است. به کمک این روش چهار مدل برای تبیین متغیر وابسته پیشنهاد شده است که مدل چهارم آن به ترتیب شامل متغیرهای عواطف مذهبی، تحصیلات، عمل به وظایف مذهبی و سن می باشد و به دلیل دارا بودن ضریب تعیین بالاتر این مدل مورد بحث قرار گرفت.

متغیرهای وارد شده	R	R^2	R^2_{adj}	F	Sig	B	beta	T	sig
عواطف مذهبی	۰/۴۰۸	۰/۱۶۶	۰/۱۶۴	۷۷/۳۱۰	۰/۰۰	۱/۶۹۸	۰/۴۳۲	۹/۰۶۰	۰/۰۰
تحصیلات	۰/۴۳۶	۰/۱۹۰	۰/۱۸۶	۴۵/۴۹۲	۰/۰۰	-۰/۷۱۱	-۰/۱۳۳	۲/۹۰۸ -	۰/۰۰
عمل به وظایف مذهبی	۰/۴۵۸	۰/۲۱۰	۰/۲۰۴	۳۴/۲۲۱	۰/۰۰	-۱/۱۹۹	-۰/۱۴۸	۳/۱۱۳ -	۰/۰۰
سن	۰/۴۷۴	۰/۲۲۵	۰/۲۱۷	۲۷/۸۸۹	۰/۰۰	۰/۳۰۴	۰/۱۲۳	۲/۶۹۰	۰/۰۰

جدول شماره ۵. رگرسیون چندگانه میزان اثرگذاری متغیرهای مستقل بر سلامت اجتماعی همانطور که در جدول شماره ۵ مشاهده می شود، متغیرهای مستقل وارد شده در آزمون، بر متغیر وابسته (سلامت اجتماعی) مؤثرند. مقدار محاسبه شده در تمام متغیرهای مستقل در سطح معنی داری ۹۹ بوده و این بیانگر آن است که متغیرهای وارد شده در مدل رگرسیونی رابطه مستقیم و معناداری با متغیر وابسته دارند. عواطف مذهبی به مقدار ۰/۴۰۸ ؛ تحصیلات به مقدار ۰/۴۳۶ ؛ عمل به وظایف مذهبی به مقدار ۰/۴۵۸ و سن به مقدار ۰/۴۷۴ با سلامت اجتماعی همبستگی دارد. همچنین ضریب تعیین نشان می دهد که عواطف مذهبی به میزان ۱۶/۶ درصد ؛ تحصیلات ۱۹ درصد ، عمل به وظایف مذهبی ۲۱ درصد و سن به میزان ۲۲/۵ درصد از تغییرات میزان سلامت اجتماعی را تبیین می کنند و باقیمانده ناشی از عوامل و متغیرهایی است که در پژوهش مدنظر نبوده اند. براساس ضریب تأثیر استاندارد (Beta) متغیر عواطف مذهبی ۴۳/۲ درصد ، تحصیلات ۰/۱۳۳ - ، عمل به وظایف مذهبی ۰/۱۴۸ - و سن ۰/۱۲۳ می باشد و بر میزان سلامت اجتماعی تأثیر دارد. ضریب بتا نشان می دهد که مؤثرترین متغیر عواطف مذهبی و کمترین تأثیر برای متغیر سن می باشد. براساس نتایج جدول، ۲۱/۷ درصد از تغییرات سلامت اجتماعی توسط متغیرهای موجود در معادله رگرسیون بدست آمده و قابل تبیین است.

نتیجه گیری

بررسی وضعیت سلامت اجتماعی و عوامل مرتبط با آن از ابعاد گوناگون حائز اهمیت است. با در نظر گرفتن گسترش روزافزون ارتباطات انسانی، شناسایی عوامل برهم زننده ی آرامش و سلامت افراد و علل بروز بحران های اجتماعی و روانی، اهمیت بیشتری یافته و متقابلاً به احساس نیاز فردی و اجتماعی به سلامت اجتماعی افزوده شده است. از طرف دیگر گستره ی فراوان آن که همه ی افراد را در بر می گیرد اهمیت بررسی سلامت اجتماعی و عوامل اثرگذار را دو چندان می کند. افراد با سلامت اجتماعی بالاتر از سلامت جسمی بالاتری نیز برخوردار بوده و در چنین شرایطی خانواده و جامعه ی سالم به وجود خواهد آمد و امکان ایجاد نسلی این چنین را بیشتر محقق می سازد. همچنین اشخاصی که از سلامت اجتماعی بالاتری برخوردارند، با موفقیت بیشتری می توانند با چالش های ناشی از ایفای نقش های اصلی اجتماعی کنار بیایند. آنان از ثبات و انسجام بیشتری برخوردارند و می توانند مشارکت بیشتری در فعالیت های جمعی داشته باشند و بدین طریق سلامت اجتماعی به ابزاری برای پیشگیری از انواع انحرافات تبدیل خواهد شد و جامعه علاوه بر سلامت اجتماعی، جامعه ای اخلاق مدار خواهد بود که یکی از نیازهای اساسی جامعه امروز می باشد. (مدیری و همکاران، ۱۳۹۶: ۹) دینداری پیش زمینه بسیار مهمی برای ارتقای سلامت اجتماعی و رواج اخلاق اجتماعی افراد است. بسیاری از مردم به اعتقادات و نهادهای دینی روی می آورند تا در مقابله با بحران ها، معنادار کردن زندگی، ایجاد امیدواری و تأمین سلامت از آن ها استفاده مثبت کنند. (کنگرلو، ۱۳۸۷: ۴۳) هدن (۱۹۸۳) معتقد است که دینداری عامل اساسی اجتماعی شدن و انسجام فکری عملی و جهت گیری در رفع مشکلات پدیده ها و مسائل اجتماعی است. (آزادارمکی و محمدی، ۱۳۷۷: ۱۶۰) دین، میزان باورداشت های مذهبی و اخلاق (فردی - اجتماعی) را می توان از عوامل مؤثر بر تمام ابعاد وجودی انسان دانست. اهمیت دین و باورهای دینی بر انسان و زندگی فردی و اجتماعی او کاملاً آشکار است. دین به شکل های مختلف در هر فرهنگ شناخته شده ای وجود دارد. معمولاً نقش اصلی و اغلب محوری را در زندگی افراد بازی می کنند و در سال های اخیر یکی از عمده ترین متغیرهای مؤثر بر رفتار و حالات روانی افراد مورد توجه بسیاری از متخصصین علوم رفتاری قرار گرفته است، تا جاییکه برخی دین را عامل اساسی در بهداشت فردی و اجتماعی معرفی کرده اند. (اردیسی و همکاران، ۱۳۹۵)

نتایج توصیفی شاخص باورهای مذهبی نشان داد از میان سه بعد مذهبی بررسی شده، بالاترین میانگین مربوط به بعد شناخت و اعتقاد (۱۶/۸۱ درصد) است و کمترین میانگین مربوط به عمل به وظایف دین (۷/۲۹ درصد) می باشد. نتایج گویای آن است افراد جامعه در بعد شناختی و اعتقاد به اسلام و مبانی آن سطح قابل قبول دارند و آنچه در این میان تأمل برانگیز است

وضعیت عمل به دستورات و آموزه های دینی در سطح فردی و اجتماعی می باشد. اینکه افراد تمایل چندانی به عمل کردن وظایف دینی شان نداشته اند.

نتایج توصیفی سلامت اجتماعی نشان داد که در میان ابعاد پنجگانه سلامت، مشارکت اجتماعی دارای بالاترین میانگین (۲۱/۷۹ درصد) و پیوستگی اجتماعی دارای کمترین میانگین (۱۲/۲۳ درصد) بوده است. بالا بودن بعد مشارکت اجتماعی نشان می دهد، پاسخگویان سهم خود را در ساخت و پیشرفت جامعه بالا می دانند و در واقع وجودشان را برای جامعه ارزشمند قلمداد می کنند. همچنین پایین بودن بعد پیوستگی اجتماعی حاکی از این است که پاسخگویان در اینکه اجتماع قابل فهم، منطقی و قابل پیش بینی است تردید داشته و در حقیقت فرد نسبت به کیفیت، سازمان دهی و اداره دنیای اجتماعی اطراف خود دچار نوعی دلزدگی، تردید و عدم درک هستند و در این زمینه نظر مثبتی ندارند. همچنین میانگین شاخص سلامت اجتماعی کل فارق از نخبگی و غیرنخبگی ۸۳/۷۶ می باشد و پایین ترین نمره سلامت اجتماعی نمونه آماری ۴۱ و بالاترین نمره آن هم ۱۳۲ در توصیف داده های شاخص سلامت اجتماعی گزارش شده است.

در بررسی رابطه بین سن، درآمد با سلامت اجتماعی رابطه معنی دار و مثبت شد و در رابطه تحصیلات با سلامت اجتماعی رابطه منفی (معکوس) و معنی دار گردید. بدین معنی که با افزایش سطح تحصیلات، سلامت اجتماعی کاهش و بالعکس با کاهش تحصیلات سلامت اجتماعی افزایش پیدا می کند.

در بررسی رابطه بین باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی نتایج نشان می دهد که بین باورهای مذهبی و ابعاد پنجگانه سلامت اجتماعی (یکپارچگی اجتماعی، پیوستگی اجتماعی، پذیرش اجتماعی، مشارکت اجتماعی و شکوفایی اجتماعی) رابطه معنی داری وجود دارد و جهت این روابط مثبت است. لذا با افزایش باورهای مذهبی در افراد شاهد افزایش در ابعاد سلامت اجتماعی خواهیم بود. در بررسی ابعاد باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی و ابعاد آن نتایج جدول گویای آن بود که دو بعد شناخت - اعتقاد و عواطف در باورهای مذهبی با سلامت اجتماعی و ابعاد آن رابطه معنی دار دارند اما در بعد عمل به وظایف مذهبی هیچ رابطه معنی داری با سلامت اجتماعی و ابعاد آن در قشر نخبه دیده نشد و در قشر غیرنخبه هم تنها در بعد پیوستگی اجتماعی رابطه معنی دار بین عمل به وظایف مذهبی و پیوستگی اجتماعی بدست آمد. این رابطه نشان می دهد که عمل به وظایف مذهبی در جامعه نخبگان مورد آزمون به شدت ضعیف می باشد و اندکی از افراد جامعه غیرنخبه توانستند در وضعیت مطلوب تری از نظر عمل به وظایف مذهبی قرار گیرند، که این امر باعث می شود درباره نوع جهانی که در آن زندگی می کنند و آنچه در اطرافشان رخ می دهد علاقمندتر بوده و احساس کنند قادر به فهم وقایع اطراف هستند، که این

بعد از سلامت اجتماعی در آنان به واسطه بیشتر عمل کردن به وظایف مذهبی، افزایش یابد. بطور کلی دین احساس اشتراک و وحدت اجتماعی را برانگیخته و همبستگی گروه را تحکیم می بخشد و با ایجاد یک روح جمعی، شور و شوق مذهبی و احساسات همگانی را گسترش می دهد و زمینه های لازم را برای پیوند میان اعضا و انسجام اجتماعی فراهم می آورد و موجب ارتقا سلامت اجتماعی افراد می شود. در گروه ها و جوامعی که دین گستردگی زیادی دارد، احتمالاً افراد انسجام بیشتری با جامعه داشته و سالمتر هستند. این نتیجه با پژوهش های خارجی زیمر و همکاران (۲۰۱۹)، پاول (۲۰۰۷)، و پژوهش های داخلی، حیدرخانی و همکاران (۱۳۹۶)، راد و همکاران (۱۳۹۴)، و میرزامحمدی و همکاران (۱۳۹۰) همسو می باشد. این یافته با نظریه دورکیم و نظریه پردازان کارکردگرایی که معتقدند دین نقش اجتناب ناپذیر و منحصر بفردی در ایجاد یکپارچگی و همبستگی اجتماعی دارد و باعث حفظ انسجام اجتماعی می شود انطباق دارد.

در بررسی آزمون رگرسیون چند متغیره نتایج نشان داد که متغیرهای عواطف مذهبی، تحصیلات، عمل به وظایف مذهبی و سن به ترتیب بالاترین تأثیرگذاری را بر سلامت اجتماعی دارد و ۲۱/۷ درصد از تغییرات سلامت اجتماعی توسط متغیرهای مذکور قابل تبیین و پیش بینی بوده است و سایر تغییرات آن به متغیرهایی بستگی دارد که در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار نگرفته اند.

دینداری و اخلاق ناشی از باورهای دینی در ایران به عنوان یکی از معیارهای اساسی در رویه های رفتاری و عملکرد مردم تلقی می گردد. بنابراین می توان انتظار داشت که بخشی از سلامت اجتماعی افراد در ایران تحت الشعاع ریشه ها و باورهای مذهبی آن ها باشد. با این حال میزان دینداری در افراد جامعه برحسب شرایط فرهنگی و موقعیت اجتماعی - اقتصادی آنها متفاوت خواهد بود. با توجه به نتایج حاصل از پژوهش، باورهای مذهبی در مقایسه افراد نخبه با غیرنخبه تفاوت چندانی نداشت که این امر بیانگر ریشه دار بودن آموزش ها و تعلقات مذهبی در افراد جامعه ایران است. اما آنچه ملاحظه شد جامعه نخبه کشور هم از نظر اعتقادی و هم از نظر عاطفی دلبستگی بیشتری نسبت به باورهای مذهبی دارند و مذهب به گونه ای در آن ها درونی شده است و حتی در مقایسه با جامعه غیرنخبه شدت رابطه باورهای مذهبی شان در رابطه با سلامت اجتماعی آن ها نقش مؤثرتری دارند. متأسفانه آنچه در دو جامعه عیان است ضعف متغیر عمل به وظایف در حوزه اجتماعی ناشی از آموزه های دینی می باشد که در صورت بکارگیری مؤثر آن می تواند در افزایش سلامت اجتماعی تأثیر چشم گیری داشته باشد.

آنچه که مسلم است عمل به وظایف مذهبی باید تغییر شکل یابد و با استفاده از شیوه های جدید اخلاقی و عملکرد مذهبی در جامعه بتوانیم علاوه بر حفظ سلامت اجتماعی افراد، سایر

جنبه‌های سلامت (معنوی، جسمی، روانی) را تحت الشعاع قرار دهیم. این مسئله از جهتی همسو با دیدگاه کارکردگرایی رادکلیف براون است که عقیده داشت عملکرد مذهبی از باورداشت‌های مذهبی بیشتر اهمیت دارد. به نظر براون باورداشت‌ها، به نوعی دلیل تراشی و توجیه‌های مناسک اند و برای شناخت دین نخست باید به مناسک توجه داشته باشیم. کارکرد اجتماعی مناسک کلید شناخت دین را به دست ما می‌دهد.

درخاتمه پیشنهاد می‌شود به منظور تقویت سلامت اجتماعی در سطوح مختلف جامعه؛ به باورهای مذهبی بالاخص در ابعاد عاطفی و مناسکی (عمل به وظایف فردی و اجتماعی) توجه ویژه‌ای مبذول شود زیرا ابعاد مذکور نقش مؤثری را در تقویت تعاملات اجتماعی؛ کاهش تنش‌ها و فشارهای محیط اجتماعی؛ سایر ویژگی‌های اخلاقی از جمله معاشرت و برخوردهای هدف‌دار؛ پرهیز از اعمال بیهوده؛ وفای به عهد؛ همکاری و تعاون؛ صبر و پایداری در راستای اهداف جامعه؛ جلوگیری از سست شدن باورها، دگرگونی ارزش‌ها، نابودی اصول اخلاقی حاکم بر جامعه و در نتیجه خودباختگی و ناسازگاری‌های اجتماعی دارا می‌باشد. دین افراد را به یکدیگر نزدیک کرده و از طریق افزایش مراودات اجتماعی، منجر به کاهش اختلافات عقایدی و فکری می‌شود و از طریق ایجاد باورهای مشترک زمینه ساز همبستگی و انسجام اجتماعی در جامعه می‌گردد و اخلاق اجتماعی را در جامعه تقویت می‌کند. لذا اهمیت باورهای مذهبی هم در قشر نخبه و سرآمد جامعه (در پژوهش حاضر اعضای هیئت علمی دانشگاه) و هم در قشر غیرنخبه (عامه مردم جامعه) متناسب با علایق و باورهای هر کدام از آنها به عنوان یک سازه فردی - اجتماعی مستحکم در افزایش سطح سلامت اجتماعی به شدت تأثیرگذار خواهد بود.

فهرست منابع

- ۱- افشانی، سیدعلیرضا؛ شیرینی محمد آباد، حمیده (۱۳۹۶)؛ رابطه‌ی دینداری و سلامت اجتماعی زنان شهر یزد، مجله دانشکده پیراپزشکی دانشگاه علوم پزشکی تهران (پیاورد سلامت) دوره ۱۱ ویژه نامه شماره ۱، صص ۶۶ - ۷۴
- ۲- ادریسی، افسانه؛ شیخ داد زاده، لیلا؛ بزرگری، محمدرضا (۱۳۹۵)؛ تأثیر احساس امنیت اجتماعی بر سلامت اجتماعی پزشکان (مورد مطالعه؛ پزشکان شهر تهران)؛ مجله علمی سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران، دوره ۳۴، شماره ۳، پاییز؛ صص ۲۱۵-۲۳۲
- ۳- ابراهیم پور، داوود؛ پور جبلی، ربابه؛ رضانی ممقانی، روح انگیز (۱۳۹۱)؛ بررسی رابطه عوامل اجتماعی - اقتصادی با سلامت اجتماعی دبیران مقطع راهنمایی و متوسطه شهرستان آذرشهر، مجله مطالعات جامعه‌شناسی، دوره پنجم، شماره چهاردهم، بهار، صص ۶۷ - ۴۷
- ۴- اینگلهارت، رونالد (۱۳۸۲)؛ تحول فرهنگی در جوامع پیشرفته صنعتی، مترجم مریم وتر، انتشارات کویر
- ۵- حیدر خانی، هابیل؛ نوربخش، یونس؛ قنبری، نوذر (۱۳۹۶)؛ بررسی ارتباط بین دینداری و سلامت اجتماعی جوانان مناطق حاشیه‌ای شهر کرمانشاه؛ فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی؛ شماره ۳۰، صص ۳۱ - ۶
- ۶- حاتمی، پریسا (۱۳۸۹)؛ بررسی عوامل موثر بر سلامت اجتماعی دانشجویان با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی؛ پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، گروه مددکاری اجتماعی
- ۷- حشمت یغمایی، محمدتقی (۱۳۸۰)؛ دینداری نوجوانان و عوامل موثر بر آن؛ پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران
- ۸- خدایاری، محمد؛ رحیمی نژاد (۱۳۸۸)؛ آماده سازی مقیاس دینداری و ارزیابی سطوح دینداری اقشار مختلف جامعه ایران (مراکز استان ها)؛ دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران؛ موسسه روانشناسی و علوم تربیتی
- ۹- دولتشاهی، بهروز؛ پهلوان، هاجر (۱۳۸۴)؛ بررسی نقش زیارت دینی در سلامت روانی افراد، نشریه نقد و نظر، سال دهم، شماره ۱ و ۲
- ۱۰- راد، فیروز؛ محمدزاده، فاطمه؛ محمدزاده، حمیده (۱۳۹۴)؛ دین و سلامت اجتماعی: بررسی رابطه دین داری با سلامت اجتماعی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه پیام نور مرند)؛ مجله علوم اجتماعی (فردوسی مشهد)؛ سال دوازدهم؛ شماره ۲، پاییز و زمستان؛ صص ۱۳۷ - ۱۶۸
- ۱۱- ریشه، گی (۱۳۷۶)؛ جامعه‌شناسی تالکوت پارسونز، مترجم عبدالحسین نیک گوهر، تهران، انتشارات تبیان

۱۲- سراج زاده ، سیدحسین؛ جواهری، فاطمه؛ ولایتی خواجه، سمیه (۱۳۹۲)؛ دین و سلامت: آزمون اثر دینداری بر سلامت در میان نمونه ای از دانشجویان، مجله جامعه شناسی کاربردی، مجله پژوهشی علوم انسانی دانشگاه اصفهان، بهار ، دوره ۲۴ ، شماره ۱ پیاپی ۴۹ ، صص ۵۵ - ۷۷

۱۳- شبانپور ، محمد (۱۳۹۶)؛ شناخت نخبگان فکری و شیوه عمل آنها در ایران پس از انقلاب، مجله دوماهنامه پژوهش در هنر و علوم انسانی، سال دوم ، شماره یک (پیاپی، سه)، اردیبهشت، صص ۱۳۷ - ۱۳۰

۱۴- شعیری، ملیحه (۱۳۸۶)؛ بررسی رابطه جهت گیری مذهبی (دینداری) و سلامت روانی زنان شاغل در بخش دولتی شهر کرمانشاه در سال ۱۳۸۶ ؛ پایان نامه کارشناسی ارشد، مطالعات زنان، دانشگاه آزاد واحد روده

۱۵- شجاعی زند، علیرضا (۱۳۸۰)؛ دین تمام زندگی، مجله حکومت اسلامی، زمستان، شماره ۲۲، صص ۲۳ - ۵۰

۱۶- طالبان، محمدرضا (۱۳۷۸)؛ " خانواده ، دانشگاه و جامعه پذیری جوانان "؛ نامه علوم اجتماعی، نشریه علمی - پژوهشی، شماره ۱۳ ، بهار و تابستان ، صص ۲۷ - ۵۴

۱۷- فقیهی، علی نقی؛ خدایاری فرد، محمد؛ غباری بناب ؛ شکوهی یکتا ، محسن (۱۳۸۵)؛ بررسی الگوی دینداری از منظر قرآن و سنت ، فصلنامه اندیشه دینی، دانشگاه شیراز ، شماره پیاپی نوزدهم ، صص ۷۰ - ۴۱

۱۸- قمری، محمد (۱۳۹۰)؛ رابطه دین داری و حمایت اجتماعی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی منطقه دو ؛ مجله روانشناسی و دین، سال چهارم، بهار ، شماره ۱ (پیاپی ۱۳)

۱۹- کلانتری، عبدالحسین ؛ حسینی زاده آرانی، سیدسعید (۱۳۹۴)؛ دین، سلامت روان و احساس تنهایی بررسی نسبت میان میزان دینداری و سلامت روان با احساس تنهایی (مورد مطالعه: شهروندان تهرانی) ؛ مجله جامعه شناسی کاربردی، شماره ۲۶ (۶۰) ؛ صص ۲۵ - ۴۴

۲۰- کوزر ، لوئیس (۱۳۷۷)؛ "زندگی و اندیشه بزرگان جامعه شناسی، مترجم محسن ثلاثی، تهران، انتشارات علمی

۲۱- گیویان، عبدالله (۱۳۷۷)؛ سنجش نگرش مردم تهران راجع به نقش و کارکردهای دین، تهران ؛ شورای فرهنگ عمومی

۲۲- میرزائی، سعید ؛ صافی زاده ، حسین ؛ ارومیه ای ، نادیا (۱۳۹۶)؛ مطالعه تطبیقی مدل های تعیین کننده اجتماعی سلامت، مجله تخصصی اپیدمیولوژی ایران، دوره ۱۳ ، شماره ۳ ، صص ۲۳۴ - ۲۲۲

۲۳- موسوی، میرطاهر ؛ شیانی ، ملیحه (۱۳۹۴)؛ سرمای اجتماعی و سلامت اجتماعی ؛ مفاهیم و رویکردها ، تهران ، نشر آگاه

۲۴- محسنی ، منوچهر (۱۳۹۳) ؛ مبانی سلامت اجتماعی، تهران ، نشر دوران

۲۵- میرزاحمدی، محمدحسن؛ فرمehنی فراهانی، محسن؛ اسفندیاری، سهیلا (۱۳۹۰) ؛ بررسی نقش

آموزش‌های دینی در سلامت فردی و اجتماعی؛ مجله فرهنگ در دانشگاه آزاد اسلامی، سال پانزدهم، شماره ۲، پیاپی ۴۷؛ صص ۲۰ - ۴۵

۲۶- نیکخواه، هدایت الله (۱۳۸۰)؛ "سنجش دینداری جوانان و عوامل مؤثر بر آن (دانش‌آموزان سال سوم و پیش‌دانشگاهی شیراز)؛ مقطع کارشناسی ارشد، گرایش پژوهش علوم اجتماعی، دانشگاه شهید بهشتی

۲۷- ولی‌علی، محمد (۱۳۸۹)؛ عوامل مؤثر بر مشارکت سیاسی نخبگان علمی (با تأکید بر اعضای علمی دانشگاه‌های تهران)، پایان‌نامه دکتری تخصصی، دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم اجتماعی.

۲۸- همیلتون، ملکوم (۱۳۹۱)؛ جامعه‌شناسی دین، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، نشر ثالث.

29- Hua Zhang, Jing ؛ Zhang, Haomin؛ Liu, Chengkun ؛ Jiang , Xiaoyang ؛ Zhang , Hongmin ؛ Iwaloye , Ojo (2020) ؛ "Association between Religion and Health in China: Using Propensity Score Matching Method" ؛ Religions , 2020, 11, 37

30- Keyes, C., & Shapiro, A. (2004) , (in press). "Social Well-Being in the United States: A Descriptive Epidemiology". In O. Brim, C. Ryff, & R. Kessler (Eds.), *Midlife in the United States*. Chicago: University of Chicago Press

31- Keyes, C. (1998). "Social Well-Being" ؛ *Social Psychology Quarterly*, 61, 121-140.

32- Lucchetti, Giancarlo ؛ Garcia Góes ؛ Leonardo, Garbulio Amaral Stefani ؛ Terzian Ganadjian Gabriela ؛ Andrade Isabelle ؛ de Araújo Almeida Paulo Othávio ؛ Mendes do Carmo Victor ؛ Elisa Gonzalez ؛ Manso Maria (2020) ؛ "Spirituality, religiosity and the mental health consequences of social isolation during Covid-19 pandemic" ؛ *International Journal of Social Psychiatry* 1- 8

33- Powell, L. (2007), "To examine the relationship between the performance communication, spiritual and social health and quality of life in cancer patients" ؛ Academic Press, London

34- Ryff , C.E , and wu C-L (1996), *psychiatric disorders in america : the epidemiological catchment area study* , new York , free press.

35- Ryff, C. D. (1989). *Happiness is everything, or is it? Exploration on the meaning of psychological wellbeing*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57, 1069-1081

36- Zimmer , Zachary ؛ Rojo , Florencia ؛ Beth Ofstedal , Mary ؛ Chiu , Chi-Tsun ؛ Yasuhiko , Saito ؛ Jagger , Carol (2019) , "Religiosity and health: A global comparative study" ؛ *SSM - Population Health* 7 (2019) 100322.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۱۷۶ - ۱۵۳

بررسی و تحلیل تطبیقی انسان کامل در اندیشه شیخ محمود شبستری و عبدالرحمان جامی

سمانه ستوده خیر آبادی^۱

سمیرا رستمی^۲

محمد علی آتش سودا^۳

چکیده

واژه انسان از جمله مقوله‌هایی است که همواره مورد مطالعه و تفحص در ادیان، مکاتب و معارف بشری واقع شده است. در پژوهش حاضر انسان کامل و ارزش‌های وجودی وی در مثنوی گلشن راز شیخ محمود شبستری و سلسله الذهب عبدالرحمان جامی به روش توصیفی-تحلیلی مورد بررسی و مقایسه قرار می‌گیرد. از آنجا که هر دو شاعر، تحت تاثیر عرفان نظری و آراء محیی الدین ابن عربی هستند، در حقیقت آثار مذکور از منظر عرفان نظری که زاینده تفکرات ابن عربیست، مورد بحث قرار می‌گیرد. در عرفان نظری، مقصود اصلی از ایجاد عالم، انسان کامل است و انسان کامل نیز، محل جمیع نقوش اسماء الهی است و در حقیقت عالم به سبب او خلق شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که تشابهات بسیاری در مباحث فوق، از جمله در مضامین حقیقت محمدیه، اتصاف انسان کامل به صفات حق تعالی، وحدت وجود، مرتبه و مقام انسان کامل در اندیشه‌های عرفانی حاکم بر گلشن راز در قرن هشتم و سلسله الذهب در قرن نهم هجری یافت می‌شود.

واژگان کلیدی

سلسله الذهب، گلشن راز، شبستری، جامی، عرفان اسلامی، انسان کامل.

۱. دانشجوی دکتری زبان و ادبیات فارسی، واحد فسا، دانشگاه آزاد اسلامی، فسا، ایران.

Email: Samaneh.sotoudeh59@gmail.com

۲. استادیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد فسا، دانشگاه آزاد اسلامی، فسا، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: Srostami152@gmail.com

۳. دانشیار گروه زبان و ادبیات فارسی، واحد فسا، دانشگاه آزاد اسلامی، فسا، ایران.

Email: Ma.Atashsoda@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۴/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۲/۵

طرح مسأله

تصوف به بیان ساده واژه معرف و جامع روشی است توأم از فلسفه و مذهب، که به عقیده پیروان آن، تنها راه وصول به حق و حقیقت است. پیروان مکتب تصوف که از اواخر قرن دوم هجری در اسلام و کشورهای اسلامی و بویژه ایران پدید گشتند و مریدان بسیاری یافتند بخاطر شیوه تفکر، لباس، خوراک، عبادت و ریاضت ویژه خویش به نام صوفی مشهور شدند. (صبور، ۱۳۴۹: ۵۴) تصوف و عرفان این دو کلمه که غالباً مترادف هم می آیند، از لحاظ معنی و اصطلاح تفاوت‌هایی دارند، به این معنی که تصوف روش و طریقه زاهدانه‌ای است بر اساس مبانی شرع و تزکیه نفس و اعراض از دنیا، برای وصول به حق و سیر به طرف کمال؛ اما عرفان یک مکتب فکری و فلسفی متعالی و ژرف برای شناختن حق و شناخت حقایق امور و مشکلات و رموز علوم است، آن هم البته نه به طریق فلاسفه و حکما، بلکه از راه اشراق و کشف و شهود. (سجادی، ۱۳۸۴: ۸)

از عرفای نامی قرن هشتم، «شیخ محمود شبستری در حدود سال ۶۷۸ هجری قمری در شهر تبریز دیده به جهان گشود، تبریز در آن هنگام از مراکز عرفان و ادب و دین پژوهی به شمار می رفت. این دوره به لحاظ سیاسی دوره غلبه مغول بر ایران زمین است. غلبه سیاسی مغول به تشّت اجتماعی و فرهنگی ایران انجامیده بود به ویژه آن که مغولان اغلب به آیین‌های بودایی و مسیحی تعلق خاطر داشتند و تنها بخاطر اسلام آوردن غازان خان مغول بود که ورق تا حدود زیادی برگشت و تشنج فکری و فرهنگی جامعه قدری فروکش کرد.» (داعی شیرازی، ۱۳۷۷: مقدمه: ۹) تبریز در آن زمان در قبضه قدرت پیران روحانی بود، شبستری در برخی از آثارش از نسبت معنوی خویش با این پیران سخن می گوید، در روضات الجنان از مولانا شیخ امین الدین باله نامی به میان است، از شاگردان مولانا بابا حسن بلغاری که از حکیمان و عارفان هم عصر شبستری بوده است. این امین الدین بنا به روایت خود شبستری از کسانی بوده که با افکار محیی الدین ابن عربی و حوزه ی عرفانی او به خوبی آشنایی داشته است. شبستری مسائل و مشکلات خود در این حوزه ها را با این استاد در میان می گذاشته و از او پاسخ می طلبیده است. (همان، ۱۱)

عارف دیگر مورد بحث، مولانا نورالدین عبدالرحمن بن احمد جامی، شاعر و عارف و دانشمند بزرگ و نابغه دانش و ادب، در سال ۸۱۷ هجری قمری در خرجرد جام به دنیا آمد. (جد او در محله دشت اصفهان زندگی می کرد). لقب اصلی او عماد الدین بود. (میرباقری فرد، ۱۳۹۴: ۲۲۰) عبدالرحمان جامی به طریق نقشبندیان ارادت می ورزید. مشی اصلی نقشبندیه تصریح بر التزام به شریعت و اتباع سنت و دوری از بدعت بود، اما خواجه محمد پارسا از مشایخ این طریقت،

سعی در تلفیق اصول طریقت نقشبندیه با آراء ابن عربی داشت و بدین جهت به تقریر آراء ابن عربی پرداخت. مشی خواجه پارسا اگرچه به مذاق پیروان طریقت نقشبندیه موافق نیامد، اما موجب شد که بعد از مدتی شماری از پیروان این طریقت از شیوه وی متأثر و آن را دنبال کنند، جامی در سنین کودکی به نزد خواجه پارسا حاضر شد و او عبدالرحمان را نواخت. لذت این دیدار چنانکه که جامی خود گوید چندان در او اثر گذاشت که تا آخر عمر اخلاص و ارادت به خاندان خواجهگان را به برکت نظر خواجه محمد می دانست. (همان) جامی می گوید: «امروز از آن شصت سال است. هنوز صفای طلعت منور ایشان در چشم من است و لذت دیدار مبارک ایشان در دل من» (جامی، ۱۳۹۰: ۳۹۸) جامی از محمد پارسا نقل می کند که: «فصوص جان است و فتوحات دل و نیز گفته است هرکه فصوص را نیک می داند، وی را داعیه متابعت حضرت رسول قوی می گردد.» (همان، ۴۰۱) جامی کوشید تا تعالیم ذوقی و معاملات عرفانی نقشبندیه را با آراء ابن عربی همراه سازد، او در بسیاری از موارد متأثر از اندیشه محیی الدین ابن عربی است.

یکی از آثار جامی در هفت اورنگ، مثنوی سلسله الذهاب است که در آن از شریعت، طریقت، عشق و نبوت از دیدگاه عرفانی سخن رفته است. ساختار منظومه در سه دفتر تنظیم شده است، دفتر اول اصول عقاید اسلامی و مذهب اشعری را به درخواست فرزند خواجه عبیدالله احرار که از مشایخ نقشبندیه است، سروده و مفاهیم خداشناسی و هستی شناسی دارد. دفتر دوم، ادامه دفتر اول در معارف و اسرار عشق معنوی سخن گفته و دفتر سوم در موضوع کشورداری و رعیت پروری است. (جامی، ۱۳۸۶: ۲۷)

جامی در عرفان نظری از شارحان و مروجان بنام مرام و مسلک ابن عربی به حساب می آید و بیشترین آثارش، بیان جهان بینی آثار ابن عربی است. در نفحات الانس کرامات فراوان محیی الدین ابن عربی را متذکر می شود، تا آنجا که شاید بتوان گفت شرح احوال ابن عربی در نفحات الانس شرح کرامات اوست.» (جامی، ۱۳۹۰: ۵۴۸) عبدالرحمان جامی در شرح معارف صوفیه شهرت و آوازه بسیار داشت. برخی او را از این لحاظ با ابن عربی برابر می شمردند. (زرین کوب، ۱۳۸۷: ۲۹۱) این پژوهش به تحلیل و مقایسه انسان کامل در اندیشه شیخ محمود شبستری و عبدالرحمان جامی می پردازد و این موضوع را با در نظر گرفتن تاثیرپذیری شبستری و جامی از آراء ابن عربی در مبحث انسان کامل و عرفان نظری مورد بررسی قرار می دهد.

انسان کامل در معنی جمیع مراتب الهیه و کونیه از عقول و نفوس کلی و مراتب طبیعی تا آخر تنزلات وجود قرار دارد. در تصوف، بالاترین مقامی که انسان بدان تواند رسید یعنی مرتبه فناء فی الله.» (همان، ذیل واژه انسان کامل) بی تردید، واژه انسان یکی از جالب ترین مقوله هایی است که موضوع صحبت همه ادیان و مکاتب بشری واقع شده است و پیرامون آن بحث های گسترده ای در گرفته و در هر مکتب و آیینی، صورتی مختص به خود از انسان به تصویر

کشیده است. (نصری، ۱۳۶۳: ۷)

واژه کمال و معنای نزدیک آن «تمام» در مقابل کلمه ناقص به کار می رود. تمام یعنی برای یک شیء تمام مواردی فراهم شده باشد، که در اصل وجود آن لازم است؛ که اگر چنین نباشد، آن شیء ناقص خواهد بود؛ اما کمال در جایی به کار می رود که پس از اینکه شیء تمام شد، یعنی تمام زوایای وجودی خویش را دریافت کرد، باز درجه بالاتری از آن هم می تواند داشته باشد، به بیان دیگر تمام را می توان سیر هر مورد در جهت افقی آن در نظر گرفت و کمال را در جهت عمودی آن. (ابراهیمیان، ۱۳۸۱، ۱۷۳) برخی از فیلسوفان کمال را فعلیت یافتن استعدادها و قوه هایی [می دانند] که در موجودات نهفته است. (نصری، ۱۳۷۸: ۹۳) کمال سالک نزد عارفان، رسیدن به نهایت مقصود و واصل گشتن به حق است که این امر جز در مقام فنای در حق و بقای او بدست نمی آید. (سعیدی، ۱۳۸۶: ۱۲۱)

در میان تمامی نظریه ها و جهان بینی ها و نگرش های متضاد به دیدگاه مشترکی نیز می توان دست یافت، و آن اینکه هر یک از نظریه ها بر این عقیده اند که انسان کامل با انسان معمولی تفاوت های بسیار دارد و همه افراد انسانی باید بکوشند تا خود را به آن نقطه برسانند. از انسان کامل به نام های گوناگون یاد کرده اند، بودا او را اهارت می نامد و کنفوسیوس تسو؛ آیین های یوگا نیز از او با عنوان انسان آزاده نام می برند؛ افلاطون او را فیلسوف می خواند و ارسطو انسان بزرگوار و صوفیه قطب، شیخ، و پیر می نامند و نیچه ابر انسان و از همه بالاتر آنکه قرآن وی را خلیفه الله می نامد. (نصری، ۱۳۶۳: ۷)

ابن عربی در فصوص الحکم می گوید: «حق تعالی خواست که اعیان اسماء با عین ذات خود را در موجودی ببندد که جامع باشد، جمیع حقایق عالم را مفردات و مرکبات، بحسب مرتبه اش؛ و حصر کند این موجود، امر اسماء و صفات را که آن امر عبارت است از مقتضیات و افعال و خواص و لوازم آن اسماء و صفات. و کون جامع، انسان کامل است که مسمی است به آدم، و غیر او را این قابلیت و استعداد نیست، و سر در این مشیت و حصر آنست که حق - سبحانه و تعالی - ذات و کمالات ذاتیه را، که مسمی است به اسماء و مظاهرش، مشاهده می کرد در ذات خود به ذات خود در عین اولیت و باطنیتش، بر وجهی که مندرج بود بعضی در بعضی دیگر.» (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۵۵ و ۵۶)

انسان آئینه تمام است، و ظهور حق در این آئینه، مختلف است؛ به حسب اختلاف استعداد آئینه و تجلی حق در نفوس کامله انسانی در دنیا و آخرت، بر حسب استعداد آن نفوس است و هر نفس کامل می بیند حق را؛ بر حسب اعتقاد خود و علم خود و معرفت خود. پس عارف، اکمل از همه عوالم باشد اگر ببیند حق را به جمیع صفات و بشناسد او را به همه نعوت و کمالات و اوست مقصود در ایجاد موجودات و او مراد است از ابداع مخلوقات. (سعیدی، ۱۳۸۶: ۷۲) انسان در بین

موجودات جهان از موقعیتی ویژه و استثنایی برخوردار است. عرفان معتقدند خلاصه همه عوالمی که در حضرات خمس نام برده می شود در انسان موجود است و بر این اساس انسان کامل (موحد) همراه با مسئله وحدت وجود (توحید) یکی از دو رکن اساسی عرفان نظری به شمار می رود. (رحیمیان، ۱۳۹۱: ۲۳۷)

روش تحقیق

پژوهش حاضر به صورت توصیفی - تحلیلی انجام شده است. با این توضیح که بعد از مطالعه کتب مرتبط با تحقیق، از جمله گلشن راز و بعضی از شروح آن و هفت اورنگ جامی و مبحث انسان کامل در آثار ابن عربی و فیش برداری از آنها به تجزیه و تحلیل مطالب پرداخته شده و نتایج پژوهش حاصل گردیده است.

پیشینه تحقیق

تا کنون در حوزه مقایسه جایگاه انسان کامل در گلشن راز شبستری و سلسله الذهب جامی پژوهشی صورت نپذیرفته است. اما از پژوهش هایی که درباره جامی و شبستری انجام شده است، می توان به موارد زیر اشاره کرد:

- پاک سرشت. (۱۳۷۹). در مقاله ای با عنوان تاثیر پذیری عراقی، شبستری، جامی از ابن عربی، به روش همبستگی و توصیفی به شرح تاثیر پذیری عراقی، جامی، شبستری از ابن عربی می پردازد.

- خلیق زاده، (۱۳۸۸). در پایان نامه ای با عنوان «سیمای انسان کامل در گلشن راز شیخ محمود شبستری» به بررسی انسان کامل و ضرورت پیروی سالک طریقت از او پرداخته است. نویسنده در این پژوهش پس از بیان سابقه انسان کامل در ادیان پیش از اسلام و همچنین در عرفان اسلامی، انسان کامل را از نگاه شبستری مورد بررسی قرار داده است.

بحث و بررسی

۱- انسان کامل حقیقت محمدیه

انسان کامل وجه تعبیری حقیقت محمدیه از مهمترین مفاهیم باطنی در عرفان اسلامی و به ویژه در مکتب ابن عربی است. از دیدگاه ابن عربی حقیقت محمدی صورت اعظم و جامع الهی است. (زرین کوب، ۱۳۸۵: ۱۳۶) در عرفان نظری، حقیقت محمدیه، اصطلاحی است «به معنای تعین اول از ذات الهی که همان اسم اعظم و جامع اسماء حسنای حق است. از این حقیقت، همه عوالم به ظهور رسیده است و به آن حقیقه الحقایق نیز می گویند.» (کاشانی، ۱۳۷۶: ۳۵۲ و ۳۵۳) به اعتقاد عرفا حقیقت محمدیه به طور کامل در انسان کامل ظاهر می شود. نبی، رسول و ولی، مظاهر این حقیقت در عالم سفلی هستند و کامل ترین مظهر آن در این عالم پیامبر

اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم است. (جهانگیری، ۱۳۵۹: ۳۲۸)

حقیقت محمدیه در رأس همه اعیان ثابت‌ه واقع شده که اسم اعظم و جامع اسماء حسناى حق است. سبب ایجاد عالم و بقای او و واسطه ظهور کمالاتش در ازل و ابد و دنیا و آخرت انسان کامل است، اما در علم چون حق تعالی تجلی کرد به ذات خود، مر ذات خود را مشاهده کرد در ذات خویش، جمیع صفات و کمالات خود را، خواست تا صفات و کمالاتش خویش را مشاهده کند، در حقیقتی که او به منزلت آینه باشد. پس همه حقایق عالم به وجود او در علم، وجود اجمالی یافت بواسطه اشتغال حقیقت محمدیه مر حقایق عالم را از روی مشابهت او مر مرتبه الهیت را جامع همه اسماء است. بعد از آن ایشان را در حضرت علمیت وجود تفصیلی داد تا اعیان ثابت‌ه گشتند. (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۶۸)

۱-۱- آفریده نخستین

ابن عربی می‌گوید: «اول موجودی که کسوت ایجاد پوشید، عقل اول بود که نور محمدی است، چنانکه خبر اول ما خلق الله نوری از آن خبر می‌دهد و این خلق متضمن جمیع موجودات بود و حق را علم بدان متعلق؛ لاجرم بعد از عقل اول این موجودات معلومه متضمنه را از علم به عین آورد تا وجود خارجی مطابق وجود علمی باشد.» (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۶۸)

در گلشن راز شیخ محمود شبستری به نخستین آفریده و حقیقت محمدیه اشاره دارد.
وز ایشان سید ما گشته سالار هم او اول هم او آخر درین کار
(شبستری، ۱۳۳۳: ۱۸)

شبستری در این بیت می‌گوید: پیامبر ما حضرت محمد مصطفی (ص) اول پیامبران و نخستین آفریده و آخرین پیامبر است و در میان پیامبران نیز اول ایشان است به رتبه و مقام.
شیخ محمود در گلشن راز معنی آفرینش نخستین را تکرار می‌کند:

احد در میم احمد گشت ظاهر درین دور اول آمد عین آخر
ز احمد تا احد یک میم فرق است جهانی اندر آن یک میم غرق است
(شبستری، ۱۳۳۳: ۱۹ و ۲۰)

در بیت فوق، «احد اسم ذات است به اعتبار انتنفای اعتبارات و تعینات در (میم) احمد که تعین محمد است و ما به الامتیاز (احمد) از احد ظاهر گشت و مظهر حقیقی احد ظاهر گشت.» (الهی اردبیلی، ۱۳۷۶: ۳۵)
مظهر حقیقی احد، حقیقت احمد است و باقی موجودات مظهر حقیقت احمد همچنان که حق در همه موجودات سریان دارد، انسان کامل هم سریان است. میم احمد اشاره به دایره موجودات است که مظهر حقیقت محمدی اند. (همان) آفرینش نخست در سلسله الذهب جامی نیز به چشم می‌خورد، او در این باره می‌گوید:

مصطفی کز مقام مجذوبی شد مکرم به نام محبوبی
ز آفرینش نخست مطلوب اوست لم یزل لایزال محبوب اوست
(جامی، ۱۳۷۸: ۲۱۶)

اولین آفریده، حقیقت محمدیه است که جامی به نام حضرت مصطفی (ص) اشاره دارد که محبوب دیرین است. در این خصوص «تمام عرفا متفق القولند که مخلوق اول، همان حقیقت محمدیه است که در وجود رسول اکرم (ص) تجلی نموده است. خدای متعال به واسطه همین مخلوق اول است که تمام کمالات وجودی را به مخلوقات دیگر می رساند. پیامبر اکرم هم فرمود: اول ما خلق الله نوری اولین چیزی که خلق شد نور من بود.» (جیلانی، ۱۳۹۲: ۹)

۱-۲- کمال مقام نبوت

شبستری کمال مقام نبوت را در پیامبرگرمی اسلام می داند.
نبوت را ظهور از آدم آمد کمالش در وجود خاتم آمد
(شبستری، ۱۳۳۳: بیت ۳۶۹)
ظهور کل او باشد به خاتم بدو باید تمامی دو عالم
وجود اولیاء او را چو عضوند که او کل است و ایشان همچو جزوند
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۷۱ و ۳۷۲)

به عقیده شبستری ظهور ولی کامل در وجود پیامبر است و تمامی اولیای دیگر پیرو این کل اند. به همین خاطر هم از نظر نبوت و هم از نظر ولایت بر همه برتری دارد. وارث ولایت او هم همین طور است. چون در ولایت با پیامبر یکی است. شبستری نور نبوت و ولایت تمامی انبیاء و اولیاء را وجود حقیقت محمدیه می داند. «نبی، رسول و ولی، مظاهر این حقیقت [محمدیه] در عالم سفلی هستند و کامل ترین مظهر آن در این عالم پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله وسلم است.» (عفی، ۱۳۸۶: ۲۷۳)

ز نورش شد ولایت سایه گستر مشارق با مغارب شد برابر
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۸۶ و ۳۸۷)

شیخ محمود می گوید: پیامبر اسلام نور است و ولایت، سایه این نور می باشد که در انبیاء و اولیاء خداوند ساری و جاری گردیده است، و نور نبوت بصورت کامل در وجود پیامبر اکرم ظهور یافته است.

ورا قبله میان غرب و شرق است از این رو در میان نور غرق است
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۸۴)

چون قبله حضرت رسول در میان شرق و غرب است، از آن است که آن حضرت غرق نور

است. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۸۸)

جامی هم در سلسله الذهب فضل و برتری پیامبر گرامی اسلام را بیان می‌کند،
هست بر مقتضای فضل ازل بعضی از بعضی افضل و اکمل
وز همه افضل احمد عربیست که ز حق سوی ما رسول و نبیست
(جامی، ۱۳۷۸: ۲۳۹)

جامی در ابیات فوق می‌گوید: به مقتضای علم و حکمت خداوندی بعضی از پیامبران از
بعضی دیگر اکمل و افضل هستند. اما احمد عربی (ص) از همه افضل است که از سوی حق ما را
رسول و نبی است.

۱-۳- جامعیت انسان کامل

از دیدگاه عرفان نظری، حقیقت محمدی صورت اعظم و جامع الهی است. مربی جمیع
اعیان و مظاهر مربوط به شئون است و از همین روست که تمام عوالم اجسام و ارواح را شامل
می‌گردد (زرین کوب، ۱۳۸۵: ۱۳۶)
صاحب گلشن راز می‌گوید:

مراتب جمله زیر پایه اوست وجود خاکیان از سایه اوست
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۸۶)

از نظر لاهیجی شارح گلشن راز چون «حضرت ختم محمدی (ص) مخصوص به تجلی
ذاتی بود، و باقی انبیاء مظهر و مجلای تجلیات اسمایی و صفاتی اند، و خورشید ذات منبع و
مصدر انوار جمیع اسماء صفاتست، لاجرم مراتب جمیع کاملان از انبیاء و اولیاء ادنی و انزل از قدر
و پایه او باشد و مرتبه آن حضرت از همه اعلی بود، وجود خاکیان که کاملان مرادند همه ظلال
ومظهر انوار خورشید اعظم حقیقت محمدی (ص) باشند، و نور اوست که از روازن تعیان همه
تابانست.» (لاهیجی، ۱۳۷۱: ۱۰۲)

شده او پیش و دلها جمله از پی گرفته دست دلها دامن وی
(شبستری، ۱۳۳۳: ۲۳)

شبستری در بیت فوق می‌گوید: پیامبر گرامی اسلام، امام و پیشوای عارفان است و اولیاء
الله دست در دامن او زده اند. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۵۱)

از آن گشتند امـرت را مسـخر که جان هر یکی در تست مضمـر
(شبستری، ۱۳۳۳: ۲۶۹)

چون گفته شد که صورت جامعیت آثار اسماء حضرت حق تعالی به آدمی ارزانی فرمود و
هرچه هست به اثر اسمی از اسماء الهی زندگانی دارد که آن اثر چون جان اوست پس جان همه

چیز با آدمی باشد و هر ذره را از ذرات موجودات باین سبب با آدمی علاقه بود. (داعی شیرازی، ۱۳۷۷: ۱۷۹) و آدمی به واسطه این معنی است که محمل آیت کریمه «وَسَخَّرَ لَكُم مَّا فِی السَّمَاوَاتِ وَمَا فِی الْأَرْضِ جَمِيعًا مِنْهُ» (قرآن، جاثیه، آیه ۱۳) گشته است. (همان، ۱۷۹ و ۱۸۰) معنی آیه: یعنی مسخر و فرمانبردار ساخت برای شما هر چه را که در آسمانها و زمین است و فرمانبردار ساخت برای شما خورشید و ماه را. جامی نیز در سلسله الذهب، در مفهوم حقیقت محمدی (ص)، و جامعیت اسماء و صفات وی، عقیده ای مشابه دارد.

آن فضایل که انبیا را بود	وان شمایل که اصفیا را بود
گر شود جمله مجتمع با هم	همه باشد ز فضل احمد کم
هر نبی را که حجتی دادند	جانب امتی فرستادند
نیست مبعوث پیش شرع شناس	غیر احمد کسی به کافه ناس

(جامی، ۱۳۷۸: ۲۳۹)

در ابیات فوق، مفهوم حقیقت محمدیه و تحقق خارجی آن در صورت جامع پیامبر گرامی اسلام، پدیدار می شود. جامی در ابیات فوق می فرماید: اگر فضائل و شمایل جمله انبیاء و اصفیا جمع گردد، از فضل احمد عربی (ص) کمتر هستند. و در نظر شرع شناس کسی جز پیامبر اسلام مهتر همه مردم نیست و جایگاه بعثت را برای عموم مردم ندارد. در عرفان نظری، حقیقت محمدیه اسم اعظم جامع است. «انبیاء مظاهر امهات اسمای حق می باشند و این مظاهر داخل در اسم اعظم جامع و مظهر آن حقیقت محمدی (ص) می باشد.» (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۱۲۹) صدرالدین قونوی نیز معتقد است که حقیقت محمدیه قطب و مدار احکام و مرکز دایره وجود ازل و ابد است. (صدرالدین قونوی، ۱۳۸۸: ۶۴)

و در ابیات دیگر نیز جامی بر این معنی تاکید دارد.

که مسمای اوست فی الواقع	مظهر کل و نسخه جامع
ثبت در وی به لون بی لونی	کلمات الهی و کونی

(جامی، ۱۳۷۸: ۶۸)

در ابیات فوق جامی به القاب کامل نخستین، حقیقت محمدی اشاره دارد که مظهر کل و نسخه جامع است که در وی اسماء و صفات الهی ثبت گردیده، همچنان که تجلیات کونی در او منعکس است. باید توجه داشت که اشیاء به صورت فردی و عینی خود در انسان موجود نیستند، بلکه حقایق آنها یا به عبارت دیگر اشیا به کلیت خود، در انسان موجودند.

یا در بیتی دیگر خاتم الشعرا می فرماید:

شد تفصیل کون را مجمل بر مثال تعین اول
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۳۲)

جامی انسان کامل را نسخه مجمل هستی می‌داند همچون تعین و تجلی اول. بر این مثال که همه تفاسیر خلقت و بر آمدن جهان هستی که مظاهر قدرت و ذات الهی است به اختصار در انسان جامع وجود دارد. «انسان کامل، جامع همه معانی آیات است و او در نهایت است. ابن عربی انسان را خلیفه و کون جامع نیز نام نهاده است، علت این نام گذاری نیز جامعیت انسان است چرا که تمام حقایق عالم وجود در وی نهفته است.» (اعوانی، دادبه، بادنچ، ۱۳۸۹: ۱۴۱)

آدمی چیست برزخی جامع صورت خلق و حق در او واقع
نسخه مجمل است و مضمونش ذات حق و صفات بی چونش
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۲۹)

بیت فوق در این معنی است که تجلی ذات پروردگار در کاملان آنان را برزخی جامع و متصل به عالم مثال و ملکوت کرده است.

پس همه حقایقی که در عالم وجود دارد، در انسان جمع است. دلیل آیه کریمه «سَنُرِيهِمْ آيَاتِنَا فِي الْآفَاقِ وَ فِي أَنْفُسِهِمْ» (فصلت، ۵۳) است. در این آیه تصریح شده است که آیات خداوند همچنانکه در آفاق هست، در انفس نیز موجود هست (ابن عربی ۱۳۶۷: ۲۳۱)

۲- اتصاف انسان به صفات کامله

انسان موصوف است به صفات کامله، که حق تعالی به آن متصف است؛ غیر از وجود ذاتی. و هر صفتی که از جانب حق سبب معرفت حق است آن صفت. صفت حق است. پس هر صفتی که آیینی ای است که متصف است به حدوث، دلیل است بر قدم حق؛ و سبب در معرفت [شناخت] او. (سعیدی، ۱۳۸۶: ۷۳) انسان کامل کسی است که تمثیل همه اسماء و صفات الهی و مظهر تام و تمام حق و معانی کمال الهی است. در نهایت انسان کامل یعنی انسانی که طرف تحقق کمالات الهی و مجلای صفات ذات می‌باشد و سایر اسمای کلیه و جزئیة تحت اسم او هستند. (قیصری، ۱۳۷۵: ۳۲۹).

تو بودی عکس معبود ملائک از آن گشتی تو مسجود ملائک
(شبستری، ۱۳۳۳: ۲۶۷)

شیخ محمود می‌گوید: انسان آینه ذات و صفات الهی است، یعنی ذات و صفات الهی در انسان منعکس گشته است و ملائک معبود خود را در انسان مشاهده می‌نمایند و به همین سبب او را سجده می‌کنند.

حقیقت خود مقام ذات او دان شده جامع میان کفر و ایمان (شبستری، ۱۳۳۳: ۳۵۱)

می گوید: حقیقت عبارت از مقام و مرتبه ذات آن مرد کامل است که او جامع کفر و ایمان است. یعنی در حالی که ایمان دارد و همه چیز را می داند آن را از دیگران می پوشاند و پنهان می دارد و کفر و ایمان در آن جا یکی است. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۷۷)

شیخ محمود شبستری ضمن بازگویی کمالات و صفات انسان کامل، به ناپیدایی و ناشناسی وی در میان خلق نیز اشاره کرده است.

به اخلاق حمیده گشته موصوف به علم و زهد و تقوی بوده معروف همه با او ولی او از همه دور به زیر قبه های ستر مستور (شبستری، ۱۳۳۳: ۳۵۲ و ۳۵۳)

انسان کامل به خوی های نیک ستوده می شود و به دانانی، پارسایی و پرهیزکاری آوازه یافته است. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۷۷) او در میان مردم است، اما آنان از اهل الله آگاه نیستند و شان رفیع عارف کامل را در نمی یابند، او به سبب نائل آمدن به مقام فنا فی الله در حقیقت حق تعالی مستغرق است، و از عالم شهادت به غیب واصل است. در مصراع آخر اشاره به حدیث نبوی «اولیایی تحت قبایی (قبایی) لا یعرفهم غیری. اولیای من زیر قبه های من پنهان هستند، و جز من کسی ایشان را نشناسد.» (فروزانفر، ۱۳۸۵: ۱۸۱)

عبدالرحمان جامی نیز در سلسله الذهب، موضوع اتصاف انسان به صفات کامله را بیان می کند:

هم علیم است و هم سمیع و بصیر متکلم مرید و حی و قدیر
همچنین از حقایق عالم همه چیزی بود در او مدغم (جامی، ۱۳۷۸: ۱۲۹)

جامی نیز صفت دانایی را بیان می کند، اهل الله شنونده و بینا [در حقایق امور] هستند، متکلم در بیان فرامین حق، حاضر و ناظر و قادر در اجرای رسالت خویش هستند و از کلیات حقایق امور عالم، آگاه هستند. ابن عربی می گوید: «او [انسان کامل] داناترین علما به الله تعالی است، از آنکه شناسای عالی ترین مراتب و مقامات است، و در هر مقامی اعطای حق آن مقام به تقدیم می رساند.» (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۱۲۹)

هر چه در گنج کنت کنز نهان بود، در وی خدا نمود عیان (جامی، ۱۳۷۸: ۷۶)

جامی می گوید: اگر گنج کنت کنز نهان و ناپیدا بود، به اراده پروردگار این گنج ذات، در وجود انسان کامل عیان و آشکار متجلی شد، همچنان که شبستری نیز حقیقت را مقام ذات انسان کامل قلمداد کرد.

هر که داند که کاملان بشر که نهانند در میان بشر
کون با هر بلندی و پستی پیش ایشان بود کف دستی
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۹۹)

جامی نیز در آیات فوق همچون شبستری، کاملان حق را در میان خلق پنهان می داند، عالم با تمام ویژگی ها و فراز و نشیب های آن، در اختیار تام و قدرت ایشان است. گشت آدم جلای این مرآت شد عیان ذات او به جمله صفات
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۶۸)

خاتم الشعراء انسان کامل را چون در مرتبه جامع الصفات است، جلای مرآت ذات حق تعالی می داند که عکس آینه غیب است و بر عالم شهادت می تابد. مظهری گشت کلی و جامع سر ذات و صفات ازو لامع
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۳۲)

انسان بصورت کلی و جامع متصف است به صفات حق تعالی و مظهر تابان تجلی ذات و صفات خداوندی است.

متجلی شد اندرین مظهر همه اسماء به رنگ یکدیگر
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۳۲)

انسان کامل مظهر اسماء حق تعالی است. او آینه مرتبه الهیه است و جمله اسماء حق در وی، عکس ذات حق تعالی است.

مصحفی گشت جامع آیات هستی اش غایت همه غایات
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۳۲)

می گوید: انسان کامل، جامع جمیع آیات و نشانه های حق تعالی در عالم است. مظهر صفات و اسماء حق است. وجود وی روح اعظم و جامع حقایق وجود است. ابن عربی می فرماید: «الا ترى المخلوق يظهر به صفات الحق من اولها الى آخرها و كلها حق له» (اعوانی، دادبه، بادنج، ۱۳۸۹: ۱۴۱) ابن عربی انسان کامل را کتاب ناطق معارف الهی می داند. (سعیدی، ۱۳۸۶: ۵۴)

یک صفت نیست از صفات خدا که نه در ذات او بود پیدا
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۲۹)

از نظر عرفان نظری «انسان عالم کبیر است و عالم انسان صغیر، از آن جا که در انسان همه اسماء و حقایق عالم وجود تجلی نموده است، او را عالم کبیر می گویند و از جهت آن که جمیع آن چه در عالم است، جز از نشئه انسانی ظهور پیدا نمی کند، عالم را انسان صغیر نام نهاده اند.» (اعوانی، دادبه، بادنج، ۱۳۸۹: ۱۴۰ و ۱۴۱)

۳- مرتبه انسان کامل

انسان مقصود اولی از همه عالم اوست، چه بدو ظاهر می شود اسرار الهی و معارف حقیقیه که مقصود حقیقی است از خلق، بواسطه او اتصال می یابد اول به آخر، و کمال می پذیرد مراتب عالم باطن و ظاهر. (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۶۷)

از حیث ارتباطش با عالم مبدأ خلق عالم است که خالق عالم پیش از هر چیزی او را آفریده و هر چیزی را نیز او آفرید و از حیث ارتباطش با انسان، صورت کامل انسان است که در نفس خود جامع جمیع حقایق وجود و خلاصه، آدم حقیقی و حقیقت انسانیت است و از حیث ارتباطش با علوم باطن و معارف عارفان، مصدر و منبع آن علوم و آن معارف و خلاصه، مستمّد ارواح جمیع انبیاء و اولیاء و قطب الاقطاب است. (جهانگیری، ۱۳۵۹: ۴۴۸) شهود ازلی و ایجاد علمی و عینی عبارت است از نظر به سوی ایشان [انسان کامل] و معبر است به افاضه رحمت رحمانیه مجمله و رحیمیه مفصله بر ایشان [انسان کامل]، چه همه کمالات مترتب است بر وجود و تابع است مر او را. پس رحمت اصلیت وجود است و جمیع انواع رحمت و سعادت دنیویه و اخرویه تابع او. (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۶۹)

شبستری در گلشن راز می گوید:

تو مغز عالمی زان در میانی بدان خود را که تو جان جهانی
(شبستری، ۱۳۳۳: ۲۷۰)

در حقیقت هدف اصلی از آفرینش جهان انسان است و به همین سبب او را مغز و خلاصه عالم می دانند. می گوید: تو خود روح و جان جهان هستی، از آن است که در میان و مرکز عالم ها و افلاک جای گرفته ای. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۵۰)

کدامین نقطه را نطق است انا الحق چه گویی هرزه بود آن رمز مطلق؟
انا الحق کشف اسرار است مطلق جز از حق کیست تا گوید انا الحق
(شبستری، ۴۳۶ و ۴۳۷)

در ابیات فوق، شیخ محمود، به حق بودن تجلی ذات در انسان کامل اشاره دارد و اهل الله را حق می پندارد. «بعضی گفته اند که در «هو الحق» شرک پنهان است، زیرا در اینجا دو نفرند، یکی آنکه حق است و یکی آنکه از حقانیت او خبر می دهد. در حالی که «انا الحق» با توحید

قرین است.» (لاهیجی، ۱۳۷۱: ۱۶۷)

جز از حق نیست دیگر هستی الحقّ هو الحقّ گوی و گر خواهی انا الحقّ
(شبه‌ستری، بیت ۴۶۶)

داعی شیرازی نیز در این باره می‌فرماید: این طایفه [عارفان] بر آنند که جز حق موجود نیست، پس هر تعین که اعتبار رود در وجود، حق بدان تعین؛ متعین بود. لاجرم قول انالحق از تعین حسین منصور قول حق بود در آن تعین و این معنی کشف مطلق است اسرار وجود را، نه کشف به نسبت، [نسبی نیست، مطلق است] تا فناى تعین خود و هلاک آن تصور نیفتد و این معنی حال نشود به لسان مطلق از مقید، این کلمه اثری ندارد که فرق است میان حسین منصور که صاحب این حال بود و میان دیگری که صاحب این حال نیست. (داعی شیرازی، ۱۳۷۷: ۲۲۷) جامی در همچون شبه‌ستری این معنی را تعبیر می‌کند، که غرض از الفاظ ما و من در انسان، حق است و اوست که چون مغز است و لفظ‌ها همه پوست.

من چو گوید مرادش از من اوست	اوست چون مغز و لفظ‌ها همه پوست
بلکه حق بر زبان او گویاست	نطق حق از زبان او پیداست
متکلم ز خود چو گوید راز	جز من و ما دگر چه گوید باز
قایل من چو نیست جز ذوالمن	غیر ذوالمن کجا بود آن من

(جامی، ۱۳۷۸: ۲۲۱)

جامی، سخن حق را در بیان کاملان می‌شنود و نطق حق را در کلامشان آشکار می‌داند. او ضمائر ما و من را تجلی حق تعالی در کاملان می‌داند.

سر ایشان ز قیدها مطلق	در حقیقت همیشه مستغرق
فی المثل گر هزار دل مرده	از هواهای نفس افسرده
بگذرند از حریم محفلشان	زنده گردد ز مردگی دلشان

(جامی، ۱۳۷۸: ۲۲۴)

جامی وجود انسان کامل را سبب رحمت و نعمت بر عالمیان و نور ساطع شده بر جان‌های خاموش می‌داند. «او واسطه میان حق و خلق است، که به واسطه و مرتبه وی، فیض و مدد حق، که سبب بقای عالم است، به عالم می‌رسد.» (کاشانی، ۱۳۸۳: ۱۳) جامی نیز، عقیده دارد که حق سبحانه و تعالی در آیینۀ دل انسان کامل تجلی می‌کند و عکس انوار این تجلیات از آیینۀ دل انسان کامل بر تمام عالم بازتاب می‌شود و عالم با رسیدن آن فیض بدو باقی و پایدار می‌ماند.

۴- وحدت وجود

نظریه وحدت وجود بر این باور است که: «وجود عین وحدت است، ولی این وحدت از نوع عددی و نوعی و جنسی نیست. بلکه وحدت حقیقی است، پس وجود یک حقیقت بیش تر نیست و آن همان حقیقت واحد یگانه است که در مراتب و درجات مختلف در جهان تجلی و ظهور می کند، لذا وجود را به نور تشبیه کرده اند به این مناسبت که نور یک حقیقت است که بر حسب شدت و ضعف در مراتب و درجات مختلف ظهور می کند. ضمناً نور ذاتاً ظاهر است، یعنی برای ظاهر شدن خود نیاز به واسطه ندارد و در عین اینکه ذاتاً ظاهر است، ظاهرکننده اشیا نیز هست، یعنی همه اشیا و موجودات به واسطه نور ظهور می یابند. همین طور وجود برای تحقق خود نیز به چیزی ندارد زیرا ذاتاً متحقق است و در عین حال تحقق دهنده موجودات و ماهیات نیز هست پس همه موجودات به یک وجود باز می گردند و هر کدام یک تجلی از تجلیات بی انتهای آن هستند.» (زمانی، ۱۳۷۲: ۷۳۲) ممکن نیست زوال حق از صورت عالم اصلاً، چه عالم بی حق عدم محض است، پس چگونه ممکن باشد بقای عالم بعد از زوال حق از او، پس صورت دنیایه عالم بی حق نیست و بعد از تبدیل به صورت باقیه اخراویه بی حق نباشد ابداً، چنانکه در صورت علمیه بی حق نبود اولاً. (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۱۷۳)

شبستری می گوید:

محقق را که وحدت در شهود است نخستین نظره بر نور وجود است
دلی‌کز معرفت‌نور و صفا دید ز هر چیزی که دید اول خدا دید

(شبستری، ۱۳۳۳: ۸۴ و ۸۵)

لاهیجی به تفسیر میگوید: «محقق آن کاملی است که حقیقت اشیا کما ینبی بر او ظاهر و منکشف گشته باشد، و این معنی کسی را میسر است که به مرتبه کشف الهی رسیده باشد و به عین العیان مشاهده نموده که حقیقت همه اشیا حق است و بغیر از وجود واحد مطلق وجودی دیگر نیست. وحدت یگانگی حق مراد است که در مجالی کثرات جلوه گری نموده و اشیا را به نور هستی منور گردانیده است.» (لاهیجی، ۱۳۷۱: ۵۲)

به زیر پرده هر ذره پنهان جمال جانفـزای روح جانان
(شبستری، ۱۳۳۳: بیت ۱۶۵)

شیخ محمود در بیت زیر، از منظر انسان کامل، حضور واحد مطلق را در [کثرت] همه اجزا و ارکان جهان پنهان می داند.

امور اعتباری نیست موجود عدد یک چیز و بسیار است معدود
(شبستری، ۱۳۳۳: ۴۸۵)

شبستری حق را وجود مطلق می‌داند که بغیر از وجود حق، هستی مستقل دیگری وجود ندارد و هر وجود دیگری تجلی خداوند در جهان کثرت هاست.

من و تو عارض ذات وجودیم مشبک‌های مشکات وجودیم
همه یک نور دان اشباح و ارواح گه از آینه پیدا گه ز مصباح
(شبستری، ۱۳۳۳: ابیات ۲۹۱ و ۲۹۳)

در گلشن راز شیخ محمود تمثیل نور از قرآن کریم اخذ گردیده است، که تجلی نورانی حق در هستی می‌باشد. «الله نور السماوات و الارض» (قرآن کریم، سوره نور، ۳۵) محققین از صوفیه و عرفا می‌گویند: گرچه در دار تحقق یک وجود و موجود بیش نیست ولی همان وجود و موجود واحد، در ذات و حقیقت خود متکثر به مراتب و درجات متفاوت به شدت و شفع و کمال و نقص می‌باشد و چنین کثرتی با وحدت حقیقی منافی نیست. (سعیدی، ۱۳۹۳: ۱۶)

چو عارف با یقین خویش پیوست رسیده گشت مغز و پوست بشکست
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۵۸)

آن واصل حق که به یقین رسید و به حق پیوست، چون مغز رسیده و پخته گشت و پوست را شکسته و انداخت. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۷۹)

وجود اندر کمال خویش ساری است تعین‌ها امور اعتباری است
(شبستری، ۱۳۳۳: ۴۸۴)

یعنی وجود واجبی که وجود مطلق است به واسطه حب ذاتی ظهور و اظهار، در کمال خویش که وحدت و انبساط است که تقاضای ذاتیند ساری و متجلی است بر جمیع موجودات ممکنه من الازل الی الابد و تعین‌ها که در مرتبه ظهور به سبب تنقید اعتباریه عارض آن حقیقت می‌گردند همه امور اعتباری و نمود وهمی هستند و صورت خیالی بیش نیستند و حقیقتی ندارند و موجود حقیقی حق است و بس. (لاهیجی، ۱۳۷۱، ۲۶۹) جامی هفت اورنگ را با الله و ذکر وحدت آغاز می‌کند:

الله الله چه طرفه نام است این ورد دل حرز جان تمامست این
دو الف زو به راستی دو گواه کرده روشن به سر وحدت راه
(جامی، ۱۳۷۸: ۶۱)

در ابیات فوق، جامی کلام الله را ذکر دل و حرز جان می‌پندارد. که دو الف گواه وحدت هستند.

دو جهان سایه است و نور تویی سایه را مایه ظهور تویی
این و آن صورت است و معنی تو نیست موجود صورتی بی تو
پس عالم هستی سایه ای بیش نیست و جلوه گاه و مظهر نور حق تعالی است. وحدت
منشأ حصول کثرت و در مرتبه ظهور، ساری در کثرات و ممکنات و نیز مقوم آنان است. بدین
نسبت حق تعالی از حیث تجلی اش، عین ظهور عالم و موجودات است و البته عالم و موجودات
نیز عین پرتو تجلی آن واحد حقیقی اند.

دو جهان جلوه گاه وحدت تو شهدالله گواه وحدت تو
هم مقرر گفته با تو هم جاحد لمن الملك لله الواحد
(جامی، ۱۳۷۸: ۶۴)

انسان کامل، دو جهان را جلوه گاه وحدت حق تعالی می داند. اشاره به آیه هجدهم سوره
مبارکه آل عمران شَهِدَ اللَّهُ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ وَالْمَلَائِكَةُ وَأُولُو الْعِلْمِ قَائِمًا بِالْقِسْطِ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ
الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ. خداوند، (با ایجاد نظام واحد جهان هستی) گواهی می دهد که معبودی جز او
نیست؛ و فرشتگان و صاحبان دانش، (هر کدام به گونه ای بر این مطلب) گواهی می دهند؛ در
حالی که (خداوند در تمام عالم) قیام به عدالت دارد؛ معبودی جز او نیست، که هم توانا و هم
حکیم است. و اقرار کننده و انکار کننده در روز قیامت پاسخ خواهند داد که پادشاهی عالم برای
خدای قهار است. استشهاد به آیه شانزدهم سوره غافر. «يَوْمَ هُمْ بَارِزُونَ لَا يَخْفَىٰ عَلَى اللَّهِ مِنْهُمْ شَيْءٌ لِّمَنِ الْمُلْكُ الْيَوْمَ لِلَّهِ الْوَاحِدِ الْقَهَّارِ. آن روزی که همه خلق پدیدار شوند (و نیک و بدشان
آشکار گردد) که هیچ کرده آنها بر خدا پنهان نباشد. در آن روز سلطنت عالم با کیست؟ [و پاسخ
آید:] برای خداوند یکتای قهار.»

ای صفات تو نهان در تتق وحدت ذات جلوه گر ذات تو از پرده اسماء و صفات
(جامی، ۱۳۷۸: ۶۴)

جامی از زبان عارف کامل می گوید: ای صفات تو [خداوند] نهان در سراپرده وحدت
ذات، و ای کسی که ذات اقدس در پرده مقدس اسماء و صفات متجلی است. بنظر می رسد
جامی در بیت فوق دو معنی را دنبال می کند، معنی اول اینکه، صفت های بی شمار پروردگار در
خیمه سرای وحدت ذات پنهانند و این تصویر وحدت را تنها عارف کامل که به بقا بالله رسیده
باشد، بیننده و مُدرک است و معنی دوم آنکه این وحدت ذات در سیطره بیکران اسماء و صفات
متجلی است که در کاملان بصورت جامع وجود دارد.

پرده صورت از میان بردار بیش ازین بند صورتم مگذار
بلکه بیرون ز صورت و معنی روی بنما که طی شود دعوی

چیست دعوی توهّم من و ما رؤیست غیر و اعتبار سوا
حرف ما و من از دلم بتراش محو کن غیر را و جمله تو باش
(جامی، ۱۳۷۸: ۱۷۹)

جامی از خداوند می‌خواهد پرده صورت و ظاهر تعین‌های اعتباری من و ما را از پیش چشمان وی بردارد و بیرون از هر صورت و معنی عالم هستی، او را از بند تعینات دنیوی برهاند. و جمله کثرت‌ها و نقش‌دویی و تعینات فریبنده هستی محو گردند و چشمان حقیقت بین در عالم هستی به هر کجا که نظر اندازد جمله وحدت ذات حقیقت دوست دریابد، در حالی که هر تعینی از نظر وی محو باشد. «کثرت چیزی جز نمود و فریب نیست، حقیقت چیزهایی که کثیر می‌نماید در وحدت ذاتی آنهاست، ماهیات صور تعین یافته وجود، و منتزع از حد وجوداند.» (موحد، ۱۳۷۱: ۴۹)

چشم عارف که تیزبین باشد در شهود جهان چنین باشد
بیند اندر همه جهان یک ذات جلوه گر گشته با شئون و صفات
از جهان جز خدا نبیند هیچ غیر حق هیچ جا نبیند هیچ
(جامی، ۱۳۷۸: ۲۷۷)

در ابیات فوق جامی اشاره دارد که اگر چشم عارف حقیقت بین باشد، اشیاء و اجسام جهان کثرت را که شئونات و صفات حق تعالی در آن‌ها متجلی گشته، وحدت ذاتی حق تعالی می‌بیند، احولی و فرض تعین در عالم کثرت، از منظر وی محو شده و عارف واصل در سیر فی الله، وحدت حق را مشاهده می‌کند.

۵- مقام خلافت و ولایت

درباره خلافت ابن عربی در فصوص الحکم می‌گوید: «ملک چون خواهد در حالت غیبت خویش، حفظ خزانه خود کند، ختم بر آن خزانه نهد تا هیچ احدی در او تصرف نتواند کرد، و خزانه محفوظ بماند و این مهر محافظت خزانه بخلافت کند نه به اصالت.» (خوارزمی، ۱۳۶۴: ۷۰) جامعیت انسان بازتاب جامعیت الهی است و همان طور که در بین اسماء الهی اسم اعظم حاوی همه اسماء و معدل (به تعدیل رساننده) مقتضیات اسماء جلال و جمال و در نتیجه متصرف در آن هاست، بر این اساس در بین مظاهر نیز، مظهر اسم اعظم، خلیفه الله است که باید بر صفت مستخلف عنه باشد. به اقتضای سرشت این خلیفه الهی، وی به قدرت الهی در عالم تصرف می‌کند. (رحیمیان، ۱۳۹۱: ۲۴۶)

کسی مرد تمام است کز تمامی کند با خواجگی کار غلامی
پس آنگاهی که بیرید او مسافت نهد حق بر سرش تاج خلافت

بقا می یابد او بعد از فنا باز رود زانجام ره دیگر به آغاز
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۴۷ تا ۳۴۹)

پس آنکه او مسافت دوری را از خدا طی کرد و با خواجه غلامی به قرب حق رسید، حق بر سر او تاج خلافت نهاد و او خلیفه خدا و جانشین رسول خدا شود. وی پس از فنا و نیستی به بقا و هستی می رسد.

چو او از خواجه یابد نسبت تام از او با ظاهر آید رحمت عام
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۷۳)

شبستری می گوید: چون ولی از خواجه و سرور کاینات حضرت رسول اکرم (ص) نسبت تام می یابد از این جهت است که رحمت عام خداوندی با ولی است همچنان که با نبی بود و او رحمه للعالمین است. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۸۴)

شود او مقتدای هر دو عالم خلیفه گردد از اولاد آدم
(شبستری، ۱۳۳۳: ۳۷۴)

می گوید: آن ولی که نسبت تام از خاتم (ص) یابد، پیشوای هر دو عالم گردد و از اولاد آدم اوست که خلیفه در زمین است. (ثروتیان، ۱۳۹۶: ۱۸۵) ابن عربی انسان کامل را نایب حق در روی زمین و معلم الملک، در آسمان می خواند و کاملترین صورتی می داند که آفریده شده است و یگانه مخلوقی است که با مشاهده به عبادت حق می پردازد. او عین مقصود و هدف از آفرینش است. (سعیدی، ۱۳۸۶: ۵۴)

جامی به وجود رهبری مسیر راه هدایت پس از پیامبر اشاره دارد و اهل بیت (ع) و اصحاب را اولیاء خداوند و مهتر از غیر انبیاء قلمداد می کند.

اولیایی کز امت اویند پیرو شرع و سنت اویند
خاصه آل پیمبر و اصحاب کز همه بهترند در هر باب
وز میان همه نبود حقیق به خلافت کسی به از صدیق
(جامی، ۱۳۷۸: ۲۴۲)

عبدالرحمان جامی عارف قرن نهم با این تفسیر که وی «مردی است سنی ولی با دلی خالی از تعصب و خاطری متمایل به عقاید امامیه.» (حکمت، ۱۳۶۳: ۱۳۸) در مدح اهل بیت علیه السلام جوهر دانش و معرفت عرفانی خویش را از کان اهل بیت می پندارد و می گوید:

دوستدار رسول و آل ویم دشمن خصم بد خصال ویم
جوهر من ز کان ایشان است رخت من از دکان ایشان است
(جامی، ۱۳۷۸: ۲۰۹)

مشایخ نقشبند هم که قبل از ظهور صفویه در ماوراءالنهر و خراسان بودند به مذهب تسنن پایبندی نشان می دادند، اما از تعصبات خشک این مذهب برکنار بودند و نسبت به آل علی غالباً اظهار تولی می کردند. (زرین کوب، ۱۳۸۷: ۲۲۵)

جز به آل کرام و صحب عظام	سلک دین نبی نیافت نظام
نامشان جز به احترام مبر	جز به تعظیم سويشان منگر
همه را اعتقاد نیکو کن	دل ز انکارشان به یک سو کن

(جامی، ۱۳۷۸: ۲۴۲)

می گوید: رشته دین پیامبر گرامی اسلام، تنها به توسط آل گرامی رسول و اصحاب بزرگ، انسجام یافت، پس نام آن ها را جز به نیکی مبر و با خضوع و احترام به مقام و جایگاهشان نگاه کن. به آن ها معتقد باش و اندیشه خویش را از انکارشان خالی کن.

بود سر کمال مصطفوی	گشت ختم خلافت نبوی
بود ختم رسل نبی وز پی	شد علی خاتم خلافت وی
جمعی از بیعتش ابا کردند	و اندر آن سرکشی خطا کردند
سر کشیدن ز امر اهل کمال	هست ناشی ز سر نقص و وبال
در جهان شاه و رهبری چو علی	گر کسی سر کشد زهی دغلی

(جامی، ۱۳۷۸: ۱۱۱)

در ابیات فوق اعتقاد جامی، به ولی و ولایت امام علی (ع) آشکار است و می گوید آنان که در بیعت با حضرت علی (ع) ابا کردند، خطاکارند. سرپیچی از فرامین اهل کمال (انسان کامل) نشان از نقص و نادانی و ناراستی است.

نتیجه گیری

در این پژوهش محقق گردید که انسان کامل در گلشن راز و سلسله الذهب برگرفته از یک اندیشه حاکم یا همان عرفان نظری است. شیخ محمود شبستری و عبدالرحمان جامی، متأثر از اندیشه های مولف فصوص الحکم، وجه تشابهات مشترکی در خصوص انسان کامل و صفات او، حقیقت محمدیه، حقیقت انسان کامل کون جامع و مرتبه او دارند که از نتایج تحقیق می توان به موارد ذیل اشاره کرد.

۱- مخلوق اول، همان حقیقت محمدیه است که در وجود رسول اکرم(ص) تجلی نموده است و شیخ محمود شبستری و عبدالرحمان جامی نیز هر یک به نحوی بدین موضوع اشاراتی دارند.

۲- از منظر شبستری و جامی مراتب وجودی خلقت جملگی در مقامی نازل نسبت به مقام انسان کامل قرار دارند و عالم مسخر انسان کامل است.

۳- انسان کامل مظهر کلی و جامع صفات حق تعالی است، واصلان حق، موصوف به جمله صفات حق تعالی و مرآت تجلی ذات هستند.

۴- علت غایی آفرینش جهان و مخلوقات، وجود انسان کامل است. کاملان، هدف اصلی آفرینش و مغز عالم هستند و کلامشان، نطق حق تعالی است.

۵- انسان کامل خلیفه الله است، سبب رحمت و نعمت بر عالمیان و نور ساطع شده بر جان های خاموش است. از منظر شبستری و جامی اولیاء الله پنهان از چشم خلق هستند.

۶- شبستری، طریق فنا و سیر الی الله بالله را برای رسیدن به خلیفه الهی و نائب حق تعالی و رسول قلمداد می کند، جامی نیز این سیر را بیان می کند و بصورت مستقیم به اصحاب نبی و اهل بیت پیامبرگرامی اسلام اشاره دارد.

فهرست منابع

قرآن کریم.

- ۱- ابراهیمیان، سید حسن. (۱۳۸۱). انسان شناسی (اسلام، اگزیستانسیالیسم، اومانیسم)، تهران: دفتر نشر معارف.
- ۲- ابن عربی، محمد بن علی. (۱۳۶۷). رسائل ابن عربی، شیخ اکبر محیی الدین ابی عبدالله حاتمی طایی اندلسی، مقدمه تصحیح و تعلیقات نجیب مایل هروی، تهران: انتشارات مولی.
- ۳- اعوانی، غلامرضا، دادبه، اصغر، بادنج، حسن. (۱۳۸۹). انسان کامل به روایت ابن عربی، فصلنامه اندیشه دینی دانشگاه شیراز. صص ۱۳۵ - ۱۶۰.
- ۴- الهی اردبیلی، حسین بن عبدالحق. (۱۳۷۶). شرح گلشن راز، مقدمه و تصحیح منصور برزگر خالقی و عفت کرباسی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- ۵- پاک سرشت، خدیجه. (۱۳۷۹). تاثیر پذیری عراقی، شبستری، جامی از ابن عربی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران. شماره ۱۵۶.
- ۶- ثروتیان، بهروز. (۱۳۹۶). شرح ساده گلشن راز، تهران: شرکت چاپ و نشر بین الملل.
- ۷- جامی، نورالدین عبدالرحمان بن احمد. (۱۳۷۸). هفت اورنگ، مقدمه از اعلاخان افصح زاد، تصحیح و تحقیق از جابلا دادعلیشاه، اصغر جانفدا، ظاهر احرای، جبین احمد تربیت، اعلاخان افصح زاد، با همکاری انستیتو شرق شناسی و میراث خطی، زیر نظر دفتر نشر میراث مکتوب، تهران: مرکز مطالعات ایرانی. دفتر نشر میراث مکتوب، آینه میراث.
- ۸- جامی، نورالدین عبدالرحمان بن احمد. (۱۳۸۶). مثنوی هفت اورنگ، تصحیح مرتضی مدرس گیلانی، تهران: اهورا - مهتاب.
- ۹- جامی، نورالدین عبدالرحمان بن احمد. (۱۳۹۰). نفحات الانس. مقدمه، تصحیح، تعلیقات محمود عابدی، تهران: نشر سخن
- ۱۰- جهانگیری، محسن. (۱۳۵۹). محیی الدین ابن عربی، چهره برجسته عرفان اسلامی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- ۱۱- جیلانی، عبدالکریم بن ابراهیم. (۱۳۹۲). الانسان الكامل فی معرفه الاواخر و الاوائل، ترجم و توضیحات سیدعلی حسینی آملی، تهران: انتشارات آیت میثاق.
- ۱۲- حکمت، علی اصغر. (۱۳۶۳). جامی متضمن تحقیقات در تاریخ احوال و آثار منظوم و منشور خاتم الشعرا نورالدین عبدالرحمن جامی. تهران: طوس
- ۱۳- خلیق زاده، سیما. (۱۳۸۸). رساله سیمای انسان کامل در گلشن راز شیخ محمود شبستری.

- وزارت علوم، تحقیقات و فناوری. دانشگاه ایلام.
- ۱۴- خوارزمی، تاج الدین حسین بن حسن. (۱۳۶۴). شرح فصوص الحکم محیی الدین ابن عربی، به اهتمام نجیب مایل هروی، تهران: انتشارات مولی.
- ۱۵- داعی شیرازی، نظام الدین محمود. (۱۳۷۷). نسایم گلشن. به کوشش پرویز عباسی داکانی. تهران: انتشارات الهام.
- ۱۶- دهخدا، علی اکبر. (۱۳۷۷). لغت نامه، تهران: دانشگاه تهران.
- ۱۷- رحیمیان، سعید. (۱۳۹۱). مبانی عرفان نظری، تهران: سمت، چاپ پنجم.
- ۱۸- زرین کوب، عبدالحسین. (۱۳۸۵). ارزش میراث صوفیه، چاپ دوازدهم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۱۹- زرین کوب، عبدالحسین (۱۳۸۷). دنباله جستجو در تصوف ایران. چاپ چهارم. تهران: انتشارات امیرکبیر.
- ۲۰- زمانی، کریم. (۱۳۷۲) شرح جامع مثنوی معنوی، تهران: اطلاعات.
- ۲۱- سجادی، سید ضیاء الدین. (۱۳۸۴). مقدمه ای بر مبانی عرفان و تصوف، چاپ یازدهم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت).
- ۲۲- سجادی، سید جعفر. (۱۳۸۷). فرهنگ علوم عقلی. قم: موسسه فرهنگی و اطلاع رسانی تبیان.
- ۲۳- سعیدی، گل بابا. (۱۳۸۶). انسان کامل محیی الدین ابن عربی. تهران: نشر جامی.
- ۲۴- سعیدی، گل بابا. (۱۳۹۳). ترجمان الاشواق ابن عربی، تهران: انتشارات جامی.
- ۲۵- شبستری، شیخ محمود. (۱۳۳۳). گلشن راز. شیراز: کتابخانه احمدی.
- ۲۶- صبور، داریوش. (۱۳۴۹). عشق و عرفان و تجلی آن در شعر فارسی، تهران: کتابفروشی زوار
- ۲۷- صدرالدین قونوی، محمد بن اسحاق. (۱۳۸۸). الفکوک. ترجمه و تصحیح محمد خواجوی. تهران: انتشارات مولی.
- ۲۸- عقیفی، ابوالعلاء. (۱۳۸۶). شرحی بر فصوص الحکم، ترجمه نصرالله حکمت، چاپ دوم، تهران: انتشارات الهام.
- ۲۹- فروزانفر، بدیع الزمان. (۱۳۸۵). احادیث و قصص مثنوی، ترجمه حسین داوودی، تهران: امیرکبیر.
- ۳۰- قیصری، محمد داوود. (۱۳۷۵). شرح فصوص الحکم. به کوشش جلال الدین آشتیانی. تهران: علمی و فرهنگی.
- ۳۱- کاشانی، عبدالرزاق بن جلال الدین. (۱۳۷۶). اصطلاحات صوفیه، مترجم محمدعلی مودود لاری، تهران: انتشارات زوار.

۳۲- _____ (۱۳۸۳). شرح فصوص الحکم. قم:

انتشارات بیدار.

۳۳- لاهیجی، شمس الدین محمد بن یحیی. (۱۳۷۱). مفاتیح الاعجاز فی شرح گلشن راز،

مقدمه و تصحیح محمدرضا برزگر خالقی و عفت کرباسی، چاپ هشتم، تهران: انتشارات زوار.

۳۴- موحد، صمد. (۱۳۷۱). شیخ محمود شبستری، تهران: انتشارات طهوری.

۳۵- میرباقری فرد، سید علی اصغر. (۱۳۹۴). تاریخ تصوف (سیر تطور عرفان اسلامی از قرن

هفتم تا دهم هجری)، جلد دوم، تهران: مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.

۳۶- نصری، عبدالله. (۱۳۶۳). سیمای انسان کامل از دیدگاه مکاتیب، تهران: جهاد دانشگاهی

دانشگاه علامه طباطبائی.

۳۷- نصری، عبدالله. (۱۳۷۸). فلسفه خلقت انسان، تهران: کانون اندیشه جوان.

نوع مقاله: پژوهشی
صفحات ۱۷۷ - ۱۹۸

بررسی و تحلیل اعجاز اخلاقی قرآن کریم

مهین شهريور^۱

چکیده

اخلاق از مهمترین جلوه های قرآن کریم می باشد که برخی قائل به اعجاز قرآن کریم در این زمینه شده اند. اخلاق همان بایدها و نبایدهای عملی هستند که خدای حکیم برای رشد و کمال ما اینها را معین کرده تا انجام دهیم مانند نماز و روزه و حج و زکات و ... مباحث اخلاقی قرآن را باید در سه حوزه جستجو کرد: گزاره های اخلاقی جامع قرآن، نظام اخلاقی قرآن که با مبانی و اصول آموزه های خاص خود از دیگر نظام های اخلاقی برتر است، و تاثیر تاریخی قرآن در ایجاد انقلاب اخلاقی در جامعه صدر اسلام و مخاطبان خود. این مقاله در صدد است تا رویکردهای اخلاقیات قرآن را با اشاره به مصادیق اخلاقی قرآن از قبیل فضایل اخلاقی پسندیده، معرفی الگوهای اخلاقی برتر برای جهانیان، رعایت عفت کلام درباره مسائل جنسی و... آن ها را مورد بررسی و تحلیل نماید.

واژگان کلیدی

قرآن، اعجاز، اخلاق، رویکردهای اخلاقی.

۱. دانش آموخته دکتری، مدرس مدعوگروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده الهیات و معارف اسلامی، دانشگاه شهید مدنی آذربایجان، تبریز، ایران.

طرح مسأله

قرآن کریم با نام‌هایی که برای خود برگزیده است، به معرفی زبان و رویکرد خود می‌پردازد. برخی از این واژگان به وضوح و یا به بیانی شامل، از زبان اخلاقی قرآن سخن می‌گویند؛ زبانی که تفاوت آشکار با زبان محض فلسفی، علمی، فقهی و ... داشته و دارد. در این جستار به دو واژه اصلی‌تر بسنده می‌کنیم.

۱. موعظه: قرآن، هم متون آسمانی پیشین را با «زبان موعظه» معرفی می‌کند؛ از جمله در تصویری از تورات می‌گوید: (وَكُنَّا لَهُ فِي الْأَلْوَابِ مِنْ كُلِّ شَيْءٍ مَوْعِظَةً) (اعراف/۱۴۵)، و هم در آیات مکرر، زبان خود را زبان وعظ و موعظه می‌شناساند: (هَذَا بَيَانٌ لِلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِّلْمُتَّقِينَ) (آل عمران/۱۳۸)

۲. ذکر: این واژه و واژگان هم‌اشتقاق (ذکری، تذکره و...) به گونه‌ای بس گسترده در توصیف قرآن کریم (و متون آسمانی پیشین) تکرار شده است. این واژگان بدان معناست که زبان متون دینی، زبان غفلت‌زدایی و یادآوری است. گرچه پاره‌ای از حکیمان و مفسران، دامنه این تذکار را «در معارف» و باورهای اعتقادی دینی محدود کرده‌اند. (حویزی، ۱۴۱۵ ق، ص ۵۹) ولی به نظر می‌رسد که چونان تحدیدی، دلیل و گواه روشنی ندارد؛ چه اینکه در این صورت، تنها بخشی از قرآن کریم را شامل می‌شود و نه تمامی آن را. با این تصویر از زبان قرآن، نقش آفرینی آن را در حیطه اخلاقیات بایستی جدی‌تر گرفت و سهم آن را به گونه‌ای اساسی، مورد واکاوی قرار داد. همچنین مفاهیم اخلاقی که در قرآن کریم از آن سخن به میان آمده است، بس فراوان و سترده‌اند، چه اینکه در قرآن، برخلاف تقسیم‌پسینی در علوم اسلامی، باید‌ها و نبایدهای فقهی و اخلاقی تفکیک نشده‌اند و در نتیجه بدون آنکه مرزی میان این دو گروه دیده شود، باید‌ها و نبایدهای دینی در قرآن کریم تصریح و یا اشاره شده است و این حجم انبوه را نمی‌توان حاشیه متن دینی قرار داد و به سادگی از آن گذر کرد. از این رو، این جستار می‌کوشد نقاط تأثیرگذاری اخلاق را بازخوانی کند و موارد آن را در مجال‌های تأسیسی، تصحیحی و یا تکمیلی باز نمایاند. یادکرد این محورهای اساسی می‌تواند مقدمه‌ای در ترسیم و تصویر اخلاق مبتنی بر وحی پدید آورد. این «اخلاق» از مبانی و گزاره‌های اخلاقی که ره‌آورد عقل و فطرت هستند و یا در مسیر تکامل عقلانیت و رویش فطرت پدیدار گشته‌اند، خود را محروم نمی‌سازد، اما با الهام از منبع اصیل وحی، نورافکن‌هایی بر عقل و فطرت آدمی می‌تاباند تا مسیر را سریع‌تر و متقن‌تر ببیماید و در مواردی، با «تعبد» متکی بر «تعقل» بتواند خود را از تعارضات و تزاجمات وجودی و رفتاری دور سازد. از این رو این نوشتار مقدماتی، صرفاً بازگویی‌ای از محورهای اساسی تأثیرگذاری قرآن کریم در حیطه دانش اخلاق (مبانی و گزاره‌ها و رفتارها) است. (بیضاوی، ۱۴۱۸ ق، ص ۳۲)

پیشینه و تاریخچه اخلاق در قرآن کریم

در دو قرن ابتدایی اسلام موضوع اعجاز قرآن به عنوان یک موضوع مستقل برای تحلیل و بررسی مطرح نبود چه برسد به موضوع اعجاز اخلاقی قرآن.

اولین جرقه های اعجاز اخلاقی قرآن توسط دانشمند معروف ابو حامد غزالی (م. ۵۰۵ ق.) زده شد در کتاب احیاء علوم الدین بیان می کنند که قرآن از همه جهات معجزه هست، و در بردارنده همه علوم است. ایشان برای اثبات کلام و خود چنین استدلال می کنند که همه علوم در افعال و صفات خداوند است و قرآن کریم شرح ذات افعال و صفات خداوندی است علوم پایان ناپذیرند و قرآن به بنیادهای آن اشاره کرده است. قرآن برای این هدف فرستاده شده است که تحولی در قلب و عمل انسان به وجود آورد. درجات انسان با توجه به عمق فهمشان از قرآن است. (صابونی، ۱۴۲۱ق.، ص ۷۰)

در قرن هفتم علی بن میثم بحرانی (م. ۶۹۹ ق.) متکلم و شارح نهج البلاغه بیان کرد قرآن از نظر محتوا مشتمل بر علوم ارجمندی مانند توحید اخلاق سیاست، سیر و سلوک به سوی خدا، امور آینده و غیبی و غیره هست که نمی توان آنها را در سخنان و گفته های متعارف بشری نشان داد. (غفاری، ۱۳۷۶ ش.، ج ۳، ص ۱۸۱)

از این به بعد درباره اعجاز اخلاقی قرآن تقریباً سخنی در خور توجه مطرح نشد تا اینکه در قرن دوازدهم علامه مجلسی دوباره موضوع اخلاقی قرآن را مطرح نمود ایشان می فرمایند: یکی از وجوه اعجاز این است که قرآن عبادات را واجب نمود و کارهای زشت را حرام کرد و مردم را به انجام مکارم اخلاق به دنیاگریزی و توجه به آخرت تشویق نمود. (مجلسی، ۱۴۰۳ ق.، ج ۲، ص ۲۲۳)

در قرن ۱۳ عالم بزرگ اخلاق مرحوم سید عبدالله شبّر (م. ۱۴۰۰ ق.) ضمن برشمردن وجوه اعجاز قرآن به مسئله اخلاقیات اشاره کرده و می فرماید قرآن مشتمل بر آدابی نیکو و آئینی استوار و طریقی بی انحراف در انتظام جامعه و زندگی دنیا و آخرت انسان هاست. (شبّر، ۱۴۲۷ ق.، ص ۱۲۷)

در قرن چهاردهم آغاز نوینی در مباحث مربوط به اخلاق قرآن، نظرات فراوانی از طرف دانشمندان مطرح شد. دکتر مصطفی صادق رافعی (م. ۱۳۲۳ ق.) در این باره نظرات فراوانی ارائه دادند. (رافعی، ۱۴۲۱ ق.، ص ۷۴)

در نهایت علامه بلاغی (م. ۱۳۵۲ ق.) اعجاز اخلاقی با رویکرد گذارهای و تحول را نا گرایانه را آشکارتر بیان می کند وی در مقدمه کتاب خود می گوید جهان در آن زمان در تاریکی اخلاق فرو رفته بود و جهالت بین مردم رواج داشت حتی اگر کسی قصد اصلاح نفت داشت و می خواست در رفتار و گفتارش تهذیب اخلاق کند راه به جایی نمی برد در این زمان بود که نور

قرآن تابیدن گرفت و تعالیمی را به صورت اجمالی یا تفصیلی ارائه نمود که به صورت عادی قابل دستیابی نبود. (هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۶ش، ج ۵، ص ۳۸۷)

روش پژوهش

روش پژوهش به شیوه توصیفی - تحلیلی و براساس مطالعه روی متون مختلف اعم از کتاب‌های مرتبط باموضوع که مورد مطالعه قرار گرفته و مطالب مرتبط با موضوع استخراج و فیش‌برداری شده، سپس به

بررسی دیدگاه قرآن کریم در مورد اخلاق پرداخته می‌شود.

متن تحقیق

۱- ابتدا معنای واژه اخلاق را در لغت، اصطلاح و قرآن کریم آشنا می‌شویم.

۱-۱- بررسی لغوی واژه اخلاق

اخلاق، جمع خُلُق یا خُلُق به معنای صورت باطنی و ناپیدای انسان است که سرشت و سیرت نیز نامیده می‌شود؛ چنان که خُلُق بر صورت ظاهری و دیدنی انسان دلالت دارد. (فیروز آبادی، ۱۴۱۲ق ج ۱، ص ۲۵۲)

۱-۲- بررسی اصطلاحی واژه اخلاق

واژه خُلُق، ملکه‌ای نفسانی است که به اقتضای آن، فعلی به سهولت و بدون نیاز به فکر کردن، از انسان صادر می‌شود. «ملکه» آن دسته از کیفیات نفسانی است که به کندی از بین می‌رود، در برابر دسته دیگری از آن به نام «حال» که به سرعت زوال می‌پذیرد. (قرشی بنابی، ۱۳۷۱ش ج ۱، ص ۳۲۱)

ارتباط میان معنای لغوی و اصطلاحی خُلُق بدین گونه است که صورت باطنی انسان را کیفیات نفسانی وی می‌سازد؛ چنان که صورت ظاهری وی را کیفیات جسمانی او رقم می‌زند. (فراهیدی، ۱۴۱۴ق، ص ۲۴۱)

خُلُق، براساس نوع فعلی که از آن صادر می‌شود به پسندیده یا ناپسند اتّصاف می‌یابد؛ هرچند وقتی خُلُق یا اخلاق به صورت مطلق و بدون وصف یا قیدی به کار رود، به معنای خُلُق پسندیده است. (ابن منظور، ۱۴۱۶ق ج ۱، ص ۶۰)

۱-۳- بررسی واژه اخلاق در قرآن کریم

در قرآن کریم واژه اخلاق و نیز خُلُق به کار نرفته است؛ امّا واژه «خُلُق» ۲ بار ذکر شده

است:

۱. در ستایش پیامبر گرامی اسلام خداوند می‌فرماید: «وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ

عَظِيمٍ». (قلم/۴، ۶۸)

۲. مخاطبان حضرت هود (علیه السلام) در پاسخ به دعوت‌های مکرر او به اخلاق پسندیده عقلی و شرعی، گفتند: «چه تو ما را موعظه کنی و چه از وعظ و تبلیغ ما دست برداری، ما ایمان نخواهیم آورد» (شعراء/۲۶، ۱۳۶)؛ زیرا از منظر آنان، این سخنان چیز تازه‌ای نبود؛ بلکه تکرار سنت‌های گذشتگان بود و ارزش پیروی نداشت: «إِنْ هَذَا إِلَّا خُلُقُ الْأَوَّلِينَ» (شعراء/۲۶، ۱۳۷)

گرچه واژه خُلُق در همین دو آیه به کار رفته است؛ ولی بی‌تردید بسیاری از آیات قرآن کریم با مسائل اخلاقی ارتباط دارد؛ زیرا از طرفی پیامبر اسلام (صلی الله علیه وآله) فرموده است: «إِنَّمَا بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ» (طباطبایی حکیم، ۱۴۱۶ق.، ص ۱۷۴)

و از سوی دیگر، قرآن نیز سند بعثت است؛ بنابراین، باید ضمن معرفی مکارم اخلاقی چگونگی آراستگی به آنها را هم بیان کند. از جمله آیات مرتبط با مقوله اخلاق، آیات مشتمل بر واژه‌هایی است که با اخلاق، پیوند مفهومی دارند؛ مانند واژه‌های: دَسَّ و تزکیه (شمس/۹۱، ۹)، سعادت و شقاوت (هود/۱۱، ۱۰۵؛ شمس/۹۱، ۹-۱۰)، اصلاح و افساد (انفال/۸، ۱؛ شعراء/۲۶، ۱۸۱) و هدایت و ضلالت (تغابن/۶۴، ۶)، و نیز آیاتی که به مرتبطات مصداقی اخلاق پرداخته و به خُلُق یا عمل خاصی اشاره کرده و برای مثال از قبح سرقت (مائده/۳۳، ۵)، ربا (بقره/۲، ۲۷۵) و قتل (مائده/۲۹، ۵) یا حسن انفاق (نحل/۱۶، ۷۵؛ آل عمران/۳، ۹۲) و صدق و راستی (مریم/۴۱، ۱۹) سخن رانده است. افزون بر این، عمده آیاتی که از خداوند، عالم ملکوت، انسان و عالم طبیعت، وحی و رسالت و معاد سخن می‌گوید، با اخلاق نیز مرتبط است.

قرآن کریم، مباحث متنوع و گسترده‌ای درباره اخلاق دارد که با تأمل و ژرف‌کاوی در آیات آن می‌توان اطلاعات لازم برای شاخه‌های گوناگون پژوهش اخلاقی را به دست آورد.

پژوهش‌های اخلاقی، به طور معمول در ۴ گروه رده‌بندی می‌شود: یکی اخلاقیات است که به «اخلاق توصیفی» هم شناخته می‌شود و در آن براساس شیوه تاریخی و جامعه‌شناختی، به بیان ارزش‌های اخلاقی جامعه خاص می‌پردازند. دیگری «فلسفه اخلاق» است که در میان دانش‌مندان مسلمان، فیلسوفانی مانند فارابی و ابن مسکویه به آن پرداخته‌اند. (مصباح یزدی، ۱۳۷۶ش.، ص ۲۲۶)

درباره مسائل این شاخه، توافقی وجود ندارد؛ ولی برخی، حوزه آن را از بحث پیش فرض‌های اخلاق گرفته تا مباحث معناشناسی، معرفت‌شناسی و معیار اخلاق، گسترده می‌دانند. مکارم شیرازی، ۱۳۸۷ش.، ص ۱۵۸)

سومی «علم اخلاق» است که به شکل و سامان‌دهی فضیلت‌ها و رذیلت‌ها و اعمال نیکو و زشت در حالت کلی می‌پردازد.

علم اخلاق به طور معمول براساس شناخت معیار اخلاقی صورت می‌گیرد و از این جهت وامدار فلسفه اخلاق است. در علم اخلاق، با تطبیق آن معیار بر ملکات نفسانی مانند شجاعت، عفت و

جبن و شره (آز) = طرف افراط عفت . (ابن فارس، ۱۴۰۴ق، ص ۴۵)
 یا بر افعال کلی مانند وفا به وعده، راست‌گویی، دروغ و خلف وعده، فهرستی از فضیلت‌ها و رذیلت‌ها یا به تعبیر غزالی، منجیات (اوصاف نجات‌بخش) و مُهلِکات (اوصاف تباه‌کننده) به‌دست می‌آید؛ از این‌روی گاهی به آن «اخلاق کاربردی» نیز گفته می‌شود. (ابن ابی اصبح مصری، ۱۳۶۸ ش.، ص ۲۴۶)

سرانجام «اخلاق تربیتی» به چگونگی تحصیل فضیلت‌ها و پرهیز از رذیلت‌های روحی و عملی می‌پردازد. آسیب‌شناسی اخلاقی از وظایف این شاخه از پژوهش‌های اخلاقی است. (طاهری خرم آبادی، ۱۳۸۵ش.، ص ۱۴۵)

تبیین نظریه اخلاقی قرآن محتاج بررسی و توضیح چند پیش‌فرض اخلاق است که خود قرآن هم به آنها اشاره کرده است:

۲- مناسبات زبانی قرآن و اخلاق

معارف قرآن کریم در حوزه زبانی، تأثیرات گوناگونی را در ساحت دانش اخلاق ایجاد می‌کند، از جمله:

۲-۱- مفاهیم عام اخلاقی

مفاهیم اخلاقی در هر مکتب، جامعه و ... به مفاهیم کلیدی، عام و غیرعام طبقه‌بندی می‌شوند و این رتبه‌ها، نظام‌واره‌های اخلاقی را متفاوت می‌کند.

چه اینکه به گفته «ایزوتسو»، دستگاه‌های زبانی، با نوعی از طبقه‌بندی مفهومی - زبانی در تعریف‌های واژگانی نقش می‌یابند. (ایزوتسو، ۱۳۷۸ش.، ص ۲۷۸)

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین نقش‌های زبانی ادیان، در گونه‌ای از دسته‌بندی مفاهیم اخلاقی است؛ به‌گونه‌ای که مفاهیم خاص‌تر و جزئی‌تر، در پرتوی مفاهیم عام‌تر، تفسیر و تعریف خود را پیدا می‌کنند.

در قرآن کریم، ما با دو دسته از مفاهیم عام اخلاقی مواجه هستیم. دسته نخست گرچه دارای ارزش اخلاقی فی حد ذاته نیستند، اما در افعال اخلاقی به کار می‌روند و محمول برای افعال اخلاقی قرار می‌گیرند. واژگانی از قبیل هدایت و ضلالت، معروف و منکر، اطاعت و عصیان از این گونه‌اند. دسته دوم مفاهیم عامی هستند که دارای ارزش اخلاقی‌اند، اما محدود به یک یا چند فعل اخلاقی نیست، بلکه دامنه آن تمامی افعال اخلاقی یا بخش وسیعی از آن را فرا می‌گیرد. عناوینی از قبیل خیر و شر، نور و ظلمت، حق و باطل، برّ و فجور، تقوا، صبر، احسان و عدل یا ظلم، و ... (النراقی، أحمد، ۱۳۷۵ش.، ص ۳۱۱)

به نظر می‌رسد که در نظام واژگانی قرآن کریم، مؤمن و متدین به آن، در معناشناختی

افعال اخلاقی چون راستی، دروغ، وفای به عهد، ادای امانت و ... نمی‌تواند خود را از چتر حمایتی و دلالی مفاهیم عام اخلاقی دور بدارد، بلکه در سایه آن مفاهیم عمومی، به درک مفهومی از افعال و گزاره‌های اخلاقی دست می‌یابد. روشن‌ترین مصداق این ادعا را در توسعه و تضییق‌های موضوعی می‌توان دید که در پرتو توجه به مفاهیم عام پدید می‌آید. به عنوان نمونه، می‌توان تأثیر مفهوم عام اخلاقی عدل را در نوع برداشت از مفاهیم اخلاقی زیر بازبینی کرد:

آیا «قصاص»، آدم‌کشی محسوب می‌شود؟ برابر با تفسیر قرآنی - دینی از عدالت، قصاص را نمی‌توان «آدم‌کشی» نامید، چه اینکه تفسیر و مصداق‌گزینی اصل عدالت با «النفس بالنفس» (مائده/۴۵)، اقتضای آن را می‌کند که قصاص، از مدار فعل غیر اخلاقی آدم‌کشی بیرون باشد و در نتیجه، متدین به آموزه‌های قرآنی - دینی، برداشت آدم‌کشی از «قصاص» نخواهد داشت. اما ممکن است با نفی نظریه عام عدالت و یا تفسیرهای دیگر از عدالت، آدم‌کشی محسوب شود (حال یا از نوع مجاز، یا از گونه ناروا) (شهید ثانی، ۱۳۸۰ ش، ص ۱۳۴)

به نظر می‌رسد با توجه به نکته فوق است که قرآن کریم، اولاً مجازات اعدام آدم‌کش را «قصاص» نامید (بقره/۱۷۸ و مائده/۴۵) تا تداعی‌گر همان مفهوم عام و سایه‌گستر «عدالت» باشد، و ثانیاً با توجه و عنایت، این مجازات را آدم‌کشی نخواند، بلکه فرمود: «كُتِبَ عَلَيْكُمُ الْقِصَاصُ فِي الْقَتْلِ الْحَرُّ بِالْحَرِّ» (بقره/۱۷۸). در این آیه، مقتول نخستین در زیرمجموعه عنوان «القتل» قرار می‌گیرد، ولی درباره قصاص قاتل، واژه «قتل» به کار نرفته، بلکه گفته شده است «قصاص» که تداوم‌بخش همان عنوان مفهومی عام اخلاقی، یعنی عدالت است.

همچنین در آیه ۳۳ اسراء آمده است: «وَمَنْ قُتِلَ مَظْلُومًا فَقَدْ جَعَلْنَا لَوْلِيَّهِ سُلْطَانًا». در این تعبیر نیز واژه سلطنت و ولایت بر اجرای قصاص مطرح شده و از تعبیر قتل نفس فاصله گرفته است. بلی! در ادامه آیه آمده است: «فَلَا يُسْرِفُ فِي الْقَتْلِ». این تعبیر همچنان تأکیدکننده همان چتر مفهومی عدالت در حیطه قصاص است، و اینکه اگر اولیای مقتول، فراتر از قاتل را مجازات کنند، هم «قتل نفس» است، و هم زیاده‌روی در انتقام‌گیری. (شهید اول، ۱۴۰۰ ق، ص ۱۲۶)

۲-۲- نقش زبانی ارشادات دینی در مفاهیم اخلاقی

تعالیم دینی صرفاً در حوزه حکم‌شناسی تأثیرگذار نیستند، بلکه در حوزه درک مفهومی از واژگان اخلاقی نیز مؤثرند. به عنوان نمونه، می‌توان در گستره مفهومی «دروغ» نگریست. هنجارهای اجتماعی بسیاری از جوامع موجب آن شده است که مواردی، گرچه اخبار غیرواقعی‌اند، اما عرفاً دروغ محسوب نمی‌شوند و در نتیجه قبح اخلاقی - اجتماعی نمی‌یابند. از جمله می‌توان از تعارفات اجتماعی و یا دروغ‌هایی که در فضای شوخی به کار می‌روند، نام برد. اما می‌توان از متون قرآنی - روایی چونان استفاده کرد که این موارد، هم مشمول عنوان «دروغ» هستند. (جوادی آملی، ۱۳۷۸ ش، ص ۱۴۷)

روایات متعددی از پیامبر ﷺ و امام معصوم ۷ نقل شده است که از دروغ بایستی پرهیز کرد؛ چه در فضای سخن جدی، و چه در شوخی‌ها (کاشفی، ۱۳۸۱ ش، ص ۱۳)

همچنین علامه مجلسی تصریح می‌کند که: «متأسفانه یکی از گناهان که بسیاری از مردم به آن مبتلایند، این است که به کسی تعارف می‌کنند که غذا بخورد و او می‌گوید که اشتها ندارم. و این تعبیر مورد نهی الهی و حرام است.» (مسلم، ۱۴۱۸ ق، ص ۱۱۸)

سپس ایشان به روایت اسماء بنت عمیس اشاره می‌کند که در شب زفاف عایشه، من با گروهی از بانوان او را به حضور پیامبر (ص) بردیم. به هنگام حضور در محضرش، او کاسه شیری را به عایشه داد. عایشه ابتدا به واسطه حیا و شرم، از خوردن شیر امتناع کرد و سپس با شرمندگی آن را گرفت و مقداری از آن را نوشید. پیامبر (ص) به من فرمودند که از ظرف شیر به زنان همراهت تعارف کن تا بنوشند. همراهانم گفتند که میل نداریم (با آنکه میل داشتند). و پیامبر ﷺ فرمود: «لا تجمعن جوعاً و کذباً» (دروغ را با گرسنگی جمع نکنید). من پرسیدم که اگر به چیزی تمایل داشته باشیم، ولی بگوییم که میل نداریم، آیا دروغ است؟ پیامبر فرمودند: دروغ، هرچند کوچک باشد، در نامه اعمال نوشته می‌شود. (ابو میثم، ۱۴۳۵ ق، ص ۱۱۴)

۲-۳. نقش زبانی تعالیم دینی در موضوعات گزاره‌های اخلاقی

آموزه‌های قرآنی - دینی، در تغییر و تبدیل و یا توسعه و تضییق دایره موضوعات فردی - اجتماعی اثر می‌گذارند و در نتیجه، مناسبات احکام اخلاقی را با آن متغیر و متفاوت می‌کنند. روشن‌ترین مثال را می‌توان در طبقه‌بندی انسان‌ها به «انسان خوب» و «انسان بد» دانست؛ عناوینی که بالتبع گزاره‌های متفاوت اخلاقی را در پی خواهند داشت. گزاره‌هایی نظیر معاشرت با انسان خوب، فعل اخلاقی است، یا کمک به انسان خوب، فعل اخلاقی مضاعف است و ... همان‌گونه که روشن می‌نماید، تفسیر قرآنی و دینی از انسان خوب و بد، تبعاً تأثیرگذاری خود را در این گزاره‌های اخلاقی خواهد داشت. (ابوالفتوح رازی، ۱۴۰۸ ق، ص ۲۴۵)

در رتبه‌های پسین، در موضوعاتی چون «عالم» و «جاهل»، و عناوینی مشابه نیز چونان اثرگذاری مشهود است، اینکه آموزه‌های دینی - قرآنی، چه نوع از اطلاعات بشری را و در چه گستره و ژرفایی «علم» می‌دانند، طبعاً تأثیر خود را در موضوع شناسی گزاره‌های اخلاقی مرتبط خواهد داشت. (طباطبایی، ۱۳۶۲ ش، ص ۴۹)

۲-۴. توسعه‌ها و تضییق‌های زبانی

آموزه‌های قرآنی - دینی، گاه به صورت مجاز و ادعا، توسعه و تضییق‌های زبانی ایجاد می‌کنند و در پرتو آن، احکام اخلاقی مترتب می‌شوند و یا نفی می‌گردند. از این زمره، می‌توان عنوان «پدر» را یاد کرد که در کاربرد اصلی در پدر نسبی به کار می‌رود، اما در ادبیات قرآنی،

دایره‌ای وسیع‌تر را در کاربردی توسعه‌گونه پیدا کرده است. از جمله، در پیامبران الهی که پدران دینی‌اند، به کار رفته است: (مِلَّةَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ) (حج/۷۸). این گونه توسعه‌های زبانی، گرچه تمامی احکام اخلاقی مترتب بر عنوان حقیقی و اولیه را بار نمی‌کند، اما بدون تردید، بخشی از آن احکام را در پی خواهد داشت. (جوادی آملی، ۱۳۸۱ش، ص ۵۴)

۳- تبیین و تفسیر غایات اخلاقی در قرآن

فواید «زیست اخلاقی» چیست و چه ره‌آوردی را در زندگی فردی و اجتماعی دارد؟ مکاتب اخلاقی و نیز دانشوران اخلاق، در این زمینه نکات زیر را مطرح می‌کنند:

- دانش اخلاق، چونان دانش حقوق در خدمت نظم اجتماعی است، و زندگی اخلاقی چونان رعایت قوانین اجتماعی، نظم عمومی را در پی خواهد داشت. (کاتوزیان، ۱۳۸۵ش، ص ۴۰۲)
- زیست اخلاقی، وجدان فرد را آرام می‌سازد.
- زیست اخلاقی، لذت‌های بیشتر فردی را در پی خواهد داشت و از آلام و رنج‌های وجودی و درونی خواهد کاست.
- زیست اخلاقی، لذت‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد و از دردهای اجتماعی می‌کاهد.

(همان)

اما در آموزه‌های قرآنی، غایات اخلاقی، در چند سطح مطرحند. این سطوح، طبعاً دانش اخلاق متفاوتی را ایجاد می‌کند. (ابوحمزه ثمالی، ۱۴۲۰ ق، ص ۱۲۶)

۳-۱- تأثیرگذاری‌های فردی - اجتماعی دنیوی

در آیات متعدد، از نتایج مثبت افعال اخلاقی یا پیامدهای اجتماعی اعمال غیراخلاقی سخن به میان آمده است. از جمله درباره مضرات شرابخواری و قماربازی می‌خوانیم: (إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ) (مائده/۹۱) «شیطان می‌خواهد با شراب و قمار، در میان جامعه، بذر عداوت و نفرت را پراکنده سازد.» (خوئی، سیدابوالقاسم، ۱۴۱۷ ق، ص ۴۰۹)

۳-۲- تأثیرگذاری‌های معنوی - دنیوی

زیست اخلاقی، زمینه‌ساز شکوفایی «خود متعالی» است و در نقطه مقابل، رفتار ضد اخلاقی به هبوط وجودی منتهی می‌شود. در آموزه‌های قرآنی، بخش مهمی از پیامدهای رفتار و ملکات اخلاقی، در چونان پیامدی تفسیر شده است. به عنوان نمونه، رباخواری در قرآن کریم در تصویر «انسانی جن زده» ترسیم شده است (الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ) (بقره/۲۷۵)؛ کسی که هویت انسانی و ادراکی خویش را باخته و هذیان گونه، سخن می‌گوید و عمل می‌کند. (استرآبادی، ۱۳۹۴ ق، ج ۱، ص ۹۸)

۳-۳- آثار پس از مرگ

ادیان آخرت‌گرا - و از جمله اسلام - بخش مهمی از پیامدهای رفتار اخلاقی را در نتایج و عواقب آن در جهان آخرت می‌دانند؛ پیامدهایی که به بهشتی یا دوزخی شدن می‌انجامد و انسان را در درجات و یا هلاکات آن دو منتعم و یا معذب می‌سازد. (بلاغی نجفی، ۱۴۲۰ ق.، ص ۶۷)

در آموزه‌های قرآنی، علاوه بر پرننگ بودن این سطح از غایات اخلاقی، مقوله‌ای به نام «تجسم اعمال» نیز مطرح است. در این نظریه، تمامی افعال اخلاقی و یا حداقل بخشی از آن، صورت متفاوت برزخی و اخروی دارد و ملکات و رفتارهای اخلاقی یا ضد اخلاقی، تصویری متناسب با خود را بر انسان تحمیل می‌کنند و صورت‌های نوپدید، لذت‌ها و یا آلام خود را می‌آفرینند و انسان در روز قیامت، نه پاداش و مکافات عمل، که صورت اخروی عمل را می‌بیند و مجذوب آن می‌شود و یا از آن می‌گریزد؛ (يَوْمَ تَجِدُ كُلُّ نَفْسٍ مَّا عَمِلَتْ مِنْ خَيْرٍ مُّحْضَرًا وَمَا عَمِلَتْ مِنْ سُوءٍ تَوَدُّ لَوْ أَنَّ بَيْنَهَا وَبَيْنَهُ أَمَدًا بَعِيدًا) (آل عمران/ ۳۰ و آیات دیگر). (بلاغی نجفی، ۱۴۲۰ ق.، ص ۶۷)

۳-۴- قرب به خداوند

افعال اخلاقی صرفاً به جامعه‌ای بهتر، خودی متعالی‌تر و یا نعمت‌های جاودان بهشتی ختم نمی‌شوند، بلکه تقرب وجودی به خداوند را برای آدمی به ارمغان می‌آورند. به نظر علامه طباطبایی، تفاوت «اخلاق قرآنی» با اخلاق یونانی و ادیان دیگر در همین نکته است که غایت الغایات این اخلاق، تأکید بر چنان هدفی است. (حر عاملی، ۱۴۱۲ ق. ج ۲، ص ۱۰۱)

همان گونه که ملاحظه می‌شود، دو سطح اخیر از غایات اخلاقی، تنها در پرتوی معارف دینی مطرح و باور می‌شود، چه اینکه بدون باورداشت به «خدا» و «معاد»، چنان غایاتی را برای افعال اخلاقی نمی‌توان تصویر داشت. (زمخسری، ۱۴۱۵ ق.، ص ۹۲)

۴- انسان شناخت اخلاقی در قرآن

۱. فعل اخلاقی نسبت ویژه‌ای با «انسان» پیدا می‌کند؛ هم به عنوان فاعل، و هم به عنوان متعلق فعل، چه اینکه تصویرهای گوناگون از «انسان» می‌تواند در ارزش‌گذاری افعال اخلاقی و نیز در دستورالعمل در مورد تغییر رفتار و ملکات اخلاقی تأثیرگذار باشد. (حسن‌زاده آملی، ۱۳۷۵ ش.، ص ۱۵۱)

قرآن کریم نیز با تصویر خاص از انسان، نظام واره اخلاقی مطلوب خود را ترسیم می‌کند. نمونه‌هایی از این ابعاد را در سطور زیر بررسی می‌کنیم.

۴-۱- انسان، موجود خودبنیاد یا غیر خودبنیاد:

۲. در تصویر دینی - قرآنی، «انسان» خودبنیاد نیست، بلکه چونان دیگر پدیده‌های هستی، مملوک خداوند است؛ (إِنَّا لَهَا وَ إِنَّا إِلَيْهِ رَاجِعُونَ). از این رو در دامنه رفتار خویش، در «ملک شخصی» تصمیم‌گیری نمی‌کند، بلکه درباره موجودی تصمیم می‌گیرد که «ملک غیر» است. این نگرش، طبعاً در مقولاتی چون «خودکشی» یا «مرگ‌های از روی ترحم» اثرگذار است. کسانی که از منظر خودبنیاد به انسان می‌نگرند، می‌توانند این رفتارها را مجاز بدانند، اما با تصویر دینی - قرآنی از مملوکیت انسان نسبت به خداوند، مادامی که احراز تجویز آن نشود، رفتارهای یادشده نمی‌توانند فعل مجاز باشند، بلکه در دایره افعال غیراخلاقی قرار می‌گیرند. (سرهندي مجددی، ۱۹۹۶م.، ص ۱۱۹)

۴-۲- انسان، موجود تک ساحتی یا دوساحتی

باورداشت به جهان فرابدن در وجود انسان، طبعاً قلمروی دیگری را در دایره ارزش‌گذاری‌ها و سلوک اخلاقی ایجاد می‌کند.

باورمندان به انسان تک ساحتی، دایره خوب و بد را (با هر دیدگاه و مکتب اخلاقی) در قلمروی ابعاد مادی - بدنی انسان تفسیر می‌کنند، ولی مفسران قرآنی، از آیات متعدد، برداشت داشته و دارند که انسان، برخوردار از ساحت روحانی است. (شاه ولی الله دهلوی، ۱۴۲۶ق.، ص ۱۲۸)

مهم‌ترین برداشت‌های قرآنی از این ساحت عبارتند از اینکه:

- پیدایش روح در بدن انسان، در نقطه‌ای از تکامل وجودی او اتفاق می‌افتد: (ثُمَّ أَنشَأْنَاهُ خَلْقًا آخَرَ) (مؤمنون/۱۴)

- روح با جسم انسان مرتبط و متحد می‌شود... (فَإِذَا سَوَّيْتُهُ وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي) (حجر/۲۹)

- حقیقت انسان، ساحت روحانی اوست، خداوند فرمود: (قُلْ يَتَوَفَّاكُم مَلَكُ الْمَوْتِ) (سجده/۱۱). علامه طباطبایی از آیه چونان برداشت می‌کنند:

«توفی» به معنای آن است که چیزی به طور کامل دریافت شود؛ مانند توفی طلب از بدهکار. حال خداوند می‌فرماید که مرگ، نابودن شدن انسان نیست و شما در خاک گم نمی‌شوید، بلکه فرشته مرگ شما را به طور کامل می‌گیرد، چون تمام حقیقتتان روح است و بعد از مردن، محفوظ و زنده‌اید و چیزی از شما کاسته نمی‌شود. (انصاری قمی، ۱۳۶۹ش.، ص ۱۲۷)

- روح، موجودی غیرمادی است. این نکته علاوه بر ادله عقلی مجرد نفس، از آیاتی استفاده شده است، چونان: (وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي) (اسراء/۸۵).

در این آیه و آیات مشابه، «روح» از جنس و سنخ «امر» دانسته شده است و در آیه دیگر، «امر الهی» چنین تفسیر شده است: (إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ: فَسُبْحَانَ الَّذِي بِيَدِهِ مَلَكُوتُ كُلِّ شَيْءٍ) (یس/۸۲). از این دو آیه استفاده می‌شود که «روح» از جنس «عالم امر» است و «عالم امر» همان «جهان ملکوت» است که در آن جهان، اشیاء بدون دخالت وسایط و اسباب، به امر و فرمان الهی پدید می‌آیند. (صدری، ۱۳۸۹ش، ص ۱۶۶)

«روح» دارای مراتب و مدارج است. این نکته از تفاوت تعبیرهای قرآنی استفاده می‌شود. در مواردی «روح» به خداوند مستند شده است؛ نظیر (وَنَفَخْتُ فِيهِ مِنْ رُوحِي) (حجر/۲۹)، (وَنَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِي) (سجده/۹)، (فَارْسَلْنَا إِلَيْهَا رُوحَنَا) (مریم/۱۷)، (وَرُوحٌ مِنْهُ) (نساء/۱۷۱). و گاه با وصف آمده است؛ چونان روح القدس (نحل/۱۰۲) و یا روح الامین (شعراء/۱۹۳). و در برخی از موارد بدون قید و انتساب آورده شده است؛ (تَعْرُجُ الْمَلَائِكَةُ وَالرُّوحُ إِلَيْهِ) (معارج/۴)، (تَنْزِلُ الْمَلَائِكَةُ وَالرُّوحُ فِيهَا) (قدر/۴)

از مجموعه آیات قرآن استفاده می‌شود که روح، مخلوقی از مخلوقات خداوند است و حقیقت واحدی است که دارای مراتب و درجات مختلف است و مرتبه‌ای از آن، در «روح انسانی» جلوه می‌یابد. (طوسی، ۱۳۷۳ش، ص ۱۴۹)

۴-۳ تحلیل از قوای انسانی

اینکه انسان با چه «قوای وجودی» تفسیر، و کدام یک از آن قوا به رسمیت شناخته می‌شود، از مباحث مهم و اساسی است که در حوزه‌ارزش‌گذاری و سلوک اخلاقی، آثار جدی را برجای می‌گذارد. (نراقی، أحمد، ۱۳۷۵ش، ص ۳۱۱)

به نظر می‌رسد که شکل تکامل‌یافته تفسیر یونانی - اسلامی از «قوای نفس» را در آثار «ابن سینا» با وضوح بیشتری می‌توان جست‌وجو کرد. او در ابتدا، نفس موجود در انسان را به سه نوع نفس طبقه‌بندی می‌کند: نباتی، حیوانی و انسانی. به نظر وی، نفس نباتی با سه قوه عمل می‌کند: غذایی، نامیه و مولده.

اما در مرتبه‌ای بالاتر، نفس حیوانی و قوای آن به فعالیت مشغولند. او در آغاز، قوای نفس حیوانی را در دو بخش اصلی طبقه‌بندی می‌کند:

۱- محرکه (شهوانی یا غضبی)

۲- مدرکه.

قسم اخیر را نیز به دو بخش مهم تقسیم می‌کند: قوای ادراک ظاهری که همان حواس پنج‌گانه‌اند، و قوای ادراک باطنی (حس مشترک، خیال، وهم، حافظه). سطح سوم از قوای انسان را در نفس انسانی و قوای آن تحلیل می‌کند و آن را به دو بخش اصلی عقل نظری و عقل عملی تقسیم می‌کند و هر یک را با اقسامی می‌شناساند. (ابن سینا، ۱۳۷۸ش، ص ۳۰۸)

همان گونه که می‌نگرید، تفسیر انسان در سه ساحت وجودی و طبقه‌بندی هر یک، مبنایی برای نگرش‌های فلسفه کلاسیک اسلامی در قلمروهای مختلف علم النفس، علم اخلاق، علم سیاست و ... شده است. این نوشتار مجال آن را ندارد که دیدگاه‌های دیگر را در باب قوای انسان بازگو کند. همچنین طرح و بحث دیدگاه قرآنی در باب آن، نوشتاری مستقل و مبسوط را برمی‌طلبد. اما اجمالاً یادآور آن می‌شود که به عنوان نمونه، اگر چنانچه طبقه‌بندی کلاسیک از قوای انسان (در پرتوی آیات قرآنی) فرو ریزد و قوای مولده (تولید مثل یا غاذیه و نامیه) جذب و رشد) در سطح نفس زیرین تلقی نگردد، بلکه آن دو و نیز قوای نفس حیوانی، همه در شعب «نفس انسانی» تحلیل و تفسیر گردند، ظاهراً نتایج و رویکرد متفاوتی با رویکرد یادشده در حیطه رفتار و ملکات اخلاقی می‌توان داشت. (مجلسی، ۱۳۶۹ ش، ص ۱۵۰)

به نظر می‌رسد که برخی از تفسیرهای اخلاقی زهدگرایانه منفی و رهبانیت‌گونه، برخاسته از چنانچه طبقه‌بندی هرمی از قوای انسانی است؛ تفسیرهایی که با برداشت‌های دینی - قرآنی فاصله‌ای آشکار دارد. همچنین انتساب قوایی چون قوه شهوت، غضب و یا قوای ادراکی چون حس، وهم و خیال به نفس حیوانی نیز با تأمل پیشینی مواجه است. شاید چنانچه طبقه‌بندی‌های منزلتی از قوای انسانی، موجب تخفیف منزلت «حس» و «خیال» در «تمدن‌سازی اسلامی» شده است، چه اینکه وقتی این دو ابزار مهم در سطح قوای نفس حیوانی رتبه‌بندی می‌شوند، طبیعی است که قله‌نوردان، بکوشند آن را پس زنند و به مرتبه‌ای بالاتر نایل شوند. به نظر می‌رسد که در این زمینه نیز به برداشت متفاوت از قرآن کریم می‌توان دست یافت که در آن برداشت، نمی‌توان چنانچه طبقه‌بندی هرمی را پذیرا بود. (جوادی آملی، ۱۳۸۶ ش، ج ۱، ص ۱۲۳)

۵- نظام‌سازی اخلاقی قرآنی

از مسایل مهم و تأثیرگذار در حوزه دانش اخلاق، آن است که آیا گزاره‌های اخلاقی دارای یک پیوند معناشناختی و یا وجود شناختی هستند؟ به دیگر تعبیر، آیا گزاره‌هایی چون دروغ بد است، نجات جان انسان خوب است، دزدی بد است، کمک به هموعان خوب است و ...، گزاره‌های اخلاقی متنوع و متعددند و هیچ گونه پیوند درونی بین این گزاره‌ها نیست؟ یا اینکه ارتباطات مستقیم و غیرمستقیم داشته و دارند؛ روابطی که از هدف واحد یا تأثیرات متقابل درون شبکه‌ای و یا ... برمی‌خیزد؟

روشن است که تنها در فرض اخیر است که می‌توان از یک «نظام اخلاقی» سخن گفت. حال آیا تفکر دینی - قرآنی، از چنانچه ایده‌ای دفاع می‌کند؟ و در فرض پذیرش آن، چه تقریر و گزارشی از «نظام واحد اخلاقی» دارد؟ (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱ ش، ج ۴، ص ۲۱۸)

در ارتباط با این موضوع، چند نکته برجسته‌تر عرضه می‌شود.

۵-۱- ارتباط هسته‌ها و ارزش‌ها در قرآن

به نظر می‌رسد که قرآن در سه قلمروی «هسته‌ها» و «ارزش‌ها» و «بایدها» سه گونه نظام خاص هستی‌شناسانه، اخلاقی و حقوقی ارائه می‌کند. این نظام‌ها رابطه‌ای طولی (و گاه شبکه‌ای) دارند؛ یعنی نظام هستی‌شناسانه، بنیاد نظام اخلاقی و هر دو، بنیادهای نظام حقوقی را ساخته و پرداخته می‌کنند (البته پاره‌ای از تأثیرات متقابل، به اثرگذاری‌هایی در مبادی نیز منتهی می‌شود). در این تصویرسازی از نظام‌های سه‌گانه، فهم و باورمندی به گزاره‌های هستی‌شناسانه، درک و باوری درست‌تر از گزاره‌های اخلاقی - ارزشی ایجاد می‌کنند و نظام حقوقی مطلوب (در ابعاد نظری و عملی)، در پرتوی درک درست از نظام‌های بنیادین هستی‌شناسانه ارزشی پدید می‌آید. (ملاصدرا، ۱۳۸۴ ش.، ص ۲۹۰)

در این نوشتار، نگرش‌های متعدد ارزش‌گرایانه به قواعد و گزاره‌های حقوقی در قرآن کریم، این ادعا را اثبات می‌کند که نظام اخلاقی در نگرش قرآنی، شالوده مفاهیم و گزاره‌های حقوقی است. نمونه‌ای از آن را در آیات تحریم شراب‌خواری و قماربازی می‌توان دید که فلسفه حرمت، پیامدهای اخلاقی آن دانسته شده است: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنْصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ) (مائده/۹۰) و آیات متعدد دیگر.

۵-۲- نظام اخلاقی، وحدت‌گرا یا کثرت‌گرا

نظام‌های اخلاقی گاه کاملاً وحدت‌گرایانه‌اند؛ بدین معنا که با یک «گزاره اخلاقی مادر»، تمامی گزاره‌های اخلاقی را اثبات می‌کنند. به عنوان نمونه، مکتب اخلاقی. «مهدوی دامغانی، ۱۳۸۷ ش.، ج ۲، ص ۳۸۶)

فایده‌گرایی» با تفسیر فایده به «لذت» و «دوری از درد»، تمامی افعال اخلاقی را در پرتوی این اصل مادر تفسیر می‌کند؛ یعنی هر فعل که به لذت و دوری از درد انسان منتهی شود، فعل اخلاقی است، و الا غیر اخلاقی است.

اما پاره‌ای از مکاتب اخلاقی، با تکثر و تعارض و تراجم گزاره‌های اخلاقی مواجه می‌شود، مثل اینکه وفای به پیمان با راستگویی تعارض می‌یابد. به عنوان نمونه، کسی تعهد اخلاقی دارد که رازی را بر ملا نکند، اما در فضای اجتماعی یا قضایی، یا باید دروغ بگوید تا وفای به رازداری کند، و یا راست بگوید و از وفاداری‌اش صرف‌نظر کند. نمونه‌ها از این قبیل فراوانند. (تهرانی، ۱۴۱۲ق.، ص ۱۷۵)

در موضوع فوق، برخی از فیلسوفان اخلاق کوشیده‌اند که راه حلی را بیابند. از جمله می‌توان به «راس»، فیلسوف انگلیسی قرن بیستم اشاره کرد که در سنت مکتب اخلاقی وظیفه‌گرا (کانت و ...) به تغییرات و تکمیلات دست یازید. به نظر وی، در فهرست وظایف مرتبه

اول، هفت وظیفه را می‌توان دید: وفاداری، سپاسگزاری، نیکوکاری، آسیب نرساندن به دیگران، بهبود خود، عدالت و جبران. این فهرست، فهرست انحصاری نیست و لذا می‌توان بر آن افزود، و نیز فهرست، ترتیب الفبایی ندارد، بلکه با نگاهی شهودی در هر مرحله باید تصمیم گرفت و به داوری اخلاقی موجه دست یافت. در یک زمان، می‌تواند وفاداری مقدم شود و در موردی نیکوکاری و...

همچنین گاه وظایف مشتق ترکیبی پدید می‌آید؛ مثل وظیفه شهروندی که ترکیبی از وظایف وفاداری، آسیب نرساندن به دیگران و ... است. (دباغ، سروش، ۱۳۸۸ش، ص ۲۱۷)

در این مقام، قصد داوری تحلیل فوق یا تحلیل‌های مشابه نیست، اما سخن در آن است که آیا قرآن کریم از نظام اخلاقی وحدت‌گرایانه دفاع می‌کند، یا نظام اخلاقی تکثرگرایانه را می‌پذیرد؟ و در فرض اخیر، برای تعارضات و تراحمات گزاره‌های اخلاقی چه دیدگاهی را ارائه می‌کند؟

سنت فلسفی مسلمانان (و نیز بینش کلامی عدلیه) می‌کوشد تا فهم وحدت‌گرایانه‌ای را از نظام اخلاقی قرآنی تصویرپردازی کند. در این برداشت، «عدالت اخلاقی» ارزش بنیادین در نظام سازی گزاره‌های اخلاقی قرآنی است. (راغب الاصفهانی، ۱۴۱۶ق، ص ۸۷)

۳-۵- سلسله مراتب ارزش‌های اخلاقی

در نظام‌واره ارزش‌های اخلاقی، چگونه می‌توان به تقدم و تأخرهای ارزشی رسید؟ اولویت‌ها کدامند؟ و در مقام تراحم و تعارض، کدام یک را بایستی مقدم کرد و محقق ساخت؟ به نظر می‌رسد که بخش مهمی از نظام سازی‌های اخلاقی، تعریف سلسله مراتب‌های ارزشی است. به عنوان نمونه، «کانت» معتقد است که سه اصل اخلاقی در رتبه متقدم در اصول اخلاقی قرار دارند. این سه اصل عبارتند از: عمل اخلاقی عملی است که قابلیت تبدیل به قانون عام را داشته باشد، عمل اخلاقی رفتاری است که با کرامت انسان سازگار باشد و انسان را ابزار نداند، عمل اخلاقی رفتاری است که با ملکوت امکانی زیست انسانی (انسان‌هایی که به غایت خود رسیده‌اند) هماهنگ باشد. (نعمه، ۱۹۸۷م، ص ۱۸۶)

به نظر می‌رسد کسانی مانند «کانت» با این نگرش، در ضریب ارزش‌گذاری‌ها و تراحم ارزش‌ها در رفتارهای انسانی، مواجهه برقرار می‌کنند. یا در نمونه دیگر، در نگرش مکتب اخلاقی فایده‌گرایان لذت محور، گاه طبقه‌بندی از لذت‌های عالی و دانی را می‌توان دید و اینکه لذت‌های عالی، مقدّم بر لذت‌های دانی است (گرایش سعادت‌گرا). و یا معیارسنجی در لذت، با شاخص‌هایی چون شدت، مدت، قطعیت، نزدیکی، سودمندی، خلوص و میزان، رتبه‌بندی اخلاقی در افعال لذت‌آفرین صورت می‌پذیرد. (ابوحمزه ثمالی، ۱۴۲۰ ق، ص ۴۳)

حال در نگرش قرآنی، آیا سلسله مراتب در ارزش‌های اخلاقی وجود دارد؟ و در این فرض،

راه وصول به آن چیست؟

در ارتباط با پاسخ پرسش نخست، می‌توان قاطعانه گفت که در نظام ارزشی قرآن، سلسله مراتب اخلاقی وجود دارد، چه اینکه در مواردی، به مقایسه ضدارزش‌ها پرداخته و برخی را ناپه‌نجا تر معرفی می‌کند؛ مانند (وَالْفِتْنَةُ أَكْبَرُ مِنَ الْقَتْلِ) (بقره/۲۱۷). و یا در نام بردن از ضدارزش‌های اخلاقی، به تناسب سنگینی خطا و لغزش، واژگان متفاوتی در قرآن کریم به کار رفته است؛ اصطلاحاتی از قبیل: ذنب، جرم، اثم، ثقل، سیئه، عصیان، طغیان، وزر، خطأ، فاحشه، فجور، منکر و ... همچنین طبقه‌بندی روشنی از گونه‌های گناه و لغزش‌های اخلاقی، در سه طبقه صورت گرفته است: گناهان کبیره، گناهان صغیره و لغزش‌های کوچک (لمم). طبقه‌بندی گناهان کبیره و صغیره، از چند آیه کریمه برداشت شده است، از جمله (وَالَّذِينَ يَخْتَبِرُونَ كَبَائِرَ الْإِثْمِ وَالْفَوَاحِشِ) (شوری/۳۷)، (إِنْ تَجْتَنِبُوا كَبَائِرَ مَا تُنْهَوْنَ عَنْهُ) (نساء/۳۱). (ابوالفتح رازی، ۱۴۰۸ق، ص ۱۵)

از این آیات استفاده شده است که ضدارزش‌های دینی، در دو طبقه کلی تقسیم‌بندی شده‌اند: گناهان بزرگ و گناهان کوچک. همچنین دسته سومی از خطاها مطرح شده‌اند که «لغزش» خوانده می‌شوند و قرآن کریم، آن را «لمم» می‌خواند. این لغزش‌ها گرچه ناروا و خطایند، اما بخشودنی و قابل گذشتند: (الَّذِينَ يَخْتَبِرُونَ كَبَائِرَ الْإِثْمِ وَالْفَوَاحِشِ إِلَّا اللَّمَمَ) (نجم/۳۲). در اینکه «لمم» چیست و این لغزش‌های بخشودنی کدامند، مفسران تفاوت دیدگاه دارند. اما دو تفسیر اصلی از آن عبارت است از: نزدیک شدن به حریم گناه، و یا گناهان اتفاقی که تبدیل به عادت نشده‌اند. (طباطبایی، ۱۳۹۳ق، ج ۴، ص ۱۵۶)

بدین گونه روشن می‌نماید که خطاهای اخلاقی (و طبعاً ارزش‌های اخلاقی) در یک رتبه قرار ندارند. حال پرسش اصلی آن است که چگونه می‌توان به طبقه‌بندی از ارزش‌ها و ضدارزش‌های قرآنی دست یافت؟ (تهرانی، ۱۳۸۶ش، ص ۲۵۴)

۶- داوری در مفاهیم و رفتارهای اخلاقی

در مفاهیم اخلاقی و رفتارهای انسانی، در پاره‌ای از موارد، می‌توان از شفافیت و عدم ابهام سخن گفت. به عنوان نمونه، اینکه «دروغگویی بد است»، داوری است که می‌توان در آن، شفافیت و وفاق در دایره عقلانی بشری را دید (هرچند دارای شبهات مفهومی و مصداقی هم باشد).

اما در باب برخی از گزاره‌های اخلاقی، چونان شفافیتی وجود ندارد و در نتیجه نمی‌توان از فهم عمومی اخلاقی در باب آن گزاره سخن گفت. در این گونه موارد، از قرآن کریم (و روایات اسلامی) دیدگاه‌هایی برمی‌آید که طبعاً ریشه‌ای دینی (و نه عقل بین‌الذهانی) دارد. هرچند این گزاره‌ها و داوری‌ها می‌تواند با گفت‌وگوها و مدلل‌سازی‌ها، به سوی وفاق عمومی‌تر نیز حرکت

کند، اما تا آن مرحله، فاصله‌های زیادی است. (ابن عباس، ۱۴۱۳ق، ص ۵۸)

به عنوان نمونه، به چند مورد اشاره می‌شود:

۱. آیا رفتارهای انسانی که برخاسته از غرایز طبیعی انسان هستند، «خیر اخلاقی» به شمار می‌روند؟

۲. آیا رفتارهایی که ره‌آورد عواطف و احساسات انسانی‌اند، مانند حس ترحم، مشمول ارزش‌گذاری مثبت هستند؟

۳. آیا افعالی که از خوف و ترس برخیزند (هرچند خوف خدا و یا جهنم)، مشمول افعال اخلاقی‌اند؟

۴. آیا صفات و افعالی مانند فروتنی، زهد و ... دارای ارزش اخلاقی‌اند؟

۵. آیا رفتارهایی مانند سقط جنین، مرگ از روی ترحم و ... رفتار غیراخلاقی‌اند؟

در موارد فوق و موارد مشابه، عقل و عقلای انسانی، داوری یکسانی ندارند و محل اختلافات گسترده‌ای میان فیلسوفان و عقلای بشری است. حال در این موارد می‌بینیم که قضاوت‌های اخلاقی در متون دینی (قرآن کریم و روایات) وجود دارد و یا قابل استنباط و بهره‌برداری است و در این زمینه، رهنمودهای قرآنی می‌تواند راهنمای عقل انسانی در فهم و عمل اخلاقی باشد. (مجلسی، ۱۳۸۲ش، ص ۱۲۲)

۷- انگیزش‌های اخلاقی قرآنی

قرآن کریم (چونان دیگر متون مقدّس ادیان ابراهیمی) انگیزش‌هایی را برای انجام افعال اخلاقی و دوری از رفتارهای ضد اخلاقی مطرح می‌کند. در میان عوامل انگیزاننده، می‌توان به دو گونه از آن اشاره کرد که سهم مهمی در محرّکیت اخلاقی می‌تواند داشته باشد.

۷-۱- سعادت و شقاوت اخروی

در نگرش قرآنی - دینی، رفتار آدمی، جهان پس از مرگ او را تعریف و تعیین می‌کند. بخش مهمی از آیات گسترده بهشت و دوزخ، در ارتباط با پیامدهای اخروی عمل انسان بیان می‌شود و بشارت و یا هشدار در رابطه با رفتارهای او به‌شمار می‌رود. (فضلی، علی، ۱۳۹۰ش، ص ۱۸۰)

کسانی که در مدار بشارت و انذار قرآنی قرار دارند و چونان فراآینده‌ای از رفتار خویش را می‌شنوند و به آن باور می‌یابند، طبعاً فاصله‌ای متفاوت با کسانی دارند که از چونان معرفت و باوری برخوردار نیستند. (مروج، ۱۳۵۵ش، ص ۳۵۰)

۷-۲- قرب به خداوند

ملکات و افعال اخلاقی، محبوب خداوندند و موجب تقرب به اویند و صفات و رفتارهای غیراخلاقی، مبعوض او هستند و آدمی را در حجاب از او و محبت او قرار می‌دهند. و معرفت و باور توحیدی قرآنی، می‌تواند عامل دیگری برای کشش به اخلاقیات باشد، چه اینکه انسان باورمند به او، چگونه می‌تواند او را بشناسد و باور کند، اما آن کند که او نمی‌پسندد، و یا شخصیتی را برای خود سامان دهد که او از آن متنفر است؟ (درگاهی، ۱۳۸۶ش، ص ۱۸۹)

در ادبیات قرآنی، مکرراً می‌توان با این تعابیر مواجه شد که خداوند، فلان عمل را دوست دارد؛ چونان: (إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ) (بقره/۱۹۵)، (إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ التَّوَّابِينَ وَيُحِبُّ الْمُتَطَهِّرِينَ) (بقره/۲۲۲).

و از آن سو، رفتارهایی را ناپسند او می‌داند؛ از جمله: (وَاللَّهُ لَا يُحِبُّ كُلَّ كَفَّارٍ أَثِيمٍ) (بقره/۲۷۶)، (إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ خَوَّانًا أَثِيمًا) (نساء/۱۰۷) و...

نتیجه گیری

اگر بخواهیم به صورت ملموس بگوییم که بُعد اخلاقی قرآن چگونه تلقی می‌شود، بهترین راهش این است که یک نگاه گذرا به سیمای عصر جاهلیت داشته باشیم، بر اساس تاریخ اسلام و همچنین آیاتی که قرآن مباحث تاریخی را ارائه داده است مطالعه کنیم می‌بینیم که ویژگی‌هایی مانند کشتن فرزندان اناث، یعنی دختران را به جرم دختر بودن می‌کشتند، طواف خانه خدا با حالت عریان، سوت کشیدن به عنوان نماز و دعا و نیایش، قتل عام و آدم کشی گسترده در میان اقوام مختلف، رواج فحشا و زنا، رسمی بودن چهل نوع ازدواج نامشروع، تداول و عادی بودن شرب خمر و قمار بازی، ربا خواری گسترده به جای بیع و شراء حلال و ... در بین آنها رواج داشته است.

پیامبر گرامی اسلام (ص) بر اساس دستورات الهی قرآن که فرمود: «إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ» و آن آیه که فرمود: «قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا»، پیامبر (ص) موفق شد از میان آن قوم و امت گمراه که در چاه ضلالت و انحراف غرق شده بودند، افرادی وارسته و اشخاصی خجسته مانند ابوذر و سلمان و مقداد و ... را تربیت کند و به جامعه بشری تحویل بدهد. این تحول اساسی در فکر و فرهنگ جامعه، محصول اوامر الهی، دستورات قرآن و تربیت محمدی (ص) است که به حق می‌توانیم این را انقلاب فرهنگی عظیم در آن عصر بدانیم که منشأ آن همان اخلاقی قرآن است.

فهرست منابع

قرآن کریم

نهج البلاغه

۱. ابن ابی اصبح مصری، عبدالعظیم عبدالواحد، (۱۳۶۸ ش.)، بدیع القرآن، میرلوحی علی ایران آستان قدس رضوی بنیاد پژوهشهای اسلامی.
۲. ابن سینا، (۱۳۷۸ ش.)، الاشارات و التنبيهات، بیروت، مطبعة الحیدری، چاپ ۴.
۳. ابن فارس، احمد (۱۴۰۴ ق.)، معجم مقاییس اللغة، قم: مکتب الاعلام الاسلامی.
۴. ابن منظور، محمد بن مکرم، (۱۴۱۶ ق.)، لسان العرب، بیروت، دار احیاء التراث العربی، چاپ ۵، ج ۱.
۵. ابن عباس، عبدالله (۱۴۱۳ ق.)، تفسیر غریب القرآن فی شعر العرب، بیروت: مؤسسه الکتب الثقافیه .
۶. ابو میثم، بحرانی، (۱۴۳۵ ق.)، قواعد المرام فی علم کلام ، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی، چاپ ۲.
۷. ابوالفتوح رازی، حسین (۱۴۰۸ ق.)، تفسیر روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن، مشهد مقدس: آستان قدس رضوی، بنیاد پژوهشهای اسلامی.
۸. ابو حمزه ثمالی، ثابت بن دینار، (۱۴۲۰ ق.)، تفسیر القرآن الکریم (ثمالی)، بیروت: دار المفید.
۹. استرآبادی، محمد بن علی، (۱۳۹۴ ق.)، آیات الاحکام، تهران، کتابخانه معراجی، چاپ ۲.
۱۰. انصاری قمی، ناصرالدین، (۱۳۶۹ ش.)، کتاب شناسی تألیفات علامه مجلسی، مشکوه، دوره ۷، شماره ۲۹.
۱۱. ایزوتسو، توشی هیکو، (۱۳۷۸ ش.)، مفاهیم اخلاقی - دینی در قرآن مجید، تهران، فرزانه.
۱۲. بلاغی نجفی، محمد جواد، (۱۴۲۰ ق.)، آلا الرحمن فی تفسیر القرآن ، قم، بنیاد، چاپ ۳.
۱۳. بیضاوی، عبدالله بن عمر (۱۴۱۸ ق.)، تفسیر أنوار التنزیل و أسرار التأویل (تفسیر البیضاوی) بیروت: دار إحياء التراث العربی.
۱۴. تهرانی، آقابزرگ، (۱۴۱۲ ق.)، الذریعه، بیروت، دار الاضواء.
۱۵. جوادى آملی، عبدالله، (۱۳۸۶ ش.)، تفسیر تسنیم، قم، دفتر نشر اسراء، چاپ ۵، ج ۱.
۱۶. جوادى آملی، عبدالله، (۱۳۸۱ ش.)، معاد در قرآن، قم، مرکز نشر اسرار، چاپ ۳.
۱۷. جوادى آملی، عبدالله، (۱۳۷۸ ش.)، تهران، شریعت در آینه معرفت، اسراء، چاپ ۳.
۱۸. حر عاملی، محمد بن الحسن، (۱۴۱۲ ق.)، وسائل الشیعه، بیروت، دار احیاء التراث العربی، چاپ ۴، ج ۲.

۱۹. حسن زاده آملی، حسن، (۱۳۷۵ش.)، کتاب النفس، قم، مکتب الاعلام الاسلامی.
۲۰. حویزی، عبدعلی بن جمعه (۱۴۱۵ ق.)، تفسیر نور الثقلین، قم: اسماعیلیان.
۲۱. خوئی، سید ابوالقاسم، (۱۴۱۷ ق.)، التنقیح فی شرح العروه الوثقی، قم، موسسه انصاریان.
۲۲. دباغ، سروش، (۱۳۸۸ش.)، درس گفتارهایی در فلسفه اخلاق، تهران، صراط.
۲۳. درگاهی، حسین، (۱۳۸۶ش.)، کتاب شناسی علامه مجلسی، تهران، شمس الضحی.
۲۴. راغب الاصفهانی، حسین بن محمد، (۱۴۱۶ ق.)، المفردات فی غریب القرآن، بیروت، دارالکاتب العربی، چاپ ۵.
۲۵. رافعی، مصطفی، (۱۴۲۱ ق.)، اعجاز قرآن و بلاغت النبویه، بیروت، دار الکتب العلمیه.
۲۶. زمخشری، محمود بن عمر، (۱۴۱۵ ق.)، الکشاف، بیروت، دارالکتب العلمیه، چاپ ۲.
۲۷. سرهندی مجددی، محمد حسن جان صاحب، (۱۹۹۶ م.)، الاصول الاربعه فی تردید الوهابیه، بیروت، مکتبه الحقیقه.
۲۸. شاه ولی الله دهلوی، أحمد بن عبد الرحیم، (۱۴۲۶ ق.)، حجه الله البالغه، بیروت، دارالجلیل.
۲۹. شبر، عبدالله، (۱۴۲۷ ق.)، اخلاق، قم: انتشارات آل علی، چاپ ۴.
۳۰. شهید اول، عالمی، محمد بن مکی، (۱۴۰۰ ق.)، القواعد والفوائد، قم، کتابفروشی مفید.
۳۱. شهید ثانی، عاملی زین الدین بن علی، (۱۳۸۰ش.)، حاشیه المختصر النافع، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
۳۲. صابونی، محمد علی، (۱۴۲۱ ق.)، صفوة التفاسیر، بیروت: دار الفکر.
۳۳. طاهری خرم آبادی، سید حسن، (۱۳۸۵ش.)، تبرک و قبور، قم، موسسه بوستان کتاب.
۳۴. طباطبائی، محمد حسین، (۱۳۹۳ ق.)، المیزان، قم، مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان، چاپ ۳، ج ۴.
۳۵. طباطبائی، محمد حسین، (۱۳۶۲ ق.)، اعجاز القرآن، تهران: مرکز نشر فرهنگی رجاء.
۳۶. طباطبائی حکیم، سید محمد حسن، (۱۴۱۶ ق.)، مستمسک العروه الوثقی، قم، مؤسسه دارالتفسیر، چاپ ۲.
۳۷. طوسی، نصیرالدین محمد، (۱۳۷۳ش.)، اوصاف الأشراف، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۳۸. غزالی، محمد بن محمد، (۱۳۵۱ش.)، احیاء علوم الدین، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی.
۳۹. غفاری، علی اکبر، (۱۳۷۶ش.)، الاصول من الکافی، بیروت، دارالکتب الاسلامیه، چاپ ۲، ج ۳.
۴۰. فراهیدی، خلیل بن أحمد، (۱۴۱۴ ق.)، العین، قم: انتشارات اسوه، چاپ ۲.
۴۱. فیروز آبادی، مجدالدین محمد بن یعقوب، (۱۴۱۲ ق.)، القاموس المحیط، بیروت: دار احیاء

التراث العربی، چاپ ۳، ج ۱.

۴۲. قرشی بنابی، علی اکبر، (۱۳۷۱ ش.)، قاموس قرآن، تهران. دار الکتب الاسلامیه. چاپ ۳، ج ۱.

۴۳. کاتوزیان، ناصر، (۱۳۸۵ ش.)، فلسفه حقوق، تهران. شرکت سهامی انتشار.

۴۴. مجلسی، محمدباقر، (۱۳۶۹ ش.)، حلیۃ المتقین، تهران، نشر لقمان.

۴۵. مجلسی، محمدباقر، (۱۳۸۲ ش.)، عین الحیات، قم، انوار الهدی.

۴۶. مجلسی، محمدباقر، (۱۴۰۳ ق.)، بحار الانوار، بیروت. دار احیاء التراث العربی. چاپ ۴، ج ۲.

۴۷. مسلم، مصطفی (۱۴۱۸ ق.)، مباحث فی التفسیر الموضوعی دمشق: دارالقلم.

۴۸. مصباح یزدی، محمدتقی، (۱۳۷۶ ش.)، اخلاق در قرآن، قم. مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام

خمینی، چاپ ۳.

۴۹. مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۷۱ ش.)، تفسیر نمونه، دارالکتب الاسلامیه، تهران. چاپ ۳، ج ۴.

۵۰. مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۸۷ ش.)، عاشورا ریشه ها، انگیزه ها، رویدادها، پیامدها، قم،

انتشارات امام علی(ع).

۵۱. ملاصدرا، محمدبن ابراهیم، (۱۳۸۴ ش.)، الحکمه العقلیه الاسفار الاربعه، قم. انتشارات

مصطفوی.

۵۲. مهدوی دامغانی، محمود، (۱۳۸۷ ش.)، «نگاهی به پاره‌ای از آثار فارسی علامه مجلسی» در

شناخت‌نامه علامه مجلسی، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ج ۲.

۵۳. النراقی، أحمد، (۱۳۷۵ ش.)، عوائد الایام، قم. مرکز النشر.

۵۴. نعمه، عبدالله، (۱۹۸۷ م.)، فلاسفه الشيعة حياتهم و آراؤهم، بیروت، دارالفکر اللبانی.

۵۵. هاشمی رفسنجانی، و همکاران، اکبر (۱۳۸۶ ش.)، تفسیر راهنما، قم: بوستان کتاب.

مقالات

۵۶. صدری، جمشید، (۱۳۸۹ ش.)، بدایت حرکت (سیر و سلوک) در اوصاف الاشراف، آفاق دین،

دوره ۱، ش ۲.

۵۷. فضل‌ی، علی، (۱۳۹۰ ش.)، اوصاف الاشراف و علم سلوک، کتاب ماه فلسفه، دوره ۱۰، ش ۴۳.

۵۸. کاشفی، امیر محمود، (۱۳۸۱ ش.)، قول و احسن آن در قرآن کریم، فصلنامه دانشکده ادبیات

و علوم انسانی تهران، دوره ۵۳، شماره ۱۶۳ و ۱۶۴

۵۹. مروج، جلال، (۱۳۵۵ ش.)، «نقدی بر ترجمه اوصاف الاشراف خواجه نصیر الدین طوسی اثر

رکن‌الدین جرجانی»، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تهران، دوره ۳۳، ش ۹۲ و ۹۳.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۲۲۰ - ۱۹۹

ارائه مدلی برای استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی (مورد مطالعه: شرکتهای بانک ملت)

^۱ الهه شیخی

^۲ مسعود حقیقی

^۳ علیرضا رزقی رستمی

چکیده

عصر حاضر، با ویژگی‌هایی چون نوآوری، توسعه‌ی دانش، جهانی‌سازی و افزایش رقابت معرفی می‌شود؛ به همین دلیل، سازمان‌ها از تمام توان خود برای پیروزی در رقابت فزاینده موجود استفاده می‌کنند که سرمایه‌های انسانی از مهم‌ترین آن‌هاست. این پژوهش با هدف ارائه مدلی برای استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی با مورد مطالعه شرکتهای تابعه بانک ملت استان تهران انجام شد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از نظر جمع‌آوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی - پیمایشی به‌شمار می‌آید. جامعه آماری پژوهش، تعداد ۷۵۸ نفر از مدیران و کارشناسان شرکتهای بانک ملت می‌باشد که با استفاده از روش نمونه‌گیری تصادفی ساده، نمونه‌ای به تعداد ۲۵۵ نفر انتخاب شده‌اند. برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری و از نرم‌افزار Smart PLS استفاده شده است. در پی این پژوهش مولفه‌ها و شاخص‌ها تعیین شد. از طرفی دیگر در روابط بین مولفه‌ها مشخص شد که مولفه‌های شناسایی شده برای هر متغیر، همبستگی بالایی با آن‌ها دارند و به خوبی توانسته‌اند متغیر اصلی را تبیین نمایند. در نهایت طی مدل‌سازی مشخص شد که استعدادیابی بر جانشین‌پروری و استقرار نظام شایستگی اثرگذار است و علاوه بر آن جانشین‌پروری در تاثیر استعدادیابی بر شایستگی نقش میانجی دارد.

واژگان کلیدی

استعدادیابی، جانشین‌پروری، شایستگی، شرکتهای تابعه بانک ملت.

۱. دانشجوی دکتری مدیریت دولتی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: Elaheh.sheykhi1988@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت و حسابداری، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: m.haghighi@riau.ac.ir

۳. استادیار گروه مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: A_rezghirostami@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۳/۱۷

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۲۸

طرح مسأله

مهم‌ترین مزیت رقابتی سازمان‌ها در دنیای پویای امروزی داشتن عامل انسانی مناسب می‌باشد. این مهم‌ترین عامل استراتژیک است که به راحتی قابل تقلید کردن نیست و می‌تواند باعث موفقیت و توسعه پایدار سازمان‌ها گردد. لذا موفقیت سازمان‌ها وابسته به توسعه منابع انسانی می‌باشد و توسعه منابع انسانی در هر سازمان بدون درک و کشف استعدادها، قابلیت‌ها، توانمندی‌ها و شایستگی‌های این سرمایه عظیم و بالقوه میسر نخواهد شد؛ و افراد به واسطه در اختیار داشتن عظیم‌ترین منبع قدرت، یعنی تفکر، می‌توانند موجبات تعالی، حرکت و رشد جامعه و سازمانشان را پدید آورند و این منبع قدرت نیازمند محیطی مساعد برای شکوفایی است. این منابع دارای توانایی و قابلیت‌های بالقوه‌ای هستند که در محیط سازمانی بالفعل شده و دستیابی به این هدف، نیازمند درک کامل انسان‌ها و فراهم کردن شرایط مناسب است. یکی از مباحثی که باید بررسی شود، قرار دادن افراد در جایگاه‌های مناسب با توانایی و قابلیت آن‌هاست. دانش و بینش، مهارت و تخصص در گزینش و نگهداری افراد برای ورود به دنیای کار و اشتغال و تعیین میزان شایستگی و لیاقت آن‌ها در طول خدمت به منظور ترفیع، ارتقا، انتصاب، تشویق و جانشین‌پروری را باید از عوامل مهم بقا و کارایی و پیشرفت آن، حتی در شرایط متغیر جامعه و دگرگونی‌های سازمانی دانست.

استعدادیابی ابزاری مدیریتی است که به مدیران کمک کرده و نوعی انعطاف‌پذیری را هماهنگ با شرایط متغیر بازار ایجاد می‌کند. استعدادیابی به دو دلیل اهمیت دارد: اول این‌که اجرای مدیریت استعداد موثر، موجب کشف و نگهداری موفقیت‌آمیز استعدادها می‌شود و دوم، این‌که کارکنان با استعداد برای پست‌های کلیدی آینده انتخاب می‌شوند که امروزه به نام جانشین‌پروری شناخته می‌شود و توجه بسیاری از سازمان‌ها را به خود جلب کرده است. استعدادیابی نگرشی هوشمندانه برای جذب، پرورش و نگهداری افراد و استفاده از استعداد و شایستگی آنان، برای تامین نیازها و اهداف حال و آینده سازمان است. پژوهشگران پیشنهاد می‌کنند که سازمان‌ها باید مدیریت منابع انسانی متفاوتی برای گروه‌های مختلف کارکنان داشته باشند. این نگاه مستلزم رفتار متفاوت با استعدادهاست. کسانی که «عملکرد خوبی دارند، منحصربه‌فرد و دارای ارزش‌اند و در نهایت، مشاغل را انجام می‌دهند که برای سازمان تاثیر ویژه‌ای داشته باشد (مایرز^۱، ۲۰۱۴). معماری مدیریت استعداد عبارت است از ترکیبی از سیستم‌ها، فرایندها و شیوه‌های توسعه داده و به کارگیری شده توسط سازمان، تا اطمینان حاصل شود که

چرخه استعداد به شکل اثربخشی در سازمان به اجرا در آمده است. از این رو مفهوم استعدادیابی به خط مقدم رشته مدیریت تبدیل شده است (نثم^۱، ۲۰۱۷) بنابراین، فراهم کردن بستری مناسب برای استعدادیابی و تقویت استعدادها و به‌کارگیری آن‌ها در مسیر اهداف سازمان از ضرورت‌های مدیریتی خواهد بود.

یکی از اهداف استقرار نظام شایستگی استفاده از آن در برنامه جانشین‌پروری است. رسالت آن، امر خطیر به‌گزینی در سازمان‌ها و توسعه توانمندی‌های افراد منتخب جهت جایگزینی مناسب افراد موجود در پست‌های فعلی است. جانشین‌پروری برای تصمیم‌گیری روزانه در سازمان‌ها حیاتی و از مهم‌ترین سازوکارهای در دسترس برای تضمین تأمین نیروی کار آینده در سازمان‌هاست (گل‌وردی، ۱۳۹۶). با نایاب شدن استعدادها، کارشناسان پیشنهاد می‌دهند که سازمان‌ها نظام جانشین‌پروری را برای شناسایی و توسعه کارکنان پرتوان اجرا کنند (دُهم^۲، ۲۰۰۰). بسیاری از سازمان‌ها با بکارگیری و جایگزینی مناسب استعدادها در حال حرکت به سمت نظام‌های شایستگی‌محور هستند، نهایتاً توجه به این مسائل به شرکت‌ها کمک می‌کند تا افزایش روزافزون بازدهی، بهره‌وری و بهبود عملکرد در آن‌ها اتفاق بیفتد (عبدالله و سنتوسا^۳، ۲۰۱۲). از جمله عواملی که در سازمان‌ها باعث افزایش انگیزه و بهره‌وری سازمانی و رسیدن به اهداف سازمان می‌شود، توجه به وجود عدالت در سازمان و انتخاب افراد بر پایه شایستگی و توانایی آن‌ها برای تصدی پست‌های سازمان است (کمالی و همکاران، ۱۳۹۶). لذا در جذب منابع انسانی، باید شایستگی‌های حرفه‌ای تعیین شده و به عنوان معیار گزینش مدنظر قرار گیرند؛ چرا که جذب منابع انسانی فاقد شایستگی، علاوه بر تحمیل هزینه‌های سنگین و اتلاف وقت و منابع سازمان باعث می‌شود که سازمان‌ها نتوانند به طور اثربخش به هدف‌ها و راهبردها، جامه‌ی عمل بپوشند (صفری، مهدی‌زاده و عزیزی، ۱۳۹۴).

حوزه بانکداری نیز بی‌تأثیر از تغییر و تحولات نیست و هدف‌های آن همگام با تحولات جهانی، در حال تغییرند. مدیران سازمان‌ها باید به مباحثی از قبیل ارتقای کارکنان بر مبنای عملکرد و شایستگی، تجارب فردی و مسیر ارتقای شغلی، به کارگیری برنامه‌های جانشین‌پروری و مسائل مربوط به توسعه شغلی افراد، تمرکز نمایند و به صورت مستمر، نیازهای کنونی و آینده نیروی انسانی سازمان‌ها مورد توجه قرار دهند. با دیدگاه استراتژیک و منطبق بر چشم‌انداز راهبردی در زمینه فرآیند جانشین‌پروری، برنامه‌ریزی کرده و فضای سیاسی حاکم بر سازمان‌های آموزشی به گونه‌ای مدیریت شود که همه دریابند پرورش جانشین‌های جدید، خطری برای

1 . Naim & Lenka

2 . Dohm

3 . Abdullah & Sentosa

مدیران فعلی نیست و مدیران ارشد با نگاهی استراتژیک و راهبردی در زمینه ارائه راه‌حل‌های اصولی و منطقی جهت توانمندسازی و توسعه‌ی کارکنان اقدام کنند. با توضیحات فوق می‌توان اهمیت نیروی انسانی را انکارپذیر دانست و همچنین ضروری است در شناسایی و شایسته‌گماری و شایسته‌گزینی نیروی انسانی دقت لازم را به عمل آورد. به منظور دستیابی به اهداف در این پژوهش، قصد داریم به ارائه مدلی برای استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی در شرکت‌های بانک ملت استان تهران بپردازیم.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

استعدادیابی

استعدادیابی به فرآیندی اطلاق می‌شود که شامل یک مجموعه کامل و مرتبط با یکدیگر از فعالیت‌های سازمانی مثل شناسایی، انتخاب، توسعه و حفظ بهترین کارمندان و همچنین شامل کمک به آن‌ها در جهت بکارگیری نقاط قوت خود در راستای مشارکت و رسیدن به اهداف سازمانی می‌باشد (الدشنان^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). استعدادیابی نیروی انسانی این اطمینان را به وجود می‌آورد که هر یک از کارکنان با استعدادها و مهارت‌های ویژه در شغل مناسب قرار گرفته‌اند. به علاوه مزایای جبران خدمت، منصفانه و عادلانه است. مدیریت استعداد فرایندها و ابزارهای مناسبی را برای حمایت و توانمندسازی مدیران فراهم می‌آورد (پارسافر و محتشم‌زاده، ۱۳۹۳). استعدادیابی یک موضوع چند بعدی است درباره این که کدام برنامه استعدادیابی را باید اجرا و سازماندهی کرد.

برخی محققان مولفه‌های مدیریت استعداد را به شرح زیر بیان کرده‌اند که مختصراً به آن‌ها اشاره می‌کنیم.

شناسایی استعداد: روند تعریف و کشف منابع استعداد و جذب افراد به سازمان است. جذب افراد مناسب همان جذب افراد مشتاق، بسیار توانا و وفادار به ارزش‌ها، باورها و مأموریت سازمانی است. بهترین سازمان‌ها، سازمان‌هایی هستند که بر آینده متمرکز هستند و مهارت‌ها، نگرش‌ها و رفتارهایی که از افراد با استعداد خود انتظار دارند را، پیش‌بینی می‌کنند (گودرزوند-چگینی و همکاران، ۱۳۹۵).

جذب: جذب و نگهداری نیروهای مستعد از الزام‌های سازمان‌های دولتی و غیر دولتی می‌باشد. از این رو طراحی و پیاده‌سازی الگوی جامع جذب و نگهداشت کارکنان مستعد در تمام سطوح سازمانی لازم الاجراست. جذب افراد مستعد آغاز تلاش سازمان در فرایند مدیریت استعداد است (خالوندی و عباس‌پور، ۱۳۹۲). یک راه جذب این استعدادها ارائه جبران خدمات رقابتی

است که در سطحی بالاتر از سطح بازار دارای مزایای بهتری از شرکت‌های رقیب باشد. استخدام و انتخاب باید برای دستیابی به صلاحیت‌های مشخص بر اساس شرح وظایف باشد (جایاشری، کریشنا^۱: ۲۰۱۵).

انتخاب: مرحله‌ای است برای پذیرفتن یا رد تقاضاهای مراجعان و متقاضیان کار، به گونه‌ای که شایسته‌ترین، مناسب‌ترین و با استعدادترین آن‌ها برگزیده و تعیین شوند. روش‌های متعددی برای انتخاب افراد مناسب نظیر: مصاحبه ساخت یافته، کانون ارزیابی، فرآیند اجتماعی کردن وجود دارند. (فالمر، کانگر^۲، ۱۳۸۷).

توسعه: یادگیری و توسعه مهارت‌ها مهم‌ترین توانایی برای سازمان است که بر استعداد متمرکز شده است. سازمان موثر دارای فرآیند تثبیت شده برای آموزش حرفه‌ای همه کارکنانی است که به طور موثر با فرآیندهای دیگر مانند مدیریت عملکرد در ارتباط است.

حفظ و نگهداری: حفظ کارکنان با سیستم مدیریت عملکرد به طور نزدیکی رابطه دارد، به عنوان نمونه می‌توان به لزوم ایجاد یک سیستم جبران خدمت عادلانه و اقداماتی در جهت همسو کردن مجموعه مهارت‌های افراد با وظایف آن‌ها اشاره کرد (ابوالعالی، ۱۳۸۶).

جانشین‌پروری

به طور کلی مدیریت جانشینی به فرایندی اطلاق می‌شود که در آن نسبت به چگونگی پر کردن خلاءهای مدیریتی تصمیم‌گیری شود. به طور کلی به عنوان تلاشی سیستماتیک برای شناسایی افراد مستعد و توسعه ویژگی‌ها و شایستگی‌های شغلی ایشان معرفی می‌شود. می‌توان گفت وقتی در سازمان خلاء ایجاد می‌شود لازم است طبق یک خط‌مشی دقیق، یا نیروهای موجود ارتقا یابند و یا از خارج از سازمان افرادی استخدام شوند. حفظ نوعی توازن بین این دو روش اهمیت دارد چون استخدام بسیار زیاد از خارج از سازمان موجب پایین آمدن روحیه پرسنل کلیدی داخل سازمان شده و ارتقای بسیار زیاد از داخل نیز به معنای استفاده کمتر از ایده‌های جدید و گاهی صرف‌نظر کردن از کیفیت تلقی می‌شود (غیاثی‌ندوشن، ۱۳۹۶).

مولفه‌های جانشین‌پروری که در این پژوهش مورد مطالعه قرار گرفته است عبارتند از:

عوامل زمینه‌ای: بستری که لازم است وجود داشته باشد تا بتوان اقدامات و راهبردهای مناسب را در جهت پیاده‌سازی نظام جانشین‌پروری انجام داد که مهمترین بسترها شامل: وجود کانال‌های ارتباطی قوی، وجود فضای تعاملی و آزاداندیشی، ارج نهادن به ایده‌های نو و ... می‌باشد.

1. jayashri & crishna

2. Farmer & Conger

عوامل علی: شرایطی که ضرورت ایجاد نظام جانشین‌پروری در سازمان‌ها را مشخص می‌کنند که می‌تواند شامل موارد زیر باشد: فرایند ایجاد انگیزه در کارکنان، حفظ تنوع در نیروی کار، برخورداری از ساختارهای ارگانیک و انعطاف‌پذیر و ...

عوامل درون‌وبرون‌سازمانی: عوامل سازمانی متعددی می‌توانند بر روند جانشین‌پروری اثرگذار باشند. از جمله آن‌ها می‌توان به مواردی از جمله برخورداری سازمان از مجریان شایسته، متعهد بودن اعضای سازمانی، دارا بودن توانایی در مدیریت تغییرات، برخورداری از منابع مالی مناسب، اهداف زمانی و بودجه‌ای، توجه به چالش‌های محیطی، مناسب بودن شرایط اقتصادی و ... اشاره کرد.

شرایط مداخله‌گر: موانعی که در راه انجام راهبردها برای تهیه و اجرای جانشین‌پروری در سازمان وجود دارد. از این شرایط می‌توان مواردی چون محدودیت‌های قانونی و مدیریتی، وجود استخدام‌های بی‌ضابطه، وجود تشریفات زائد اداری، موانع محیطی و ... را نام برد (عبدالحسین - زاده و لطیفی، ۱۳۹۶).

شایستگی

شایستگی به عنوان توانایی‌ها، مهارت‌ها و سایر خصوصیتی که به فرد امکان می‌دهد موقعیت‌های پیچیده را به طور موثر مدیریت کند، تعریف می‌شود. این مجموعه می‌تواند از طریق یادگیری و تجربه توسعه یابد (اسکولز و بالس، ۲۰۲۰). در سازمان‌های پیشرو، مدیریت کشف و پرورش افرادی که از شایستگی‌های محوری برخوردارند و منجر به عملکرد برتر سازمان می‌شوند، از طریق فرایند مدیریت استعدادها انجام می‌پذیرد؛ که استعدادهای انسانی سازمان برای تصدی مشاغل و مناصب کلیدی در سال‌های آینده شناسایی و به وسیله برنامه‌های متنوع آموزشی و توسعه‌ای به تدریج برای به عهده گرفتن مشاغل و مسئولیت‌ها آماده می‌شوند. سازمان‌ها برای مدیریت استعدادهای فعلی و آینده و به منظور پرورش افراد مناسب برای پر کردن جایگاه کلیدی، برنامه‌های جانشین‌پروری را جاری می‌سازند و در نهایت موجب استقرار نظام شایستگی می‌شوند.

در واقع شایستگی‌ها عمدتاً به ویژگی‌های مورد نیاز برای توفیق در شغل یا عملکرد برتر اطلاق می‌شود. با توجه به تعاریف متعدد از شایستگی چهار مولفه اصلی برای آن شناسایی شده است که به شرح ذیل می‌باشند:

دانش: معلومات نظری که پر سابقه‌ترین بعد می‌باشد، توسعه دانش و معلومات نظری به طور معمول، از راه تحصیل حاصل می‌شود که زیربنای توسعه مهارت‌ها و نگرش به شمار می‌رود و به تنهایی تأثیر جدایی در توسعه شایستگی‌های مدیریتی ندارد.

مهارت: عبارت است از «توانایی پیاده‌سازی علم در عمل». مهارت از طریق تکرار کاربرد

دانش در محیط واقعی به دست آمده و توسعه می‌یابد. توسعه مهارت منجر به بهبود کیفیت عملکرد می‌شود.

توانایی: یک توان خصلتی با ثبات و وسیع را مصور می‌سازد که شخص را برای دستیابی و نهایت عملکرد در مشاغل فیزیکی و فکری مفید می‌کند. در واقع توانایی و مهارت مشابه هم بوده و تفاوت آن‌ها در این است که مهارت، ظرفیتی خاص برای انجام فیزیکی کارهاست؛ اما توانایی ظرفیت انجام کارهای فکری را مشخص می‌سازد.

نگرش: «تصور ذهنی انسان از دنیا و پیرامون آن» است. تصویر انسان چارچوبی است که میدان اندیشه و عمل وی را تبیین کرده و شکل می‌دهد. درک انسان از پدیده‌های پیرامون خود و تصمیم‌گیری وی برای عمل، بر مبنای تصویر ذهنی اوست. نقش نگرش که در واقع ادراک انسان‌ها را شکل می‌دهد، در مدیریت بسیار مهم‌تر از دانش و مهارت و فرایند ایجاد تغییر آن نیز پیچیده‌تر از فرایند کسب دانش و مهارت است (رجب‌زاده و همکاران، ۱۳۹۰).

شناسایی، تشخیص و برگزیدن شایسته‌ترین افراد نیازمند ملاک‌هایی است تا افراد واجد شرایط و با لیاقت، تصدی پست‌های سازمانی را بر عهده بگیرند. بدیهی است این معیارها در هر جامعه‌ای و سازمانی با توجه به جهان‌بینی و ارزش‌های حاکم و چگونگی نگرش نسبت به انسان متفاوت است.

در زمینه استعدادیابی و جانشین‌پروری مطالعات متعددی صورت گرفته است که هر کدام از آن‌ها به نوبه خود توانسته است گوشه‌ای از نیازمندی‌ها و زیرساخت‌های لازم را برای اجرای موفق این طرح‌ها شناسایی و معرفی کند. سعی شده در ذیل به تعداد اندکی از جدیدترین پژوهش‌ها که طی سال‌های اخیر در داخل و خارج کشور انجام گرفته است، اشاره می‌شود.

- جعفرپور و نجف‌بیگی (۱۳۹۹) در پژوهش خود با عنوان تبیین عوامل موثر بر نظام جامع جانشین‌پروری با عنایت به شایستگی‌های ضروری برای سازمان‌های آینده به ارائه مدل مفهومی نظام جامع جانشین‌پروری پرداختند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که عوامل رفتاری بیشترین تاثیر را در استقرار نظام جانشین‌پروری دارند و عوامل ساختاری و زمینه‌ای تاثیر کمتری دارند.

- مالکی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۹)، در نتایج تحقیق خود با عنوان طراحی چارچوب نوین مدل شایستگی مدیران آموزش عالی نشان دادند که مدل شایستگی مدیران از نه شاخص کلی تشکیل شده و این نه شاخص در چهار سطح کلی طبقه‌بندی شده‌اند. ابعاد استخراجی این پژوهش شامل دانش، توانایی‌های درونی، مهارت‌های مدیریتی، اعتبار رهبری، ویژگی‌های شخصیتی، ویژگی‌های اخلاق، مسئولیت اجتماعی، تجارب لازم و ایدئولوژی بود.

- روشن و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی با عنوان "طراحی الگوی بنیادی سیستم مدیریت استعداد" انجام دادند. یافته‌های این پژوهش نشان داد که سیستم مدیریت استعداد، حداقل باید

شامل سه مولفه‌ی کلیدی جذب و انتخاب، آموزش و توسعه، و نگهداشت باشد. بنابراین تاکید کردند در طراحی نقشه‌ی سیستم مدیریت استعداد برای هر سازمان باید سه مولفه در نظر گرفته شود و در برنامه‌ریزی منابع انسانی مورد تاکید قرار گیرند.

- عسگرانی در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه مدیریت استعداد و عملکرد سازمانی (۱۳۹۹)، نشان دادند بین عملکرد و چهار متغیر جذب و استخدام نیروی مستعد، توسعه استعداد و عملکرد سازمانی، ایجاد و حفظ روابط مثبت با عملکرد سازمانی و نگهداری استعداد ارتباط وجود دارد. نتیجه کلی پژوهش آن‌ها نشان داد ارتباط معناداری بین مدیریت استعداد و عملکرد سازمانی وجود دارد.

- مشفق و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان "ارائه مدل مدیریت استعداد مدیران" مدلی ارائه دادند که شامل چهار مولفه جذب، ارتقاء، ارزیابی و کشف و حفظ بود و از بین این مولفه‌ها، مولفه‌های حفظ و ارتقاء استعداد دارای بالاترین سطح همبستگی و مولفه جذب دارای بالاترین ضریب مسیر بود.

- بسیجی و همکاران (۱۳۹۹)، در مقاله‌ای با عنوان طراحی و اعتبارسنجی مدل شایستگی مدیران بازاریابی بین‌الملل ۶ مقوله اصلی در خصوص شایستگی استخراج کردند که مشتمل بر شایستگی‌های حیاتی، حرفه‌ای، تعاملی، شرایط زمینه‌ای، مداخله‌گر و پیامدها را در برداشت. تمام فرضیه‌های این پژوهش نشان داد که سه لایه شایستگی‌های حیاتی، شایستگی‌های حرفه‌ای و شایستگی‌های تعاملی برای عملکرد موفق مدیران ضروری است.

- جعفری و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان تحلیل و بررسی مفاهیم و مدل‌های مدیریت استعداد مهم‌ترین مدل‌ها را مورد بررسی قرار دادند. و به این نتیجه رسیدند که مدیریت استعداد نیازمند نگاهی استراتژیک است، و مبتنی بر رویکرد تمرکز بر افراد کلیدی می‌تواند پدیدآورنده چارچوبی باشد که راهبردی بوده و با ارزش افزوده همراه و پاسخگوی تقاضاهای محیطی و راهبردی باشد.

- خطیب‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهش خود با عنوان الگوی توسعه شایستگی‌های فرماندهان و مدیران سپاه پاسداران الگویی ارائه کرده و نشان دادند الگوی شایستگی دارای سه بعد فردی، سازمانی و محیطی است. بعد فردی با مولفه‌های توسعه‌ی دانش، مهارت‌ها و توانایی‌ها، تغییر نگرش، توسعه ویژگی‌های شخصیتی و تعالی اخلاقی می‌باشد.

- الی ویکس^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان "برنامه‌ریزی جانشینی" به بررسی رابطه بین برنامه‌های مدیریت استعداد و برنامه‌ریزی جانشینی و نحوه برقراری تعادل هنگام استخدام افراد

داخلی و خارجی و روند پرورش استعدادهای داخلی، و فعالیت‌های مورد استفاده در برنامه‌ریزی جانشینی و نقش افراد متخصص در این فرایند پرداخت. در این پژوهش استعداد طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها برای جذب، استخدام، شناسایی، توسعه، تعامل، حفظ و استقرار افراد با استعداد می‌باشد.

- بروک و بوسلی^۱ (۲۰۱۸) در مقاله "نوآوری مشارکتی از طریق مدیریت استعداد" بیان کردند که سازمان‌ها در رقابت با هم قرار دارند و امر رقابت را برای جذب و حفظ کارکنان با استعداد به دلیل کمبود کار، قابل توجه دانستند. نتایج نشان داد که ادراک کارکنان سازمان‌ها با یکدیگر متفاوت است و به ایجاد نوآوری از طریق خلق خزانه استعداد تاکید کرده‌اند.

- دیپیکا و ری^۲ در پژوهشی با عنوان "مدیریت استعداد و مشارکت کارمندان - تأثیر آنها در حفظ استعداد" (۲۰۱۸)، گفتند که یکی از موثرترین ابزارها برای اطمینان از اینکه کارمندان درگیر و متعهد به کار خود هستند، مدیریت استعداد است. این احساس تعامل یا تعهد نسبت به کار آن‌ها، به نوبه خود تضمین می‌کند که این کارمندان در طولانی مدت در سازمان بمانند. آن‌ها نتیجه‌گیری کردند که همگام‌سازی شیوه‌های مدیریت استعداد و ابتکارات مشارکت کارکنان منجر به بهبود استعدادیابی می‌شود.

- اللوزی و همکاران^۳ (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان "تأثیر استراتژی‌های مدیریت استعداد بر اثربخشی سیستم‌های اطلاعات منابع انسانی"، استراتژی‌های مدیریت استعداد (استراتژی جذب، توسعه و حفظ استعدادها و استراتژی جانشینی) و اثربخشی سیستم‌های اطلاعاتی منابع انسانی مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که استراتژی جذب، توسعه و حفظ استعدادها و استراتژی جانشینی، تأثیر معنی‌دار و مثبت بر اثربخشی سیستم‌های اطلاعاتی منابع انسانی در بانک‌ها دارد.

- براون و همکاران^۴ (۲۰۱۸) در مقاله‌ای با عنوان "توسعه یک مدل شایستگی و اجرای آن آن در یک شرکت برق"، شایستگی را بسیج کردن، یکپارچه کردن و انتقال دانش، مهارت و منابع به منظور رسیدن به عملکرد برنامه‌ریزی شده و افزودن ارزش اجتماعی و اقتصادی به سازمان و افراد تعریف کرده و شایستگی‌ها را به شایستگی‌های راهبردی، متمایز، عملیاتی، فردی و رقابتی تقسیم کرد.

1 . Broek & Boselie

2 . Deepika & Ray

3 . Al-lozi & Almomani & Al-Hawary

4 . Brown & George & Mehaffey-Kultgen

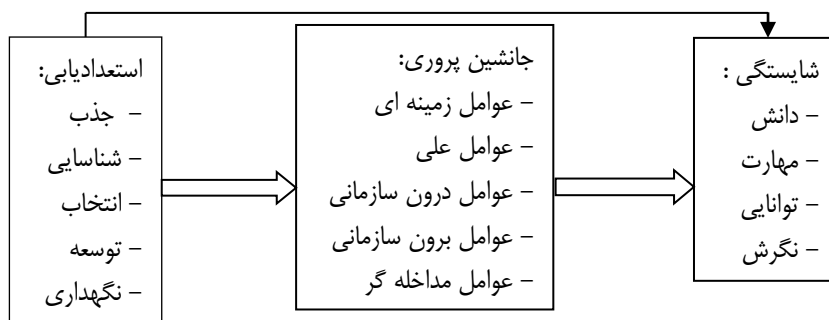
- مایکل^۱ (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان "مدیریت جانشینی"، اهمیت جانشینی در هنگام کمبود نیروی کار را مطرح و اجرای جانشینی را منحصربه‌فرد دانسته که باید حول فرایند ۵ مرحله‌ای (مشخص کردن عامل حیاتی موفقیت و الگوی شایستگی مورد نیاز برای موفقیت در نقش‌های اصلی، ارزیابی استعداد، توسعه پتانسیل‌های بالا، پیگیری پیشرفت و توسعه پتانسیل‌های بالا) صورت پذیرد که با رعایت این اصول و درک نیازهای شغلی، آماده‌سازی برای رهبری و استخدام و حفظ کارمندان مستعد را به همراه دارد.

- هونگ^۲ (۲۰۱۷) در پژوهشی با عنوان "بررسی مهمی از مدل شایستگی منابع انسانی: تکامل در شایستگی‌های مورد نیاز برای متخصصان منابع انسانی"، شایستگی را دسته‌ای از ویژگی‌های تسهیل‌گر (دانش، مهارت‌ها، توانمندی‌ها یا خصوصیات فردی) می‌داند که به سازمان در پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز راهبردهایش در محیط رقابتی کمک می‌کند.

- سابونکا و کارای^۳ (۲۰۱۶) در پژوهشی بررسی صلاحیت‌های حرفه‌ای برای مدیریت استعدادها مطرح کردند که فرایند مدیریت استعداد شامل چهار مرحله: الف- طبقه‌بندی، شناسایی و جذب افراد مستعد خارج از سازمان، ب- طبقه‌بندی و شناسایی افراد مستعد درون سازمان، ج- آموزش افراد مستعد و د- حفظ افراد مستعد در سازمان می‌باشد.

- اسکورکوا^۴ (۲۰۱۶) در مقاله‌ای با عنوان "مدل‌های شایستگی در بخش عمومی" به ارائه مدل‌های شایستگی مدیران سازمان‌های دولتی پرداخت. این شایستگی‌ها در سه مقوله‌ی دانش حرفه‌ای، مهارت کاربردی و بلوغ اجتماعی طبقه‌بندی شدند و تاثیر مثبت آن‌ها بر عملکرد تایید شد. وی داشتن دانش، مهارت و بلوغ را لازمه‌ی شایستگی دانست.

مدل مفهومی تحقیق



شکل ۱: مدل مفهومی پژوهش

- 1 . Michael McLin
- 2 . Huong
- 3 . Sabunca & Karacay
- 4 . Skorkova

بر پایه پژوهش‌های پیشین که به منزله مبنای نظری تدوین مدل مفهومی این پژوهش به- کار گرفته شده‌اند، فرضیه‌های پژوهش حاضر به شرح زیر مطرح شده است:

- مولفه‌ها و شاخص‌های مدل استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی چگونه است؟

- روابط بین مولفه‌های استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی چگونه است؟

- مدل‌سازی مولفه‌ها و شاخص‌های مدل استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی چگونه است؟

روش شناسی پژوهش

پژوهش پیش‌رو از دید هدف، کاربردی است؛ زیرا از نتایج یافته‌های آن می‌توان برای حل مشکلات سازمان‌ها بهره برد. و از نظر ماهیت و روش پژوهشی توصیفی- پیمایشی از نوع همبستگی به شمار می‌رود؛ زیرا تلاش می‌کند با استفاده از پرسشنامه، اطلاعاتی درباره وضع موجود نمونه آماری به دست آورد. رابطه میان متغیرها بر اساس هدف پژوهش تحلیل می‌شود و بطور مشخص مبتنی بر معادلات ساختاری است.

جامعه آماری تحقیق شامل ۷۵۸ نفر از مدیران و کارشناسان شرکت‌های بانک ملت است و با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی ۲۵۵ نفر از آنان به عنوان اعضای نمونه آماری انتخاب شدند. برای جمع‌آوری اطلاعات در خصوص مبنای نظری و تعریف متغیرها و پیشینه تحقیق، روش مطالعات کتابخانه‌ای مانند بررسی کتب، مقالات و منابع اینترنتی به کار گرفته شد و برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار پرسش‌نامه استفاده شد. روایی پرسشنامه از طریق مراجعه به اساتید متخصص و نظر خبرگان در حوزه مدیریت تایید شد. به منظور سنجش پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به اینکه ضریب برای هریک از متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۷ است پایایی پرسشنامه مورد تایید است. برای تجزیه و تحلیل داده‌های تحقیق نیز از معادلات ساختاری و تحلیل مسیر از نرم افزار Smart PLS استفاده شده است.

جدول شماره ۱: مقدار آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد گویه	آلفای کرونباخ
استعدادیابی	۴۱	۰/۹۲
جانشین‌پروری	۳۸	۰/۹۱
شایستگی	۲۷	۰/۸۸
جمع پرسشنامه	۱۰۶	۰/۹۰

یافته‌های پژوهش

- یافته‌های حاصل از بررسی داده‌های جمعیت شناختی

با توجه به نتایج حاصل از تحلیل داده‌های جمعیت شناختی ملاحظه شد: ۵۵ درصد از پاسخ دهندگان را مردان و ۴۵ درصد را زنان تشکیل می‌دهند. ۲۰ درصد افراد دارای مدرک فوق دیپلم ۵۲/۲ درصد از افراد دارای مدرک کارشناسی، ۲۷/۵ درصد کارشناسی ارشد و بالاتر هستند. ۲۷/۵ درصد سابقه کار بین ۱ تا ۱۰ سال، ۴۷/۵ درصد بین ۱۱ تا ۲۰ سال، ۱۵ درصد بین ۲۱ تا ۳۰ سال و ۱۰ درصد بیش از ۳۰ سال سابقه کار دارند.

نتایج تحلیل عاملی

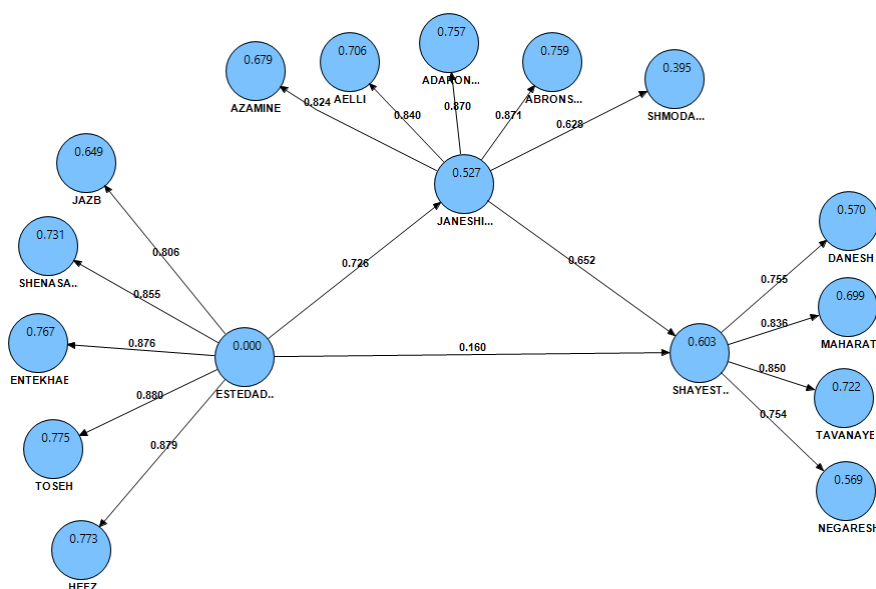
پس از جمع‌آوری اطلاعات جهت مشخص کردن این که شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای مشاهده) تا چه اندازه در خصوص سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول باشند می‌بایست در مرحله اول کلیه متغیرهای مشاهده شده به طور مجزا مورد آزمون قرار گیرند. از این رو شاخص‌های کلی برازش برای الگوهای اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تاییدی) مورد ارزیابی قرار گرفتند که آزمون شاخص‌های برازش برای مدل‌های تحلیل عاملی تاییدی حاکی از آن است که شاخص‌های اندازه‌گیری (متغیرهای آشکار) در خصوص سنجش و اندازه‌گیری متغیرهای پنهان از وضعیت مطلوبی برخوردار می‌باشند.

جدول ۲: نتایج تحلیل تاییدی به همراه شاخص جزئی سطح معناداری برای هر متغیر

متغیرهای پنهان	متغیرهای آشکار	بار عاملی	ضریب معناداری
استعدادیابی	جذب	۰/۶۷۶۶	۱۹/۴۳
	شناسایی	۰/۷۰۲۶	۲۰/۶۳
	انتخاب	۰/۷۲۵۷	۲۰/۰۱
	توسعه	۰/۶۸۲	۱۸/۱۸
	نگهداری	۰/۶۷۳۵	۱۲/۸۵
جانشین‌پروری	عوامل زمینه‌ای	۰/۶۳۰۵	۱۴/۱۶
	عوامل علی	۰/۵۸۶۵	۱۲/۴۶
	عوامل درون سازمانی	۰/۶۰۰	۷/۴۲۵
	عوامل برون سازمانی	۰/۸۰۷۳	۳۳/۶۲
	عوامل مداخله‌گر	۰/۶۹۱۶	۲۰/۳۹
شایستگی	دانش	۰/۷۰۳۲	۲۳/۰۲
	مهارت	۰/۷۶۹۴	۲۴/۵۷
	توانایی	۰/۶۹۰۵	۲۶/۹۱
	نگرش	۰/۶۳۶۴	۱۲/۸۹

نتایج مدل معادلات ساختاری

در پژوهش حاضر به منظور آزمون معناداری فرضیه‌ها از دو شاخص جزئی مقدار بحرانی و سطح معناداری استفاده شده است. بر اساس سطح معناداری ۰/۰۵ مقدار بحرانی باید بیشتر از ۱/۹۶ باشد. همچنین مقادیر کوچکتر از ۰/۰۵ برای مقادیر سطح معناداری، حاکی از تفاوت معنادار مقدار محاسبه شده برای وزن‌های رگرسیونی با مقدار صفر در سطح ۹۵٪ برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، معادلات ساختاری و نرم‌افزار پی ال اس استفاده شده است که خروجی نرم‌افزار به صورت شکل زیر می‌باشد.



نمودار ۱. مدل ساختاری تحقیق در حالت استاندارد

آزمون GOF

معیار GOF مربوط به بخش کلی مدل‌های معادلات ساختاری است. بدین معنی که توسط این معیار، محقق می‌تواند پس از بررسی بازش بخش اندازه‌گیری و بخش ساختارمدل کلی پژوهش، بازش بخش کلی را نیز کنترل نماید.

$$\sqrt{AveR2 \times (Ave\ of\ communalities)}$$

به‌طوری که میانگین 'Communalities' نشانه میانگین مقادیر اشتراکی هر سازه بوده و Ave R2 سازه‌های درون‌زای مدل است. با توجه به جدول ۳ و سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۵ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF و حصول عدد ۰/۵۳۳ برای این مدل، نشان از برازش بسیار مناسب مدل تحقیق است.

جدول ۳: میزان communality و R^2 متغیرهای تحقیق

متغیر	communality	R^2
استعدادیابی	۰/۴۰۷	-
جانشین پروری	۰/۴۰۱	۰/۵۲۷
استقرارنظام شایستگی	۰/۳۴۹	۰/۶۰۳
میانگین	۰/۳۸۶	۰/۵۶۵
GOF	۰/۴۶۷	$\sqrt{AveR2 \times (Ave\ of\ communalities)}$

هنگامی که مقادیر ضریب مسیر t در بازه بیشتر از $1/96 +$ باشد، بیانگر معنادار بودن پارامتر مربوطه و متعاقبا تایید فرضیه‌های پژوهش است. با توجه به مقدار معناداری بدست آمده برای مسیرهای بین متغیرها، فرضیه‌های مدل تایید می‌شوند.

پاسخ به فرضیه‌ی اول نشان داد که مفهوم استعدادیابی دارای پنج مولفه اصلی شامل: جذب، شناسایی، انتخاب، توسعه و حفظ و نگهداری و ۴۱ شاخص می باشد. متغیر جانشین پروری دارای پنج مولفه اصلی شامل: عوامل زمینه‌ای، عوامل علی (پاسخگویی و انعطاف‌پذیری)، عوامل درون سازمانی، عوامل برون سازمانی و شرایط مداخله‌گر با ۳۸ شاخص می‌باشد و متغیر شایستگی دارای ۴ مولفه اصلی شامل دانش، مهارت، توانایی و نگرش با ۲۷ شاخص می‌باشد که در مجموع سه متغیر استعدادیابی، جانشین‌پروری و شایستگی دارای ۱۴ مولفه و ۱۰۶ شاخص می‌باشد و در نهایت با توجه به عدم معرفی شاخص جدید در فاز نهایی، به نظر می‌رسد اجماع و اشباع تئوریک حاصل شده است.

در پاسخ به فرضیه دوم و با توجه به نتایج تحلیل عاملی تأییدی و ضرایب استاندارد و عدد معناداری مشاهده شد که هر پنج مولفه استعدادیابی (شناسایی، جذب، حفظ، توسعه و انتخاب)، هر پنج مولفه جانشین‌پروری (عوامل علی، عوامل زمینه‌ای، عوامل درون و برون سازمانی و عوامل مداخله‌گر) و هر چهار مولفه نظام شایستگی (دانش، نگرش، مهارت و توانایی) تأیید شدند و این ضرایب نشان می‌دهد که مولفه‌های شناسایی شده مربوط به هر متغیر همبستگی بالایی با آن دارند و به‌خوبی توانسته‌اند متغیر اصلی مورد نظر را تبیین نمایند.

خروجی نرم افزار نشان دهنده مناسب بودن مدل ساختاری برازش یافته است. ضرایب به دست آمده زمانی معنادار می‌باشند که مقدار آزمون معناداری آنها از عدد $1/96$ بزرگتر و از عدد $1/96 -$ کوچکتر باشند. همانطور که مشاهده می‌شود ضرایب معناداری تاثیر استعدادیابی بر استقرار نظام شایستگی برابر با $2/498$ می‌باشد. بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که استعدادیابی به عنوان متغیری اثرگذار بر استقرار نظام شایستگی می‌باشد. بنابراین استعدادیابی اثر

مثبت و مستقیم (۰/۱۶۰) و معنادار (۲/۴۹۸) بر استقرار نظام شایستگی دارد. همچنین ضرایب معناداری تاثیر استعدادیابی بر جانشین‌پروری برابر با ۱۸/۱۹۳ می‌باشد. بنابراین مدل ساختاری نشان می‌دهد که استعدادیابی به عنوان متغیری اثرگذار بر جانشین‌پروری می‌باشد. بنابراین استعدادیابی اثر مثبت و مستقیم (۰/۷۲۶) و معنادار (۱۸/۱۹۳) بر جانشین‌پروری دارد. علاوه بر این برای بررسی نقش میانجی جانشین‌پروری در تاثیر استعدادیابی بر استقرار نظام شایستگی از آزمون سو بل استفاده شده است. مقدار تی حاصل از آزمون سو بل برابر با ۱۰/۳۱۶ است که به دلیل بیشتر بودن از $\pm ۲/۵۸$ می‌توان اظهار داشت که در سطح اطمینان ۹۹ درصد، تاثیر متغیر میانجی جانشین‌پروری در تاثیر استعدادیابی بر استقرار نظام شایستگی معنادار است. جهت تعیین شدت اثر میانجی از آزمون واف^۱ استفاده گردید که مقداری بین صفر و یک را اختیار می‌کند و هر چه این مقدار به یک نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تاثیر متغیر میانجی دارد.

$$VAF = \frac{a \times b}{(a \times b) + c} \quad \text{فرمول (۲)}$$

بنابراین مقدار VAF برابر است با: ۰/۷۵۶

نتیجه آزمون فوق نشان می‌دهد که تقریباً ۷۶ درصد از اثر کل استعدادیابی بر استقرار نظام شایستگی به صورت غیرمستقیم توسط متغیر میانجی جانشین‌پروری تبیین می‌شود.

جدول ۴ - نتایج آزمون روابط علی بین متغیرها بر اساس تحلیل مسیر

رابطه	مسیر	ضریب مسیر	t-Value	نتیجه
رابطه ۱	استعدادیابی	استقرار نظام شایستگی	۲/۴۹۸	تایید
رابطه ۲	استعدادیابی	جانشین‌پروری	۱۸/۱۹۳	تایید
رابطه ۳	جانشین‌پروری	استقرار نظام شایستگی	۱۱/۸۲۴	تایید
رابطه ۴	نیاز به آزمون سو بل		۱۰/۳۱۶	تایید

نتیجه‌گیری

امروزه با توجه به کمبود منابع و از سوی دیگر رقابتی بودن محیط کسب و کار، استفاده بهینه از منابع مخصوصا سرمایه‌های انسانی متناسب با شرایط پویای محیط یکی از ضرورت‌ها و مسائل مهم قرن ۲۱ است. بنابراین سازمان‌ها باید برنامه‌ریزی وسیعی بر عامل انسانی خود داشته و برای ترقی این عامل کلیدی، سرمایه‌گذاری لازم را انجام دهند. به جهت پویایی محیط پیرامون سازمان و وجود تغییر و تحول روزانه، سازمان‌ها باید آمادگی لازم را برای رویارویی و پاسخگویی به این تغییرات، داشته باشند؛ که فرآیند ارائه مدل برای استعدادیابی و جانشین‌پروری، پیشنهاد مناسبی برای تحقق نظام شایستگی می‌باشد.

در طی این پژوهش مولفه‌ها و شاخص‌ها تعیین شد و در نهایت با توجه به عدم معرفی شاخص جدید اجماع و اشباع تئوریک حاصل شد. از طرفی دیگر در روابط بین مولفه‌های استعدادیابی، جانشین‌پروری و نظام شایستگی با توجه به ضرایب استاندارد و عدد معناداری هر مولفه مشخص شد که مولفه‌های شناسایی شده برای هر متغیر، همبستگی بالایی با آن‌ها دارند و به خوبی توانسته‌اند متغیر اصلی را تبیین نمایند. در نهایت طی مدلسازی مشخص شد که استعدادیابی بر جانشین‌پروری و استقرار نظام شایستگی اثرگذار است و علاوه بر آن جانشین-پروری در تاثیر استعدادیابی بر شایستگی نقش میانجی دارد. بنابراین پیشنهاد می‌شود استراتژی جذب، شناسایی، انتخاب، توسعه و نگهداشت استعدادها در شرکت‌های تابعه بانک ملت در برنامه‌های استراتژیک سازمانی بانک گنجانده شود و نسبت به اجرای دقیق آن از طریق تهیه برنامه زمان‌بندی و تدوین برنامه‌های کوتاه‌مدت و سالیانه و ارزیابی میزان پیشرفت به سمت اهداف تدوین شده اقدام گردد. همچنین وظیفه و نقش هر کدام از واحدهای سازمانی در قبال استراتژی مشخص گردد و از طریق آگاه‌سازی واحدهای سازمانی نسبت به جاری سازی استراتژی مذکور در بانک اقدام شود. علاوه بر این از طریق فرایندهای شناسایی، جذب، توسعه و نگهداشت استعدادها از طریق فراهم نمودن امکانات و منابع لازم، تناسب شغل و شاغل، امنیت شغلی، توازن کار و زندگی، جبران خدمات مبتنی بر عملکرد، داشتن کار پویا و چالشی، پاداش عادلانه مادی و معنوی، ارائه تسهیلات رفاهی و توسعه مسیر پیشرفت حرفه‌ای نسبت به تقویت استعدادیابی اقدام شود. و از طریق توجه به عوامل زمینه‌ای، عوامل علی، عوامل درون سازمانی، عوامل برون سازمانی و مداخله‌گر جانشین‌پروری، نسبت به تقویت فرایند جانشین‌پروری و استقرار نظام شایستگی از طریق آن‌ها اقدام شود.

پژوهش‌های داخلی و خارجی متعددی در حوزه استعدادیابی و جانشین‌پروری و نظام شایستگی انجام شده است که در راستای تحقق این عوامل، نتیجه پژوهشی نشان داد که در استقرار نظام جانشین‌پروری عوامل رفتاری بیشترین تاثیر و عوامل ساختاری و زمینه‌ای تاثیر

کمتری دارند (جعفرپور و نجف‌بیگی، ۱۳۹۹). روشن و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی خود نشان دادند که سیستم مدیریت استعداد، حداقل باید شامل سه مولفه‌ی کلیدی جذب و انتخاب، آموزش و توسعه، و نگهداشت باشد. بنابراین تاکید کردند در طراحی نقشه‌ی سیستم مدیریت استعداد برای هر سازمان باید سه مولفه در نظر گرفته شود، لازم به ذکر است موارد اشاره شده در این پژوهش با تحقیق حاضر مطابقت دارد. مشفق و همکاران (۱۳۹۹)، در پژوهش خود مدلی ارائه دادند که شامل چهار مولفه جذب، ارتقاء، ارزیابی و کشف و حفظ بود و از بین این مولفه‌ها، مولفه‌های حفظ و ارتقاء استعداد دارای بالاترین سطح همبستگی و مولفه جذب دارای بالاترین ضریب مسیر بود. در این پژوهش و پژوهش حاضر مولفه‌های یکسانی برای استعداد مطرح شد. خطیب‌زاده و همکاران (۱۳۹۸) الگویی ارائه کرده و نشان دادند الگوی شایستگی دارای سه بعد فردی، سازمانی و محیطی است. بعد فردی با مولفه‌های توسعه‌ی دانش، مهارت‌ها و توانایی‌ها، تغییر نگرش، توسعه ویژگی‌های شخصیتی، بصیرت‌افزایی و تعالی اخلاقی می‌باشد که مولفه‌های دانش، توانایی، مهارت، نگرش در هر دو پژوهش یکسان است. الی ویکس (۲۰۲۰) در پژوهش خود رابطه بین برنامه‌های مدیریت استعداد و برنامه‌ریزی جانشینی و نحوه برقراری تعادل مورد نیاز هنگام استخدام افراد داخلی و افراد خارجی و روند پرورش استعدادهای مورد بررسی قرار داد. در این پژوهش استعداد طیف گسترده‌ای از فعالیت‌ها برای جذب، استخدام، شناسایی، توسعه، تعامل، حفظ و استقرار افراد با استعداد- با تمرکز بر جذب استعدادهای بیرونی و همچنین پرورش استعدادهای داخلی، می‌باشد. این پژوهش مانند پژوهش حاضر سه مورد جانشینی، استعداد و شایستگی را توأمان بررسی کرده است. بروک و بوسلی (۲۰۱۸) نشان دادند که ادراک کارکنان سازمان‌ها با یکدیگر متفاوت است و به ایجاد نوآوری از طریق خلق خزانه استعداد تاکید کرده‌اند و بینش جدیدی در مورد مشارکت بخش دولتی و اعضای سازمانی نشان می‌دهد که با نتایج تحقیق حاضر همخوانی دارد. نتایج پژوهش اللوزی و همکاران (۲۰۱۸) نشان داد که استراتژی جذب، توسعه و حفظ استعداد و استراتژی جانشینی، تأثیر معنی‌دار و مثبت بر اثربخشی سیستم‌های اطلاعاتی منابع انسانی در بانک‌های تجاری شاغل در اردن دارد، سه عامل جذب، حفظ و توسعه استعدادهای پژوهش حاضر همپوشانی دارد. هونگ (۲۰۱۷) شایستگی را دسته‌ای از ویژگی‌های تسهیل‌گر شامل دانش، مهارت‌ها، توانمندی‌ها یا خصوصیات فردی می‌داند که به سازمان در پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز راهبردهایش کمک می‌کند. دانش، مهارت و توانمندی در این تحقیق با تحقیق حاضر همخوانی دارد.

به طور کلی نوآوری پژوهش حاضر ارائه مدل استعدادیابی و جانشین‌پروری در راستای استقرار نظام شایستگی بوده و بدیهی است که برای پیاده‌سازی این مدل بررسی وضعیت موجود شرکت بر اساس هر مولفه و طراحی نظام‌ها و خرده نظام‌های لازم برای ارتقای مولفه‌ها و ابعاد

از اقدامات ضروری است. و همان طور که در شکل مشاهده ۱ مشاهده شد، عوامل و متغیرهای دستیابی به یک نظام توانمند و شایسته ارائه شده است. مهم‌ترین نتیجه این پژوهش آن است که اگر سازمانی بخواهد مدلی برای استعدادیابی و جانشین‌پروری به منظور استقرار نظام شایستگی را اجرا کند، با مولفه‌های تاکید شده مواجه است.

به طور کلی وجود مدل استعدادیابی و جانشین‌پروری یکی از مواردی است که به سازمان‌ها برای پیاده‌سازی شایستگی کمک می‌کند و موجب پویایی هر چه بیشتر افراد و نهایتاً تعالی سازمان می‌شود. بنابراین پیشنهاد می‌شود از این مدل پیشنهادی برای تحقیق در حوزه منابع انسانی استفاده و سعی شود به عنوان یک چهارچوب علمی برای ارتقای سرمایه انسانی در شرکت‌ها مورد استفاده و بهره‌برداری قرار بگیرد و با کسب نگرش جدید، محیط‌های سازمانی را برای مواجهه با جهان متغیر آتی، آماده نماییم.

فهرست منابع

۱. ابوالعالی، بهزاد و غفاری، عباس (۱۳۸۶)، "مدیران آینده: مبانی نظری و تجارب عملی برنامه‌های استعدادیابی و جانشین‌پروری مدیران"، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی.
۲. بسیجی، عسل؛ بابایی‌زکلیکی، محمدعلی؛ حسین‌زاده‌شهری، معصومه و خدیور، آمنه، (۱۳۹۹)، "طراحی و اعتبارسنجی مدل شایستگی مدیران بازاریابی بین‌الملل"، نشریه علمی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، دانشگاه جامع امام حسین(ع)، تابستان ۱۳۹۹، سال ۱۲، شماره ۲: ۶۲-۳۶.
۳. پارسافر، ابراهیم؛ محشتم‌زاده، غلامرضا (۱۳۹۳)، تأثیر استعدادیابی منابع انسانی بر بهره‌وری یک سازمان.
۴. جعفرپور، محمدسعید و نجف‌بیگی، رضا (۱۳۹۹)، "تبیین عوامل موثر بر نظام جامع جانشین‌پروری با عنایت به شایستگی‌های ضروری برای سازمان‌های آینده (مورد مطالعه: بانک رفاه)"، فصلنامه آینده-پژوهی مدیریت، سال سی‌ویکم، شماره ۱۲۰، بهار ۱۳۹۹.
۵. جعفری، لیا و رعنائی‌کردشولی، حبیب‌اله، "تحلیل و بررسی مفاهیم و مدل‌های مدیریت استعداد"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، سال چهاردهم، شماره ۵۶، زمستان ۱۳۹۸، ص ۱۳۱-۱۰۳.
۶. خالوندی، فاطمه و عباس‌پور، عباس؛ طراحی مدل بهینه‌سازی فرایند مدیریت استعداد (مطالعه موردی: شرکت نفت و گاز پارس) (۱۳۹۲)، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، سال ششم، شماره نوزدهم، ص ۱۲۸-۱۰۳.
۷. خطیب‌زاده، اعظم؛ رضایت، غلامحسین و حسین‌پور، رضا (۱۳۹۸)، "الگوی توسعه شایستگی‌های فرماندهان و مدیران سپاه پاسداران انقلاب اسلامی ایران"، نشریه علمی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، پاییز ۱۳۹۸، سال ۱۱، شماره ۳، ۳۵-۹.
۸. رجب‌زاده، سعید و اکرامی؛ محمود (۱۳۹۰)، توسعه مولفه‌های مقیاس سنجش شایستگی مدیران، مجله فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۷۷، پاییز ۱۳۹۰.
۹. روشن، سیدعلیقلی؛ برزگر، کیوان و یعقوبی، محسن، (۱۳۹۹)، "طراحی الگوی بنیادی سیستم مدیریت استعداد"، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت عمومی، بهار ۱۳۹۹.
۱۰. صفری، جلیل؛ مهدی‌زاده، مهران و عزیزی، علیرضا (۱۳۹۴)، طراحی الگوی مبتنی بر معیارهای اساسی جهت گزینش کارکنان شایسته و برآوری عملکرد سازمان، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۷(۴): ۱۴۱-۱۶۶.
۱۱. عبدالحسین‌زاده، محمد؛ لطیفی، میثم، (۱۳۹۵). فهم الگوی فرایندی طراحی و استقرار نظام جانشین-پروری در سازمان‌های دولتی. فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین(ع)، سال نهم، شماره ۳۰، زمستان ۹۶.

۱۲. عسگرانی، مرتضی، (۱۳۹۹)، "بررسی رابطه بین مدیریت استعداد و عملکرد سازمانی (مورد مطالعه: شهرداری منطقه ۲ تهران)"، فصلنامه علمی ترویجی مطالعات مدیریت بر آموزش انتظامی، سال سیزدهم، شماره ۴۹، بهار ۱۳۹۹.
۱۳. غیاثی‌ندوشن، سعید (۱۳۹۵)، جانشین‌پروری مدیران: رویکرد، الگوها و راهبردها، انتشارات دانشگاه علامه طباطبائی.
۱۴. کانگر، رابرت و فالمر، جی (۱۳۸۷)، استعدادیابی و جانشین‌پروری: رویکردها و روش‌های پرورش مدیر در شرکت‌های پیشرو جهان، ترجمه بهزاد ابوالعالی، تهران: انتشارات سرآمد.
۱۵. کمالی، فروغ و مصطفوی راد، فرشته (۱۳۹۶)، ارتباط بین شایسته سالاری با توسعه سازمانی در اداره کل ورزش و جوانان استان فارس، دومین کنفرانس بین‌المللی مدیریت و حسابداری و حسابرسی پویا، خرداد ماه ۱۳۹۶، تهران، ایران.
۱۶. گل‌وردی، زارعی متین، حسن و جندقی، غلامرضا (۱۳۹۶)، "شناسایی عوامل موثر بر بروز رفتار جانشین‌پروری مدیران: رویکردی کیفی"، فصلنامه پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)، سال هشتم شماره ۲ (شماره پیاپی ۲: ۱۸۳-۲۰۸).
۱۷. گودرزوندچگینی، مهرداد، چیرانی، ابراهیم، مقدم‌هادی و کوشال‌شاهی؛ فاطمه و مرادی؛ مریم (۱۳۹۵)، "بررسی رابطه مدیریت استعداد بر عملکرد سازمانی"، فصلنامه مدیریت بهره‌وری، سال دهم شماره ۳۸.
۱۸. مالکی‌نژاد، پوریا؛ ضیائی‌ان، مهران و ضیائی‌ان، میلاد (۱۳۹۹)، "طراحی چارچوب نوین مدل شایستگی مدیران آموزش عالی"، فصلنامه علمی مدیریت استاندارد و کیفیت، سال دهم، شماره اول، بهار ۱۳۹۹.
۱۹. مشفق، مرجان؛ رزقی شیرسوار، هادی؛ ضایی، محمدصادق و مصلح، مریم، (۱۳۹۹)، ارائه مدل مدیریت استعداد مدیران مدارس متوسطه شهر شیراز، دو ماهنامه علمی- پژوهشی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی، سال یازدهم، شماره ۳، مرداد و شهریور ۹۹، پیاپی ۴۳.
20. Abdullah, A. H., & Sentosa, I. (2012). Human resource competency models: changing evolutionary trends. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1(11), 11- 25.
21. Al-Lozi, M. S., Almomani.R.Zuhier.Q. & Al-Hawary. S.I. S. (2018). «Talent Management Strategies as a Critical Success Factor for Effectiveness of Human Resources Information Systems in Commercial Banks Working in Jordan». *Global Journal of Management and Business Research: Administration and Management*. Vol.18, Iss. 1, pp. 30-43 .
22. Brown, L., George, B., & Mehaffey-Kultgen, C. (2018). The development of a competency model and its implementation in a power utility cooperative: an action research study. *journal of Industrial and Commercial Training*, 51(3): 123-135.
23. Deepika, P. & Ray, S. (2018). Talent management and employee engagement– a meta-analysis of their impact on talent retention, *Industrial and Commercial Training*, 50 (4):185-199.

- 24.Dohm, A. (2000). Gauging the labor force effects of retiring baby-boomers, *Monthly Labor Review*, 123(7), 17-25.
- 25.El Dahshan,M,E,A, Ismail Keshk, L, & Shehata Dorgham, l(2018). Talent Management and Its Effect on Organization Performance among Nurses at Shebin El-Kom Hospitals, *International Journal of Nursing* December 2018, Vol. 5, No. 2, p. 108-123.
- 26.Huong Vu, G. T. (2017). A critical review of human resource competency model: evolvment in required competencies for human resource professionals, *Journal of Economics, Business and Management*, 5(12): 359-365.
- 27.Judith van den broek, Paul Boselie, Jaap Paauwe, (2018). Cooperative innovation through a talent management pool: A quantitative study on coepetition in healthcare.
- 28.-Meyers, Maria C. and Woerkom, Marianne van (2014), "The Influence of Underlying Philosophies on Talent Management: Theory, Implications for practice, and Research Agenda", *Journal of World Business*, 49 (2), 192-203.
- 29.Michael McLin, "management Succession", (2018), Consultant, Maxim Consulting Group, LLC, 2018, Sheet Metal and Air Conditioning Contractors', National Association (SMACNA),4201 Lafayette Center Drive, Chantilly, Va 20151-1219.
- 30.Naim, M. F., & Lenka, U. (2017). Talent management: A burgeoning strategic focus in Indian IT industry. *Industrial and Commercial Training*, 49(4), 183-188.
- 31.Sabuncu, K. U., & Karacay, G. (۵۱۰۲). Exploring Professional Competencies for Talent Management in Hospitality and Food Sector in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, ۵۳۲, ۴۲۵-۴۴۳
- 32.Schulze, H., & Bals, L. (2020). Implementing sustainable purchasing and supply management (SPSM): A Delphi study on competences needed by purchasing and supply management (PSM) professionals. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 100625.
- 33.Skorková, Z. (2016). Competency models in public sector. 3rd International Conference on New Challenges in Management and Organization: Organization and Leadership, 2 May 2016, Dubai, UAE, w.sciencedirect.com.
- 34.U Abirami, J Krishnan. "Talent management in higher education sector". (2015). *International Journal of Economic Research* 12 (1), 2015.
- 35.- Weeks, Ally. (2021), "Succession Planning", Chartered Institute of Personnel and Development (CIPD) 2021,151, The Broadway, London SW19 1JQ, UK.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۲۴۲ - ۲۲۱

طراحی مدل بهینه ارزشی بازاریابی به منظور ترویج و بهبود فروش داروهای گیاهی: یک تحقیق کیفی

ذکیه عاشوری^۱

سید محمود شبگو منصف^۲

کامبیز شاهرودی^۳

علی قلی پور سلیمانی^۴

چکیده

این مقاله با هدف طراحی مدل بازاریابی به منظور ترویج و بهبود فروش داروهای گیاهی به رشته تحریر درآمده است. نمونه‌ها با شیوه هدفمند انتخاب شدند و محقق با ۱۲ نفر از خبرگان و شرکت‌های توزیع‌کننده داروهای گیاهی، پزشکان و داروسازان مصاحبه کرده و به دلیل جدید بودن موضوع تحقیق و با توجه به جمع‌آوری داده‌ها در فرایند اکتشافی، از ابزار مصاحبه نیمه ساختار یافته استفاده شد و مقوله‌ها که اجزای مختلف مدل را تشکیل می‌دادند در ۶ طبقه دسته‌بندی شدند. نتایج کدگذاری باز نشان می‌دهد که در مجموع ۲۰۶ کد باز استخراج شد و در بخش کدگذاری محوری، ۱۲۱ کد اولیه در قالب ۲۶ مقوله جاگذاری شد و بدین ترتیب مدل مفهومی تحقیق شکل گرفت. نخستین اجزا مدل ارائه شده، شامل ارتقاء سلامت جامعه، پتانسیل بالقوه تولید و عرضه گیاهان دارویی، سبک زندگی و نگرش، اهمیت و جایگاه داروی گیاهی می‌باشد که عوامل علی را تشکیل می‌دهند. شرایط علی زمینه ساز ظهور جز بعدی یعنی بازاریابی دارویی و ارتباطات یکپارچه هستند که مقوله‌های اصلی مدل می‌باشند.

واژگان کلیدی

ارزش، مدل بهینه ارزشی، بازاریابی، بهبود فروش.

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

Email: ashooriz1@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران. (نویسنده مسئول).

Email: monsefmahmoud@yahoo.com

۳. دانشیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

Email: k_shahroodi@yahoo.com

۴. استادیار گروه مدیریت بازرگانی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران.

Email: gholipourbahman@yahoo.cim

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۳/۲۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۱۵

طرح مسأله

داروی گیاهی قدیمی ترین شکل مراقبت های بهداشتی است که بشر شناخته است و در بسیاری از کشورهای در حال توسعه و صنعتی عنصر مهم سیستم های بهداشتی و درمانی است (۱). گیاهان از اهمیت فوق العاده ای در درمان بیماری ها برخوردار هستند به طوری که محققان، داروهای قرن بیست و یکم را در گیاهان جستجو می کنند و معتقدند که حلال مشکلات پزشکی آینده گیاهان می باشند. هم اکنون در بسیاری از کشورهای صنعتی پزشکان گیاهان دارویی تجویز می کنند و این گیاهان در داروخانه ها و فروشگاه ها عرضه می شود (سازمان بهداشت جهانی ۲۰۱۱). گیاه درمانی یک روش طب سنتی دارویی یا مردمی است که مبتنی بر استفاده از گیاهان و عصاره های گیاهی است. داروی گیاهی (HM^۱) که به آن گیاه گیاه شناسی، فیتومدیسین یا فیتوتراپی نیز گفته می شود، به گیاهان، مواد گیاهی، داروهای گیاهی و محصولات گیاهی نهایی که حاوی بخش هایی از گیاهان یا مواد دیگر به عنوان عناصر فعال هستند، اشاره دارد. اگرچه سوابق مکتوب مربوط به گیاهان دارویی که در تاریخ است حداقل به ۵۰۰۰ سال پیش و به سومری ها باز می گردد، ولی مطالعات باستان شناسی نشان داده است که استفاده از گیاهان دارویی به ۶۰۰۰ سال پیش در عراق و ۸۰۰۰ سال پیش در چین می رسد (۲).

با ظهور طب غربی (یا "داروی معمولی") در طول قرن گذشته و همچنین به دلیل عدم وجود شواهد علمی در زمینه طب های معاصر و هم دوره، داروهای گیاهی علیرغم سابقه طولانی در استفاده مؤثر از آن ها، مورد اعتراض پزشکان طب اصلی قرار گرفتند. جالب است که همه چیز با گذشت زمان تغییر می کند. در سال های اخیر، به دلیل عوارض جانبی داروهای شیمیایی، عدم وجود روش های درمانی مدرن درمانی برای چندین بیماری مزمن و مقاومت میکروبی و همچنین سرمایه گذاری بی سابقه در تحقیقات و توسعه دارویی، تجدید حیات در استفاده از داروهای گیاهی صورت گرفته است (۳).

در نتیجه، استفاده از گیاهان دارویی و محصولات گیاهی برای اهداف بهداشتی، هم در کشورهای در حال توسعه و هم در کشورهای صنعتی، در سال های اخیر محبوبیت زیادی یافته است (۴). علاوه بر این، شرکت های داروسازی جهانی که مجهز به علم و فن آوری و ایده های مدرن هستند، به کشف دوباره گیاهان دارویی به عنوان منبع بالقوه کاندیداهای جدید دارویی پرداخته و استراتژی های خود را مجدداً به نفع توسعه و کشف داروهای طبیعی آغاز کردند (۵). امروزه، بسیاری از متخصصان طب "مرسوم" از توصیه گیاهان دارویی، محصولات گیاهی یا

داروهای مکمل و جایگزین (CAM^۱) برای درمان موثر برخی بیماری‌ها در بیماران خود استفاده می‌کنند. داروها می‌توانند بیماری‌های حاد و شرایط مزمن را درمان کنند، علائم را تسکین دهند و از بیماری‌هایی که در آینده امکان رخ دادن دارند جلوگیری کنند. با این حال، هر تصمیم برای استفاده از دارو شامل اندازه‌گیری مزایای احتمالی در برابر مضرات احتمالی است. فرد برای اتخاذ تصمیم آگاهانه، نیاز به اطلاعاتی در مورد اهداف درمان، نحوه عملکرد و استفاده صحیح از آن و همچنین مقرون به صرفه بودن درمان، احتمال فایده و ضرر آن و چگونگی مقایسه این دارو با سایر گزینه‌های درمانی موجود و یا گزینه عدم درمان دارد(۶).

تاریخچه پژوهش

در بررسی ادبیات پژوهش به موارد زیر اشاره شده است:

عابدینی، ایرانی و یزدانی (۱۳۹۸) در پژوهشی کیفی با عنوان واکاوی سیستم توزیع داروهای گیاهی از منظر متخصصین مدیریت خرید و سفارش‌های داروخانه‌های شهرهای قم و تهران به شناسایی مشکلات توزیع داروهای گیاهی از منظر داروخانه‌ها پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد عدم ویزیت علمی پزشکان، موجود نبودن جنس، مشکل در مرجوعی داروهای تاریخ گذشته، عدم ویزیت علمی داروخانه‌ها و عدم وجود کانال فروش تخصصی از مهمترین مشکلات داروخانه‌ها بودند. همچنین علاوه بر مشکلات توزیع، مشکلات سایر عناصر آمیخته بازاریابی نیز بر توزیع داروهای گیاهی تأثیر می‌گذارد. همچنین عنصر محصول بیش از سایر عناصر آمیخته بازاریابی بر مشکلات توزیع این داروها اثرگذار است(۷). شرج شریفی، بازاری و حیدری (۱۳۹۵) در پژوهشی با عنوان "بخش بندی مشتریان داروهای گیاهی و شناسایی ویژگی‌های هر بخش در ایران مبتنی بر الگوی خوشه بندی" به شناسایی تقاضای بازار و بازاریابی هدفمند در زمینه گیاهان داروئی پرداختند. اهداف این پژوهش، تعیین شاخص‌های مناسب برای بخش بندی این بازار، شناسایی نیمرخ مشتریان، تشخیص تمایزهای آن‌ها مبتنی بر شاخص‌های مدل بوده است و نتایج حاصل از آن نشان می‌دهد که بازار ایران دارای ۴ خوشه است. هر یک از این خوشه‌ها از نظر شاخص‌های مورد بررسی، تفاوت‌هایی با یکدیگر داشته‌اند، بنابراین جهت تحقق توأمان ارزش برای مشتری و بازار این صنعت، استراتژی مقتضی هر بخش می‌باید تدوین و اجرایی شود(۸). طیبی، اسماعیل پور و نفری ۱۳۹۵ در مقاله‌ای به ارائه راهکارهای به روز و جامع در حوزه بازاریابی بین‌المللی پرداختند و سعی کردند ضمن معرفی کامل روش‌های بازاریابی صادراتی، به بررسی وضعیت صادرات گیاهان دارویی ایران در سال‌های ۱۳۸۹ الی ۱۳۹۳ به عنوان یکی از محصولات مهم کشور که در آن دارای مزیت رقابتی بسیاری هستیم

بپردازند. نتایج این پژوهش نشان داد که رتبه بندی اثر بخش ترین روش های بازاریابی بین المللی می تواند به ترتیب شرکت در هیات های اعزامی یا مشارکت در جلسات هیات های تجاری در کشور، نمایشگاه های بین المللی، مطالعه میدانی منطقه ای بازارچه های مرزی، بازاریابی اینترنتی، اتاق ها و شوراهای بازرگانی مشترک، دفاتر بازرگانی (سازمان توسعه تجارت) رایزنان تجاری و نهایتاً اتحادیه ها باشد (۹). نور حسینی، فلاحی، سمیع زاده و بهشتی پور به "بررسی برتری نسبی مصرف گیاهان دارویی، داروهای گیاهی و داروهای شیمیایی بر اساس معیارهای اقتصادی و درمانی (مطالعه موردی: شهرستان رشت ۱۳۹۶) پرداختند. هدف از این مطالعه، بررسی تمایل مردم شهرستان رشت به مصرف گیاهان دارویی در مقابل داروهای شیمیایی و بهره گیری از این تجربیات در اشاعه هر چه بیشتر فرهنگ استفاده از این گیاهان برای درمان بیماری ها در بین مردم بود. نتایج به دست آمده نشان دادند که گیاهان دارویی از نظر معیار ارزان بودن در الویت قرار داشته، اما دسترسی به آن ها برای عموم نسبت به داروهای شیمیایی بسیار پایین تر است. همچنین عوارض داروهای شیمیایی به گونه ای شایان توجه بیش تر گیاهان دارویی و داروهای گیاهی ارزیابی شد. بر اساس یافته های این پژوهش، ترغیب عمومی جامعه با پیش آگاهی از مزیت های اقتصادی و درمانی مصرف گیاهان دارویی به منظور ترویج و توسعه فرهنگ مصرف این گروه از داروهای مفید، ضروری به نظر می رسد (۱۰).

کاروال هو، لانا و پرفیتو (۲۰۱۸) بازار گیاهان دارویی در کشور برزیل و تاثیر قوانین جدید بر داروها و طب سنتی را مورد بررسی قرار دادند. آنان دریافتند که ارزش بازاری داروهای گیاهی در برزیل افزایش یافته است. از سال ۲۰۱۴ یک سیستم اطلاع رسانی محصولات گیاهی سنتی در این کشور به وجود آمده که امکان ارائه سریع محصولات به بازار را فراهم می کند. اما تنها استثنای این سیستم آن است که باید آگهی ها را تعمیم و توسعه داد. همچنین در برزیل علاوه بر ساز و کارهای تشویق مالی، تحقیق و توسعه در زمینه داروهای گیاهی، سیاست خاصی هم برای تسریع توسعه زنجیره ی تولید این محصولات وجود دارد که به تقویت هر چه بیشتر بازار داروهای گیاهی این کشور کمک می کند (۱۱). لیو و گائو (۲۰۱۸) به منظور حصول اطمینان از بالاترین میزان امنیت، اثربخشی و کنترل فرایند کیفیت فرآورده های گیاهی تحقیقی با عنوان سیستم نشانه یابی و انتقال پذیری کیفیت انجام دادند. هدف این پژوهش ایجاد یک سیستم نشانه یابی و انتقال کیفیت و کنترل فرایند، از مواد خام تا فرآورده های نهایی گیاهی می باشد. نتایج حاکی از آن است که سیستم نشانه یابی و انتقال پیشنهادی در این پژوهش بر اساس نشانه گذارهای کیفیت و خصوصاً بر پایه چگونگی کنترل فرایند تولید با استفاده از "اقدامات مناسب مهندسی" و همچنین نحوه اجرا و پیاده سازی مدیریت ریسک در کنترل فرایند و کیفیت در صنعت تولید داروهای گیاهی طراحی و ایجاد شد (۱۲). کو، زو و ونگ در سال (۲۰۱۸) در تحقیقی

مدل اروپایی مقرارت داروهای گیاهی را بررسی کردند. هدف این پژوهش کمک به درک هر چه بهتر قوانین اتحادیه اروپا، خصوصاً کسانی که در کشورهای غیر عضو اتحادیه اروپا در این زمینه فعالیت می کنند و همچنین تصمیم گیری در مورد ثبت محصولات دارویی گیاهی در بازار اروپا و وضع قوانین لازم در کشورهای دارای ریشه های سنتی بسیار قوی، بود. نتایج نشان داد که استفاده بهینه از تحقیقات جامع اتحادیه اروپا در مورد داروهای گیاهی در روند بازاریابی در اروپا منفعت بسیار ویژه و مهمی دارد. همچنین نتایج نشان می دهد که مدل قانونگذاری داروهای گیاهی اتحادیه اروپا از ارزیابی موارد کاربرد توسط NCA (مسئولین صالح با کفایت ملی) در سطح ملی و همچنین نتایج ارزیابی کمیته محصولات دارویی گیاهی (HMPC) از پژوهش اتحادیه اروپا تشکیل شده است. طبق نظر علمی HMPC در مورد ایمنی و کارایی داروهای گیاهی، پژوهش اتحادیه اروپا در مورد داروهای گیاهی معنای قانونی خاصی به TUR ها (ثبت بازاریابی کاربری های سنتی) و WEUMA ها (مجوز بازاریابی کاربری) داده و نقش پشتیبان فرایند بازاریابی کشورهای عضو این اتحادیه را بر عهده دارد (۱۳). چاندر و شرما (۲۰۱۸) پژوهشی تحت عنوان "دورنمای بازاریابی استراتژیک در توسعه کسب و کارهای پایدار گیاهان دارویی و عطری" انجام دادند. در این تحقیق نقاط قوت و ضعف، فرصت و تهدید کسب و کارهای گیاهان دارویی و عطری از هر دو منظر کمی و کیفی مورد بررسی قرار گرفتند تا به این ترتیب جهت گیری بازاریابی استراتژیک برای حفظ و تجاری سازی پایدار منابع گیاهان دارویی و عطری ایالت مورد بررسی (ایالت اوتارخاندنر جنوب هند) مشخص شود. این تحقیق پژوهشگران را به استفاده از ابزارهای تحلیل و برنامه ریزی استراتژیک از قبیل SWOT و QSPM در تدوین استراتژی های بازاریابی و دورنماهای استراتژیک بازار کسب و کارهای فعال در زمینه منابع طبیعی تشویق می کند که این یک رویکرد تحقیقاتی بود که در ادبیات پژوهشی معاصر به ندرت دیده می شد (۱۴). تان و فرسی (۲۰۱۱) رفتار و هدف مشتریان طب سنتی سنگاپور را مورد بررسی قرار دادند. نتایج تحقیق آن ها نشان داد که قیمت، کیفیت، و صداقت فروشنده در ارائه اطلاعات به مشتری مهمترین عوامل موثر در تصمیم گیری مشتریان در خرید از فروشگاه ها می باشد. نتایج این تحقیق همچنان نشان داد که هنگامی که افراد با بیماری های جدی و خطرناک مواجه می شوند از داروهای شیمیایی و روش های درمانی پیشرفته برای درمان بیماری خود استفاده می کنند و داروهای گیاهی برای حفظ سلامتی و بیماری های معمولی استفاده می شود. دیگر اینکه افزایش داروهای گیاهی تقلبی، غیر بهداشتی و بی کیفیت مهمترین موانعی است که موجب کاهش استفاده افراد از طب سنتی شده است (۱۵).

ماریز و آورن (۲۰۰۳) نقش بازاریابی اینترنتی در تجارت داروهای گیاهی را در ایالات متحده مورد بررسی قرار داده اند. نتایج بررسی آن ها نشان داد که ارائه اطلاعات دسته بندی

شده در مورد داروهای گیاهی وب سایت ها توانسته است از گمراهی مصرف کنندگان جلوگیری کند. همچنین بازاریابی اینترنتی یک زمینه مناسب برای دستیابی آسان و ارزان به اطلاعات را ایجاد کرده و آگاهی فروشندگان و مصرف کنندگان را در مورد داروها افزایش داده و بر میزان مصرف داروهای گیاهی افزوده است (۱۶).

مبانی نظری

نظریه بازاریابی طی چند دهه گذشته روش های مختلفی را در زمینه مراقبت های بهداشتی به کار گرفته است و پایه و اساس چارچوب نظری این مطالعه حاضر را تشکیل می دهد (۱۸) (۱۷). استفاده از تئوری های بازاریابی تجاری در بحث مراقبت های بهداشتی شامل ارزیابی مجدد کاربرد آمیخته بازاریابی است (۱۹). اجرای روش های سنتی بازاریابی با تغییر رفتار و برای دستیابی به منافع اجتماعی در جامعه، اولین بار توسط فیلیپ کاتلر در دهه ۱۹۷۰ توصیف شد (۱۹) (۲۰). از آن زمان، جنبه اجتماعی بازاریابی در بازاریابی مراقبت های بهداشتی ادغام شده است.

در سطح جهان با آشکار شدن عوارض جانبی داروهای شیمیایی تمایل صنایع دارویی به ساخت داروهایی با منشا گیاهی برای جذب بازارهای جدید و افزایش رضایت بازارهای فعلی عمدتاً رو به افزایش است. بدین منظور شرکت های تولید کننده از طریق هماهنگی میان خواسته ها و نیازهای بازار هدف و محصول که همان بازاریابی داروهای گیاهی است، سعی در دستیابی به این هدف دارد. با توجه به حیاتی بودن اثربخشی فرایند بازاریابی و کارایی فرایند تولید برای دستیابی به عملکرد مطلوب، برقراری تعادل میان فعالیت های این دو حوزه از طریق برنامه ریزی صحیح آمیخته بازاریابی امری الزامی است. استفاده از تئوری بازاریابی تجاری در مراقبت های بهداشتی برای درک اینکه چطور ارتباط اطلاعات می تواند به نفع جامعه باشد مفید است (۲۱). انجمن بازاریابی آمریکا به طور کلی بازاریابی تجاری را به عنوان فعالیت، مجموعه موسسات و فرآیندهای ایجاد و برقراری ارتباط، تحویل و مبادله پیشنهادهایی جهت ارائه ارزش به مشتریان، ارباب رجوع، شرکا و جامعه تعریف می کند. نظریه بازاریابی تجاری شامل استفاده از آمیخته بازاریابی است. این آمیخته شامل عناصر محصول، قیمت، مکان (به عنوان مثال، موقعیت) و ارتقاء می باشد. با حال، آمیخته بازاریابی، به ویژه در هنگام در نظر گرفتن محصول، می تواند در بحث مراقبت های بهداشتی معنای متفاوتی بگیرد (۲۲).

اولین عنصر آمیخته بازاریابی محصولی است که به بازار عرضه می شود. استفاده از آمیخته بازاریابی برای یک موضوع اجتماعی مانند مراقبت های بهداشتی یک رویکرد متفاوتی را در بر می گیرد. در بازاریابی سنتی، محصول هر چیزی در نظر گرفته می شود که می تواند در بازار ارائه شود (۲۳). با این حال، بر خلاف محصولات تجاری سنتی خاص که به مصرف کنندگان

عرضه می‌شوند، محصولات بهداشتی و درمانی غیر قابل لمس هستند، مانند دستاوردهای مثل تغییر رفتار یا بهبود در علائم بالینی مصرف‌کنندگان (۱۹). در مورد محصولات بهداشتی، مصرف‌کنندگان یا بیماران اغلب اوقات قادر به شناسایی محصولات خاص مورد نیاز خود نیستند. در نتیجه، توانایی آن‌ها برای در نظر گرفتن قیمت محصول محدود است.

عنصر دوم آمیخته بازاریابی قیمت است. ساده‌ترین تعریف قیمت، هزینه پولی ارائه خدمات یا کالای مادی است. در زمینه مراقبت‌های بهداشتی، هزینه محصولات ممکن است بلافاصله درک نشود (۲۳) با این حال، هزینه‌های مربوط به مراقبت‌های بهداشتی غیر محسوس مانند زمان و تلاش، خارج از مفهوم هزینه‌های ملموس هستند. فوایدی مانند طول عمر ناشی از کاهش خطر حمله قلبی یا تغییر رفتار در سبک زندگی، بلافاصله توسط بیماران تشخیص داده نمی‌شود. و مقارن با قیمت، موقعیت‌یابی محصولات و خدمات بهداشتی و درمانی است.

سومین عنصر آمیخته بازاریابی شامل تعیین موقعیت محصول یا خدمات است. در مراقبت‌های بهداشتی، جایگاه‌یابی گاهی به محل قرارگیری گفته می‌شود که شبیه به مکان تجاری در محصولات است. در بازاریابی دارویی، محصولات در مطب پزشک یا بیمارستان قرار می‌گیرند (۱۹). بر خلاف محصولات تجاری مانند غذاهای میان‌وعده که برای ایجاد حداکثر سود آوری در سوپر مارکت‌های بزرگ زنجیره‌ای، بیشتر در معرض دید قرار می‌گیرند، جایگاه‌یابی مربوط به سلامت اغلب به شرکای سازمانی مانند مدارس، ارائه‌دهندگان بخش دولتی، کلیساها و سازمان‌های مذهبی وابسته است. به عنوان مثال، استفاده از استراتژی‌های تبلیغاتی مستقیم به مصرف‌کننده (DTCA)^۱ در ترکیب با اینترنت، جایگاه محصولات بهداشتی را به مشتری نزدیکتر می‌کند (۲۲).

چهارمین عنصر آمیخته بازاریابی شامل ارتقاء محصولات و خدمات است. بازاریابی فشار و بازاریابی کشش دو مفهوم بازاریابی ارتقاء هستند. بازاریابی فشار به تبلیغات و استراتژی‌های ارتقا به سمت کانال‌های توزیع و بازاریابی اشاره دارد. در بحث مراقبت‌های بهداشتی، در رابطه با استراتژی بازاریابی فشار هدف توزیع، پزشک است و توسط نمایندگان فروش داروسازی و تبلیغات ژورنالی انجام می‌شود (۲۴) از طرف دیگر، بازاریابی در زمینه مراقبت‌های بهداشتی شامل تبلیغات مستقیم به مصرف‌کننده (DTCA) و استراتژی‌های تبلیغاتی برای تأثیرگذاری بر مصرف‌کننده برای خرید یک محصول یا خدمات است. تمرکز جدید روی خواسته‌ها، نیازها و انتظارات مشتری باعث ظهور مولفه مصرف‌کننده در بازاریابی مراقبت‌های بهداشتی شده است. مصرف‌کنندگان برای کسب اطلاعات مراقبت‌های بهداشتی خود دیگر به پزشکان وابسته

1. direct-to-consumer advertising

نیستند. با ظهور اینترنت، دیدگاه مصرف کننده به یک مؤلفه مهم در آمیخته بازاریابی در بحث سلامت تبدیل شده است. اینترنت به راس مقیاس رفع نواقص بازاریابی سنتی تبدیل شده است (۲۲).

اینترنت اطلاعاتی را در قالب‌های مختلف ارائه می‌دهد که به مصرف کنندگان و یا بیماران امکان می‌دهد دانش پیشرفته تری در زمینه مراقبت‌های بهداشتی داشته باشند و این پیشرفت، باعث شده است تا زمینه کنترل مراقبت‌های بهداشتی شخصی از ارائه دهنده به مصرف کننده تغییر یابد. با تأثیر مراقبت‌های مصرف کننده محور که به وسیله خود شخص هدایت می‌شود، DTCA ممکن است برداشت نمایندگان فروش داروسازی (ویزیتورهای علمی) را در مورد نقش آن‌ها در ارائه اطلاعات بهداشتی به پزشکان تغییر و یا تحت تأثیر قرار دهد. ما در این تحقیق به دنبال درک عواملی هستیم که بر تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات تجویز پزشکان تأثیر می‌گذارد که این امر باعث ترویج داروهای گیاهی می‌شود (۲۵).

علی‌رغم افزایش گرایش به داروهای گیاهی و رونق بازار این داروها در جهان، هنوز جایگاه این داروها در پیشگیری و درمان بیماری‌ها در برخی از کشورها از جمله ایران مطلوب نیست (سازمان بهداشت جهانی، ۲۰۱۱). در این تحقیق تلاش می‌شود تا عوامل موثر بر بازاریابی و مصرف داروهای گیاهی در ایران شناسایی و مدل مناسب آن طراحی شود.

روش تحقیق

پژوهش کیفی در جستجوی شناخت و درک شرکت کنندگان در پژوهش است و اغلب یافته‌ها و واکنش‌های پیش‌بینی نشده را آشکار میکند. روش اجرای این پژوهش نظریه داده بنیاد (grounded theory) است. به عقیده استراوس و کوربین، نظریه داده-بنیاد، نظریه‌ای است که از طریق گردآوری منظم داده‌ها، تحلیل داده‌های وابسته به آن، پدیده‌ای کشف، توسعه و به طور موقتی تایید می‌شود (۲۶). بنابراین گردآوری داده‌ها، تحلیل و نظریه بر پایه روابط دو طرفه با یکدیگرند. از این رو، تحقیق با نظریه‌ای شروع نمی‌شود تا آن را اثبات کند، بلکه با سطحی از مطالعه شروع می‌شود و آنچه از آن بدست می‌آید به موضوع ارتباط دارد. در این نوع پژوهش انتظار می‌رود مفاهیم و نظریه از داده‌ها پدیدار شوند. از آنجا که هدف این پژوهش طراحی و تحلیل مدل بازاریابی به منظور ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاهی می‌باشد. روش نظریه داده بنیاد انتخاب شد. همچنین به دلیل جدید بودن موضوع تحقیق، به منظور اکتشاف داده‌ها از ابزار مصاحبه عمیق که شامل یک مصاحبه گر آموزش دیده است که مجموعه‌ای از سوالات نیمه ساختاری و اکتشافی را به صورت رودررو از مصاحبه شونده می‌پرسد، استفاده شده است. روش انتخاب نمونه آماری در این پژوهش هدفمند و نظری بود. چارچوب نمونه با دو معیار: ۱- ورودی (اشباع داده‌ها) ۲- خروجی (اشباع نظری) بوده. افراد مصاحبه شونده شامل

مدیران فروش شرکت های توزیع کننده داروهای گیاهی، پزشکان و داروسازان بودند. اینان اطلاع رسانی کلیدی و گروه های مختلف درگیر با تجربه های مرتبط با مسئله محسوب می شدند که می توان اقسام مختلف اطلاعات لازم را از ابعاد گوناگون موضوع تحقیق به دست آورد. با انجام مصاحبه با این افراد به نقطه ای از سطح اکتشاف رسیده شد که به آن اشباع نظری می گویند، یعنی نظریه ای که ظرفیت کافی در باب موضوع و مسئله را دارا بوده است (۲۷).

برای تحلیل داده های کیفی گردآوری شده، سه مرحله کدگذاری های باز، محوری و گزینشی انجام گرفت تا در نهایت، تصویری عینی از نظریه خلق شده ارائه شود. برای آزمون روایی این پژوهش از نظر دو پژوهشگر دیگر که از تحلیل گران آماری مسلط به روش کیفی بودند استفاده شد و از آن ها خواسته شد تا گزارش پژوهش و یافته ها را مطالعه کرده و نظرات خود را اعلام کنند (۲۸).

یافته های پژوهش

مرحله اول: کدبندی باز (توصیفی)

نخستین مرحله در ساخت نظریه زمینه ای انجام کدبندی باز است. کدهای باز مفهوم های اولیه ای هستند که به عنوان برچسب برای طبقه بندی عبارت، جملات یا حتی پاراگراف های یک متن یا مصاحبه به کار می روند (۲۶). کدبندی باز از نظر واحد تحلیل به صورت سطر به سطر، عبارت به عبارت، یا پاراگراف به پاراگراف یا به صورت صفحه ای جداگانه انجام می شود. چنانچه واحد کدبندی، سطر باشد به هر یک از سطرها یا جمله ها، مفهوم یا کدی الصاق می شود. این کدها یا مفاهیم باید بتواند حداکثر فضای مفهومی و معنای آن را اشباع کنند. در این مرحله تمام اطلاعات کدبندی می شود (کریوگر و نیومن^۱، ۲۰۱۶). مرحله کدبندی باز دارای ۲ زیر مجموعه کدبندی اولیه^۲ یا سطح اول و کدبندی متمرکز^۳ یا سطح دوم است. در کدبندی اولیه محقق براساس واحد کدبندی، به هر واحد مورد نظر یک کد (مفهوم، نام، برچسب) الصاق می کند. مفاهیم یا کدهای بدست آمده در این مرحله، سنگ بنای مقوله های عمده بعدی و نیز اجزای اصلی نظریه زمینه ای در حال ظهور را شکل می کند. در این قسمت به جای ارائه تمامی صفحات نگارش شده از مصاحبه ها و گروه های کانونی، فقط نکات کلیدی مصاحبه ها براساس حاشیه نویسی بر متون مصاحبه تعیین شده است، ارائه شده است. به هر یک از این نکات کلیدی ارائه شده، یک کد اولیه داده شده است.

-
1. Kreuger & Neuman
 2. Level 1 coding
 3. Focused coding

مرحله دوم: کدگذاری محوری

مرحله دوم کدبندی داده‌ها به کدبندی محوری مرسوم است. این کدها برچسب‌هایی هستند که برای ادغام چند مفهوم بهم مرتبط (چند کد باز که بین آن‌ها ارتباط و مشابهت وجود دارد) به کار می‌رود و در نتیجه مقوله‌ها تشکیل می‌شوند (قلی‌پور ۱۳۹۷). در این مرحله، مقوله‌ها به صورت یک شبکه با هم در ارتباط قرار می‌گیرند. همانگونه که ملاحظه می‌شود در ضمن انجام تجزیه و تحلیل، پژوهش‌گر به کدهای اولیه متعددی دست یافته است. نکته مهم در این میان این است که این کدها باید مبنایی باشند، یعنی باید پدیده‌های مشابه با همدیگر طبقه‌بندی شوند، در غیراین صورت بین تعدادی زیادی مفاهیم گرفتار می‌شویم که نمی‌دانیم با آن‌ها چه کنیم. وقتی در داده‌ها پدیده خاصی را مشخص کردیم آنگاه می‌توانیم مفاهیم را بر محور آن - ها گروه‌بندی کنیم. این کار تعداد واحدهایی را که باید با آن‌ها کار کنیم کاهش می‌دهد. روند طبقه‌بندی مفاهیم که به نظر می‌رسد به پدیده‌های مشابه ربط پیدا می‌کند مقوله‌پردازی نامیده می‌شود. آنگاه به مقوله‌ای که پدیده‌ای را شامل می‌شود یک اسم مفهومی می‌دهیم باید توجه داشت که این اسم باید انتزاعی‌تر از اسامی مفهومی باشد (چارمز، ۲۰۰۶). در واقع این مرحله انتزاعی‌ترین سطح کدگذاری است که از طریق آن روابط بین مقوله‌های ایجاد شده تشریح می‌شود. برای رسیدن به یکپارچگی مورد نظر در این مرحله لازم است محقق پدیده اصلی را تنظیم و خود را به آن متعهد کند. خروجی این مرحله چیزی نیست جز نظریه‌پردازی که حاصل شده است. در بخش کدگذاری محوری ۱۲۱ کد اولیه در قالب ۲۶ مقوله در جدول شماره ۱ ارایه شده است.

کدگذاری گزینشی

کدبندی نظری عبارت است از چینش کدهای محوری در کنار هم براساس منطق و ارتباط دادن آن با سایر مقوله‌ها، اعتبار بخشیدن به روابط و پر کردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش بیشتر دارند (چارمز، ۲۰۰۶، ص. ۶۳). در واقع این مرحله انتزاعی‌ترین سطح کدگذاری است که از طریق آن روابط بین مقوله‌های ایجاد شده تشریح می‌شود. برای رسیدن به یکپارچگی مورد نظر در این مرحله لازم است محقق پدیده اصلی را تنظیم و خود را به آن متعهد کند. خروجی این مرحله چیزی نیست جزء تئوری‌پردازی که حاصل شده است. در این قسمت کدگذاری‌های محوری به صورت ترکیبی و محتوای هر یک از آن‌ها در قالب کدهای نظری قرار داده شدند. دلایل انتخاب هر یک از ابعاد اصلی مدل شکل گرفته به شرح زیر می‌باشد:

شرایط علی

این بعد از مدل به حوادث یا وقایعی دلالت می‌کند که به وقوع یا رشد پدیده اصلی منتهی می‌شود. ابعاد بدست آمده شامل: ارتقاء سلامت جامعه، پتانسیل بالقوه تولید و عرضه گیاهان

داروئی، سبک زندگی و نگرش، اهمیت و جایگاه داروی گیاهی می باشد. ارتقاء سلامت جامعه از طریق: تاکید سازمان بهداشت جهانی بر جایگزینی مواد شیمیایی با مواد طبیعی، تصویب سند ملی گیاهان داروئی، ارزش ذاتی داروهای گیاهی و اثرات سوء داروهای شیمیایی، جلب اعتماد پزشک و بیمار و به طور کلی حمایت از سلامت جسمانی می باشد. همچنین پتانسیل بالقوه تولید و عرضه گیاهان داروئی در ایران به دلیل وجود اقلیم متنوع و اراضی مستعد رویش گیاهان داروئی، تنوع گونه ای و ذخایر ژنتیکی گیاهان دارویی، شناسایی رویشگاه ها توسط برنامه ریزان، توسعه انسانی اجتماعی اقتصادی که موجب اشتغال روستائیان و به تبع آن موجبات کسب درآمد ارزی را فراهم می آورد. سبک زندگی و نگرش مردم نیز از طریق گرایش عمومی جامعه جهانی به فراورده های طبیعی، تمایل به جایگزینی داروهای شیمیایی با گیاهی، تغییر نگرش مردم نسبت به سلامت جامعه صورت گرفته و همچنین اهمیت و جایگاه داروی گیاهی به دلیل انحصاری و بومی بودن بعضی از گونه های گیاهان دارویی، شناسایی قابلیت ها و توانمندی طب سنتی و تحول و نظام مندی نسبت به جایگاه داروهای گیاهی و طب سنتی می باشد.

مقوله اصلی

پدیده مرکزی در واقع ایده و فکر محوری، حادثه، اتفاق یا واقع هایی که سلسله کنش/کنش متقابل به سوی آن ها رهنمون می شوند تا آن ها را اداره یا با آن ها به صورتی برخورد کنند، یا اینکه سلسله رفتارها به آن ها مرتبط اند (استراس و کوربین ۱۹۹۶) در اینجا هدف این است که شرکت های توزیع کننده داروی گیاهی تا چه اندازه باور به تاثیرگذاری ارتباطات بازاریابی یکپارچه در به کارگیری بازاریابی دارویی دارند. به کارگیری بازاریابی دارویی از طریق مقوله هایی مانند فعالیت های تبلیغاتی در بخش مراقبت های بهداشت و درمان، استفاده از اینترنت جهت نزدیک کردن محصول و مشتری به هم، آموزش به مصرف کنندگان جهت به کارگیری داروهای گیاهی OTC، آموزش و ترغیب پزشکان به تجویز داروهای گیاهی و همچنین باور به تاثیرگذاری ارتباطات بازاریابی یکپارچه از طریق متحد کردن همه ابزارهای ارتباطی بازاریابی، ایجاد نظم در بکارگیری آمیخته بازاریابی، ارائه پیامی واحد و هماهنگ به مشتری می باشد.

شرایط زمینه ای

این شرایط را مجموعه ای از متغیرها و مقوله های خاص تشکیل می دهند که با شرایط عام (مداخله گر) بر راهبردها تاثیر می گذارند و در مدل معرفی شده عبارتند از: استراتژی های ارتقا در بازاریابی دارویی گیاهی، وجود فرهنگ مصرف دارو گیاهی و نظام قیمت گذاری دارو. استراتژی های ارتقا در بازاریابی دارویی گیاهی عبارتند از: استراتژی های فشاری یا رانش push، استراتژی کششی pull، بازاریابی مستقیم، بهره گیری از ارتباطات بازاریابی یکپارچه. از طرفی وجود فرهنگ مصرف دارو گیاهی به دلیل وجود دانشمندان طب سنتی در دوران کهن و

انتقال فرهنگ مصرف از نسلی به نسل دیگر و یا فرهنگ سازی از طریق رسانه ملی تولید می شود همچنین نظام قیمت گذاری این داروها به دلیل وجود تحریم های ظالمانه و بالا رفتن قیمت دلار و بالا بودن هزینه های تولید به دلیل نوسان قیمت متاثر می باشد.

شرایط مداخله گر

شرایط زمینه ای عمومی هستند که بر راهبردها تاثیر می گذارند و از مجموعه ای از متغیرهای میانجی و واسط را تشکیل می دهند. از تحلیل کدهای بدست آمده از مصاحبه با مدیران فروش، داروسازان و پزشکان مشخص شد عواملی مانند: نبود آگاهی و تخصص لازم در فروش دارو، کمبود تحقیقات و مراکز علمی در حوزه دارو گیاهی، کمبود قوانین و مقررات دولتی در حمایت از داروهای گیاهی، عدم صحنه گذاری توسط پزشکان و داروسازان در زمینه دارو گیاهی، نبود بسته بندی خلاقانه، نبود سوددهی مناسب داروهای گیاهی از عوامل مداخله گر این مدل می باشند. نبود آگاهی و تخصص لازم در فروش داروهای گیاهی به دلیل نداشتن دانش و مهارت فروش و بازاریابی، عدم تسلط به خواص و عوارض دارو، تبلیغات اغراق آمیز بوده و کمبود تحقیقات و مراکز علمی در حوزه داروهای گیاهی به دلیل سرمایه گذاری ناکافی در حوزه پژوهش، نبود تحقیقات کافی و هدفمند روی داروهای گیاهی، تحقیقات علمی با دید مادی، کیفیت پایین داروهای گیاهی داخلی و واردات مواد موثره دارو از خارج می باشد. کمبود قوانین و مقررات دولتی در حمایت از داروهای گیاهی به سبب عدم حمایت سازمان های بیمه گر، عدم وجود قوانین کپی برداری، ممنوعیت تبلیغ دارو در صدا و سیما، عدم نظارت صحیح، قاغذ بازی و قوانین دست و پاگیر می باشند. عدم صحنه گذاری توسط پزشکان و داروسازان در زمینه دارو گیاهی به دلیل قابل محسوس تر بودن اثرات دارو شیمیایی، عدم شناخت و آگاهی پزشکان از مزایای طب سنتی، تردید در مورد اثربخشی داروهای گیاهی، در دسترس بودن بیشتر داروهای شیمیایی، اعتقاد و وابستگی پزشکان به دارمان های سریعتر و بعضا عدم رعایت اخلاق حرفه ای از سمت پزشک می باشد. عدم رعایت استاندارد جهانی در خصوص بسته بندی داروهای گیاهی و نبود سوددهی مناسب داروهای گیاهی و یا برگشت دیر هنگام سرمایه سرمایه گذار از گزاره های منطقی عوامل مداخله گر می باشد.

عوامل راهبردی

راهبردها کنش ها یا برهم کنش های خاصی هستند که از پدیده محوری منتج می شوند. راهبردها بیان کننده رفتارها، فعالیت ها و تعاملات هدف داری هستند که در تبعات طبقه محوری و تحت تاثیر شرایط مداخله گر و شرایط زمینه ای قرار می گیرند و مسیر اصلی برای تحقق پدیده اصلی محسوب می شوند. راهبردها در این پژوهش عبارتند از: بهبود روش های تبلیغاتی در معرفی داروهای گیاهی که اغلب متمرکز بر مصرف کننده می باشند از جمله: تبلیغات منطقه - ای، تبلیغات محیطی دارو در داروخانه، تقویت بخش مشاوره ای در داروخانه ها، افزایش آگاهی

از طریق روابط عمومی و افراد شاخص، تبلیغات از طریق رسانه ملی، نقش حمایتی رسانه‌های اجتماعی، اخذ استانداردها توسط بخش تولید و استفاده جهت تبلیغات دارو، تبلیغات دهان به دهان مثبت. برندینگ داروهای گیاهی از دیگر عوامل راهبردی هستند که از طریق ایجاد برند مخصوص دارو با منشاء گیاهی، تصویرسازی مثبت برند، تعامل قوی مشتری با برند، برند به عنوان دارایی نامشهود بوده که موجب یادآوری آسان نام داروهای گیاهی باشد. سیستم توزیع کارآمد از طریق توانایی برقراری ارتباط موثر با پزشک، بهره‌گیری از قدرت تخصص و تجربه نماینده علمی، آموزش نیروی انسانی و بالا بردن سطح علمی ویزیتور، تاسیس داروخانه تخصصی دارو گیاهی، افزایش تعداد توزیع کنندگان، بهره‌گیری از توزیع کنندگان خوشنام، فروش از طریق مجاری قانونی، منع فروش در عطاری‌ها محقق می‌شود. استفاده از کانالهای تبلیغاتی سنتی جهت معرفی محصول از دیگر عوامل راهبردی می‌باشد که از طریق برگزاری کنفرانس‌های علمی و دعوت از اساتید برتر، دایرکردن غرفه در نمایشگاه ارائه کتابچه راهنما و نمونه محصول، تبلیغات در مجلات پزشکی، طراحی برشور تبلیغاتی، شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی محقق می‌گردد. ارتقای و بهبود کیفیت داروهای گیاهی یکی از مهمترین عوامل کلیدی راهبردی از منظر پزشکان می‌باشد که از طریق تکمیل و بهبود R&D داروهای گیاهی، تحقیق و پژوهش روی ایمنی و کارایی داروی گیاهی، تحقیق و پژوهش روی سم‌شناسی، تداخل و تقابل دارویی، اختصاص بودجه به تحقیقات گیاهان دارویی، ارتقا شبکه آزمایشگاهی، استاندارد کردن و کنترل کیفی از مواد خام تا فراورده نهایی، آموزش کشاورزان به منظور کاشت و داشت و برداشت درست گیاهان دارویی، بهبود کارآفرینی در حوزه صنعت داروی گیاهی، معرفی مزایای و مضرات دارو به پزشکان، تهیه اطلس داروهای گیاهی، احیای میراث مکتوب دانشمندان طب سنتی محقق در این مدل فراهم می‌گردد. ایجاد رابطه موثر بین صنعت و دانشگاه‌ها از دیگر عوامل راهبردی بوده که از طریق تعامل و همفکری بین تولید کنندگان و دانشگاه‌ها، اعزام دانشجو به کشورهای پیش‌تاز طب سنتی، فعال‌سازی شرکت‌های دانش بنیان منتج شده از پایان نامه‌های دانشگاهی و در نهایت بهره‌گیری از تکنولوژی و اطلاعات بروز از طریق دریافت اطلاعات از طریق اینترنت و مقالات منتشر شده، فعال‌سازی کارگروه‌های تخصصی، دسترسی کارخانه‌ها به تکنولوژی و ماشین‌آلات به روز کدهای اولیه بدست آمده به عنوان گزاره‌های منطقی عوامل راهبردی می‌باشد.

پیامدها

خروجی حاصل از راهبردها می‌باشد. در واقع می‌توان ادعا کرد که بر اساس راهبرد و شرایط مداخله‌گر و عوامل زمینه‌ای، بهبود فروش داروهای گیاهی، افزایش توان صادراتی، تجاری‌سازی داروهای گیاهی و جذب سرمایه جهت تولید و توسعه داروهای گیاهی می‌باشد. بهبود فروش داروهای گیاهی از طریق افزایش آگاهی نسبت به خواص درمانی داروهای گیاهی، تمایل به تجویز بیشتر داروهای گیاهی توسط پزشک، مصرف بیشتر داروهای

گیاهی OTC توسط مصرف کنندگان محقق شده و همچنین افزایش توان صادراتی از طریق رونق صادرات محصولات غیر نفتی، دستیابی به بازارهای جهانی، وجود بازار مصرف در کشورهای همسایه و پتانسیل بالای اقتصادی گیاهان دارویی در ارز آوری و از منظر تجاری سازی داروهای گیاهی از طریق سهولت در قوانین صدور دارو، افزایش صدور مجوزها در تولید، برند سازی داروهای گیاهی بومی و در نهایت جذب سرمایه جهت تولید و توسعه داروهای گیاهی نیز از طریق جذب سرمایه گذار خارجی جهت تامین مالی و کاهش ریسک پذیری تولیدکننده جهت سرمایه گذاری، توسعه تولید بذر اصلاح شده و استاندارد، مسئولیت اجتماعی تولید کننده و تقویت صنایع درونزا محقق می گردد.

جدول شماره ۱: کدگذاری گزینشی

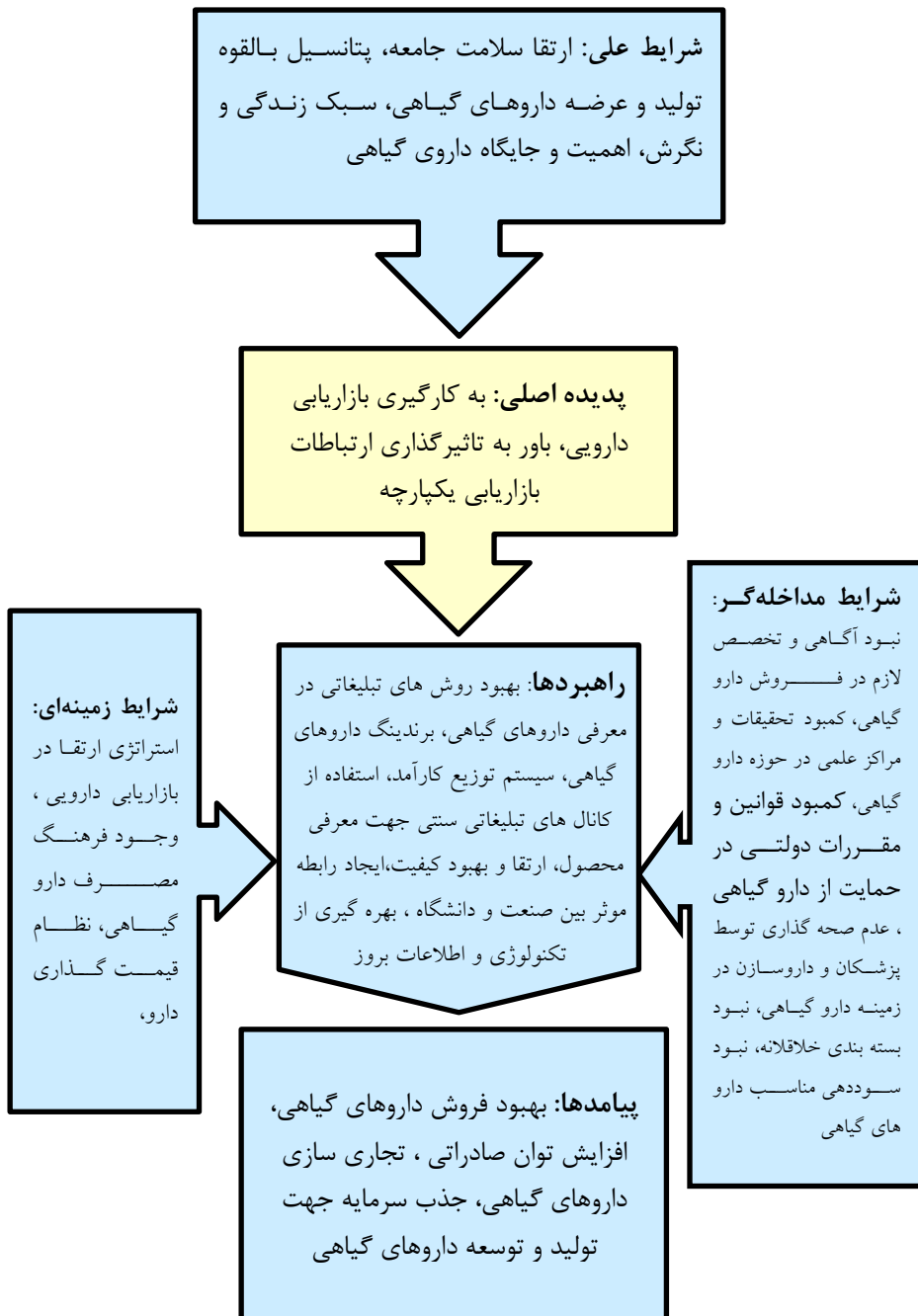
نوع مقوله	مقوله	کدهای اولیه (مصاحبه اول)
عوامل علی طراحی و تحلیل مدل بازاریابی جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاه	ارتقاء سلامت جامعه پتانسیل بالقوه تولید و عرضه گیاهان دارویی سبک زندگی و نگرش	تصویب سند ملی گیاهان دارویی ارزش ذاتی داروهای گیاهی اثرات سوء داروهای شیمیایی تاکید WHO بر جایگزینی مواد شیمیایی با طبیعی جلب اعتماد پزشک و بیمار حمایت از سلامت جسمانی اقلیم متنوع و اراضی مستعد تنوع گونه ای و ذخایر ژنتیکی گیاهان دارویی شناسایی رویشگاه ها توسعه انسانی اجتماعی اقتصادی اشتغال روستائیان کسب درآمد ارزی گرایش عمومی جامعه جهانی به فراورده های طبیعی تمایل به جایگزینی داروهای شیمیایی با گیاهی تغییر نگرش مردم نسبت به سلامت جامعه تبعیت از رهبران عقیده انحصاری و بومی بودن بعضی از گیاهان دارویی پیشینه طولانی طب گیاهی شناسایی قابلیت ها و توانمندی طب سنتی تحول و نظام مندی نسبت به جایگاه داروهای گیاهی تاسیس دانشکده طب سنتی
پدیده مرکزی (مقوله اصلی) طراحی و تحلیل مدل بازاریابی جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاهی	به کارگیری بازاریابی دارویی باور به تاثیرگذاری ارتباطات بازاریابی یکپارچه	فعالیت های تبلیغاتی در بخش مراقبت های بهداشت و درمان استفاده از اینترنت جهت نزدیک کردن محصول و مشتری به هم آموزش به مصرف کنندگان جهت به کارگیری داروهای گیاهی آموزش و ترغیب پزشکان به تجویز داروهای گیاهی متحد کردن همه ابزارهای ارتباطی بازاریابی ایجاد نظم در بکارگیری آمیخته بازاریابی

ارائه پیامی واحد و هماهنگ به مشتری		
استراتژی های فشاری یا رانش push استراتژی کششی pull بازاریابی مستقیم بهره‌گیری از ارتباطات بازاریابی یکپارچه فرهنگ سازی از طریق رسانه ملی انتقال فرهنگ مصرف داروهای گیاهی از نسلی به نسل دیگر وجود دانشمندان طب سنتی در دوران کهن نوسان قیمت تحت تاثیر دلار بالا بودن هزینه های تولید	استراتژی های ارتقا در بازاریابی دارویی گیاهی وجود فرهنگ مصرف دارو گیاهی نظام قیمت گذاری دارو	عوامل زمینه‌ی طراحی و تحلیل مدل بازاریابی جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاه
نداشتن دانش و مهارت فروش و بازاریابی عدم تسلط به خواص و عوارض دارو تبلیغات اغراق آمیز نبود تحقیقات کافی و هدفمند روی داروهای گیاهی سرمایه گذاری ناکافی در حوزه پژوهش کیفیت پایین داروهای گیاهی داخلی تحقیقات علمی با دید مادی واردات مواد موثره دارو از خارج عدم حمایت سازمان های بیمه گر عدم وجود قوانین کپی برداری ممنوعیت تبلیغ دارو در صدا و سیما عدم نظارت صحیح کاغذ بازی و قوانین دست و پاگیر قابل محسوس تر بودن اثرات دارو شیمیایی عدم شناخت و آگاهی پزشکان از مزایای طب سنتی تردید در مورد اثربخشی داروهای گیاهی در دسترس بودن داروهای شیمیایی اعتقاد و وابستگی پزشکان به دارمان های سریعتر عدم رعایت اخلاق حرفه ای از سمت پزشک عدم رعایت استاندارد جهانی عدم وجود بسته بندی شکیل و زیبا عدم پشتوانه مالی کافی حاشیه سود کم برگشت دیر هنگام سرمایه نبود تقاضا به دلیل عدم آگاهی	نبود آگاهی و تخصص لازم کمبود تحقیقات و مراکز علمی کمبود قوانین و مقررات دولتی در حمایت از داروهای گیاهی عدم صحه گذاری توسط پزشکان و داروسازان نبود بسته بندی خلاقانه نبود سوددهی مناسب	عوامل مداخله‌گر طراحی و تحلیل مدل بازاریابی جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاه
تبلیغات منطقه‌ای تبلیغات محیطی دارو در داروخانه	بهبود روش های تبلیغاتی در معرفی	عوامل راهبردی طراحی و تحلیل مدل بازاریابی

تقویت بخش مشاوره ای در داروخانه ها افزایش آگاهی از طریق روابط عمومی و افراد شاخص تبلیغات از طریق رسانه ملی نقش حمایتی رسانه های اجتماعی اخذ استانداردها توسط بخش تولید و استفاده جهت تبلیغات دارو تبلیغات دهان به دهان مثبت ایجاد برند مخصوص دارو با منشاء گیاهی تصویرسازی مثبت برند تعامل قوی مشتری با برند برند به عنوان دارایی نامشهود یادآوری آسان نام داروهای گیاهی توانایی برقراری ارتباط موثر با پزشک بهره گیری از قدرت تخصص و تجربه نماینده علمی آموزش نیروی انسانی و بالا بردن سطح علمی ویزیتور تاسیس داروخانه تخصصی دارو گیاهی افزایش تعداد توزیع کنندگان بهره گیری از توزیع کنندگان خوشنام فروش از طریق مجاری قانونی منع فروش در عطاری ها برگزاری کنفرانس های علمی و دعوت از اساتید برتر دایرکردن غرفه در نمایشگاه ارائه کتابچه راهنما و نمونه محصول تبلیغات در مجلات پزشکی طراحی برشور تبلیغاتی شرکت در نمایشگاه های بین المللی تکمیل و بهبود R&D داروهای گیاهی تحقیق و پژوهش روی ایمنی و کارایی داروی گیاهی تحقیق و پژوهش روی سم شناسی، تداخل و تقابل دارویی تهیه اطلس داروهای گیاهی بهبود کارآفرینی در حوزه صنعت داروی گیاهی ارتقا شبکه آزمایشگاهی احیای میراث مکتوب دانشمندان طب سنتی معرفی مزایای و مضرات دارو به پزشکان استاندارد کردن و کنترل کیفی از مواد خام تا فراورده نهایی آموزش کشاورزان به منظور کاشت و داشت و برداشت درست گیاهان دارویی	داروهای گیاهی برندینگ داروهای گیاهی سیستم توزیع کارآمد استفاده از کانالهای تبلیغاتی سنتی جهت معرفی محصول ارتقای و بهبود کیفیت داروهای گیاهی	جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاه
--	--	--

اختصاص بودجه به تحقیقات گیاهان دارویی تعامل و همفکری بین تولید کنندگان و دانشگاه ها اعزام دانشجوی به کشورهای پیشتاز طب سنتی فعال سازی شرکت های دانش بنیان منتج شده از پایان نامه های دانشگاهی دریافت اطلاعات از طریق اینترنت و مقالات منتشر شده فعالسازی کارگروه های تخصصی دسترسی کارخانه ها به تکنولوژی و ماشین آلات به روز	ایجاد رابطه موثر بین صنعت و دانشگاه ها بهره‌گیری از تکنولوژی و اطلاعات بروز	
افزایش آگاهی نسبت به خواص درمانی داروهای گیاهی تمایل به تجویز بیشتر داروهای گیاهی توسط پزشک مصرف بیشتر داروهای گیاهی OTC توسط مصرف کنندگان رونق صادرات محصولات غیر نفتی دستیابی به بازارهای جهانی وجود بازار مصرف در کشورهای همسایه پتانسیل بالای اقتصادی گیاهان دارویی در ارز آوری سهولت در قوانین صدور دارو افزایش صدور مجوزها در تولید برند سازی داروهای گیاهی بومی کاهش ریسک پذیری تولیدکننده جهت سرمایه گذاری توسعه تولید بذر اصلاح شده و استاندارد مسئولیت اجتماعی تولید کننده تقویت صنایع درونزا جذب سرمایه گذار خارجی جهت تامین مالی	بهبود فروش داروهای گیاهی افزایش توان صادراتی تجاری سازی داروهای گیاهی جذب سرمایه جهت تولید و توسعه داروهای گیاهی	پیامد طراحی و تحلیل مدل بازاریابی جهت ارتقا و بهبود فروش داروهای گیاه

براساس ترکیب لایه‌های ارائه شده در بالا، مدل نهایی تحقیق به شرح زیر است:



نتیجه گیری

از هزاران سال قبل، داروهای گیاهی نقش بسیار مهمی در حفظ سلامت مردم دنیا بر عهده داشته‌اند و همواره به عنوان درمان های ایمن، اثربخش و بسیار کم هزینه مدنظر بوده‌اند. به کارگیری گیاهان دارویی و اشکال دارویی تهیه شده از آنان در ایران، موافقان و مخالفان زیادی در گروه پزشکان دارد. از طرفی موفقیت فرایند بازاریابی در گرو رضایت مشتری (پزشک) بوده که خود در نتیجه کیفیت قابل قبول داروها امکان پذیر می‌باشد. مهمتر اینکه تحقیقات مدرن ارزش بالای بسیاری از داروهای سنتی در درمان های بالینی را ثابت کرده‌اند. با افزایش استفاده از داروهای گیاهی در سیستم های امروزی بهداشت و درمان، چگونگی بهینه سازی کاربرد و اطلاعات مرتبط با آن ها، اهمیت زیادی برای دانشمندان و افراد مشغول به فعالیت در این زمینه پیدا کرده است. به همین ترتیب به سبب تنوع عوامل تاثیرگذار بر کیفیت گیاهان، برای حصول اطمینان از بالاترین میزان اثربخشی فرآورده های گیاهی به وجود سیستمی مستقل برای کنترل کیفیت نیاز است. خصوصاً اطلاعات مربوط به ایمنی بالینی، سم شناسی، تداخل های دارویی و همچنین پیچیدگی تجویز این قبیل داروها در راستای تضمین سلامت عمومی از امنیت بسیار زیادی برخوردار است. البته تضمین ثبات و کنترل پذیر بودن کیفیت در تمامی مراحل فرایند تولید، علی الخصوص در تولید و سیر چرخش این داروها در بازار حائز اهمیت است. رسالت علم داروسازی ترویج استفاده مسئولانه از داروهای گیاهی و تضمین کاربرد آن ها با بالاترین میزان کارایی و اثربخشی ممکن است. یکی از فاکتورهای تعیین کننده موفقیت یک محصول در بازار وجود یک سیستم توزیع و فروش کاراست. وجود چنین سیستمی علاوه بر اینکه نگرش مثبت به محصول را در مشتریان فعلی ایجاد می‌کند، می‌تواند به کسب مشتریان جدید و کاهش قیمت تمام شده کمک کند. همچنین فروش و بازاریابی یکی از فاکتورهای مهم برای موفقیت در بازار طب جایگزین و مکمل است. دانش کم و آگاهی پایین فروشندگان و ویزیتورهای علمی داروهای گیاهی به کاهش اعتماد پزشکان منجر می‌شود. فروش داروهای گیاهی از طریق افراد کم تجربه و غیر متخصص موجب تجویز اشتباهی، رفتار نامناسب و تبلیغات اغراق آمیز شده و بدبینی نسبت به داروهای گیاهی را در پی دارد.

فهرست منابع

۱. عابدینی، علی، ایرانی حمیدرضا، یزدانی، حمیدرضا. واکاوی سیستم توزیع داروهای گیاهی از منظر متخصصین مدیریت خرید و سفارش های داروخانه های شهرهای قم و تهران: یک تحقیق کیفی. تصویر سلامت ۱۳۹۸: ۱۰(۱): ۲۳-۳۶
۲. شرح شریفی، آریتا. بازایی، قاسمعلی. بخش بندی مشتریان داروهای گیاهی و شناسایی ویژگی های هر بخش در ایران مبتنی بر الگوی خوشه بندی، فصلنامه سیاست گذاری پیشرفت اقتصادی دانشگاه الزهرا(س)، سال چهارم، شماره ۱۰، بهار ۱۳۹۵: ۱۴۱-۱۷۴
۳. طیبی، سیدامیر حسین اسماعیل پور، سینا و نفری، جاوید ۲۰۱۶ راهکارهای بازاریابی بین المللی با نگاهی به وضعیت صادرات گیاهان دارویی ایران. 2nd. international conference on management and humanities. Istanbul-turky 2 june 2016
۴. نورحسینی، سیدعلی. فلاحی، اسماعیل و...، بررسی برتری نسبی مصرف گیاهان دارویی، داروهای گیاهی و داروهای شیمیایی بر اساس معیارهای اقتصادی و درمانی، تحقیقات اقتصاد کشاورزی، جلد ۹، زمستان ۹۶. شماره ۱، بهار ۹۶، صص ۷۱-۹۲.
۵. قلی پور سلیمانی، علی، پژوهش های بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت، ۱۳۹۷
۶. فراستخواه، مقصود، روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی با تاکید بر "نظریه ی برپایه" (گراندد تئوری GTM) تهران: نشر آگاه، ۱۳۹۵
۷. محمدپور، ا، روش تحقیق کیفی ضد روش (منطق و طرح در روش شناسی کیفی)، تهران، انتشارات جامعه شناسان، ۱۳۹۲.
۸. امیری عقدایی، سید فتح اله. زارع، حسین. بررسی عوامل موثر بر بهبود و توسعه بازار گیاهان دارویی در ایران (مطالعه موردی: شهر اصفهان) فصلنامه علمی- پژوهشی تحقیقات بازاریابی نوین، بهار ۱۳۹۳، سال چهارم، شماره اول، شماره پیاپی، صص ۱۹۵-۲۱۴.
9. Liping Qua, Wenjun Zoua, , YiTao Wangb, Mei Wang (2018), European regulation model for herbal medicine: The assessment of the EU monograph and the safety and efficacy evaluation in marketing authorization or registration in Member States, Phytomedicine 42 (2018) 219–225
10. Pan .S. Y, Litscher, Gerhard. Gao, Si-Hua ., Historical Perspective of Traditional Indigenous Medical Practices: The Current Renaissance and Conservation of Herbal Resources., Hindawi

Publishing Corporation Evidence-Based Complementary and Alternative Medicine Volume 2014, Article ID 525340, 20 pages <http://dx.doi.org/10.1155/2014/525340>

11. Pan .S. Y, S. Pan, Z. L. Yu et al., “New perspectives on innovative drug discovery: an overview,” *Journal of Pharmacy and Pharmaceutical Sciences*, vol. 13, no. 3, pp. 450–471, 2010.

12. Humber, J. M, “The role of complementary and alternative medicine: accommodating pluralism,” *Journal of the American Medical Association*, vol. 288, no. 13, pp. 1655–1656, 2002

13. Schmidt .B. M, D. M. Ribnicky, P. E. Lipsky, and I. Raskin, “Revisiting the ancient concept of botanical therapeutics,” *Nature Chemical Biology*, vol. 3, no. 7, pp. 360–366, 2007.

14. Alves, Teresa Leonardo · Lexchin, Joel · Mintzes, Barbara, (2019). Medicines Information and the Regulation of the Promotion of Pharmaceuticals. *Sci Eng Ethics* (2019) 25:1167–1192 <https://doi.org/10.1007/s11948-018-0041-5>

15. Carvalho, Ana Cecília Bezerra, Lana, Túlio Nader, Perfeito, The Brazilian market of herbal medicinal products and the impacts of the new legislation on traditional medicines, *Journal of Ethnopharmacology* ,Volume 212, 15 February 2018, Pages 29-35

16. Lio, Guo ,Quality Transivity And Traceability System Of Herbal Medicine Products Based On Quality Markers, *Phytomedicine* 2018: 1-25

17. QU, Wang , European Regulation Model For Herbal Medicine : The Assessment Of The Eu Monograph And The Safety And Efficacy Evaluation In Marketing Authorization Or Registration In Member States 2018 : 1- 19

18. Chandra, Pramod, Sharma, Vinay, 2018 , Strategic Marketing Prospects For Developing Sustainable Medicinal And Aromatic Plants Businesses In The Indian Himalayan Region, Small-Scale Forestry, <https://doi.org/10.1007/S11842-018-9396-3>, Department Of Management Studies, Indian Institute of Technology Roorkee, Roorkee, Uttarakhand 247667, India, Springer , Published Online: 09 February 2018

19. Tan, T. And Freathy, P . Consumer Decision-Making And Store Patronage Behavior In Traditional Chinese Medicine (Tcm) Halls In Singapor. *Journal Of Retailing and Consumer Services*, 2011 , 20(3):270-278

20. Morris, M.D. And avorn, J. Internet Marketing Of Herbal

- Products, Journal Of American Medicine Asosiation (Jama),2003, 290(11): 1505-1510.
21. Andreasen, A. (2012). Rethinking the relationship between social/nonprofit marketing and commercial marketing. *Journal of Public Policy & Marketing*, 31(1), 36-41.
22. Dann, S. (2010). Redefining social marketing with contemporary commercial marketing definitions. *Journal of Business Research*, 63(2), 147-153.
23. Wood, M. (2013). Applying commercial marketing theory to social marketing: A tale of 4ps (and a b). *Social Marketing Quarterly*, 14(1), 76-85.
24. Kotler, P. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*, 36(2), 46-54.
25. Pralea, A. (2011). The health marketing mix. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 4(1), 43-50.
26. Boccuzzi, Bennett Vincent, A Comparative Study Measuring the Attitudes and Ethical Considerations of Physicians and Pharmaceutical Representatives Marketing Guidelines and Strategies, Graduate Faculty of the School of Business in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of DOCTOR OF PHILOSOPHY, Prescott Valley, Arizona ,July 2014
27. Dickov, V., & Kuzman, B. (2011). Specific features of pharmaceuticals marketing mix. *Journal of Management & Marketing In Healthcare*, 4(3), 160-167.
28. Silver, L., Stevens, R., & Loudon, D. (2009). Direct-to-consumer advertising of pharmaceuticals: Concept, issues and research. *Health Marketing Quarterly*, 26, 251-258.
29. Theodorou, M., Tsiantou, V., Pavlakis, A., Maniadakis, N., Fragoulakis, V., Pavi, E., & Kyriopoulos, J. (2009). Factors influencing prescribing behaviour of physicians in Greece and Cyprus: Results from a questionnaire based survey. *BMC Health Services Research*, 9150. doi:10.1186/1472-6963-9-150

نوع مقاله: پژوهشی
صفحات ۲۵۸ - ۲۴۳

رفتارهای مطلوب بازاریابی و تاثیر آن بر توسعه تلویزیون اینترنتی (مطالعه موردی: مخاطبان تلویزیون عادی و تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان)

زهرا عسکری^۱
اسماعیل حسن پور^۲
محمدحسین رنجبر^۳
سراج‌الدین محبی^۴

چکیده

این تحقیق درصدد است تا تاثیر ابعاد رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی را در قالب الگوی مفهومی بازنمایی و سنجش نماید. بنابراین در این پژوهش با توجه به مدل تحقیق دوازده فرضیه طرح گردیده است. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی است و از نظر نحوه اجرا توصیفی - پیمایشی با رویکرد همبستگی است. جامعه آماری پژوهش حاضر ۳۸۴ نفر از مخاطبان تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان می‌باشد که به دلیل نامحدود بودن جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شد. برای جمع‌آوری اطلاعات، از پرسشنامه استاندارد باتعداد ۵۸ سوال استفاده شد، که روایی آن با استفاده از نظر استاد راهنما و تحلیل عاملی تاییدی اول و پایایی آن از طریق شاخص آلفای کرونباخ (۰/۹۳) به دست آمد. اطلاعات جمع‌آوری شده بوسیله نرم افزار SPSS و PLS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. بر اساس نتایج به دست آمده همه فرضیه‌های پژوهش مورد تأیید قرار گرفت.

واژگان کلیدی

ابعاد رویکرد بازاریابی، تلویزیون اینترنتی، رفتارهای مطلوب.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

Email: askarizahrar@gmail.com

۲. عضو هیئت علمی، گروه مدیریت، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: esmaeilhasanpour07@gmail.com

۳. استادیار گروه حسابداری و مدیریت مالی، دانشکده علوم انسانی، واحد بندرعباس، دانشگاه آزاد اسلامی،

Email: ranjbarmohammadhossein71@gmail.com

بندرعباس، ایران.

۴. استادیار گروه مدیریت، واحد قشم، دانشگاه آزاد اسلامی، قشم، ایران.

Email: serajedinmohebi@gmail.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۰

طرح مسأله

بازاریابی الکترونیک از طریق صرفه‌جویی در زمان خریدار و ایجاد سهولت در خرید هزینه‌ها را کاهش می‌دهد. در حقیقت بازاریابی الکترونیک به این دیدگاه اشاره دارد که چطور اینترنت می‌تواند در کنار رسانه‌های سنتی برای ارائه خدمات به مشتریان استفاده شود و به این بحث اشاره دارد که چطور فرایندها و ارتباطات بازاریابی داخلی و خارجی می‌توانند از طریق تکنولوژی ارتباطی و اطلاعاتی بهبود پیدا کنند. دنیای کامپیوتر و ارتباطات تلویزیون اینترنتی سیستمی جدید برای دریافت کانال‌های تلویزیونی و سایت‌های گوناگون از طریق شبکه اینترنت است. با این تکنولوژی نحوه استفاده از برنامه‌های تلویزیون تا حد زیادی متحول می‌شود. این سیستم به نام پروتکل تلویزیون اینترنتی معروف است و تنها از طریق تلویزیون‌های دیجیتال دریافت می‌شود (لی و چن، ۲۰۱۷).

یکی از سرویس‌های چندرسانه‌ای در بستر شبکه، سرویس تلویزیون اینترنتی می‌باشد. سرویسی است که محتوای ویدئویی، صوتی، متنی، گرافیکی و دیتا را در بستر شبکه و با پروتکل اینترنت توزیع می‌کند و سطوح مختلفی از کیفیت، امنیت و تعامل را به کاربر عرضه می‌کند. در این استاندارد، سرویس ویدئویی پخش زنده از شبکه مرکزی توزیع می‌شود و کاربر آن را از طریق شبکه دسترسی دریافت می‌کند. کیفیت سرویس در شبکه دسترسی تأثیر مستقیمی بر کیفیت ویدئوی دریافتی دارد و به همین دلیل روش‌های مختلفی برای ارائه سطوح کیفیت سرویس در شبکه‌های دسترسی مورد بررسی قرار گرفته است. چگونگی عملکرد تلویزیون‌های اینترنتی مانند روش‌های معمول ارسال سیگنال روی آنتن و یا کابل است و تنها تفاوت آن در ارسال این سیگنال‌ها در قالب اطلاعات روی شبکه اینترنت به عنوان داده می‌باشد (صادقی و همکاران، ۱۳۹۱).

لازم به ذکر است که برای استفاده از هر گونه فناوری جدید می‌بایست ابتدا زیرساخت‌های مناسبی فراهم شود تا کاربرد بهینه آن بیشتر نمایان گردد و تأثیر مطلوب آن در کوتاه مدت ظاهر شود. در غیر این صورت استفاده از تکنولوژی‌های نوین نه تنها سود قابل قبولی نخواهد داشت بلکه باعث می‌شود تا برای استفاده از آن بهای سنگین‌تری پرداخت شود. از طرفی با یکپارچگی روز افزون دنیا، استفاده و کاربرد تکنولوژی‌های نوین اجتناب‌ناپذیر است از این رو وظیفه اصلی معطوف به دولتمردان می‌شود تا در این وادی عقب نمانند و کشور خود را با علم و تکنولوژی روز همگام کنند. امروزه با وجود استفاده همه جانبه از اینترنت در شرایط گوناگون و توسط همه افراد، پیش‌بینی می‌شود که سیستم تلویزیون‌های اینترنتی روزه‌به‌روز فراگیرتر شود (هیونگ جو و همکاران، ۲۰۲۰).

گرچه امروزه دیگر فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی آن‌چنان با زندگی ما عجین شده‌اند که

آن‌ها را امری بدیهی و "عادی" می‌پنداریم. یکی از مباحث مهم توضیح این مسئله است که مفهوم رسانه‌های دیجیتال، رسانه‌های نوین، چندرسانه‌ای‌ها و... که گاه مترادف و به جای یکدیگر به کار می‌روند، چیستند. همان‌طور که کیونگ چون و کینان گفته‌اند، بسیاری از مباحث انتقادی در حوزه‌ی مطالعات رسانه‌های نوین بر این مسائل متمرکز شده‌اند که «رسانه‌های نوین چه چیزی هستند؟ آیا رسانه‌های نوین، جدیدند؟ "نوین" در رسانه‌های نوین به چه چیزی اشاره می‌کند؟ به‌طور بحث برانگیزی، این پرسش‌ها به خاطر پذیرش گسترده خود این اصطلاح چندان مورد توجه واقع نشده است (نافعی و همکاران، ۱۳۹۹).

هدف بازاریابی به وجود آوردن شرایط آشنا شدن و علاقه مند شدن مخاطبان و دیده شدن فیلم توسط آن‌ها در هیاهوی انبوه پیام‌هایی رقابتی است که به همین منظور تولید می‌شوند. مخاطبان و مشتریان امکانات و فعالیت‌های دنیای تفریح و سرگرمی هرگز مثل امروز با چنین تکثر و تنوع انتخاب‌ها روبرو نبوده‌اند. بودجه بازاریابی هرچه قدر باشد، باید با روش‌های مؤثر بتواند صدای این کانال‌های دیجیتال را به مخاطب رسانده و آن‌ها را متقاعد سازد که این فیلم‌ها واقعاً راضی‌کننده و قابل دیدن است. باید کاری کرد که اشتیاق مخاطب برای دیدن این شبکه‌ها به نقطه اوج برسد (مبارکی و همکاران، ۱۳۹۱).

بررسی سوابق تحقیقات صورت گرفته در بین کتاب‌ها، مقالات و پژوهش‌های علمی نشان دهنده آن است که تلویزیون اینترنتی عمده‌تأ بر روی حوزه بازار مصرفی فیلم و برنامه‌های تلویزیونی متمرکز است. در ایران، پژوهشی در حوزه بازار شرکتی و سازمانی در این صنعت انجام نشده است لذا این پژوهش می‌تواند فرصت بسیار مفیدی در چگونگی تبلیغ و ارائه استفاده از آثار سازمان صدا و سیما در قالب این شبکه‌ها باشد (محمدیان و همکاران، ۱۳۹۰).

افزایش نمایش‌های تلویزیونی و فیلم‌ها در اینترنت به تنهایی، سرمایه‌گذاری بحث برانگیزی در بخش رسانه اینترنتی را به وجود آورده به طوریکه بیش از ۳۰۰ میلیارد دلار ارزش تولید و پخش تلویزیون‌های اینترنتی است. طبق گزارش ان بی سی هفتاد درصد از تماشاگران انگیزه پیدا می‌کنند تا نخستین نمونه نمایش تلویزیونی را که در اینترنت ارائه شده تماشا کرده و در کنار آن دیگر برنامه‌ها را ادامه دهند. با این حال کارشناسان هنوز نتوانسته‌اند به طور کامل درک کنند که انگیزه بینندگان برای تماشای برنامه‌های اینترنتی چیست و آیا در واقع برای راحتی و قدرت انتخاب است یا مسائل اجتماعی یا روانشناختی دیگری در این قضیه تأثیرگذار است؛ مانند موضوع انگیزه و رفتار مخاطبان، در برابر تلویزیون‌های سنتی که آن‌هم به طور کامل مشخص نشده و فقط مواردی از پژوهش‌ها استناد به یافته‌های خود داشته‌اند ولی نتیجه کاملی به دست نیامده است (آرانگو، ۲۰۱۹).

در بحث تلویزیون‌های اینترنتی، وجود اینترنت پرسرعت از شرایط اولیه استفاده از آن است

در غیر این صورت تنها موجب اتلاف وقت و هزینه خواهد شد. به همین دلیل محقق در این پژوهش قصد دارد به تاثیر ابعاد رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی با توجه به خلاء های قانونی و رفتاری در جامعه بپردازد. با توجه به اینکه این موضوع از لحاظ علمی، موضوع جدیدی می‌باشد و مدل کاربردی در این خصوص در ایران وجود ندارد که به توسعه تلویزیون اینترنتی بپردازد و از نظر اجرایی هم در این خصوص کاری انجام نشده است محقق این موضوع را انتخاب کرده است و بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر تاثیر ابعاد رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی است.

پیشینه و ادبیات تحقیق

کیم و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان تلویزیون اینترنتی در مقابل خدمات ویدیویی در حال ظهور بیان می‌کند که سطح نفوذ تلویزیون اینترنتی در بین اپراتورها متفاوت است، که ممکن است ارتباط نزدیکی با استراتژی اپراتور فردی برای بازار باند پهن و محیط نظارتی داشته باشد. با بررسی محیط‌های کاری خاص کشور، این مطالعه عوامل اصلی مؤثر بر میزان نفوذ تلویزیون اینترنتی را مشخص می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که نفوذ پهنای باند، کیفیت باند پهن، هزینه خدمات ارتباطات از راه دور و درپوش پهنای باند عوامل مهمی هستند که منجر به نفوذ بیشتر تلویزیون اینترنتی می‌شوند. نتایج حاکی از اهمیت ساخت زیرساخت های باند پهن با کیفیت بالا و بهره‌گیری از برنامه های بسته بندی است.

یوان و وانگ (۲۰۱۹)، در پژوهشی تحت عنوان مدل ارزیابی کیفیت ویدیو تلویزیون پروتکل اینترنت مبتنی بر شبکه عصبی در سال های اخیر، با توسعه مداوم علم و فناوری شبکه و ارتقاء مداوم "همگرایی سه شبکه"، تلویزیون پروتکل اینترنت تلویزیون شبکه تعاملی روند توسعه ای سریع را نشان داده است. تلویزیون پروتکل اینترنت با نحوه پخش سنتی یک طرفه تلویزیون متفاوت است، می‌تواند به تعامل با مخاطب دست یابد و فیلم های شخصی تر و متنوع تری را ارائه دهد. با توسعه سریع رسانه‌های جدید، منابع عظیم ویدیویی و تعداد زیادی از اطلاعات مربوط به فیلم در حال جابجایی هستند.

هوانگ و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی تحت عنوان پیش بینی بهبود کیفیت تجربه مبتنی بر داده برای خدمات تلویزیون پروتکل اینترنت با توسعه فناوری اینترنت و چندرسانه‌ای، خانواده های بیشتر و بیشتری از خدمات چندرسانه‌ای هوشمند ارائه شده توسط پروتکل اینترنت تلویزیون بهره‌مند می‌شوند. یافتن شاخص های کلیدی و بهبود کیفیت تجربه برای کاربران برای اپراتورها و ارائه دهندگان خدمات محوری بسیار مهم است. در این مقاله، ما پیش بینی بهبود کیفیت تجربه داده محور را برای خدمات تلویزیون پروتکل اینترنت پیشنهاد می‌کنیم. به طور خاص، ما بهبود کیفیت تجربه را برای ارزیابی تجربه کاربر تلویزیون پروتکل اینترنت در رویکرد

داده محور در ابتدا تعریف می‌کنیم. سپس علایق کاربر و شاخص‌های دستگاه را تجزیه و تحلیل می‌کنیم تا درک کنیم چه موقع و چگونه آنها بر تجربه کاربر تأثیر می‌گذارند.

نصیر و همکاران (۲۰۱۴) در پژوهشی به کشف و بررسی عوامل حیاتی که تأثیر زیادی بر رضایت مشتری تلویزیون اینترنتی دارند پرداختند. این پژوهش عواملی مانند کیفیت خدمات، کم-کردن زمان کانال و هزینه تعمیرات بسته‌ها در شبکه برای جلب رضایت مشتری را مورد مطالعه قرار داده است. این تحقیق بر اساس داده‌های اولیه است از طریق پرسشنامه از پاسخ‌دهندگان مشتریان تلویزیون اینترنتی جمع‌آوری شده است. برای بدست آوردن نتایج تحقیق از تحلیل همبستگی استفاده شد. همبستگی بین کلیه متغیرها رابطه مثبت و معناداری را نشان داد.

جنگ و نوح (۲۰۱۱) در پژوهشی به ارائه بینش‌هایی در مورد تأثیرات کیفیت سرویس تلویزیون پروتکل اینترنت و معرفی تأثیرات واسطه‌ای در فرایند شکل‌گیری قصد خرید مجدد، پرداختند. این مطالعه به صورت تجربی یک مدل تحقیقی را مورد تحقیق و بررسی قرار داده و بررسی‌ای را در خصوص کاربران سرویس تلویزیون پروتکل اینترنت، انجام داده است. نتایج این مطالعه به صورت زیر هستند. اول، کیفیت سرویس تلویزیون پروتکل اینترنت به صورت طراحی، امنیت و خدمات مشتری خلاصه شده است که بوسیله تجزیه و تحلیل عاملیت مرتبه دوم، تأیید شده است. کیفیت سرویس بر روی سودمندی مشاهده شده، راحتی در استفاده مشاهده شده و لذت مشاهده شده، تأثیر داشته است. دوم، راحتی در استفاده مشاهده شده، تأثیر مهمی بر روی لذت مشاهده شده داشته و سودمندی مشاهده شده نیز بر روی قصد خرید مجدد تأثیر داشته است. سوم، نگرش، اعتماد و رضایت، تأثیر مثبتی بر روی قصد خرید مجدد داشته‌اند.

افخمی و حسام پور (۱۳۹۹) در پژوهشی تحت عنوان چالش‌های تلویزیون ایران در مواجهه با تحولات فناورانه دیجیتال بیان می‌کنند که تلویزیون به‌عنوان نهادی فرهنگی، سیاسی، اجتماعی در مواجهه با تحولات فناوری دیجیتال، دچار چالش‌های زیادی شد. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد پاسخ تلویزیون ایران به چالش‌های دیجیتال، همچون گسترش کمی شبکه‌ها، معرفی پلتفرم‌های جدید قابل تطبیق با برخی اقدامات رسانه‌های خدمت عمومی است.

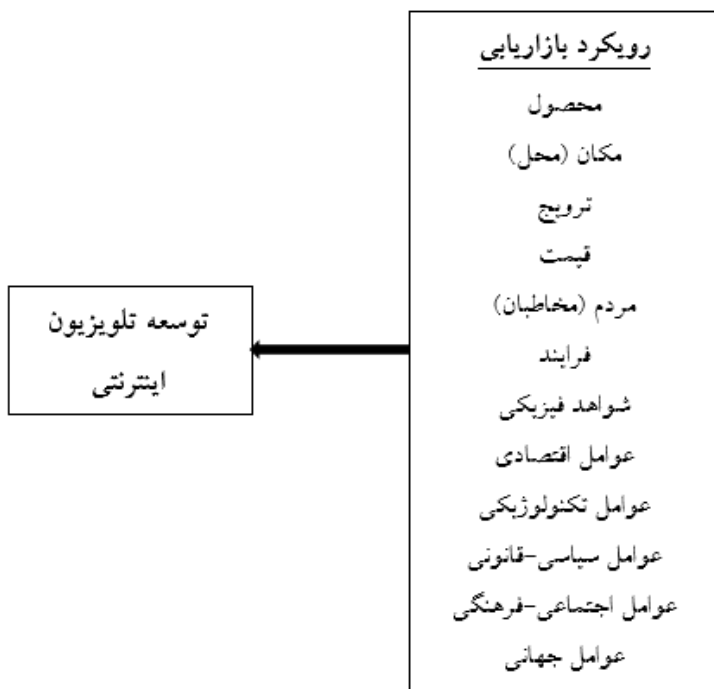
شریفی و حاتمی (۱۳۹۸) به بررسی ارائه مدل تبیین نقش مدیریت منابع انسانی در اجرای موفق نوآوری باز صنعت رسانه در حوزه آی‌پی‌تی‌وی سازمان صداوسیما پرداختند. روش مورد استفاده در این پژوهش ترکیبی از نوع طرح شیوه‌های ترکیبی اکتشافی بوده است. در بخش کیفی ۱۸ نفر از خبرگان حوزه آی‌پی‌تی‌وی صداوسیما برای اجرای فرایند مصاحبه با تکیه بر تکنیک گلوله برفی انتخاب شدند و نتایج مصاحبه بر اساس تکنیک تحلیل تم مورد بررسی قرار گرفت. در گام دوم پژوهش نیز، با رویکرد کمی برازش مدل استخراج شده در گام اول، با تکیه بر راهبرد پژوهشی پیمایشی از سوی خبرگان رسانه‌ای حوزه آی‌پی‌تی‌وی بررسی شد. به منظور

بررسی و ارائه مدل نهایی، در این مرحله، رویکرد معادلات ساختاری با نرم افزار اسمارت پی‌ای - اس مورد استفاده قرار گرفت. نتایج بررسی نشان داد که مدیریت منابع انسانی با ۴ مؤلفه به کارگیری منابع انسانی، فرهنگ نوآورانه منابع انسانی، مدیریت دانش منابع انسانی و بهسازی منابع انسانی، نقش مثبت و معناداری (۰/۷۹۷) در اجرای موفق نوآوری باز در حوزه آی‌پی‌تی‌وی سازمان صداوسیما بر عهده دارد.

حاتمی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی نقش قابلیت‌های فناوری در پیاده‌سازی موفق نوآوری باز در حوزه تلویزیون پروتکل اینترنت سازمان صداوسیما است. به دلیل جدید بودن تحقیقات در این حوزه به خصوص در ایران، این تحقیق از نوع پژوهش‌های توسعه‌ای است. روش مورد استفاده در این تحقیق، ترکیبی از کیفی و کمی است. در بخش کیفی ۱۸ نفر از خبرگان حوزه تلویزیون پروتکل اینترنت در صداوسیما شامل معاون، مشاورین عالی و اجرایی و مدیران کل برای انجام فرایند مصاحبه، انتخاب و نتایج مصاحبه براساس تکنیک تحلیل تم بررسی شد. در فاز دوم تحقیق با رویکرد کمی، برازش مدل استخراج شده در مرحله نخست، با تکیه بر روش پیمایشی توسط خبرگان رسانه ای حوزه تلویزیون پروتکل اینترنت انجام شد. نمونه آماری فاز دوم شامل ۵۳ نفر از مشاوران، مدیران کل، مدیران و کارشناسان ارشد متخصص در حوزه تلویزیون پروتکل اینترنت در معاونت فضای مجازی سازمان صداوسیما، سازمان تنظیم مقررات صوت و تصویر فراگیر در فضای مجازی و معاونت توسعه و فناوری رسانه بود. در این مرحله به منظور بررسی و ارائه مدل نهایی از رویکرد معادلات ساختاری با نرم افزار معادلات ساختاری استفاده شد. نتایج بررسی، حاکی از مدلی با ۵ متغیر پنهان و ۲۳ متغیر مشاهده شده است که قابلیت‌های فناوری بر پیاده‌سازی موفق نوآوری باز در حوزه تلویزیون پروتکل اینترنت سازمان صداوسیما را تبیین نموده است.

مدل مفهومی پژوهش

با توجه به جمع بندی پیشینه نظری و پیشینه تجربی مدل مفهومی پژوهش به صورت زیر می‌باشد، جهت مطالعه در تحقیق حاضر م نظر قرار گرفته شده است. در این مدل متغیرها ابعاد رویکرد بازاریابی به عنوان متغیرهای مستقل مورد بررسی قرار گرفت، متغیر توسعه تلویزیون اینترنتی به عنوان متغیر وابسته مورد بررسی قرار گرفت.



(شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش)

فرضیه‌های پژوهش

۱. محصول به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۲. مکان به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۳. ترویج به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۴. قیمت به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۵. مردم به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۶. فرایند به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۷. شواهد فیزیکی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۸. عوامل اقتصادی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.
۹. عوامل تکنولوژیکی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تأثیر معناداری دارد.

۱۰. عوامل سیاسی - قانونی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تاثیر معناداری دارد.

۱۱. عوامل اجتماعی - فرهنگی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تاثیر معناداری دارد.

۱۲. عوامل جهانی به عنوان مولفه‌ی رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی تاثیر معناداری دارد.

روش شناسایی پژوهش

در این پژوهش در خصوص جمع‌آوری اطلاعات مربوط به تایید یا رد سوال‌های پژوهش، به طور عمده از روش پیمایشی استفاده شد به طوری که برای جمع‌آوری اطلاعات تئوریکی در ارتباط با موضوع به بررسی کتاب‌ها و مقاله‌های مرتبط پرداخته شد و برای گردآوری داده‌ها از مخاطبان تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان استفاده گردید، لذا جامعه آماری تحقیق به تعداد ۳۸۴ نفر بود و برای آزمون فرضیه‌ها از آمار استنباطی استفاده شد و نیز روش گردآوری داده‌های مرتبط با فرضیه‌ها، از طریق نمونه‌گیری از جامعه آماری می‌باشند و ابزار مورد استفاده پرسشنامه بود. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری مختلفی استفاده شد. در جهت ارائه تفسیر مناسبی از داده‌ها در حالت جمعیت شناختی، از تحلیل‌های توصیفی به بررسی جامعه آماری مورد مطالعه پرداخته شد. هدف از این تحلیل ارزیابی طیف جنسیتی، تحصیلی و جمعیت شناختی نمونه‌های مورد مطالعه است بطوری که بتوان در نگاهی توصیفی نمایی کامل از آزمون‌ها بدست آورد. پس از بررسی توصیفی جامعه آماری پژوهش با استفاده از روش‌های استنباطی به تجزیه و تحلیل آماری اطلاعات بدست آمده برای آزمون فرضیه‌ها از طریق نرم افزار SPSS مبادرت شد. از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف جهت بررسی نرمال بودن توزیع متغیرها استفاده شد. مدل اصلی پژوهش از طریق نرم افزار PLS مورد آزمون قرار گرفت.

جامعه آماری و روش نمونه‌گیری و تعیین حجم نمونه

جامعه آماری این پژوهش مخاطبان تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان می‌باشد. روش نمونه‌گیری در پژوهش حاضر روش نمونه‌گیری تصادفی است. در این پژوهش برای محاسبه حجم نمونه از فرمول کوکران استفاده شد. که تعداد نمونه ۳۸۴ نفر برآورد شد.

قلمرو تحقیق

قلمرو مکانی تحقیق: این پژوهش در میان مخاطبان تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان با محوریت بررسی تاثیر ابعاد رویکرد بازاریابی بر توسعه تلویزیون اینترنتی مورد مطالعه قرار گرفت.

قلمرو زمانی تحقیق: این پژوهش پژوهش در بازده زمانی ۱۳۹۹-۱۳۹۸ انجام پذیرفت.

روش و ابزار جمع آوری داده‌ها

در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات تئوریکی در ارتباط با موضوع به بررسی کتاب‌ها و مقاله‌های مرتبط پرداخته شده و برای گردآوری داده‌ها جهت تحلیل فرضیه‌ها و آزمون مدل از یک پرسشنامه استاندارد با ۶۳ سوال بسته در طیف ۵ گزینه ای لیکرت (از بسیار کم = ۱ و بسیار زیاد = ۵) استفاده شده است. چهار سوال به متغیرهای جمعیت شناختی مانند: جنسیت، سن، تحصیلات و سنوات کاری اختصاص دارد و ۵۸ سوال نیز برای سنجش متغیرهای تخصصی تحقیق طراحی شده است.

روایی و پایایی پرسشنامه‌ها

در این پژوهش کوشش شده است برای روایی پرسش‌نامه‌ها از روایی محتوایی سود برده شود. یعنی در روایی محتوا آیا پرسش‌ها و گویه‌ها به قدر کافی مفهوم را می‌سنجند و سوالات آزمون به طور کامل حیطه مورد نظر را در بر می‌گیرد؟ برای تعیین روایی پرسش‌نامه‌ها در این پژوهش از تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول و روایی تشخیصی و همگرا نیز استفاده شد. اعتبار پرسشنامه به دقت اندازه‌گیری و ثبات و پایایی آن مربوط است. به یک معنا، ثبات و پایایی پرسشنامه در طول زمان و به معنای دیگر همسانی درونی سوالات پرسشنامه مورد نظر می‌باشد (خلیلی شورینی، ۱۳۸۵، ص ۱۲۶). مقیاس پایا مقیاسی است که بیشتر پاسخگویان در دو مقطع زمانی، نمره یکسانی در آن مقیاس بگیرند. مقیاس ناپایا حاصل گویه‌های ناپایاست از آن جا که اغلب طرح سوالات یکسان از همان پاسخگویان در دو مقطع زمانی امکان پذیر نیست، همبستگی گویه به گویه سنجیده می‌شود. شاخص پایایی کل مقیاس، آماره ای است به نام آلفا که دامنه آن از ۰ تا ۱ است (خاکی، ۱۳۸۴، ص ۲۵۳).

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ برای محاسبه پایایی پرسشنامه

تعداد سؤال‌ها	ضریب آلفای کرونباخ
۵۸	۰/۹۳

تحلیل داده‌ها

۱- توصیف جمعیت شناختی نمونه

برای سنجش وضعیت جمعیت شناختی اعضای نمونه، ۴ سوال مطرح شد. نتایج نشان داد که از بین ۳۸۴ پاسخگو، ۶۴٪ آقا و حدود ۳۶٪ خانم هستند. از نظر سنی ۳۹٪ اعضای نمونه بین ۳۰-۳۹ سال قرار دارند. در حدود ۵۸ درصد از اعضای نمونه دارای مدرک تحصیلی لیسانس هستند. ۳۱٪ از افراد نمونه دارای سنوات کاری بین ۶ تا ۱۰ سال هستند.

جدول ۲. خصوصیات جمعیت شناختی نمونه

متغیر	سطوح	درصد	متغیر	سطوح	درصد
جنسیت	آقا	۶۴	تحصیلات	کارشناسی	۵۸
	خانم	۳۶		کارشناسی ارشد	۳۱
				دکتری	۱۱
سن	کمتر از ۳۰ سال	۲۲	سنوات	کمتر از ۵ سال	۱۹
	۳۰ تا ۳۹ سال	۳۹		بین ۶ تا ۱۰ سال	۳۱
	۴۰ تا ۴۹ سال	۲۹		بین ۱۱ تا ۱۵ سال	۲۲
	بالای ۵۰ سال	۱۰		بین ۱۶ تا ۲۰ سال	۲۸

۲- یافته‌های پژوهش

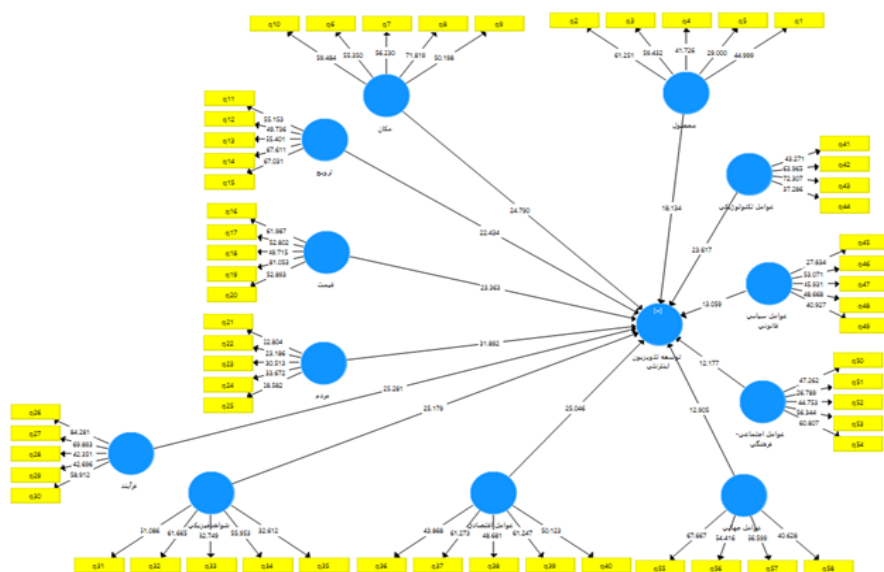
قبل از بررسی فرضیه‌ها لازم است تا میانگین، انحراف استاندارد و واریانس بین متغیرهای تحقیق مورد توجه قرار گیرد. در بین متغیرهای تحقیق عملکرد محصول جدید بیشترین نمره و سرمایه مشتری کمترین نمره را کسب نموده است.

جدول ۳. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

مؤلفه	حجم نمونه	میانگین	انحراف معیار
محصول	۳۸۴	۳/۰۵	۰/۷۴۵
مکان	۳۸۴	۳/۰۸	۰/۷۲۸
ترویج	۳۸۴	۳/۰۶	۰/۷۵۷
قیمت	۳۸۴	۳/۰۷	۰/۷۲۲
مردم	۳۸۴	۳/۰۹	۰/۶۳۷
فرایند	۳۸۴	۳/۱۳	۰/۷۱۵
شواهد فیزیکی	۳۸۴	۳/۰۶	۰/۶۹۱
عوامل اقتصادی	۳۸۴	۳/۱۱	۰/۶۹۵
عوامل تکنولوژیکی	۳۸۴	۳/۱۲	۰/۷۱۲
عوامل سیاسی - قانونی	۳۸۴	۳/۰۴	۰/۶۷۱
عوامل اجتماعی - فرهنگی	۳۸۴	۳/۰۵	۰/۶۲۹
عوامل جهانی	۳۸۴	۳/۰۲	۰/۷۱۳

۳- مدل ساختاری

پس از تحلیل و بررسی برازش مدل اندازه‌گیری، در این قسمت به بررسی برازش مدل ساختاری پرداخته می‌شود. در واقع، مرحله دوم در رویه‌ها بهره‌گیری از تحلیل مسیر، ضریب تعیین و شاخص برازندگی مدل می‌باشد. در تحلیل مسیر، روابط بین متغیرها در یک جهت جریان می‌یابند و به عنوان مسیرهای متمایز در نظر گرفته می‌شوند. مفاهیم تحلیل مسیر در بهترین صورت از طریق ویژگی عمده آن، یعنی نمودار مسیر که پیوندهای علی احتمالی بین متغیرها را آشکار می‌سازد، تبیین می‌شوند. مدل ساختاری تحقیق با نرم افزار PLS انجام شد. مدل مفهومی آزمون شده در شکل ۲ ارائه شده است. ضرایب مسیر مدل پس از آزمون آن در جدول زیر نشان داده شده‌اند.



شکل ۲. مدل مفهومی برازش شده در حالت معناداری پارامترها

ضرایب معناداری مسیرهای مدل نشان می‌دهند که آیا فرضیه‌های تحقیق معنی دار هستند یا خیر. همچنین ضرایب استاندارد شده مسیرها بیانگر این امر هستند که چند درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل تبیین می‌شود.

جدول ۴. ضرایب مسیر مدل پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر	آماره t	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
ترویج -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۲۷.۰	۴۳۴.۲۲	۰.۰۰۰	تایید
شواهدفیزیکی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۲۴.۰	۱۷۹.۲۵	۰.۰۰۰	تایید
عوامل اجتماعی-فرهنگی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۰.۹۲.۰	۱۷۷.۱۲	۰.۰۰۰	تایید
عوامل اقتصادی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۲۳.۰	۰.۴۶.۲۵	۰.۰۰۰	تایید
عوامل تکنولوژیکی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۰.۹۷.۰	۶۱۷.۲۳	۰.۰۰۰	تایید
عوامل جهانی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۰.۷۸.۰	۹۰۵.۱۲	۰.۰۰۰	تایید
عوامل سیاسی قانونی -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۰.۹۶.۰	۰.۵۹.۱۳	۰.۰۰۰	تایید
فرآیند -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۳۰.۰	۲۸۱.۲۵	۰.۰۰۰	تایید
قیمت -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۳۳.۰	۳۶۳.۲۳	۰.۰۰۰	تایید
محصول -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۱۵.۰	۱۳۴.۱۸	۰.۰۰۰	تایید
مردم -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۱۴.۰	۸۹۲.۳۱	۰.۰۰۰	تایید
مکان -> توسعه تلویزیون اینترنتی	۱۲۸.۰	۷۹۰.۲۴	۰.۰۰۰	تایید

نتیجه گیری

با گسترش روز افزون فناوری‌های دیجیتالی و شبکه‌های اینترنتی و مخابراتی مبتنی بر ماهواره‌ها، فیبر نوری و سیستم‌های بدون سیستم مانند (وایمکس) و (اینترنت پرسرعت)، تولیدکنندگان محتوای شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی نیز به فکر انتشار این محتوا از طریق بسترهای جدید مانند بستر تلویزیون اینترنتی افتاده‌اند. به همین دلیل، در سال‌های اخیر، این نوع شبکه‌ها رشد شتابانی در دنیا داشته‌اند و به زودی در ایران نیز در دسترس قرار خواهند گرفت. از سوی دیگر، با افزایش ضریب نفوذ اینترنت در ایران، میزان استفاده از تلویزیون‌های اینترنتی نیز افزایش یافته است. با توجه به رویکرد تحقیق که به صورت اکتشافی می باشد، بنابراین دو جامعه تحقیق در این پژوهش وجود دارد. جامعه تحقیق در بخش کیفی شامل ۲۵ نفر اساتید و متخصصین تلویزیون اینترنتی و همچنین خبرگان و فعالان این بخش می باشند که با رویکردهای از قبیل هدفمند، گلوله برفی و اشباع نظری شناسایی شدند. پس از احصاء مدل با تحلیل تم، محقق سعی کرد مخاطبان تلویزیون اینترنتی در شهر اصفهان که در این تحقیق ۳۸۴ نفر انتخاب شده‌اند به مرحله آزمون قرار دهد. لازم به ذکر است که ابزار گردآوری داده‌ها در این پژوهش در بخش کیفی، مصاحبه است و در بخش کمی نیز پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری داده استفاده شد. این ابزارها هم از لحاظ روایی و هم از لحاظ پایایی پیش از گردآوری مورد بررسی و تایید قرار گرفته‌اند. در ادامه به تجزیه و تحلیل آماری شامل دو قسمت آمار توصیفی و آمار استنباطی و همچنین آزمون مدل پژوهش با استفاده از نرم افزار معادلات ساختاری پی‌ال‌اس پرداخته شد و با توجه به نتایج به دست آمده، کلیه فرضیه‌های تحقیق مورد پذیرش قرار گرفت، لذا براساس این نتایج راهکارهای تحت عنوان پیشنهادات کاربردی برای مدیران و مسئولان در زمینه تلویزیون اینترنتی بیان می‌گردد:

با توسعه اینترنت در ایران و بویژه با روند رو به شتاب تحولات سیاسی و اجتماعی شبکه‌های تلویزیونی مبتنی بر اینترنت یا آن لاین تی‌وی‌های ایرانی و فارسی زبان هم رشد گسترده‌ای را تجربه کرده‌اند، بر این اساس می‌توان گفت رسانه ملی در عرصه اطلاع رسانی صوتی و تصویری که تا پیش از این گمان می‌رفت انحصار فناوریانه بلامنازعی دارد، به صورت جدی با چالش مواجه شده است. رسانه ملی باید بتواند با تدوین سیاست‌هایی در زمینه تولید محتوا، همچنان با پوشش صحیح، سریع و دقیق رخدادهای داخلی، به عنوان رسانه اول مخاطبان ایرانی در هر سطح و طبقه‌ای، باقی بماند. اتخاذ سیاست‌های سلبی و مقابله با این نوع شبکه‌ها یا فناوری‌ها، درواقع هدر دادن سرمایه و انرژی است که به جای آن باید با اتخاذ سیاست‌های ایجابی و تولید محتوای مناسب، به سهم مناسبی از محتوای منتشر شده بر روی این شبکه‌ها در فضای وب دست یافت. ضروری است صداوسیما رسانه ملی، با رصد کردن تلویزیون‌های

اینترنتی، به نیازهای جدید مخاطبان فضای سایبر بیندیشد و برنامه‌ریزی‌های لازم را در این زمینه انجام دهد. توجه به این نکته ضروری است که این شبکه‌ها، چه نیازهایی را در مخاطبان و کاربران شناسایی کرده‌اند و برای پر کردن خلأ، چه برنامه‌هایی طراحی کرده‌اند؟ همچنین سازوکارهای مالی و هزینه کرد این شبکه‌ها چگونه است؟ آیا می‌توان با شناسایی نیازهای جدیدی که در بین مخاطبان جوان ایرانی پدید آمده است، در این زمینه اقدام به برنامه‌ریزی کرد؟ شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنتی آخرین حلقه اتصال کاربران به تلویزیون پروتکل اینترنتی هستند. پیشنهاد می‌شود به این بازیگران نیز از ابتدای برنامه‌ریزی و راه‌اندازی این سرویس توجه ویژه‌ای شود تا با کمک آن‌ها بتوان سرویسی در حد مطلوب و با کیفیت خوب به کاربران ارائه داد.

با توجه به یافته‌های پژوهش، به محققین آتی پیشنهاد می‌شود تاثیر فناوری تلویزیون پروتکل اینترنتی را در هتل‌ها، مراکز تفریحی و گردشگری مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. پیشنهاد می‌گردد تاثیر استفاده از تلویزیون پروتکل اینترنتی را بر رضایت بینندگان و استفاده کنندگان این فناوری مورد مطالعه و بررسی قرار دهند. پیشنهاد می‌گردد به بررسی میزان پهنای باند مناسب برای ارائه بهتر خدمات تلویزیون اینترنتی بپردازند. پیشنهاد می‌گردد تاثیر کاربرد تلویزیون پروتکل اینترنتی بر آموزش از راه دور را مورد بررسی قرار دهند.

فهرست منابع

۱. افخمی، حسین. حسام پور، محمد. (۱۳۹۹). چالش‌های تلویزیون ایران در مواجهه با تحولات فناورانه دیجیتال. فصلنامه علمی رسانه‌های دیداری و شنیداری. سال چهاردهم. شماره ۱. پیاپی ۳۳. صص ۱۵۵-۱۱۵.
۲. حاتمی، امیر، روشندل، طاهر، شریفی، مهدی، قلیچ‌لی، بهروز. (۱۳۹۸). بررسی نقش قابلیت‌های فناوری در پیاده‌سازی موفق نوآوری باز در حوزه IPTV سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران. رسانه‌های دیداری و شنیداری. دوره ۱۳. شماره ۲۹. صص ۵۲-۳۱.
۳. خاکی، غلام رضا. (۱۳۸۴). روش تحقیق با رویکرد پایان‌نامه نویسی. چاپ هفتم. تهران: انتشارات بازتاب. ۴۳۰ صفحه.
۴. خلیلی شورینی، سیاوش. (۱۳۸۵). روشهای تحقیق در علوم انسانی. چاپ چهارم. تهران: انتشارات یادواره. ۱۶۰ صفحه.
۵. صادقی، فواد. جمشیدی، مریم. کلانتری، سید عمار. (۱۳۹۱). تجربه‌ی جهانی، مدل گذار از نظام انحصاری به نظام متکثر رادیویی _ تلویزیونی. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. سال دوم، شماره ۱ دوم، صص ۱۲۹-۱۵۳.
۶. مبارکی، محمدحسن. رضائیان، علی. مهرابی، روزا. کلاهی، امیرمحمد. (۱۳۹۱). مفهوم پردازی عوامل زمینه‌ساز در به‌کارگیری گزینه‌های ابتکاری در فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان برتر ایرانی (راهبرد تحقیقی گروه کانونی). فصلنامه توسعه کارآفرینی. شماره ۱۵. ص ۷.
۷. محمدیان، محمود. ندایی، امیر حسین. (۱۳۹۰). راهکارهای بهبود حضور در بازار بین‌المللی فیلم ایران، نشریه هنرهای زیبا - هنرهای نمایشی و موسیقی، شماره ۴۳.
۸. نافع، محمد. اندرواز، لیلا. سعیدرضا. (۱۳۹۹). ارائه مدل ارزش ویژه برند تحت تأثیر فعالیت‌های بازاریابی رسانه‌های اجتماعی. فصلنامه مدیریت کسب و کار. شماره ۴۵. صص ۳۳۴-۳۱۹.

9. Arango, T. (2019). Cable TV's big worry: Taming the web. The New York Times. Retrieved from <http://www.anytimes.com>

10. Huang, Ruochen. Xin. Yun, Weia. Chaoping, Gaoa. Lva, Jiali. Maa, Qiuxia. Baoa. (2018). Data-driven QoE prediction for IPTV service. Computer Communications. V, 118. PP,195-204.
11. Hyung Jo, Jee. Jong Hee, Lee. Shin, Cho. (2020). The characteristics of videos on demand for television programs and the determinants of their viewing patterns: Evidence from the Korean IPTV market, Telecommunications Policy. V, 44. Issue 8.
12. Jang, Hyeong. Yu, Noh, Mi. Jin. (2011). Customer acceptance of IPTV service quality. International Journal of Information Management. V.31. PP,582-592.
13. Kim, Jiwhan. Nam, Changi . Ho Ryu, Min. (2020). IPTV vs. emerging video services: Dilemma of telcos to upgrade the broadband. Telecommunications Policy.V, 44. Issue 4.
14. Li, Mingfu. Chen, Liang-Wei. (2017). Spectrum allocation algorithms for wireless cellular networks supporting mobile IPTV, Computer Communications. V,99. PP,119-127.
15. Nasir, Abdul, Alamgir Khan, Shahzada. (2014). The Impact of Critical IPTV Factors on Customer Satisfaction. Universal Journal of Communications and Network. V,2(4). PP,63-69.
16. Yuan, Ying. Wang, Cong. (2019). IPTV video quality assessment model based on neural network. Journal of Visual Communication and Image Representation. V, 64 .

معیارهای تصمیم‌گیری اخلاقی انسانی مدیران در شرایط پیچیدگی محیطی (مطالعه موردی: سازمان تأمین اجتماعی)

^۱ مهناز سرافراز کاخکی

^۲ محمد رضا ذبیحی

^۳ سید مهدی الوانی

^۴ محمود البرزی

چکیده

بی شک حساس‌ترین فعالیتی که مدیران در هر سازمان انجام می‌دهند، تصمیم‌گیری می‌باشد. اما دنیای امروز، به قدری پیچیده و آشوبناک است که تصمیم‌گیری با مشکلات بسیاری دست و پنجه نرم می‌کند. در محیط‌های پیچیده اطلاعات به سرعت تغییر کرده و گستره وسیعی در بر دارد. نکته قابل‌تأمل در تصمیم‌گیری این است که همیشه این امر موفقیت‌آمیز نیست، یعنی همواره احتمال موفقیت و یا شکست وجود دارد، عوامل زیادی بر توانایی تصمیم‌گیری اثر می‌گذارد. به گونه‌ای که تصمیم‌گیری در دنیای پیچیده امروز به چالشی برای مدیران تبدیل شده است. تعداد شاخص‌های تصمیم‌گیری، تنوع معیارها و انواع روش‌های تصمیم‌گیری کمی و کیفی و لزوم در نظر گرفتن همزمان آن‌ها، اهمیت اثرات و پیامدهای تصمیم و عواملی نظیر آن بر پیچیدگی تصمیم‌ها می‌افزاید. در زمینه معیارهای تصمیم‌گیری اخلاقی انسانی مدیران لازم به ذکر است که شیوه تصمیم‌گیری در نظام اسلامی به صورت اقتضایی و مشارکتی بوده و مبنا در این نظام اصل مهم «شور» می‌باشد.

واژگان کلیدی

تصمیم‌گیری، عوامل موثر بر تصمیم‌گیری، مدل‌های تصمیم‌گیری، پیچیدگی محیطی، سازمان تأمین اجتماعی.

۱. دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
Email: m.sarafraz92@yahoo.com

۲. استادیار گروه مدیریت دولتی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)
Email: m.zabihi@gmail.com

۳. استاد گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
Email: m.alvani@gmail.com

۴. دانشیار گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.
Email: m.alborzi@gmail.com

طرح مسأله

در دنیای پیچیده امروز، تصمیم‌گیری به چالش عظیمی تبدیل شده است. در عصر اطلاعات و عدم قطعیت‌های گوناگون، محیط تصمیم‌گیری برای مدیران محیطی است که سرشار از ابهام و پیچیدگی است. نکته حائز اهمیت در خصوص تصمیم‌گیری در سطح سازمان‌های عمومی این است که اغلب مدیران از تحلیل این که چگونه تصمیم می‌گیرند، ناتوانند (احمدی، ۱۳۸۶).

تصمیم‌گیری اخلاقی نشانگر عمل فرد بر پایه دیدگاه منحصر به فرد وی می‌باشد (رادکلیف، ۲۰۱۱). شاید توجه زیاد به مقوله تصمیم‌گیری اخلاقی به دلیل اعمال و رفتار غیراخلاقی است که در مکان‌های کاری زیاد شده است یا اینکه پیشرفت فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، تغییرات پیوسته و نفس‌گیر و جهانی سازی سبب کاهش مرزهای محیط کاری شده و در نتیجه، این توجه را برجسته‌تر کرده است.

مطالعه در زمینه پیشینه تصمیم‌گیری اخلاقی، نشان از چندوجهی بودن آن دارد. مفاهیم به کار گرفته شده در زمینه مبانی قضاوت‌های اخلاقی افراد برگرفته از دو جنبه است: جوانب فلسفی و روان‌شناسی اخلاقی. با نگاهی به سابقه قضیه، می‌توان دریافت که توجه فلسفه اخلاقی به طور عمده بر سؤال‌هایی در زمینه تعیین درست و نادرست بودن معطوف بوده است. در حالی که تصور می‌شود جنبه روان‌شناسی آن از نظر مختلف به درک تصمیم‌گیری کمک کرده است؛ درکی بر پایه واکنش رفتاری منطقی نسبت به محرک‌های مختلف و از طریق کشف الگوها و فرایندهای فکری افراد در مواجهه با موضوعات اخلاقی. مفاهیمی از هر دو جنبه یادشده برای پی بردن به تصمیم‌گیری افراد در وضعیت‌های اخلاقی مرتبط به زمینه‌های مختلف کاری استفاده شده است که این مفاهیم حوزه‌های عملکردی در سازمان‌ها را در این ارتباط منعکس می‌کند. (سیاهکل رودی و همکاران، ۱۳۹۴)

مدیریت ماشینی شیوه‌ای از مدیریت است که سازمان را در حال ماشینی و ایستا نگاه می‌دارد و ساختار آن را تحکیم می‌بخشد. مدیریت انداموار نیز شیوه‌ای است که کلیه افراد سازمان را به صورت واحدهای زنده و متأثر از یکدیگر در نظر می‌گیرد. اما مدیریت اسلامی شیوه‌ای خاص از مدیریت است که تمامی افراد سازمان را به صورت انسان‌های مسؤول و متأثر از ارزش‌ها با جهت‌دهی نظام ارزشی اسلام در کل سازمان می‌بیند. چنان که از تعاریف فهمیده می‌شود، وجه تمایز مدیریت اسلامی از دیگر نظام‌ها در نظام ارزشی است که نشأت گرفته از جهان بینی الهی می‌باشد؛ کل جهان هستی را به صورت مجموعه‌ای هماهنگ و هدفدار می‌بیند که سنت‌های ربوبی بر آن حاکم است. از سوی دیگر، در این نوع اداره جامعه، شرافت انسانی مد نظر است و قوای نباتی و حیوانی در واقع، زمینه ساز رشد انسانی و کمال معنوی و ابزارهایی

برای رسیدن به درجات بلند و سعادت جاودانی است. بنابراین، باید در تعیین اهداف و خط مشی های سازمان، اصالت را به ارزش های معنوی داد؛ بدین معنا که اسلامی بودن سازمان اقتضا دارد که در حیطه فعالیت آن، اهداف معنوی و هنجارهای مربوط به آن رعایت گردد و نه تنها تأمین منافع مادی موجب پایمال کردن مصالح انسانی نشود، بلکه حتی المقدور سعی بر این باشد که منافع مادی در جهت مصالح انسانی و مقدمه ای برای توسعه و تعمیق بینش های الهی و ترویج شعایر اسلامی قرار گیرد.

شیوه تصمیم‌گیری در نظام اسلامی به صورت اقتضایی و مشارکتی است و اصل مهم «شور» در این نظام مبنا قرار می‌گیرد. ذکر این نکته مهم ضروری است که بیان شود مدیر اسلامی پس از رایزنی و به مشورت گذاردن مسائل و تجزیه و تحلیل آن‌ها و پس از مؤثر دانستن عنصر توکل، خود تصمیم می‌گیرد. بدیهی است که ذکر فرایند تصمیم‌گیری اسلامی در اینجا به ارائه تصویر روشنی از موضوع کمک می‌نماید و از این رهگذر، دستیابی به الگویی در این زمینه آسان می‌گردد. از این رو، اگر مدیران یا رهبران در اتخاذ تصمیم‌گیری، به روند مزبور در فرایند توجه نمایند، از درجه خطرپذیری کم‌تری در جریان کار برخوردار خواهند شد. (شفیعی، ۱۳۷۷).

تا کنون، تحقیقات متعددی در زمینه تصمیم‌گیری و به طور ویژه تصمیم‌گیری فردی که تصمیم‌گیری مدیران در این دسته قرار می‌گیرد، انجام شده است. مطالعه و مرور تحقیقات پیشین نشان داده است که اغلب هر کدام از تحقیقات به بررسی بخشی از عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری پرداخته‌اند. یکی از این سازمان‌های بسیار حساس و پر دغدغه سازمان تأمین اجتماعی می‌باشد. سازمان تأمین اجتماعی، در زمره سازمان‌های عمومی بوده و سازمانی خدماتی است که به لحاظ ماهیت مالی خود از اهمیت بسزایی برخوردار بوده و دارای ریسک‌ها و پیچیدگی‌های بسیاری است. بدیهی است کوچک‌ترین اشتباهات در تصمیم‌گیری در چنین سازمانی به زیان‌های هنگفت و طولانی مدت منجر می‌گردد. اما در این سازمان به دلیل خلأهای بسیار قانونی امکان شناسایی دقیق شرایط وجود ندارد. چنانچه بر همین اساس، تا کنون با ضررهای هنگفتی مواجه شده است. بنابراین مسأله اصلی این است که هم اولویت بندی عوامل مؤثر بر تصمیم‌گیری مدیران کدامند؟ تحقیق حاضر به بررسی انواع مدل‌های تصمیم‌گیری پرداخته و با توجه به شرایط پیچیدگی محیطی انواع عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری مدیران را مورد بررسی قرار داده است و بر اساس ویژگی‌های هر مدل تصمیم‌گیری به بررسی عوامل مؤثر در آن پرداخته و هم چنین اولویت عوامل مؤثر بر مدل تصمیم‌گیری را شناسایی کرده است.

مبانی نظری پژوهش

تصمیم‌گیری

تصمیم به معنای انتخابی خودآگاه است که به شخص این امکان را می‌دهد تا بر اساس امکانات و شرایط ایجاد شده و منابع موجود و طرز تفکر مربوط به مجموعه تحت امر، یک گزینه مطلوب تر را از میان سایر گزینه‌ها انتخاب کرده و اجرا کند (ولیوند زمانی و دیگران، ۱۳۹۱، صص ۱۵-۱۲).

ماسیه (۱۹۸۷) به نقل از سعادت تصمیم‌گیری را طریقه عمل و حرکت در مسیری خاص که آگاهانه بوده و برای رسیدن به یک هدف مطلوب از میان راه‌های گوناگون انتخاب شده است، تعریف می‌کند. در این تعریف سه مفهوم اصلی وجود دارد. انتخاب راهی از میان راه‌های گوناگون، تجزیه و تحلیلی که منجر به انتخاب راه می‌شود و در نهایت قصد و نیتی که برای رسیدن به یک هدف خاص وجود دارد (سعادت، ۱۳۷۲، ص ۱). تصمیم‌گیری گام اساسی در بسیاری از برنامه‌های مهم سازمان مانند مدیریت، برنامه ریزی مالی، ارزیابی و ارائه محصول می‌باشد. در بسیاری از موارد تصمیم‌گیری به منظور انتخاب یک یا چند اولویت از میان اولویت‌های با رتبه بالا در انتخاب است (چن و دیگران، ۲۰۱۲). بنابراین تصمیم‌گیری فرایندی است که برای حل مسئله و یا انجام فعالیتی در بین سایر فعالیت‌ها به انتخاب دست می‌زنیم. اهمیت تصمیم‌گیری به اندازه‌ای است که برخی نویسندگان سازمان را شبکه تصمیم‌گیری و مدیریت را عمل تصمیم‌گیری تعریف کرده‌اند (اکرامی و دیگران، ۱۳۸۹). به طور کلی معیار تصمیم‌گیری، ارزیابی گزینه‌هاست. معیارهای ارزیابی معمولاً دیدگاه‌های اقتصادی و غیر اقتصادی است و اگر یکی از گزینه‌ها در ظاهر، از همه جهات برتر باشد، درباره تصمیم‌گیری به بحث نیست (ساتو، ۲۰۱۴). به عبارت دیگر تصمیم‌گیری پاسخی به یک فرایند استنباطی و ارزیابی بوده و متشکل از فرایندهای شناخت، استدلال و انتخاب است (کیست و تولر، ۲۰۰۹، ص ۴). پایه و اساس تصمیم‌گیری دانش است، اما نکته قابل تامل تناقض و بحث برانگیز بودن دانش می‌باشد. دانش در انواع تصمیمات و خط‌مشی‌های مورد نیاز روشن‌کننده راه بوده و به وسیله بررسی روش‌های مختلف متناسب با نیازها که فرموله و بیان شده است، می‌توان از آن استفاده کرد (اوبرین، ۲۰۱۴). با توجه به تعریف فوق می‌توان گفت: تصمیم‌گیری فرایندی ذهنی بوده که باید علاوه بر مهارت‌ها، بر آگاهی مناسب از مفاهیم، اصول و متون پایه تکیه کرد. هم‌چنین نیازمند عنصری به نام خطرپذیری است که عواملی نظیر قضاوت تصمیم‌گیرنده، تحصیلات، سبک شخصیتی، معلومات اجتماعی اقتصادی، ارزش‌ها و تجربیات آن را تحت تاثیر قرار می‌دهند (بهرامی، ۱۳۹۲، صص ۳۱-۳۰).

پیچیدگی محیطی

پیچیدگی جهان در تضاد با سادگی قوانین فیزیکی قرار دارد. واقعیت ساده ولی به شدت تکان دهنده این است که جهان بسیار بغرنج تر از آن است که ذهن محدود انسان بتواند آن را درک کند. (ماکوئی، ۱۳۸۲) سیستم پیچیده، سیستمی است که اعضای آن به هم وابسته بوده و به صورت یک کل واحد دیده می‌شوند. این سیستم‌ها دارای تعداد زیادی عضو بوده که همواره در تعامل با یکدیگر هستند. با توجه به ارتباطات موجود بین اعضا و وابستگی آنها به یکدیگر، امکان ساده‌سازی سیستم وجود ندارد و نمی‌توان اجزا را از سیستم جدا کرده و آنها را به طور مستقل مورد بررسی قرار داد. به دلیل وجود تعداد زیاد اعضا و حجم گسترده ارتباطات هایی که بین اعضا وجود دارد، الگوهای رفتاری به طور خودجوش پدیدار می‌شوند. از آنجایی که این سیستم‌ها بخشی از محیط هستند، هرگونه رفتارشان روی محیط پیرامون اثر گذاشته و باعث تغییر محیط می‌شود. تغییر محیط از طریق اعضا حس شده و باعث تغییر رفتار بعدی آنها می‌گردد. این تغییر محیط و تغییر رفتار اعضا در پاسخ به تغییرات محیطی، یک چرخه تکراری در سیستم است.

از جمله ویژگی‌های سیستم‌های پیچیده می‌توان موارد ذیل را نام برد:

✓ این سیستم‌ها غیر خطی و پویا بوده، یک نقطه تعادل ثابت نداشته و رفتارها در چنین سیستم‌هایی تصادفی و آشوبناک است.

✓ سیستم‌های پیچیده متشکل از اجزای مستقلی هستند که رفتار آن‌ها می‌تواند به جای آن که یک رفتار پویای سیستمی دیکته شده در نظر گرفته شود، مبنای فیزیکی و قوانین اجتماعی آن‌ها را توصیف کند.

✓ نیازها و تمایلات اجزای تشکیل دهنده در قوانین آن‌ها منعکس شده است. اما این قوانین همگن نبوده و بنابراین اهداف و رفتار اجزا با یکدیگر در تعارض است و این تعارضات یا رقابت‌ها در نهایت منجر به انطباق رفتار عوامل تشکیل دهنده با یکدیگر می‌شود.

✓ عوامل و اجزای تشکیل دهنده سیستم، هوشمند بوده و از آزمایش و تجربه یاد می‌گیرند و بر این اساس رفتار خود را تغییر می‌دهند. بنابراین رفتار سیستم در کل، در طول زمان تغییر می‌کند.

✓ انطباق و یادگیری منجر به خودسازماندهی و ظهور الگوهای رفتاری جدید در سیستم می‌شود که ماهیت چنین رفتارهای نوظهوری ممکن است طیفی از نوآوری‌های ارزشمند را در رویدادهای فاجعه آمیز به وجود آورد.

✓ در چنین سیستم‌هایی، هیچ نقطه یا نقاط کنترلی وجود ندارد. سیستم‌های رفتاری اغلب غیرقابل پیش‌بینی و غیر قابل کنترل بوده و هیچ عاملی آن‌ها را بر عهده نمی‌گیرد. (مک‌درموت و دیگران، ۲۰۱۳)

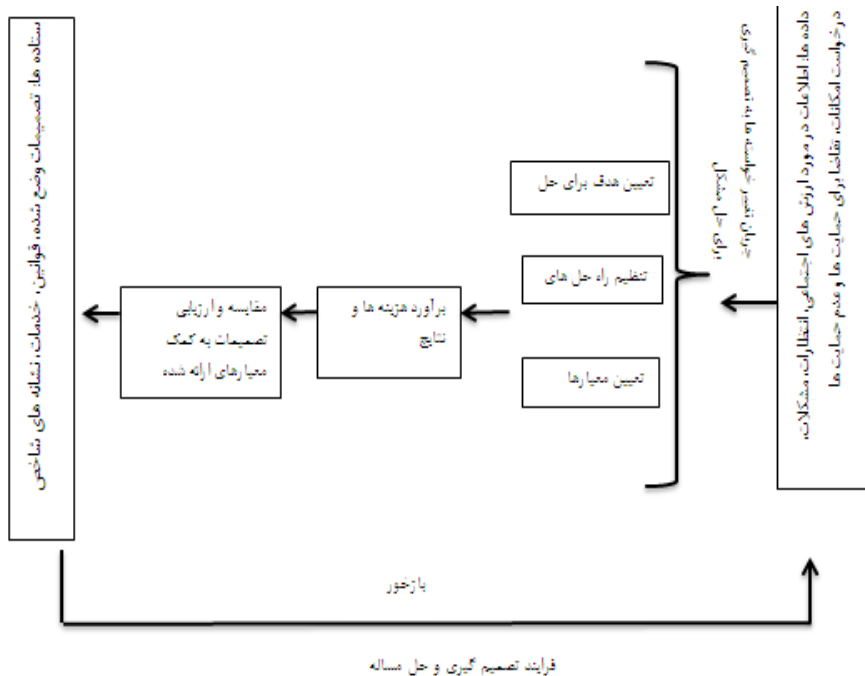
الوانی در زمینه ابهام در تصمیم‌گیری عمومی بیان می‌کند که در شرایط پیچیدگی، بی‌نظمی و بی‌ثباتی محیط، ابهام به سه شکل بروز می‌کند: اولین ابهام در تعیین صریح و روشن اولویت‌ها است. اولویت‌های تصمیم‌گیرندگان غالباً مشخص نیستند و در هاله‌ای از ابهام فرو رفته‌اند. اولویت‌ها اغلب پس از اتخاذ تصمیم مشخص می‌شوند و در آغاز تصمیم‌گیری نامشخص، نامنسجم و متغیرند. دومین ابهام در روابط علت و معلولی است و تصمیم‌گیرندگان و مدیران آگاهی و شناخت خود را در این زمینه از طریق آزمون و خطا به دست می‌آورند و هیچ‌گاه نمی‌توانند علت اصلی را مشخص کنند. سومین ابهام ناشی از شرایط و توانایی و نحوه مشارکت اعضای دخیل در فرایند تصمیم‌گیری است. آنان با توجه به علایق، نیروها و زمانی که در اختیار دارند به جرگه تصمیم‌گیری می‌پیوندند و از آن جدا می‌شوند. بنابراین پیش‌بینی این امر که چه کسانی واقعا در تصمیم‌گیری مشارکت دارند بسیار دشوار است. (الوانی، ۱۳۹۱، ص ۱۲۹)

انواع مدل‌های تصمیم‌گیری

الگوهای تصمیم‌گیری به طور کلی به دو دسته الگوهای توصیفی و الگوهای هنجاری تقسیم می‌شوند. الگوهای توصیفی واقعیت‌ها را ترسیم و توصیف می‌کنند اما الگوهای هنجاری بایدها را مطرح می‌کنند. برای تجسم هنجارها و بایدها، باید الگو را ترسیم و توصیف کرد و بعد به کارها پرداخت. از سوی دیگر از الگوهای توصیفی یک سری استنباط‌ها به دست می‌آید که یک مقدار بایدها را طلب می‌کند، یعنی می‌توان از الگوهای توصیفی و هنجاری به طور همزمان استفاده کرد. (حکیمی‌پور، ۱۳۷۷، ص ۳۲) الگوهای مورد استفاده در تصمیم‌گیری انواع گوناگونی دارند که در ادامه به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

الگوی سیستمی تصمیم‌گیری

تصمیم‌گیری در قالب سیستم، حاصل داده‌های محیطی و جریانی است که راه حل‌هایی را بر اساس مشکلات دریافتی ارائه می‌دهد. شکل‌گیری تصمیم در این مدل، اثر محیط‌های مختلفی است که سیستم مذکور را از هر سو احاطه کرده است. فرایند تصمیم‌گیری سیستمی و حل مشکل در شکل نشان داده شده است. داده‌ها شامل اطلاعات مربوط به انتظارات، محدودیت‌ها، توقعات، درخواست امکانات و تقاضا برای حمایت‌ها می‌باشد. سپس با تعیین هدف و با توجه به یک سری معیارها، راه حل‌هایی برای رفع مشکل ارائه می‌گردد. با برآورد سود و هزینه و مقایسه راه حل‌ها، تصمیم‌نهایی به عنوان ستاده‌ها از سیستم خارج می‌شود.



شکل ۱. فرایند تصمیم‌گیری سیستمی (رزقی رستمی، ۱۳۸۸، ص ۳۱)

الگوی تصمیم‌گیری مرحله‌ای یا شیوه تغییرات جزئی

الوانی و دانائی فرد (۱۳۸۰) شیوه دیگری از تصمیم‌گیری را مطرح می‌نمایند. در تصمیم‌گیری به شیوه تغییرات جزئی و تدریجی، تصمیم‌ها و راه‌حل‌های جدید، با اندک تغییراتی در تصمیم‌های قبلی اتخاذ می‌گردد. یعنی به جای آن که تمامی موارد ممکن را در نظر بگیرند و نتایج همه آن‌ها را با هم مقایسه کنند، چند راه که در گذشته سابقه‌ای دارد را در نظر می‌گیرند و با اندک تغییراتی در آن‌ها تصمیمی جدید اتخاذ می‌کنند. از مزایای تصمیم‌گیری به شیوه تغییرات جزئی و تدریجی می‌توان به این موارد اشاره نمود: تصمیم‌گیری سریع، ساده و مقرون به صرفه است، میزان مخاطرات تصمیم‌گیری کاهش می‌یابد، با انجام تغییر جزئی در تصمیم قبلی، تصمیم جدید اتخاذ می‌شود، امکان ارزیابی و اصلاح تصمیم‌ها ساده است. از انتقادات وارده به این مدل می‌توان به این موارد اشاره کرد: استفاده از این مدل خلاقیت را کم می‌کند، تمایل به اتخاذ تصمیم‌های اساسی را کاهش می‌دهد، در شرایط متغیر و متحول کاربرد ندارد، در مورد مسائل جدید و فاقد سابقه قبلی کاربرد ندارد، اگر نقصی در تصمیم‌های گذشته باشد، رفع نشده باقی می‌ماند (رزقی رستمی، ۱۳۸۸، صص ۳۳-۳۱).

مدل واترمن و پیترز

واترمن و پیترز در تحلیل خود از شرکت‌هایی که خوب اداره می‌شوند، متوجه شدند که فرایند تصمیم‌گیری این شرکت‌ها همواره بر یک مدل منطقی استوار نیست. در واقع آنها به این نتیجه رسیدند که مدل منطقی و تأکید بر تحلیل کمی که جزء جدا نشدنی آن است، در شرکت‌های مورد مطالعه به صورت‌های زیر اثرات غیرکنشی داشته است:

✓ در برداشت منطقی نوعی تعصب محافظه‌کارانه نهفته است که به لحاظ قائل شدن اولویت درباره افزایش درآمد، به تقلیل هزینه تمایل دارد.

✓ هرگاه موضوع را عمیق‌تر بررسی کنیم، مدل عقلایی می‌تواند به یک فلسفه انتزاعی و بی‌رحم تبدیل شود.

✓ در بیشتر مواقع برداشت منطقی بسیار محدود، نتیجه منفی دارد.

✓ برخی از وجوه عقلایی برای بررسی‌های تجربی ارزش قائل نیست و هر فردی را که اشتباه کند یا با شکست روبرو شود، بازخواست می‌کند.

✓ فضای ضد تجربی که مدل عقلایی ایجاد کرده موجب پیچیدگی شدید و عدم انعطاف‌پذیری شده است.

به علاوه واترمن و پیترز یادآور می‌شوند که مدل منطقی با مشکلات دیگری نظیر تأکید بر ساخت رسمی به جای ساخت غیررسمی، کم‌اهمیت دانستن ارزش همکاری و تشدید رقابتی داخلی، روبه‌رو است. واترمن و پیترز به این نتیجه رسیدند که برای مقابله با این مشکلات، شرکت‌های دارای مدیریت خوب برای خودشان با توجه به این ویژگی‌ها و راهبردها مدل‌های عقلایی تدوین کرده‌اند: سیال بودن، اندازه نگه داشتن، آزمایش تجربی، سرعت و تعداد.

مدل تصمیم‌گیری مبتنی بر فرهنگ

این مدل دلالت بر دخالت داشتن هنجارهای دوره‌ای یا ادواری دارد و به دو صورت (معاصر یا نوین) و (سنتی یا دیرین) بررسی می‌شود. تحولات معمولاً با هم تداخل دارند و ثابت نیستند، بنابراین نمی‌توان برای فرهنگ ابتدا و انتهای قائل شد. از آنجا که گاه هنجارهای پایدار در جامعه دگرگونی اساسی می‌یابد، حدی برای فرهنگ معاصر و فرهنگ دیرین مشخص شده است و این حد برای تصمیم‌گیری در نظر گرفته می‌شود. همچنین به دلیل آن که شرایط زنده و متغیر محیطی در تصمیم‌گیری اثر می‌گذارد نمی‌توان زمان را خیلی به عقب برد. منبع تصمیم‌گیرنده یا برای فرهنگ رایج تصمیم‌می‌گیرد یا بر خلاف آن، که در هر صورت با آگاهی انجام می‌گیرد. در یک تصمیم جامع، تلفیقی از برنامه و فرهنگ در نظر گرفته می‌شود. لازم به ذکر است فرهنگ بیشتر بعد زمانی دارد تا مرز و قلمرو محیطی و در بررسی‌ها بیشتر به ادواری بودن فرهنگ توجه می‌شود. به بیان دیگر قلمرو محیطی تابعی از بعد زمانی است و در مرحله

دوم قرار دارد. قوت تصمیم تا حد زیادی متأثر از فرهنگ تصمیم گیرندگان است (شیخی نژاد، ۱۳۸۷).

مدل تصمیم‌گیری مقطعی

یکی از مدل‌های مورد استفاده در فرایند عقلایی خط مشی‌گذاری، مدل تصمیم‌گیری مقطعی با اجرای هم‌زمان است. هنگامی که اطلاعات و آمار در مورد پدیده جدیدی وجود نداشته باشد و ملزم به اتخاذ تصمیم در آن زمینه باشیم، از مدل مقطعی با اجرای هم‌زمان استفاده می‌کنیم. در پاره‌ای موارد به علت نبودن موضوع مورد نظر کار اخذ تصمیم در گرو اجرای بخشی از عملیات و جمع‌آوری اطلاعات حاصل از آن است. در مدل مقطعی با اجرای هم‌زمان، بخشی از عملیات شقوق ممکن به طور هم‌زمان اجرا می‌شود و بر اساس اطلاعات حاصل از آن، کمبودهای اطلاعاتی و تصمیم‌گیری برای مقطع بعدی انجام می‌پذیرد. این نوع تصمیم‌گیری را از آن روی مقطعی نام نهاده‌اند که یک دوره یا مقطعی از عملیات، ضمن آن اجرا می‌شود و انتخاب بر اساس نتایج حاصل از این اجرا، صورت می‌پذیرد. (الوانی، ۱۳۹۱، ص ۷۶)

مدل فرایند برای تصمیم‌گیری

این مدل از چهار مرحله تشکیل شده است که عبارتند از:

- ◀ مرحله جستجوی اطلاعات شامل مشاهده واقعیت، فهم مساله / فرصت، دریافت اطلاعات مورد نیاز.
- ◀ مرحله طراحی شامل توسعه معیارهای تصمیم، توسعه گزینه‌های تصمیم، شناسایی رویدادهای غیر قابل کنترل مرتبط، مشخص کردن روابط میان معیارها، گزینه‌ها و رویدادها.
- ◀ مرحله انتخاب شامل ارزیابی منطقی گزینه‌های تصمیم، توسعه راهکارهای پیشنهادی که بیشترین تطابق را با معیارهای تصمیم دارند.
- مرحله پیاده‌سازی شامل تامل روی تحلیل‌ها و ارزیابی‌های تصمیم، بررسی عواقب راهکارهای پیشنهادی، حصول اعتماد به تصمیم، توسعه برنامه پیاده‌سازی، گردآوری منابع مورد نیاز، به اجرا در آوردن برنامه پیاده‌سازی. (ایمانی پور، ۱۳۹۳)

مدل تصمیم‌گیری دفت

این مدل از پنج مرحله تشکیل شده است که عبارتند از:

- ◀ مشخص کردن مساله، مشکل یا فرصت: بر اساس گفته‌های هارولد لویت (۱۹۵۸) تصمیم‌گیرندگان (مدیران) باید دارای قابلیت‌های بخصوصی برای تصمیم‌گیری باشند. فقط شناسایی مساله کافی نیست، بلکه شناسایی عوامل به وجود آورنده آن نیز دارای اهمیت فزاینده‌ای است، زیرا منجر به گسترش گزینه‌ها می‌شود.

◀ طراحی گزینه‌های مختلف: یک مساله (مشکل) را می‌توان از راه‌های مختلفی حل کرد. پس از شناسایی مساله (مشکل)، تصمیم‌گیرنده باید گزینه‌های مختلفی معرفی کرده از بین آن‌ها تصمیم گیرد. یکی از مهم‌ترین دلایل شکست سازمان‌ها در تصمیم‌گیری، محدود کردن جستجو برای یافتن گزینه‌هاست.

◀ ارزیابی گزینه‌ها: پس از معرفی گزینه‌ها، باید به بررسی مزایا، معایب، ضعف‌ها، و قوت‌های آن‌ها پرداخت و حتی فهرستی از آن‌ها تهیه کرد. این فهرست باید شامل ریسک‌ها و سودهای احتمالی انتخاب هر گزینه باشد.

◀ انتخاب یک گزینه و اجرای آن: پس از ارزیابی همه‌ی گزینه‌ها، باید از بین آن‌ها انتخاب کرد. بهترین گزینه، گزینه‌ای نیست که بیشترین مزایا را داشته باشد، بلکه تصمیمی است که بتوان آن را به خوبی اجرا و به عمل تبدیل کرد.

◀ ارزیابی تصمیم: هیچ فرآیند تصمیم‌گیری کامل نیست مگر آن که تصمیم‌نهایی در محیط واقعی اجرا شده و بازخورد‌های لازم از محیط دریافت شود تا تغییرات لازم اعمال شوند. (ایمانی پور، ۱۳۹۳)

تصمیم‌گیری باوربنیاد

به طور خاص، تصمیم‌گیری باوربنیاد به اولویت انتخاب یک اقدام نسبت به دیگری (یا دیگران) در مواقعی ارتباط دارد، که دانش ما درباره نتایج و پیامدهای ممکن بدیل‌ها غیرقطعی و غیرآشکار باشد یا فرض‌های قبلی بسیار قوی درباره این امر وجود دارند که چگونه اقدامات که باید انجام شوند منجر به کسب نتایج قطعی می‌گردند. نظریه تصمیم‌گیری باوربنیاد نیاز به ملاحظه و مشاهده نزدیک دارد زیرا بسیاری از گزینه‌هایی که فرد خارجی غیرمنطقی می‌داند ممکن است با نگاه از منظر تصمیم‌گیرنده‌ای با نظام باور از پیش موجود، بهتر درک شوند. سرانجام، مهم‌ترین نکته آن است که، تصمیم‌گیری باوربنیاد با ساختارهای مغزی ارتباط دارد و ممکن است قابل پایش به هنگام و واقعی، و شاید حتی اصلاح، از طریق استفاده از ابزارهای علوم اعصاب باشد. هنگامی که از افراد خواسته می‌شود تصمیم‌های باوربنیاد بگیرند، آن‌ها گرایش به موارد زیر دارند:

✓ ارزیابی استدلال‌های پشتیبانی از باورهای موجود با دقت کمتر

✓ جست‌وجوی شواهد تاییدکننده به جای متناقض با باورهای فعلی.

تصمیم‌گیری باوربنیاد سه فرصت کلیدی را مطرح می‌سازد:

- تصمیم‌گیری باوربنیاد یک فرآیند مهم است که در محیط‌های سخت رخ می‌دهد و می‌تواند پیامدهای عمیقی برای بهینه‌سازی رفتار و نتیجه داشته باشد. براین اساس، درک این تصمیم‌گیری و بخش‌بندی آن یک فرصت مهم علوم اعصاب است.

- تحقیق در مورد تصمیم‌گیری باوربنیاد از این ایده پشتیبانی می‌کند که شمار کمی از سیستم‌های مغزی توزیع شده مسئول پردازش باورها هستند که در انتخاب اقدامات مطلوب یا نامطلوب نقش دارند. این سیستم‌های مغز را می‌توان در طی آموزش یا آماده‌سازی برای بهینه‌سازی تصمیم‌گیری به شیوه همزمان ۱. پایش ۲. به طور بالقوه بخشبندی یا اصلاح کرد.
- تحقیق در حوزه درک و به کارگیری باوربنیاد را می‌توان به دوره زمانی نزدیک (انتظار می‌رود نتایج کاربردی آن ظرف پنج سال مورد استفاده قرار گیرند)، میان مدت (۱۰ سال) و بلندمدت (۱۰ تا ۲۰ سال) تقسیم کرد.

در دوره زمانی نزدیک، می‌توان به شناسایی مواردی پرداخت که افراد تصمیم‌های نامطلوب و باوربنیاد می‌گیرند که منجر به عملکرد پایین‌تر از سطح بهینه می‌شود. در دوره میان مدت، توسعه ابزارهای آموزش به افراد این امکان را می‌دهد که بدانند چه موقع در حال اتخاذ تصمیم‌های غیربهینه و باوربنیاد هستند. در بلندمدت، پایش (و به طور بالقوه بخش بندی) همزمان سیستم‌های مغز در تصمیم‌گیری غیربهینه و باوربنیاد سهم دارند. به نظر نمی‌رسد ابزارهای تحقیقاتی همچون تحریک مغناطیسی میان جمجمه‌ای و اف ام آرآی همزمان دارای کاربرد واقعی در میدان عملیاتی باشند اما می‌توان به عنوان ابزارهای آموزش افرادی که تصمیم‌هایی با تاثیرگذاری و ریسک بالا می‌گیرند، از آن‌ها استفاده کرد. (علیزاده، منزوی، ۱۳۸۹، صص ۱۱۱-۱۰۴)

الگوی تصمیم‌گیری فردی

- میرمحمدی در یک تقسیم‌بندی الگوی تصمیم‌گیری را به سه دسته تقسیم نموده است:
- تصمیم‌گیری عقلایی
- الگوی اداری تصمیم‌گیرنده
- تصمیم‌گیری شهودی
- یک الگوی اصولی از تصمیم‌گیری در سازمان توسط انسان اقتصادی تشریح شده است. این الگو مبتنی بر پیش فرض‌های زیر است:
- مساله روشن و بدون ابهام می‌باشد: به این معنی که تصمیم‌گیرنده اطلاعاتی کاملی در مورد موضوعی که میخواهد برای آن تصمیم بگیرد، دارد.
- گزینه‌ها و نتایج آن‌ها همگی شناخته شده هستند: به این نکته اشاره دارد که تصمیم‌گیرنده نسبت به تمام گزینه‌های ممکن آگاهی دارد.
- ترجیح‌ها و نیازها روشن، شناخته و غیر قابل تغییر هستند: به این موضوع اشاره دارد که تصمیم‌می‌تواند احتمال هر گزینه را محاسبه کند.

• به بیان دیگر، الگوی عقلانی مبنی بر این پیش فرض است که مدیران هنگام تصمیم‌گیری، بهینه‌سازی می‌کنند و بهینه‌سازی شامل حل مساله با یافتن بهترین گزینه بر اساس پیش فرض‌های فهرست شده می‌باشد.

• الگوی اداری تصمیم‌گیرنده توصیفی است و چگونگی تصمیم‌گیری در عالم واقع را تشریح می‌تواند. پیش فرض این الگو آن است که تصمیم‌گیرنده کاملاً عقلانی عمل نمی‌کند، بلکه عقلانیت را فقط در محدوده‌ای اعمال می‌نماید که توسط زمینه تحمیل شده یا از طریق ادراک از گزینه و توان استفاده از الگوی تصمیم و مانند آن‌ها به دست آمده است. این مطلب همان مفهوم عقلانیت محدود را در بر می‌گیرد. در حالی که هدف الگوی انسان اقتصادی، خوب تعریف شده است ولی هدف الگوی اداری می‌تواند با دریافت شواهدی از موفقیت یا شکست تغییر یابد. الگوی اداری تصمیم‌گیرنده بر پیش فرض‌های زیر استوار است:

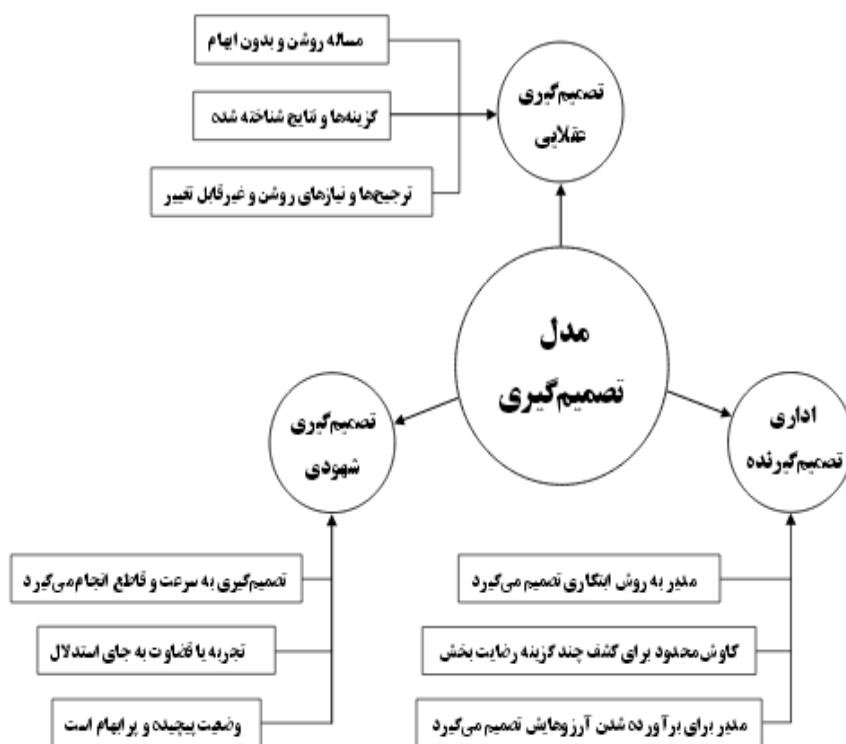
• مدیر برای برآورده شدن آرزویش تصمیم می‌گیرد: یعنی اینکه مدیر، اولین گزینه رضایت بخش که به اهداف و آرزوهایش نزدیک تر است را انتخاب می‌کند.

• کاوش محدودی برای یافتن چند گزینه رضایت بخش انجام می‌شود: به این معنی که تصمیم‌گیری بدون مشخص کردن همه گزینه‌ها انجام می‌شود.

• مدیر به روش ابتکاری تصمیم می‌گیرد: مفهوم پیش فرض سوم این است که مدیر از اصول انتخاب عقلانی استفاده نمی‌کند و برای دستیابی به نتیجه از روش‌های ابتکاری استفاده می‌نماید.

• تصمیم‌گیری شهودی: شهود به معنی دانستن غریزی بدون استفاده از فرایندهای عقلایی است. به عبارت دیگر، یک حس درباره چیزی است که به سادگی نمی‌تواند توضیح داده شود و یا اثبات شود. در روش شهودی به موضوع تصمیم به صورت یک کل یکپارچه نگاه می‌شود که در آن یک مساله دریافت می‌شود و قضاوت یا تصمیم بلافاصله پدیدار می‌گردد. این تصمیم‌های آنی ترکیب و تلفیقی است از داده‌های دریافتی از موضوع، شرایط محیطی، آگاهی، تجربه و آن‌چه که بدان خرد عملی گفته می‌شود. برخی از صاحب‌نظران، مولفه‌های کلیدی شهود را به این ترتیب تشریح کرده‌اند:

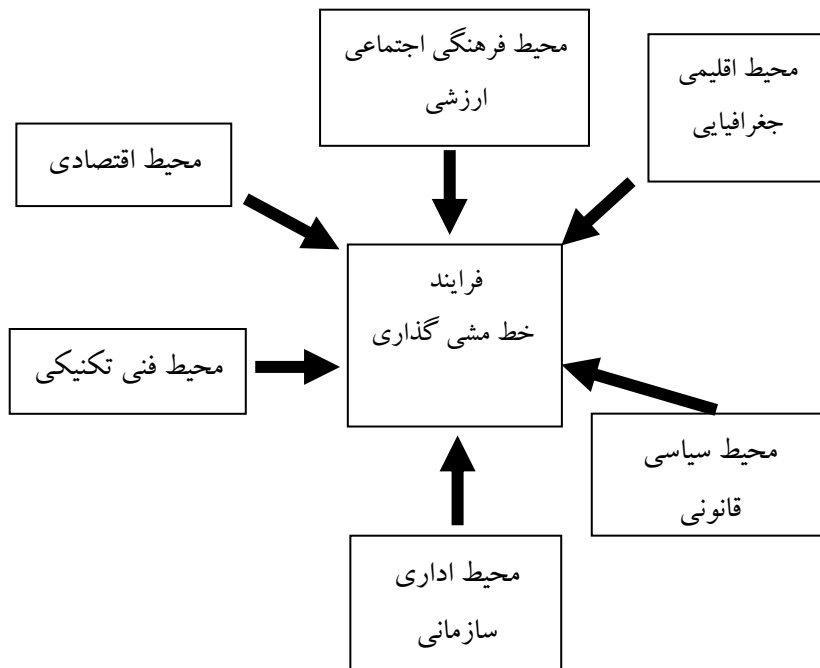
- وضعیت پیچیده و پرابهام
- تجربه یا قضاوت به جای استدلال
- تصمیم‌گیری سریع و قاطع (مشهدی حاجی علی و دیگران، ۱۳۹۲).



شکل ۲. الگوی تصمیم‌گیری فردی (مشهدی حاجی علی و دیگران، ۱۳۹۲)

الگوی اقتضایی

الگوی اقتضایی که برگرفته از نگرش سیستمی است ما را از اتکا به یک روش خاص در خط مشی‌گذاری به عنوان تنها روش مناسب و مطلوب بر حذر می‌دارد و شرایط و موقعیت را عامل تعیین‌کننده‌ای در انتخاب شیوه مطلوب خط مشی‌گذاری می‌داند. با استفاده از الگوی اقتضایی خط مشی‌گذاران امکان می‌یابند تا با بهره‌گیری از کلیه شیوه‌ها و الگوهای موجود و با توجه به شرایط و موقعیت‌های محیطی، بهترین و مناسب‌ترین روش را برگزینند و به کمک آن به انتخاب و وضع خط مشی بپردازند (الوانی، ۱۳۹۱، ص ۱۷۹).



شکل ۳. محیط‌های موثر بر فرایند خط‌مشی‌گذاری (الوانی، ۱۳۹۱، ص ۱۸۰)

مدل تصمیم‌گیری مبتنی بر تعصبات فرهنگی و شخصیتی

توانایی این مدل در این موضوع است که پیش‌فرض‌های رفتار انسانی در آن در نظر گرفته شده است. بهره‌مندی از این مدل امکان آموزش و یادگیری افراد و دوری جستن از خطاهای فردی تصمیم‌گیری را فراهم می‌آورد. برخی از این تعصبات فردی عبارتند از: تمایل به تصمیم‌گیری تنها بر مبنای شواهد موجود در دسترس، تعصب تأیید و به دنبال شواهد پشتیبانی‌کننده از یکسری فرضیات، تمایل به واکنش مخالف با یک پدیده و موضوع، بی‌عدالتی در سطوح مختلف پیچیدگی به طور مثال تصمیم‌گیری بر اساس حافظه، تعصب در پردازش شناختی.

مدل تصمیم‌گیری استراتژیک مینزبرگ (۱۹۷۶) و نوردرهان (۱۹۹۵)

این مدل فرایندی شش مرحله‌ای دارد که در ذیل به آن‌ها اشاره شده است:

◀ شناسایی: (اسمیرسیچ و اشتوبارت، ۱۹۸۵) به نقل از ایمانی پور در این خصوص اشاره دارد که در نخستین مرحله فرایند تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیرنده متوجه نشانه‌های ضعیف و تفاوت بین حالت مطلوب و حالت موجود می‌شود و فرد در می‌یابد که لحظه مهم فرا رسیده باید تصمیم‌گیری کند. تفسیر اولیه نشانه‌های محیطی نقش مهمی در تصمیم‌گیری دارد. تصمیم‌گیرنده‌ها اغلب نشانه‌ها را به دو شکل فرصت و تهدید می‌بینند. تفسیر کارآفرینان وقتی که

نشانه‌ها را کشف می‌کنند با دیگران متفاوت است.

◀ فرموله بندی: (نات، ۱۹۹۳) به نقل از ایمانی پور عنوان کرده است که فرموله کردن مسایل پس از کشف آن‌ها اهمیت زیادی داشته، فرآیند و این که چه کسانی درگیر فرآیند هستند را تعیین می‌کند.

چگونگی فرموله بندی مسایل علاوه بر شرایط و موقعیت‌ها به خود فرد هم بستگی زیادی دارد. در سازمان‌ها این که مساله را چه کسی برای نخستین بار شناسایی کرده مهم و در بیان آن تاثیر گذار است و چگونگی فرموله بندی مدیر فروش با مدیر تولید تفاوت زیادی دارد.

◀ جستجو: مارچ (۱۹۶۳) بیان کرده است که ارایه راه حل‌های متفاوت پس از جستجو انجام می‌شود. جستجو در نخستین مراحل در جاهای قابل دسترس و در منابع شناخته شده انجام می‌شود.

بر اساس گزینه‌های یافته شده در این مرحله راه حل‌ها در سه دسته کلی تدوین می‌شوند:

- حاضر و آماده که بر اساس راه حل‌های موجود در محیط انتخاب می‌شوند.
- اصلاح شده که بر اساس اعمال تغییرات اندک و اصلاحات در راه حل‌های موجود تدوین می‌شوند.
- طراحی شده که از قبل وجود نداشته به طور اختصاصی برای مسایل و مشکلات پیش رو طراحی می‌شوند.

◀ برآورد: بر اساس گزینه‌هایی که تا کنون طراحی شده، تصمیم گیرنده مزایا (منافع مالی به دست آمده، زمان ذخیره شده، خلاقیت ایجاد شده و رضایت مشتری) را با زبان‌های احتمالی (مشکلات ایجاد شده ی پیش بینی نشده و هزینه‌های اضافی) مقایسه کرده دست به انتخاب می‌زند.

◀ انتخاب: مینزبرگ (۱۹۷۶) اشاره می‌کند که انتخاب می‌تواند بر اساس سه گزینه مختلف صورت گیرد:

- قضاوت: تصمیم گیرنده تصمیمی می‌گیرد که شاید خود به خوبی نتواند آن را توصیف کند.
- چانه زنی: تصمیم گیری در گروهی انجام می‌شود که اهداف افراد در آن با هم در تضاد است.

- تحلیل: مدیر تصمیم گیرنده اصلی و نهایی است.

➤ پیاده سازی: (هریسون، ۱۹۸۷) در این خصوص بیان می‌کند که زمانی که تصمیم گرفته شد، عملیاتی کردن آن است که بیشترین تاثیر را بر سازمان از نظر زمان، انرژی و منابع

دارد. (ایمانی پور، ۱۳۹۳)

روش پژوهش

تحقیق حاضر اکتشافی و از نوع کاربردی است. از نظر شیوه اجرا و جمع‌آوری داده‌ها پژوهشی از نوع آمیخته (کمی و کیفی) است و از روش تحلیل محتوی، برگزاری پانل خبرگان و استفاده از روش پرسشنامه AHP بهره‌برداری شده است. بنابراین در انجام این پژوهش مراحل زیرانجام شده است:

- مرحله اول: مطالعه ادبیات تصمیم‌گیری، پیچیدگی محیطی و انواع مدل‌های تصمیم‌گیری برای شناسایی شاخص‌های اصلی مورد بحث در پانل خبرگان. برای دستیابی به اطلاعات مورد نیاز از گردآوری اطلاعات مکتوب به روش جست‌وجو در اسناد و مدارک رسمی، پایگاه‌های داده، و کتابخانه‌ها استفاده شد. بنابراین استفاده از فیش برداری یکی از روش‌های گردآوری داده‌ها در تحقیق حاضر است. در نهایت شاخص‌های مورد بحث در قالب جدول‌های زیر به عنوان چارچوب اولیه تهیه گردید:

۱- جدول (۱): ویژگی‌های تصمیم‌گیری

۲- جدول (۲): ویژگی‌های تصمیم‌گیری در محیط پیچیده

۳- جدول (۳): شاخص‌های موجود در مدل‌های تصمیم‌گیری

جدول ۱. ویژگی‌های تصمیم‌گیری

ردیف	محور اصلی تعریف تصمیم‌گیری	صاحب نظر (سال)
۱	انتخاب راه، تجزیه و تحلیل، قصد و نیت	سعادت (۱۳۷۲)
۲	فرایند حل مساله و انتخاب بین فعالیت‌ها	اکرامی و دیگران (۱۳۸۹)
۳	فرایند استنباطی و ارزیابی و متشکل از فرایندهای شناخت، استدلال و انتخاب	کیست و تولر (۲۰۰۹)
۴	انتخاب خودآگاه با توجه به امکانات، منابع و شرایط	ولیوند زمانی و دیگران (۱۳۹۱)
۵	انتخاب یک یا چنداولویت از میان اولویت‌های با رتبه بالا	چن و دیگران (۲۰۱۲)
۶	فرایند ذهنی بر اساس مهارت‌ها، آگاهی از مفاهیم، متون پایه و دارای خطرپذیری	بهرامی (۱۳۹۲)
۷	ارزیابی گزینه‌ها و انتخاب گزینه برتر از همه جهات در شکل ظاهری	ساتو (۲۰۱۴)
۸	بر مبنای دانش به وسیله بررسی روش‌های مختلف متناسب با نیازها و فرموله کردن آن‌ها	اوبرین (۲۰۱۴)

جدول ۲. ویژگی‌های تصمیم‌گیری در محیط پیچیده

ردیف	ویژگی محیط پیچیده	صاحب نظر (سال)
۱	اولویت‌های تصمیم‌گیرندگان غالباً مشخص نیستند و در هاله‌ای از ابهام فرو رفته‌اند	الوانی (۱۳۹۱)
۲	اطلاعات کافی در اختیار نیست، عدم اطمینان، شرایط ناسازگار	عبیری (۱۳۸۶)
۳	ناشی از تهدید، غافلگیری و فشار زمانی	حسینی (۱۳۸۵)
۴	عدم اطمینان شرایط آینده محیط تصمیم‌گیری	مومنی، اسماعیلیان (۱۳۸۵)
۵	متغیرها بیشتر نمادین یا کلامی نه عددی، هدف‌های وظیفه‌ای مبهم و یا متضاد	مهدوی (۱۳۸۱)
۶	استقلال متغیرها، روابط علت و معلولی مشخص نیست	کومس و دیگران (۲۰۱۴)
۷	سیستم‌های غیرخطی، خودسازماندهی	چتی پارامب (۲۰۱۴)

جدول ۳. شاخص‌های موجود در مدل‌های تصمیم‌گیری

ردیف	شاخص‌ها و ویژگی‌ها	مدل تصمیم‌گیری
۱	انتظارات، محدودیت‌ها، توقعات، درخواست امکانات و تقاضا برای حمایت‌ها	الگوی سیستمی
۲	اندک تغییراتی در تصمیم‌های قبلی، تصمیم‌گیری سریع، ساده و مقرون به صرفه، کاهش اتخاذ تصمیم‌های اساسی	تصمیم‌گیری مرحله‌ای
۳	تعصب محافظه کارانه، برداشت منطقی بسیار محدود، عدم انعطاف‌پذیری، سیال بودن، اندازه نگه داشتن، آزمایش تجربی، سرعت و تعداد.	واترمن و پیترز
۴	هنجارهای دوره‌ای یا ادواری، تلفیقی از برنامه و فرهنگ، بیشتر بعد زمانی دارد تا مرز و قلمرو محیطی	مبتنی بر فرهنگ
۵	بخشی از عملیات شقوق ممکن، یک دوره یا مقطعی از عملیات	مقطعی
۶	مشاهده واقعیت، فهم مساله / فرصت، دریافت اطلاعات مورد نیاز، توسعه معیارهای تصمیم، توسعه گزینه‌های تصمیم، شناسایی رویدادهای غیر قابل کنترل مرتبط، مشخص کردن روابط میان معیارها، گزینه‌ها و رویدادها، ارزیابی منطقی گزینه‌های تصمیم، توسعه راهکارهای پیشنهادی با بیشترین انطباق	فرگینه
۷	شناسایی عوامل به وجود آورنده مساله، طراحی گزینه‌های مختلف، بهترین گزینه بتوان آن را به خوبی اجرا و به عمل تبدیل کرد	دفت
	ارزیابی استدلال‌های پشتیبانی از باورهای موجود با دقت کمتر، جست‌وجوی شواهد تاییدکننده به جای متناقض با باورهای فعلی، محیط‌های سخت	باوربنیاد
	عقلایی (بهترین گزینه)، اداری (گزینه مطلوب)، شهودی (قضاوت)	تصمیم‌گیری فردی
	محیط فرهنگی اجتماعی، محیط اقلیمی، محیط سیاسی، محیط قانونی، محیط اداری، محیط فنی تکنیکی، محیط اقتصادی	اقتضایی

تمایل به تصمیم‌گیری تنها بر مبنای شواهد موجود در دسترس، تعصب تأیید و به دنبال شواهد پشتیبانی‌کننده از یکسری فرضیات، تمایل به واکنش مخالف با یک پدیده و موضوع	مبتنی بر تعصبات فرهنگی و شخصیتی
نشانه‌های ضعیف و تفاوت بین حالت مطلوب و حالت موجود، فرموله کردن مسایل، برآورد مزایا و زیان‌ها، قضاوت، چانه زنی، تحویل	تصمیم‌گیری استراتژیک مینزبرگ و نوردرهان

- مرحله دوم: تشکیل پانل تخصصی با حضور تعداد ۱۲ نفر از خبرگان حوزه‌های گوناگون مراکز سازمان تأمین اجتماعی جهت تحلیل ابعاد، بحث و تبادل نظر و نهایتاً شناسایی شاخص‌های تصمیم‌گیری با ویژگی‌های سازمان تأمین اجتماعی.

جدول ۴. مشخصات خبرگان پانل تخصصی

ردیف	مشخصات گروه خبره مورد مصاحبه	تعداد
۱	تصمیم‌گیران سازمان تأمین اجتماعی	۴
۲	مدیران بخش‌های گوناگون سازمان تأمین اجتماعی	۸

پانل خبرگان

روش پانل، گستردگی با مشارکت عمیق افراد همراه است و شیوه‌ای کاربردی در رویکرد هنجاری، جهت ترسیم چشم‌انداز و آینده‌های مطلوب و چگونگی نیل به این آینده‌های خوشایند است (طباطبایی و دیگران، ۱۳۹۴). پانل متشکل از جمعی خبره و متخصص است که در مورد آینده موضوعات مشخصی (مانند مباحث اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی) تأمل کرده و به مشورت می‌پردازند. پانل‌ها در اشکال و اندازه‌های مختلفی تشکیل می‌شوند. هر پانل در طی چهار مرحله شکل می‌گیرد. مراحل عبارتند از: شناسایی اعضای پانل؛ شروع جلسات پانل؛ رسیدن به اجماع و در نهایت شناسایی اولویت‌ها و گزارش دادن از فرآیند و یافته‌های پانل (ناظمی و دیگران، ۱۳۹۵). در واقع پانل به گروهی از افراد گفته می‌شود که دور یک میز نشسته و در خصوص موضوع خاصی به بحث و تبادل نظر پرداخته، با این هدف که در مدت مشخص شده‌ای برای حصول نتیجه، تلاش کنند. در مورد تعداد پانل‌ها، هیچ قانون ثابتی وجود ندارد. تصمیم در مورد تعداد پانل‌ها با توجه به محدودیت منابع، مانند هزینه‌های مالی، وظایف مدیریت پروژه و...، اتخاذ می‌شود.

- مرحله سوم: جمع‌بندی نتایج حاصل از پانل خبرگان و ارایه شناسایی عوامل موثر بر تصمیم‌گیری مدیران با توجه به پیچیدگی محیطی و مدل‌های گوناگون تصمیم‌گیری.

تجزیه و تحلیل

بر اساس موضوع پژوهش مطالعات در زمینه انواع گوناگون مدل‌های تصمیم‌گیری، ویژگی‌های تصمیم و پیچیدگی محیطی انجام گرفت و نتایج آن در قالب جدول‌های ۱ تا ۳ در اختیار خبرگان در پانل قرار گرفت. هم‌چنین پانل خبرگان به بررسی عوامل موثر بر تصمیم‌گیری و مقایسه آن با انواع مدل‌های تصمیم‌گیری در شرایط پیچیدگی محیطی پرداخت. و در نهایت عوامل موثر بر تصمیم‌گیری را شناسایی کرد. بدین منظور از شاخص اجماع برای تحلیل نظر خبرگان استفاده گردید.

شاخص اجماع

یکی از اهداف عمده استفاده از پانل در آینده نگاری، تفکر جمعی میان گروهی از خبرگان و یا ذینفعان، پیرامون مجموعه‌ای از موضوعات به منظور ایجاد بینش‌های عمیق و توصیه‌های سیاستی، است. مباحث استدلالی و تحلیلی، چه در داخل پانل، چه در میان یک جامعه وسیع‌تر، جهت شکل‌گیری یک ادراک عمیق در خصوص موضوعات کلیدی مفید خواهد بود. برای دستیابی به توصیه‌ها، باید به سطحی از اجماع در مذاکرات انجام شده در جلسات پانل، رسید. چنین اجماعی معمولاً به واسطه قدرت تحلیل و مذاکره پانل حاصل می‌شود. اگر عدم توافق جدی میان اعضای پانل وجود داشته باشد، بهتر است آشکارا عنوان شود تا آن‌که مبهم باقی بماند. شاخص اجماع نشان می‌دهد که خبرگان و صاحب‌نظران این مطالعه تا چه حد نسبت به ابعاد تعریف شده اجماع نظر دارند. برای رسیدن به اجماع در مدل‌های تصمیم‌گیری چهار گزینه پیشنهاد گردید:

الف) کاملاً موافقم، ب) تا حدی موافقم، ج) تا حدی مخالفم، د) کاملاً مخالفم

پس از گردآوری داده‌ها در این مرحله، شاخص اجماع به شکل زیر محاسبه شد:

(تعداد پاسخ‌ها به گزینه الف) * (۲) + (تعداد پاسخ‌ها به گزینه ب) * (۱) + (تعداد پاسخ‌ها به گزینه ج) * (-۱) + (تعداد پاسخ‌ها به گزینه د) * (-۲) // تعداد کل پاسخ‌ها

هر چه شاخص اجماع به صفر نزدیک‌تر باشد نشان‌دهنده تفاوت آرا کارشناسان و خبرگان می‌باشد و هرچه مقدار شاخص اجماع از صفر دورتر باشد مبین اتفاق نظر بر سر موضوع می‌باشد. با توجه به بررسی‌های صورت گرفته شاخص اجماع در خصوص عوامل موثر بر تصمیم‌گیری در قالب جدول زیر محاسبه گردید:

جدول ۵. شاخص اجماع برای شناسایی عوامل موثر بر تصمیم‌گیری

ردیف	عامل موثر	متغیرها	شاخص اجماع
۱	تصمیمات غیرعادی و غیر متعارف	غیرقابل پیش بینی بودن تصمیمات	۰.۸
۲	فرصت زمانی موجود	زمان اندک	۰.۶
۳	ریسک‌پذیری تصمیم	ماهیت دارای ریسک بالا	۰.۹
۴	حساسیت ماهیت کار و تصمیم	ماهیت حساس، تصمیمات بسیار حساس	۰.۶
۵	دستورالعمل‌های ابلاغی	دستورات مدیران	۰.۷
۶	روش و رفتار سازمان نسبت به تصمیم‌گیری	آزادی عمل در اتخاذ تصمیم، محدودیت‌های تصمیم بر اساس قوانین تأمین اجتماعی	۰.۷
۷	میزان و نوع اطلاعات موجود	میزان اطلاعات بسیار زیاد، اطلاعات پیچیده، روابط علی و معلولی مشکل	۰.۸
۸	میزان‌پذیرش و حمایت از تصمیم	دارای ریسک و پیامدهای بسیار زیاد	۰.۶
۹	توانایی تصمیم‌گیرنده		۰.۹
۱۰	عوامل فرهنگی و اجتماعی	تعهدات اخلاقی، ارزش‌های ایدئولوژیک، شرایط بحرانی جامعه، سیاست‌های کشور	۰.۸
۱۱	مقدار منابع از پیش تعیین شده	تعداد نیروها، تجهیزات، منابع مالی	۰.۷
۱۲	عوامل فنی و تکنولوژیکی	دسترسی به اطلاعات، سیستم‌های پشتیبان تصمیم، سیستم‌های دانش محور، سیستم مدیریت اطلاعات	۰.۷

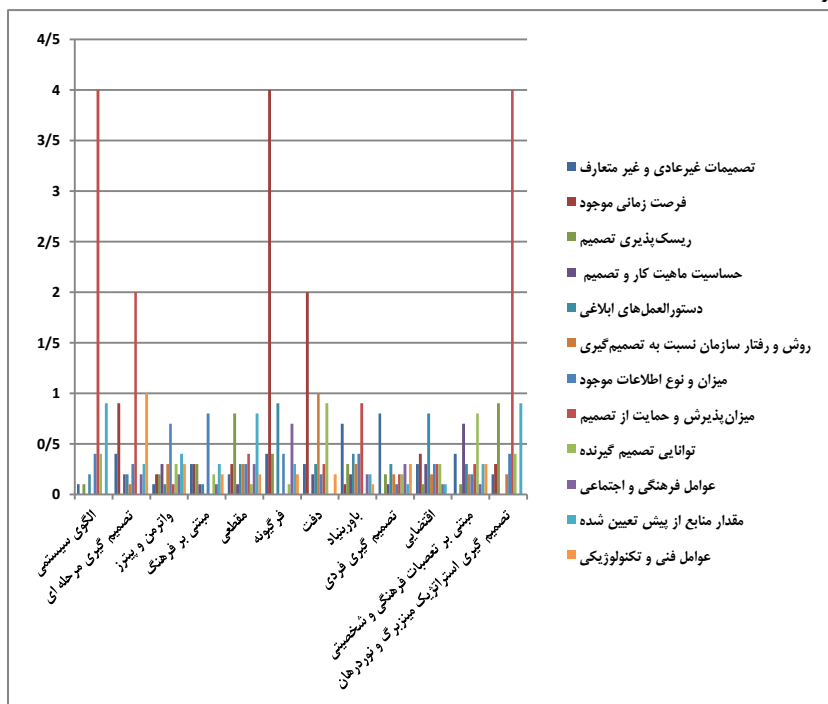
با توجه به شاخص‌های به دست آمده، مواردی که شاخص اجماع بالای ۵۰٪ تأیید خبرگان را به همراه دارد.

جدول ۶. شاخص اجماع برای شناسایی عوامل تأثیرگذار بر هر یک از مدل‌های تصمیم‌گیری با توجه به شاخص‌های به دست آمده، مواردی که شاخص اجماع بالای ۵۰٪ تأیید خبرگان را به همراه دارد مورد پذیرش واقع شده و سایر موارد حذف می‌گردند.

ردیف	نوع مدل تصمیم‌گیری	تضمینات غیرعادی و غیر متعارف	فرصت زمانی موجود	ریسک‌پذیری تصمیم	حساسیت ماهیت کار و تصمیم	دستورالعمل‌های ابلاغی	روش رفتار سازمان نسبت به تصمیم‌گیری	میزان و نوع اطلاعات موجود	میزان‌پذیرش و حمایت از تصمیم	توانایی تصمیم‌گیرنده	عوامل فرهنگی و اجتماعی	مقدار منابع از پیش تعیین شده	عوامل فنی و تکنولوژیکی
۱	الگوی سیستمی	۰.۱	۰	۰.۱	۰	۰.۲	۰	۰.۴	۰.۴	۰.۴	۰	۰.۶	۰
۲	تصمیم‌گیری مرحله‌ای	۰.۴	۰.۹	۰	۰.۲	۰.۲	۰.۱	۰.۳	۰.۲	۰	۰.۲	۰.۳	۱
۳	واترمن و پیترز	۰.۱	۰.۲	۰.۲	۰.۳	۰.۱	۰.۳	۰.۷	۰.۱	۰.۳	۰.۲	۰.۴	۰.۳
۴	مبتنی بر فرهنگ	۰.۳	۰.۳	۰.۳	۰.۱	۰.۱	۰	۰.۸	۰	۰.۲	۰.۱	۰.۳	۰.۲
۵	مقطعی	۰.۲	۰.۳	۰.۸	۰.۱	۰.۳	۰.۳	۰.۳	۰.۴	۰.۱	۰.۳	۰.۸	۰.۲
۶	فرگبونه	۰.۴	۰.۴	۰.۴	۰	۰.۹	۰	۰.۴	۰	۰.۱	۰.۷	۰.۳	۰.۲
۷	دفت	۰.۳	۰.۲	۰	۰.۲	۰.۳	۱	۰.۲	۰.۳	۰.۹	۰	۰	۰.۲
۸	باورینیاد	۰.۷	۰.۱	۰.۳	۰.۲	۰.۴	۰.۳	۰.۴	۰.۹	۰	۰.۲	۰.۲	۰.۱
۹	تصمیم‌گیری فردی	۰.۸	۰	۰.۲	۰.۱	۰.۳	۰.۲	۰.۱	۰.۲	۰.۲	۰.۳	۰.۱	۰.۳
۱۰	اقتضایی	۰.۳	۰.۴	۰.۱	۰.۳	۰.۸	۰.۲	۰.۳	۰.۳	۰.۳	۰.۱	۰.۱	۰
۱۱	مبتنی بر تعصبات فرهنگی و شخصیتی	۰.۴	۰	۰.۱	۰.۷	۰.۳	۰.۲	۰.۲	۰.۳	۰.۸	۰.۱	۰.۳	۰.۳
۱۲	تصمیم‌گیری استراتژیک مینزبرگ و نوردرهاان	۰.۲	۰.۳	۰.۹	۰	۰	۰.۲	۰.۴	۰.۴	۰.۴	۰	۰.۹	۰

نتیجه‌گیری

با توجه به مطالب بیان شده در پانل خبرگان نتیجه گرفته شد که اولاً هر نوع مدل تصمیم‌گیری در شرایط محیطی گوناگون، دارای شرایط به خصوصی است. هم‌چنین با توجه به هر یک از شرایطی که مدیران با آن مواجه می‌شوند، نیازمند استفاده از یک نوع به خصوص مدل تصمیم‌گیری هستیم. به علاوه از آن جایی که هر یک از مدل‌های تصمیم‌گیری دارای ویژگی‌های به خصوصی است، می‌بایست عوامل موثر بر تصمیم‌گیری در آن مدل مورد بررسی قرار گیرد و اینگونه نیست که صرفاً با شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری بتوان به موفقیت دست یافت. بنابراین با توجه به ویژگی‌های هر یک از مدل‌های تصمیم‌گیری و شرایط موجود، در هر موضوع و چالشی از یک نوع مدل تصمیم‌گیری که عوامل تأثیرگذار مختص خود را دارد استفاده نمود که در نمودار ۱ قابل ملاحظه است. در ادامه پیشنهاد می‌گردد با توجه به بررسی‌های صورت گرفته به دنبال طراحی مدلی ویژه سازمان تأمین اجتماعی با بهره‌مندی از ساختارهای موجود در انواع مدل‌های تصمیم‌گیری بوده و در سازمان‌های دولتی گوناگون بومی‌سازی گردد.



شکل ۴. نمودار میزان تأثیرگذاری عوامل موثر بر تصمیم‌گیری در هر یک از مدل‌های تصمیم‌گیری مدیران در شرایط پیچیده از دید خبرگان

فهرست منابع

۱. احمدی، مصطفی (۱۳۸۶). تصمیم‌گیری، رویکردها و تکنیک‌ها. دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال چهارم، شماره ۱۱، ۲۹-۹.
۲. اکرامی، محمود، رهبر آبکنار، ناهید و شیرنژاد، رقیه (۱۳۸۹). ارزیابی مشارکت کارکنان در تصمیم‌گیری مدیران. دوفصلنامه فرایند مدیریت و توسعه، شماره ۷۴، صص ۸۱ الی ۹۵.
۳. الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۱). تصمیم‌گیری و تعیین خط مشی دولتی. تهران: انتشارات سمت.
۴. ایمانی پور، نرگس (۱۳۹۳). متن درس الکترونیکی الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان. دانشگاه تهران، مرکز آموزش‌های الکترونیکی، دانشکده کارآفرینی، سامانه آموزش الکترونیکی <http://mec.ut.ac.ir>. بازبازی شده در ۲۱ شهریور ۱۳۹۴.
۵. بهرامی، فاطمه (۱۳۹۲). بررسی رابطه متغیرهای جمعیت شناختی، ذهن آگاهی و باورهای فراشناختی با سبک‌های عمومی تصمیم‌گیری بین مدیران دانشگاه صنعتی مالک اشتر، موسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
۶. حسینی، سیدحسین (۱۳۸۵). بحران چیست و چگونه تعریف می‌شود. فصلنامه امنیت، شماره ۱ و ۲، صص ۵۱-۷.
۷. حکیمی پور، ابولقاسم (۱۳۷۷). تصمیم‌گیری در مدیریت: کاربرد زنجیره‌های مارکوف در تصمیم‌گیری مدیریت. مشهد: انتشارات آستان قدس رضوی.
۸. رزقی رستمی، علیرضا (۱۳۸۸). فرایند تصمیم‌گیری و تجزیه و تحلیل مشکل. تهران: انتشارات یکان.
۹. سعادت، اسفندیار (۱۳۷۲). فرایند تصمیم‌گیری در سازمان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. سیاهکل رودی، مژگان و همکاران، (۱۳۹۴) شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری اخلاقی مدیران دانشگاه پیام نور، مدیریت دولتی، دوره ۷، شماره ۳.
۱۱. شفیع، عباس، (۱۳۷۷)، مقایسه توصیفی نظام‌های مدیریت سازمانی با نظام مدیریت اسلامی، ماهنامه معرفت، شماره ۲۷.
۱۲. شیخی نژاد، فاطمه (۱۳۸۷). مروری بر مدل‌های تصمیم‌گیری. عصر مدیریت، سال دوم، شماره هفتم، صص ۵۵-۵۰.
۱۳. طباطبایی، شیماء، محسن ضیایی، سیدامیر، سیم فروش، ناصر (۱۳۹۴). بررسی اهمیت و چارچوب مناسب آینده‌نگاری توسعه هدفمند آموزش پزشکی تخصصی و فوق تخصصی در کشور. طب و ترکیه، دوره ۲۴، شماره ۴، ۱۰۲-۹۱.
۱۴. علیزاده، عزیز و منزوی، مسعود (۱۳۸۹). نقش علوم اعصاب شناختی در ارتش آینده. تهران: مرکز آینده پژوهی علوم و فناوری دفاعی مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
۱۵. عبیری، غلامحسین (۱۳۸۶). نظام‌های تصمیم‌گیری و عوامل تعیین‌کننده. ماهنامه بانک و اقتصاد، شماره ۸۷، صص ۶۳-۵۸.

۱۶. مشهدی حاجی علی، فاطمه، رفیعی، مجتبی، علیمیری، مصطفی (۱۳۹۲). الگوی تصمیم‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در شرایط پیچیده و عدم قطعیت عمیق. مدیریت نوآوری، سال دوم، شماره ۲، ۱۴۰-۱۱۳.
۱۷. ماکوئی، احمد (۱۳۸۲). مقدمه‌ای بر پیچیدگی. مجله مدیرساز، شماره ۱۴، صص ۳۱-۱۸.
۱۸. مومنی، منصور و اسماعیلیان، مجید (۱۳۸۵). کاربرد شبیه‌سازی در عدم اطمینان فرایند تصمیم‌گیری چندمعیاره (MCDM). فصلنامه مدرس علوم انسانی، دوره ۱۰، شماره ۴، صص ۲۵۱-۲۳۱.
۱۹. مهدوی، عبدالمحمد (۱۳۸۱). جستجوی اسناد پیچیده برای تصمیم‌گیری. تحول اداری، شماره ۳۵ و ۳۶، صص ۱۴۰-۱۳۱.
۲۰. ناظمی، امیر، اشرافی، مژده، آزمندیان، مهدیه (۱۳۹۵). راهنمای شکل‌گیری و اجرای پانل‌های تخصصی. دبیرخانه آینده‌نگاری ملی.
۲۱. ولیونوند زمانی، حسین، لونی، محمدرضا و ملکی، غلامرضا (۱۳۹۱). تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری در محیط‌های نظامی. تهران: انتشارات دانشکده فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران.
22. Chen, Shuwei, Liu, Jun, Wang, Hui & Augusto, Juan Carlos (2012). Ordering based decision making – A survey. Information Fusion, 14, PP 521- 531.
23. Chettiparamb, Angelique (2014). Complexity theory and planning: Examining 'fractals' for organising policy domains in planning practice. Planning Theory, Vol. 13(1), PP 5- 25.
24. Comes, Tina, Wijngaards, Niek & Van de Walle, Bartel (2014). Exploring the future: Runtime scenario selection for complex and time-bound decisions. Technological Forecasting & Social Change, Vol. 97, PP 29-46.
25. Keast, Sarah & Towler, Michial (2009). Rational Decision-making for Managers An Introduction. John Wiely and Sons. Ltd., Publication.
26. McDermott, Tom, Rouse, William, Goodman, Seymour & Loper, Margaret (2013). Multi-level Modeling of Complex Socio-Technical Systems. Procedia Computer Science, No. 16, PP 1132 – 1141
27. O'Brien, Jamie (2014). Shaping Knowledge: Complex Socio-Spatial Modelling for Adaptive Organizations A volume in Chandos Information Professional Series. Elsevier Science, Available from www.sciencedirect.com. Available online 29 October 2014..
28. Radcliffe, D.M. (2011). Training Ethical Decision Makers. Available in: <http://cornellhrreview.org>.
30. Sato, Tomoichi (2014). Risk-based project value – the definition and applications to decision making. 27th IPMA World Congress, Procedia - Social and Behavioral Sciences, 119 PP 152 – 161

شیوه های اخلاقی در کارآفرینی و جهت گیری یادگیری صادرات

علی کاظمی^۱

علیرضا روستا^۲

عبدالله نعیمی^۳

چکیده

یکی از عوامل اساسی دستیابی به رشد اقتصاد پایدار و پر رونق، صادرات می باشد که مهم ترین هدف در سیاستگذاری در بخش تجارت خارجی تلقی می شود. در این بین افزایش صادرات مواد غذایی و کشاورزی بعنوان یکی از اقلام صادرات غیرنفتی به منظور لزوم خروج از اقتصاد نفت محور، ورود به بازار اقتصاد جهانی و ایجاد تنوع در اقلام صادراتی، یکی از ضروریات توسعه اقتصادی کشور محسوب می شود. بنابراین، بررسی متغیرهای موثر در صادرات از اهمیت بالایی برخوردار می باشد. در مورد اهمیت سعی و تلاش و کارآفرینی با توجه به آموزه های دینی می توان بیان نمود با بررسی آیه ۳۹ سوره نجم، آیه ۱۵ سوره طه، آیه ۲۲ سوره انسان به خوبی روشن می شود که محاسبه ابدی درباره شخصیت آدمی روی کار و کوششی است که به خود او مربوط است. به بیان دیگر، ملاک شایستگی و ناشایستگی شخصیت در عالم بقا، کاری است که انسان در دنیا انجام داده است. هدف از تحقیق حاضر، بررسی تاثیر متغیر جهت گیری یادگیری صادرات و کارآفرینی به همراه عوامل موثر بر آن بر عملکرد صادرات و یافتن نقش پارادوکسی متغیر فاصله بازار و نقش تعدیل گرایانه آن در رابطه بین دو متغیر جهت گیری یادگیری و عملکرد صادرات می باشد. برای آزمایش نمودن فرضیات تحقیق، از نمونه ای با تعداد ۲۹۶ نفر فرد شاغل در شرکتهای حاضر در نمایشگاه بین المللی صنایع غذایی و کشاورزی در سال ۹۸ به دست آمده است. با استفاده از پرسشنامه استاندارد و روش توزیع احتمالی تصادفی، داده ها را گردآوری نموده و اطلاعات را توسط نرم افزار spss و smartpls تجزیه و تحلیل نموده ایم. یافته های این تحقیق نشان می دهد: تعهد صادرات، منابع و شدت رقابت بر کارآفرینی صادرات اثری مثبت دارند اما تاثیر فاصله بازار بر کارآفرینی صادرات رد شده است. هم چنین نتایج نشان از تاثیر مثبت جهت گیری یادگیری و کارآفرینی صادرات بر عملکرد صادراتی شرکت های نمونه تحقیق دارد، در عین حال افزایش متغیر فاصله بازار، رابطه بین جهت گیری یادگیری صادرات و عملکرد صادرات را تضعیف کرده است.

واژگان کلیدی

تعهد صادرات، جهت گیری یادگیری صادرات، شدت رقابت، عملکرد صادرات، فاصله بازار، کارآفرینی صادرات.

۱. گروه مدیریت، واحد بین الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران.

Email: kazemi.marketing2015@gmail.com

۲. گروه مدیریت بازرگانی، واحد شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، شهر قدس، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: Alirezarousta@yahoo.com

۳. گروه مدیریت، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: Naami122@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۸/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۶/۴

طرح مسأله

یکی از مهم‌ترین مولفه‌های موثر در توسعه اقتصادی یک کشور تجارت خارجی می‌باشد که به عنوان منبع تامین درآمدهای ارزی به منظور گسترش بازار داخلی، سرمایه‌گذاری در بخش فناوری نوین، افزایش توان تولید و رشد بهره‌وری یک کشور در نظر گرفته می‌شود (سالاری و همکاران، ۱۳۹۶). در طی سالهای اخیر بحث صادرات غیر نفتی تحت عنوان یک هدف عمده در برنامه توسعه کشور مطرح گردیده که در این بین صادرات مواد غذایی و محصولات کشاورزی نقشی عمده در صادرات غیر نفتی ایفا می‌کند (مقدسی و علی‌شاهی، ۱۳۸۴). تلاش‌ها برای درک محرک‌های موثر بر عملکرد صادرات، تحقیقات در حوزه صادرات را قادر ساخته است تا پایگاه‌های منابع دانش بازار صادرات را بررسی کنند تا از این طریق شرکت‌های صادرکننده بتوانند از روال‌ها و فرآیندهای داخلی برای ساختن قابلیت‌های یادگیری برای ایجاد عملکرد صادرات استفاده نمایند (مورگان و همکاران، ۲۰۱۲؛ چابوسکی و همکاران، ۲۰۱۸). دانش علمی در مورد چگونگی و اینکه در چه زمانی جهت‌گیری یادگیری صادراتی میتواند بر عملکرد صادرات شرکت‌های کوچک و متوسط تاثیر بگذارد ناقص و مبهم باقی مانده است، این موضوع در حالی است که برخی دانشمندان تحقیقاتی را در راستای چگونگی تاثیر فعالیتهای یادگیری سازمانی خاص بر عملکرد صادرات انجام داده‌اند (گنیزی و همکاران، ۲۰۱۷؛ اسکارمئاس و همکاران، ۲۰۱۶) و این مطالعات پاسخی به این سوال نمی‌دهند که چگونه شرکت‌های صادرکننده در کشورهای در حال توسعه می‌توانند از استقرار جهت‌گیری‌های یادگیری صادرات و قابلیت‌های بازاریابی بهره‌مند شوند (بوسو و همکاران، ۲۰۱۹؛ الیس و همکاران، ۲۰۱۱). پس اولین هدف در مطالعه حاضر این است که به تحقیقات این حوزه کمک کند تا بتوانیم تاثیر جهت‌گیری صادرات بر عملکرد صادراتی شرکت‌های صادرکننده مواد غذایی و محصولات کشاورزی را بیابیم، تا بتوانیم به سازوکارهایی که از طریق آنها یادگیری صادرات می‌تواند عملکرد صادرات را هدایت کند، پاسخ دهیم. هدف دوم این تحقیق شناسایی ابعاد کارآفرینی صادرات و تاثیر متغیرهای موثر بر آن است، کارآفرینی صادرات، رفتارهای استراتژیک مدیریت همراه با سه بُعد: درجه، حوزه و سرعت مشخصی میباشد که بر آن اساس شرکت فعالیت صادرات خود را توسعه می‌دهد (ناوارو، ۲۰۱۶). به منظور انجام این کار، رویکردی فراگیر اتخاذ می‌کنیم که شامل عوامل داخلی یعنی محرک‌های مربوط به شرکت‌ها و تصمیم‌گیرندگان آن و عوامل خارجی سازمان: مرتبط با صنعت و محیطی که شرکت در آن فعالیت می‌کند، می‌باشد. محرک‌های داخلی با عوامل شخصی، افرادی که در خصوص صادرات تصمیم‌گیری می‌کنند مانند مدیران صادرات: تعهد صادرات و همچنین ویژگی‌های معمولی سازمان: منابع و ظرفیت‌های آن در ارتباط هستند.

در زمینه اهمیت شیوه‌های اخلاقی در تجارت و صادرات با توجه به آموزه‌های اسلامی می‌توان بیان داشت: رسول اکرم (ص) فرموده است: کسی که خرید و فروش می‌کند باید از پنج خصوصیت اجتناب ورزد والا خرید و فروش نکند اول: ربا، دوم: قسم خوردن، سوم: پنهان کردن عیب کالا، چهارم: تعریف کردن چیزی که می‌فروشد، پنجم: مذمت کردن کالایی که می‌خرد. (محدث نوری، ابواب آداب التجاره، باب ۲، حدیث ۲)

در مستدرک الوسائل در ادامه این روایت آمده است که معصوم علیه السلام می‌فرماید: در تجارت کردن اخلاق نیکو را به کار ببر و کارهای زیبا و خوب انجام بده که این کار هم برای دنیا و هم برای آخرت خوب است. (همان، باب ۳، حدیث ۲)

و همچنین در فقه شیعه در مبحث بیع ثمار آمده است: فروش میوه تا زمانی که هنوز شروع به رسیده شدن نکرده باشد جایز نیست، مثلاً خرماى زرد تا هنوز شروع به زرد شدن نکرده، فروش آن جایز نیست زیرا اگر تلف شود قبل از شروع به رسیده شدن مشتری متضرر می‌شود. از قوانین اسلام این نکته بر می‌آید که اسلام بر عدالت و انصاف تأکید دارد و در فقه شیعه آمده است که اگر محصولی را که ادعا شده دارای برخی ویژگیهای مطلوب است بفروشد و محصول فاقد چنین ویژگیهایی باشد خریدار مخیر است که معامله را فسخ کند و یا ارش بگیرد (ما بالتفاوت جنس سالم و معیوب) که به چنین خیاری، خيار عیب می‌گویند و یا انتخاب برای توصیف غلط نامیده می‌شود. (ونوس و خانی جزئی، ۱۳۸۰)

فرهنگ کارآفرینی، مجموعه ارزش‌ها، نگرش‌ها، رفتارهایی است که هویت افراد کارآفرین را تشکیل می‌دهد. افراد کارآفرین و خلاق سعی می‌کنند با نوع متمایز نگاه‌شان به پدیده‌های اطراف و شیوه متفاوت رفتارشان در مواجهه با پدیده‌های پیرامون خود، دست به فعالیت‌های کارآفرینانه زنند و محصول و خدمت جدیدی به جامعه ارائه کنند. (هزار جریبی، ۱۳۸۸)

کارآفرینی موتور محرکه توسعه اقتصادی و اجتماعی و ایجاد کننده ثروت‌ها و ارزش‌ها است، و کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توان شناسایی فرصت‌ها را دارد، و می‌تواند در جامعه از طریق پرورش ایده و تبدیل فکر خود به یک محصول جدید اقدام به ارزش‌آفرینی کند. این ارزش می‌تواند یک ارزش اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و حتی فرهنگی باشد (هزار جریبی، ۱۳۸۷: ۱۷)

با بررسی آیه ۳۹ سوره نجم، آیه ۱۵ سوره طه، آیه ۲۲ سوره انسان به خوبی روشن می‌شود که محاسبه ابدی درباره شخصیت آدمی روی کار و کوششی است که به خود او مربوط است. به عبارت دیگر، ملاک شایستگی و ناشایستگی شخصیت در عالم بقا، کاری است که انسان در دنیا انجام داده است. اگر سعی و عملی در راه سعادت فردی و اجتماعی انجام داده است، این

شخصیت شایسته لقاء الله و رضوان الله است و اگر سعی و عمل او در راه هوی و هوس و تخریب خود و اجتماع بوده است، سرانجامی جز سقوط در عذاب و فراق الهی ندارد. اینان کسانی اند که: «الذین ضل سعيهم في الحياة؛ كوشش و عمل آنان در این زندگانی پست، گمراه و نابود می گردد.» (کهف: ۱۰۶) از همین گروه اند آیاتی که لزوم هدف گیری انسانی را در سعی و عمل، گوشزد می نماید. مانند: «فمن يعمل من الصالحات و هو مومن فلا كفران السعيه؛ هر کس که اعمال صالحه انجام بدهد، در حالی که دارای ایمان است، کوشش او پوشیده نخواهد گشت» (انبیاء: ۹۴).

در پژوهش حاضر با در نظر گرفتن رویکرد مبتنی بر منبع ما منابع ساختاری مرتبط با بخش صادرات در شرکت و منابع یادگیری شامل تجربه عمومی و بین المللی و نگرش مدیران صادرات نسبت به صادرات که در تعهدات صادراتی منعکس شده به عنوان عوامل داخلی یا عوامل شخصی، تاثیرشان بر کارافرینی صادرات میسنجیم و از طرفی با داشتن یک رویکرد اقتضایی دو عامل خارجی مرتبط با صنعت شامل شدت رقابت و فاصله بازار درک شده را بررسی نموده و تاثیرشان بر کارافرینی صادرات آزمون میکنیم. عملکرد صادراتی یک عامل مهمی است که میزان موفقیت شرکت‌ها را در امر صادرات را می‌توان با آن ارزیابی نمود (کاردزا و گاوونر، ۲۰۱۷). در برخی متون علمی عملکرد صادراتی به عنوان میزان موفقیت مالی شرکت در حوزه کسب و کار و صادرات در نظر گرفته می‌شود (گنیزی و همکاران، ۲۰۱۷). از طرفی بنابر نتایج تحقیقات گذشته کارافرینی صادرات اثر مثبتی بر عملکرد صادرات سازمان‌ها گذاشته است (ناوارو و همکاران، ۲۰۱۵)، بنابراین هدف آخر تحقیق حاضر بررسی تاثیر کارافرینی صادرات بر عملکرد صادرات شرکت‌های صادر کننده محصولات غذایی و کشاورزی است.

چهارچوب نظری پژوهش

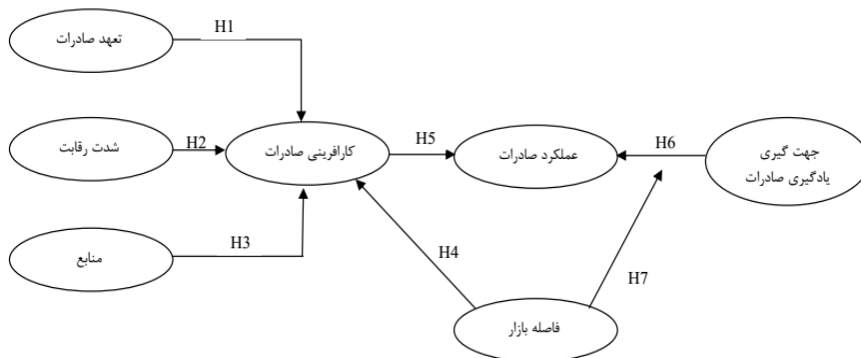
تعهد صادراتی به عنوان نگرش و تمایل تصمیم گیرندگان برای اختصاص منابع مالی، انسانی و مدیریتی مناسب برای فعالیت های صادراتی تعریف شده است (کیم و دانتو، ۱۹۹۳). این تمایل، مخاطرات و موانع صادراتی را کاهش می دهد (استایل و امبلر، ۲۰۰۰) و تمایل به ارائه مبنای و پشتیبانی بیشتر از توزیع کنندگان خارجی را افزایش می دهد (کاووسگیل و زو، ۱۹۹۴). این موارد، توسعه فرهنگ کسب و کار محور به صادرات را تقویت می کند و می تواند بر روند سرعت، درجه و دامنه بین المللی شدن تأثیر بگذارد (ناوارو و همکاران، ۲۰۱۳). بر اساس این نتایج: تعهد صادرات بر کارافرینی صادرات تأثیر می‌گذارد. شدت رقابت با سطح رقابت بین رقبای مختلف صنعت تعریف می‌شود و بازتابی از خصومت محیط است (آثوه و منگیوک، ۲۰۰۵)، این متغیر نشان‌دهنده توسعه بیشتر رفتارهای مبتنی بر بازار است (کادوگان و همکاران، ۲۰۰۳؛ کوان و هو، ۲۰۰۰) و با توجه به نیاز به جستجو و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار

در خارج از حوزه داخلی، تاثیر مثبتی بر دامنه و میزان جهت گیری بین‌المللی سازمان می‌گذارد (میتل استادت و همکاران، ۲۰۰۶). بنابراین: عامل شدت صادرات بر کارآفرینی صادرات تاثیرگذار است. ایجاد یک واحد صادرات به سازماندهی و برنامه ریزی فعالیت صادراتی کمک نموده (کارائونا و همکاران، ۱۹۹۸) و جمع آوری اطلاعات در مورد بازارهای خارجی و جستجو و بهره برداری از فرصت های جدید را سرعت می بخشد (سزینکوتا و رانکاینن، ۲۰۰۱). این مساله باعث افزایش رقابت بین المللی شرکت شده و در جهت گیری صادراتی بیشتر منعکس می شود، در نتیجه بر سطوح متنوع سازی بازار تاثیر گذاشته و توسعه داخلی سازمان را تسريع می کند (روزو و همکاران، ۲۰۱۱). بنابراین فرضیه: منابع صادراتی در شرکت برای فعالیت صادراتی بر سطوح کارآفرینی صادرات تاثیر می‌گذارد. بر اساس مطالعه سوسا و بردلی (۲۰۰۶) فواصل بازار را به عنوان اختلافات اقتصادی، حقوقی، اجتماعی و فرهنگی بین بازارهای مختلفی تعريف می کنیم که در آن سازمان به تنهایی توسط افرادی که مسئول فعالیت صادرات هستند عمل می کند. فاصله بازار یکی از اصلی ترین موانع شناختی در روند بین المللی سازی سازمان ها است (وايتکلاک و جابر، ۲۰۰۴؛ ژائو و همکاران، ۲۰۰۴) و قاطعانه بر زمان و نحوه ورود به بازارهای خارجی تأثير می گذارد (داو، ۲۰۰۰؛ داو و لاريمو، ۲۰۰۹). بنابراین، باعث می شود ک یک جهت گیری کارآفرینی محدود برای صادرکننده ایجاد نموده و سبب فرسایشی شدن و کاهش سرعت در فرایند جهانی سازی سازمان می شوند (پرایم و همکاران، ۲۰۰۹). با توجه به استدلال های ارائه شده این فرضیه را مطرح می کنیم: H4 : فاصله بازار بر کارآفرینی صادرات شرکت‌ها تأثيرگذار است.

سازمانهایی که مدیرانشان در جستجوی فرصتهای مناسب در بازارهای خارجی فعال تر عمل می کنند، جهت گیری صادراتی بیشتری از خود نشان می دهند و در نتیجه تمایل به فروش و سود بالاتری دارند و نسبت به عملکردهای صادراتی خود رضایت بیشتری نسبت به شرکتهای دارای سطح بین المللی پایین تر دارند (ایبه، ۲۰۰۳؛ نمکووا و همکاران ۲۰۱۲). در نتیجه احتمال وجود رابطه مثبت بین سطح کارآفرینی صادراتی تعیین شده توسط سرعت ورود بیشتر به بازارهای جهانی و عملکرد صادراتی وجود دارد. بنابراین: کارآفرینی صادرات بازاریابی بر عملکرد صادراتی تأثير می گذارد. بازارهای خارجی ناآشنا و پیچیده هستند (سوسا و برادلی، ۲۰۰۶؛ ایوانز و ماوندو، ۲۰۰۲). جهت گیری یادگیری صادراتی نوعی خاص از یادگیری سازمانی است که بر یادگیری در مورد فرصت ها و چالش های موجود در محیط صادرات یک شرکت و همچنین فرایندهای داخلی مورد نیاز برای موفقیت در فعالیت های صادراتی متمرکز است. جهت گیری یادگیری صادرات می تواند زمینه ساز فعالیت های یادگیری بازار صادرات و درونی کردن دانش بازار صادرات باشد و از این طریق زمینه افزایش عملکرد صادرات فراهم میشود. بنابراین:

جهت گیری یادگیری صادرات بر عملکرد صادراتی تأثیر می‌گذارد. فاصله بازار غالباً از نظر موانع درک شده در مورد بازارهای خارجی درک می‌شود (ایوانز و ماوندو، ۲۰۰۲). از این رو، با افزایش فاصله بازار، فعالیتهای بازاریابی صادراتی غالباً با مشکلات زیادی روبرو هستند که بخشی از آن به دلیل عدم وجود یک قالب مشترک مرجع و درک در مورد تفاوت‌های درک شده بین مدیران بازار هدف و بازار داخلی است. اختلاف ادراک ممکن است بین کشور داخلی و شرکای تجاری کشور هدف صادرات مربوطه در مورد فواید یادگیری بروز کند. بنابراین، فاصله بازار می‌تواند مشکلاتی در خصوص یادگیری ایجاد کند و تحقق تمایل به یادگیری در مورد بازارهای خارجی و تأثیر بالقوه آن بر اثربخشی فعالیتهای صادراتی را مهار کند (ایوانز و ماوندو، ۲۰۰۲). بنابراین: رابطه بین جهت گیری یادگیری صادرات و عملکرد صادراتی زمانی تضعیف می‌شود که فاصله بازار درک شده به میزان زیادی افزایش یابد.

مدل مفهومی پژوهش



شکل ۱۱: مدل مفهومی پژوهش (ناوارو، اشمیت و ری مونرو، ۲۰۱۵؛ لین، هوانگ و پنگ، ۲۰۱۴؛ اسدی نیا و همکاران، ۲۰۱۹)

روش شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف یک تحقیق کاربردی می‌باشد، از طرفی به دلیل سنجش تأثیر متغیرهای مستقل بر وابسته و نقش تعدیل گرایانه بر روابط بین متغیرها در مدل تحقیق، پژوهش از نوع علی بوده و از نظر روش گردآوری داده مطالعه حاضر پیمایشی -توصیفی می‌باشد. این مطالعه طی دوازده ماه سال ۱۳۹۷ و سه ماه اول سال ۱۳۹۸، بر روی شرکتهای صادرکننده محصولات کشاورزی و مواد غذایی در شهر تهران بدون در نظر گرفتن اندازه شرکت‌ها صورت گرفته شده است. جامعه آماری شامل ۱۲۹۰ شرکت بوده که اطلاعات آن از طریق اتاق بازرگانی

تهران ۱ و وب سایت بیست ششمین نمایشگاه بین المللی مواد غذایی و محصولات کشاورزی ۲، گردآوری شده و برای نمونه گیری از روش نمونه گیری احتمالی و از نوع نمونه گیری ساده آن استفاده شده است. با استفاده از فرمول کوکران حجم نمونه برابر ۲۹۶ نفر شده است. برای بررسی روایی تحقیق از سه نوع روایی استفاده شده است، به این ترتیب که روایی ظاهری پرسشنامه ابتدا با نظر اساتید و افراد نمونه مورد تایید قرار گرفته، سپس در بررسی روایی محتوایی با نظر ۸ تن از متخصصین و اساتید حوزه بازرگانی و صادرات محصولات غذایی و کشاورزی، سوالاتی که باعث کاهش سطح کیفیت مدل تحقیق در آنالیز داده ها شده بودند، ویرایش و حذف گردیدند. روایی سازه پس از گرد آوری داده ها بر اساس نوع مدل اندازه گیری مورد تایید قرار گرفت که نتایج آن در ادامه بررسی خواهد شد.

جدول ۱. شاخص های اندازه گیری متغیرهای تحقیق

متغیر	گویه و خرده مقیاس	منبع	مدل اندازه‌گیری
کارآفرینی صادرات	دارای ۳ گویه و ۱ خرده مقیاس :		ترکیبی از مرتبه اول
	سرعت	آسیدو وجونز، ۲۰۰۷	
	درجه	کویوالاین، ساندکویست و سروایس، ۲۰۰۷	
	محدوده کارآفرینی	روزو و همکاران، ۲۰۱۱	
جهت گیری یادگیری صادرات	دارای ۴ گویه و ۱ خرده مقیاس	اسدی نیا و همکاران، ۲۰۱۹	انعکاسی از مرتبه اول
فاصله بازار	دارای ۵ گویه و ۱ خرده مقیاس	سوسا و لاگس، ۲۰۱۱	انعکاسی از مرتبه اول
شدت رقابت	دارای ۳ گویه و ۱ خرده مقیاس	کادوگان و همکاران، ۲۰۱۲	انعکاسی از مرتبه اول
منابع	دارای ۳ گویه و ۱ خرده مقیاس	روزو و همکاران، ۲۰۱۱	انعکاسی از مرتبه اول
عملکرد صادرات	دارای ۹ گویه و ۳ خرده مقیاس: رضایت از صادرات (۳ سؤال)، عملکرد مالی صادرات (۳ سؤال)، عملکرد استراتژیک صادرات (۳ سؤال)	حسب الله و همکاران، ۲۰۱۹	انعکاسی از مرتبه دوم

تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

نتایج حاصل از انجام آزمون‌های مربوط به مدل اندازه‌گیری انعکاسی

برای بررسی این مفهوم که کلیه سوالات یک متغیر انعکاسی باید یک مفهوم واحد را بسنجند و حول یک مفهوم گویه‌های آن بیان شوند، از آزمون تناسب بارهای عاملی استفاده می‌کنیم. در این آزمون بایستی کلیه بارهای عاملی متغیرهای انعکاسی بالاتر از $0/7$ باشند. پس از اجرای مدل اندازه‌گیری در حالت تخمین ضرایب و بر اساس نتایج جدول همگن بودن بارهای عاملی استخراجی از نرم افزار λ ال اس مشاهده می‌شود که بار عاملی سوال Bq4 کمتر از $0/7$ می‌باشد و به دلیل بر هم زدن همگنی مدل بایستی حذف شود.

آزمون‌های پایایی و کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی

به منظور بررسی پایایی ابزار اندازه‌گیری تحقیق بایستی هر سه پایایی مدل اندازه‌گیری انعکاسی بررسی گردند، بر اساس مقادیر جدول ۲ تمامی متغیرها بالاتر از $0/7$ ، $0/708$ ، $0/5$ می‌باشد و هر بدین ترتیب هر سه شاخص پایایی آلفای کرونباخ، پایایی ترکیبی و پایایی اشتراکی تایید می‌گردد. هم چنین آزمون کیفیت مدل اندازه‌گیری نشان می‌دهد آیا سوالات و شاخص‌ها به درستی متغیرهای مدل را در قالب یک مدل اندازه‌گیری انعکاسی می‌سنجند یا خیر، با توجه به مقادیر پیشنهاد شده در مطالعه هایر و همکاران (۲۰۱۴) بایستی تمامی مقادیر کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی با این سه مقدار مقایسه گردند: مقدار ضعیف ($0/02$) مقدار متوسط ($0/15$) مقدار قوی ($0/35$)؛ با توجه به مقادیر بدست آمده، تمامی متغیرها چون از $0/35$ بیشتر می‌باشند، می‌توان نتیجه گرفت که کیفیت مدل اندازه‌گیری انعکاسی تحقیق حاضر در سطح بسیار بالایی می‌باشد.

جدول ۲: جدول مقادیر پایایی و کیفیت مدل اندازه گیری

کیفیت مدل اندازه گیری ^{۱۰}	مقدار میانگین واریانس استخراجی ^۹	مقدار پایایی اشتراکی ^۸	مقدار پایایی ترکیبی ^۷	مقدار آلفای کرونباخ ^۶	
۰.۵۱۴۲۶۷	۰.۶۳۳۸۲۲	۰.۶۳۳۸۲۲	۰.۸۳۸۴۰۸	۰.۷۱۰۵۵۹	A (رضایت از صادرات)
۰.۸۰۸۳۱۱	۰.۸۰۹۲۸۱	۰.۸۰۹۲۸۱	۰.۹۲۷۱۱۵	۰.۸۸۱۷۹۱	AA (عملکرد مالی صادرات)
۰.۵۷۰۷۵۷	۰.۶۶۴۶۰۱	۰.۶۶۴۶۰۱	۰.۸۵۵۹۴۱	۰.۷۴۷۳۳۷	AAA (عملکرد استراتژیک صادرات)
۰.۶۷۷۴۰۳	۰.۶۶۴۴۶۴	۰.۶۶۴۴۶۴	۰.۸۵۵۸۱۳	۰.۷۴۷۲۱۵	B.LO (جهت گیری یادگیری صادرات)
۰.۷۷۳۵۰۰	۰.۷۷۰۹۰۱	۰.۷۷۰۹۰۱	۰.۹۳۰۶۸۷	۰.۹۰۰۳۸۴	C.ec (تعهد صادرات)
۰.۶۳۰۵۱۲	۰.۶۴۳۱۷۰	۰.۶۴۳۱۷۰	۰.۸۹۹۹۴۹	۰.۸۶۹۲۵۶	D.PD (فاصله بازار)
۰.۶۲۸۸۳۳	۰.۶۱۴۲۵۷	۰.۶۱۴۲۵۷	۰.۸۲۲۵۴۲	۰.۷۰۹۸۵۰	F.RE (منابع)
۰.۶۳۲۵۴۳	۰.۶۲۷۰۸۲	۰.۶۲۷۰۸۲	۰.۸۳۴۴۸۹	۰.۷۰۸۵۲۲	G.CI (شدت رقابت)

آزمون های روایی سازه

به منظور بررسی روایی سازه بایستی ۴ شرط (آزمون) روایی همگرا و ۲ شرط (آزمون) روایی واگرا تایید گردد. برای تایید روایی همگرایی، بایستی اول تایید شود که تمام بارهای عاملی بالاتر از ۰/۷ باشند که نتایج این شرط در آزمون همگن بودن بررسی و تایید گردید. شرط دوم آزمون معناداری بارهای عاملی است که نتایج نشان می دهد تمامی سوالات خارج از بازه (۱/۹۶ و ۱/۹۶-) بوده و در نتیجه معنادار هستند. در معیار سوم، تمامی مقادیر AVE (میانگین واریانس استخراجی) بایستی بزرگتر از ۰/۵ باشند که نتایج به دست آمده در جدول ۲ این آزمون را تایید می کند و در شرط چهارم، برای تمامی متغیرهای مدل انعکاسی مقادیر پایایی ترکیبی باید بزرگتر از میانگین واریانس استخراجی باشد، که مقایسه مقادیر به دست آمده در جدول ۲ برای تمامی متغیرها نشان از تایید این آزمون می دهد، در نتیجه روایی همگرا تایید شده و شاخص های اندازه گیری کننده هر متغیر انعکاسی با هم همبستگی دارند. برای بررسی روایی واگرا از آزمون معیار فورنل- لارکر استفاده می شود که برای تایید این آزمون بایستی مقدار ریشه دوم AVE هر متغیر از تمامی مقادیر سطر و ستونی که در آن قرار دارد بیشتر باشد که در جدول ۳

این اعداد با رنگ سبز (اعداد قطر اصلی) نشان داده شده است. نتایج جدول 3 حاکی از تایید این آزمون داشته و با تایید هر دو شرط روایی واگرا و چهار شرط روایی همگرا، مدل اندازه گیری انعکاسی تحقیق دارای روایی سازه می باشد.

جدول ۳: جدول فورنل لارکه برای بررسی روایی واگرایی

	A	AA	AAA	B.LO	C.ec	D.PD	F.RE	G.CI
A	۰.۷۹۶۱۱ ^۱							
AA	۰.۷۳۲۰۶۱	۰.۸۹۹۵۰۰						
AAA	۰.۵۸۳۱۴ ^۳	۰.۵۹۳۳۱۰	۰.۸۱۵۳۳ ^۱					
B.LO	۰.۳۹۷۷۶ ^۵	۰.۲۳۳۹۸۸	۰.۲۹۱۴۷ ^۹	۰.۸۱۵۱۴۶				
C.ec	۰.۲۲۲۰۹۳	۰.۳۶۸۹۹۷	۰.۲۲۷۶۵ ^۶	۰.۲۱۹۹۷۵	۰.۸۷۸۰۰۹			
D.PD	۰.۰۹۵۹۲۰	۰.۰۰۸۲۹۱	۰.۰۴۱۱۹۵	۰.۰۳۲۲۲ ^۷	۰.۰۱۰۹۵۵ ^۶	۰.۸۰۱۹۷ ^۸		
F.RE	۰.۴۲۹۴۹ ^۹	۰.۴۴۹۵۵۹	۰.۴۸۹۲۱ ^۷	۰.۲۰۹۴۰۲	۰.۲۶۲۱۹۶	۰.۰۰۵۵۶۶ ^۸	۰.۷۸۲۷۲۵	
G.CI	۰.۱۶۵۲۱۰	۰.۲۱۶۳۱۶	۰.۱۹۶۵۸ ^۶	۰.۰۰۵۹۹۲۹	۰.۲۲۲۴۸۹	۰.۱۰۵۶۳۲ ^۵	۰.۱۰۰۳۲۷	۰.۷۹۱۸۸۵

آزمون های مدل ساختاری

پس از اجرای هر دو مدل اندازه گیری، حال مدل را در حالت ساختاری اجرا می نماییم.. آزمون های مدل ساختاری شامل ۵ تست می باشند، آزمون ۲۱ به بررسی ضرایب مسیر و معناداری ضرایب مسیر پرداخته و مشخص کننده رد یا پذیرفته شدن فرضیات تحقیق و شدت و جهت است. نتایج جدول ۴ نشان می دهد که ۶ فرضیه تایید و ۱ فرضیه رد شده است، در تحقیق حاضر اثر متغیر فاصله بازار بر کارآفرینی صادرات رد شده است. آزمون ۳ معروف به آزمون اندازه گیری اثر (f^2) نشان دهنده این واقعیت است که کدام یک از متغیرهای مستقل (سازه برونزا) اثر بیشتری در اندازه گیری متغیر وابسته (سازه درونزا) متناظر خود داشته است. نتایج مقادیر f^2 با این سه مقدار سنجیده می شود (کوهن، ۱۹۸۸): اثر ضعیف ($0/02$) اثر متوسط ($0/15$) اثر قوی ($0/25$)؛ نتایج شاخص اثر در جدول ۴ نشان می دهد که متغیر کارآفرینی صادرات اثر بیشتری نسبت به جهت گیری یادگیری برای اندازه گیری متغیر عملکرد صادرات داشته و هم چنین شدت رقابت اثری قوی و متغیرهای منابع و تعهد صادرات اثری متوسط در اندازه گیری کارآفرینی صادرات گذاشته اند، در عین حال فاصله بازار اثری در اندازه گیری متغیر کارآفرینی صادرات نداشته است و این موضوع رد شدن فرضیه تاثیر فاصله بازار بر کارآفرینی صادرات توجیه می کند؛ علاوه بر این شاخص اندازه اثر برای متغیرهای تعدیل گر تحقیق محاسبه نمی شود. (فاصله بازار هم نقش متغیر تعدیل گر دارد و هم نقش متغیر مستقل).

جدول ۴: جدول بررسی فرضیات تحقیق

نتیجه فرضیه	فرضیات	ضریب مسیر (β)	معناداری ضریب مسیر (t-value)	شاخص اثر f^2
تایید	C.ec → E.EE	۰.۱۸۶۰۴	۳.۸۸۴۹۸۵	۰.۰۴۱۲۸۶
تایید	G.CI → E.EE	۰.۳۷۸۹۴۱	۷.۳۸۸۵۷۴	۰.۱۸۶۴۳۹
تایید	F.RE → E.EE	۰.۲۳۹۸۴۷	۴.۷۹۹۳۵۹	۰.۰۷۰۸۴۱۹
رد	D.PD → E.EE	۰.۰۵۷۹۱۲	۰.۹۱۴۷۷۸	۰.۰۰۴۸۵۵
تایید	E.EE → A.EP	۰.۳۶۸۹۸۶	۷.۲۸۶۱۵۸	۰.۱۷۹۱۴۵
تایید	B.LO → A.EP	۰.۳۰۴۰۹۶	۷.۲۴۶۶۵۲	۰.۱۲۱۷۲۹
تایید	B.LO * D.PD → A.EP	-۰.۱۰۴۵۴۱	۲.۲۹۶۱۲۹	-

آزمون چهارم معروف به آزمون R^2 کل (چندگانه) یک مدل نشان می دهد متغیرهای مستقل چقدر از رفتار متغیر وابسته را پیش بینی می کنند. بنابر مقادیر جدول ۵ مقدار R^2 متغیر کارآفرینی صادرات برابر با $0/318$ شده و این یعنی متغیرها توانسته اند روی هم رفته در حد متوسط رو به بالا رفتار متغیر کارآفرینی صادرات پیش بینی کنند و R^2 متغیر عملکرد صادرات برابر با $0/248$ شده و این یعنی متغیرها توانسته اند در حد نسبتاً ضعیف رو به متوسط رفتار متغیر

عملکرد صادراتی را پیش‌بینی نمایند. آزمون پنجم به نام آزمون کیفیت مدل ساختاری (Q2) شناخته می‌شود و حتماً باید در یک مدل ساختاری تعیین شود، این شاخص نشان‌دهنده این موضوع است که آیا مدل ساختاری در قالب یک مدل توانسته پیش‌بینی مناسبی از متغیرهای درون‌زا داشته باشد یا خیر (کیفیت پیش‌بینی چقدر است). بر اساس مقادیر Q2 کیفیت پیش‌بینی متغیر عملکرد صادراتی متوسط بوده (۰/۱۳۲) و هم‌چنین کیفیت پیش‌بینی متغیر کارافرینی صادرات در حد متوسط تا قوی می‌باشد (۰/۱۸۸). آخرین آزمون مطالعه حاضر آزمون نیکویی برازش است که با جایگذاری و محاسبه مقدار برازش نیکویی ۱ در فرمول ۱ بررسی می‌گردد، عدد ۰.۴۳۸۵۷۶ نشان می‌دهد که برازش مدل بالاتر از ۰/۳۵ بوده و برازش بسیار قوی می‌باشد، مقدار برازش نشان‌دهنده این است که روابط بین متغیرها در مدل نظری تا چه حد به شرایط واقعی نزدیک است و بنابراین نتیجه می‌گیریم مدل تحقیق حاضر تا حدی قوی نزدیک به واقعیت است.

$$GOF = \sqrt[2]{COMMUNALITY} * R^2$$

میانگین ضریب مسیر = R^2 ، میانگین شاخص اشتراکی = $COMMUNALITY$

فرمول ۱: فرمول محاسبه شاخص نیکویی برازش

$$GOF = \text{SQRT} (0.67844725 * 0.2835145) = 0.438576$$

جدول ۵: کیفیت مدل ساختاری و شاخص R^2 کل

متغیر	کیفیت مدل ساختاری (Q^2)	شاخص کل (R^2)
A.EP (عملکرد صادرات)	۰.۱۳۲۱۹۱	۰.۲۴۸۷۳۰
E.EE (کارافرینی صادرات)	۰.۱۸۸۳۴۲	۰.۳۱۸۲۹۹

نتیجه گیری

در بخش توصیفی، نتایج نشان می‌دهد از بین پاسخ دهندگان به پرسشنامه تحقیق حاضر، ۲۲.۳ درصد خانم و ۷۷.۷ درصد آقا هستند. ۳٪ پاسخ دهندگان بین ۲۵ تا ۳۰ سال، ۲۱.۶٪ پاسخ دهندگان بین ۳۰ تا ۳۵ سال، ۳۷.۵٪ پاسخ دهندگان بین ۳۵ تا ۴۰ سال، ۲۷٪ پاسخ دهندگان بین ۴۰ تا ۴۵ سال و ۱۰.۸٪ پاسخ دهندگان بیش از ۴۵ سال داشته اند. از طرفی ۵۱ درصد از پاسخ دهندگان متاهل و ۴۹ درصد مجرد می باشند، به علاوه ۴۴.۹ درصد پاسخ دهندگان دارای مدرک لیسانس، ۲۹.۷ درصد مدرک فوق لیسانس، ۱۵.۹ درصد مدرک دیپلم یا پایین تر، ۶.۸ درصد مدرک فوق دیپلم و ۲.۷ درصد افراد مدرک دکترا یا بالاتر دارند.

نگرش به صادرات افرادی که مسئول فعالیت صادراتی هستند، جز عناصر تعیین کننده سطح کارآفرینی صادراتی قلمداد می شود. این نتیجه گیری مطابق با مطالعات قبلی است که نشان می دهد نگرش های مدیریتی فرایند بین المللی سازی سازمان ها را شرطی می کند (لاگس و همکاران، ۲۰۰۸) و می تواند بر جهت صادرات شرکت تأثیر بگذارد (آسئدو و گالان، ۲۰۱۱؛ ناوارو و همکاران، ۲۰۱۰). در تحقیق حاضر تعهد صادرات تأثیر مستقیمی و مثبت بر سطح کارآفرینی صادرات دارد و فرضیه H1 با احتمال ۹۹٪ تأیید می شود. بر اساس رویکرد اقتضایی، عوامل مرتبط با محیطی که سازمان در آن کار می کند بر کارآفرینی بین المللی سازمانها تأثیر میگذارد (کاپ و گسمن، ۲۰۰۹). به این ترتیب، در تحقیق حاضر نشان داده شده است که شدت رقابت در صنعتی که در آن شرکت صادراتی فعالیت می کند، یک عامل مستقیم و مثبت موثر بر کارآفرینی صادرات است و H2 را با احتمال ۹۹٪ تأیید می کند. این شدت رقابت تمایل به افزایش پویایی بازار دارد و بر چابکی استراتژیک سازمان تأثیر می گذارد تا آن را با چنین تغییراتی تطبیق دهد (زهرا، ۱۹۹۳)، هم چنین با توجه به نیاز بیشتر به جستجوی و بهره برداری از فرصت های شغلی در خارج از منطقه داخلی، بر دامنه و درجه گرایش بین المللی سازمان هم تأثیر می گذارد (میتل استادت و همکاران، ۲۰۰۶). مطابق با نظریه مبتنی بر منابع، منابع و ظرفیتهای شرکت صادراتی عامل اصلی کارآفرینی صادراتی هستند. به این ترتیب، در این مطالعه نشان داده شده است که منابع مرتبط با یادگیری-تجربه، با در اختیار داشتن ساختار مشخص بخش صادرات در شرکت تأثیر بسیار مثبتی بر سرعت، درجه و سطح بین المللی سازمان می گذارد و فرضیه H3 با احتمال ۹۹٪ تأیید می شود. استفاده از این منابع، مبنای بیشتری برای تصمیم گیری به منظور افزایش جهت گیری شرکت به بازارهای بین المللی را فراهم می کند (ایبه، ۲۰۰۳)، به این ترتیب موانع صادراتی درک شده کاهش می یابد و این امر شرکت را مستعد تنوع بخشیدن در بازارها می کند (روزو و همکاران، ۲۰۱۱). دو نوع تجربه عمومی و بین المللی وجود دارد که تجربه عمومی برنامه ریزی را تقویت نموده، سطح بداهه انجام دادن امور را کم می کند و احتمال تصمیم گیری های غلط را در بازارهایی که با بازار

داخلی متفاوت است تا حدی زیاد کاهش میدهد (نمکووا و همکاران، ۲۰۱۲). تمام این موارد می‌توانند جهت گیری صادراتی سازمان را تقویت نموده و درجه و دامنه ذاتی را در کارآفرینی صادرات افزایش دهند (روزو و همکاران، ۲۰۱۱). از طرفی تجربه بین المللی خطرات و موانع صادراتی را کاهش می‌دهد، جهت گیری شرکت را به سمت بازارهای خارجی افزایش می‌دهد و روحیه کارآفرینی آن را تحریک می‌کند (نابت و کاوسگیل، ۲۰۰۴؛ آتیو و همکاران، ۲۰۰۰). فواصل بازار که توسط افراد مسئول در حوزه فعالیت های صادراتی درک می‌شود در ارتباط با کشور و مردم، تأثیری بر سطح کارآفرینی صادرات نمیگذارد و برعکس پیشنهاد یاد شده در تحقیق، فرضیه H4 رد می‌شود.

نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد که ارتباط مثبتی بین سطح کارآفرینی و نتیجه صادرات وجود دارد و کارآفرینی صادرات تأثیر مثبت قابل توجهی بر عملکرد صادرات شرکتها داشته است، بنابراین فرضیه H5 تایید می‌شود. شرکت‌های صادراتی بایستی فرآیندهای بین المللی سازی را با شتاب بیشتری توسعه دهند، اگرچه این مساله باید همیشه با دستورالعمل‌های استراتژیک شفاف و برنامه‌ریزی مناسب برای زمان ورود به بازارهای خارجی انجام شود (آسئندو و جونز، ۲۰۰۷). همچنین زمانیکه یک شرکت استراتژی‌های گوناگونی را در بازار ایجاد میکند تا در دامنه بین المللی بیشتری از فعالیت سازمان بیان گردد، به شکل مثبت به نتیجه صادرات کمک می‌کند (ناوارو، ۲۰۰۲؛ روزو و همکاران، ۲۰۱۱) و همین این امر همچنین با گرایش کارآفرینی صادرات بیشتر شرکت حاصل خواهد شد که به معنی مشارکت بیشتر در فروش بین المللی از کل فروش این شرکت خواهد بود (کولیوالاین و همکاران، ۲۰۱۲). نتایج مطالعه حاضر نشان می‌دهد که جهت گیری یادگیری صادرات تأثیر مثبت قابل توجهی بر عملکرد صادرات شرکتها داشته است، بنابراین فرضیه H6 تایید می‌شود. جهت گیری یادگیری باعث افزایش عملکرد شرکتها می‌شود. هم چنین فرایند یادگیری سازمانی باعث افزایش بهره‌وری دانش بوده و برای موفقیت سازمانها در بازارهای جهانی الزامی است (ازان و همکاران، ۲۰۱۴). یک شرکت با گرایش یادگیری قوی صرفاً دانش جدید را جمع‌آوری یا ذخیره نمی‌کند. در عوض، دانش جدید را از طریق به حداکثر رساندن کارایی خود پردازش می‌کند. در مطالعه حاضر فرضیه تأثیر تعدیل گرایانه منفی متغیر فاصله بازار درک شده بر رابطه بین جهت گیری یادگیری صادرات و عملکرد صادراتی با احتمال ۹۵٪ تایید می‌گردد یعنی با کاهش فاصله بازار رابطه بین دو متغیر جهت گیری یادگیری صادرات و عملکرد صادراتی تقویت و با افزایش فاصله بازار رابطه بین این دو متغیر تضعیف می‌شود. نتایج مطالعات قبلی هم نشان می‌دهد که فاصله بازار ارتباط بین گرایش یادگیری صادرات و عملکرد صادرات را به شکل منفی تعدیل می‌کند (ایوانز و ماوندو، ۲۰۰۲؛ اگریدی و لین، ۱۹۹۶؛ ظهیر و هرناندز، ۲۰۱۱).

پیشنهادهات

با توجه به نتایج به دست آمده پیشنهادهات زیر ارائه می‌گردد:

۱. به منظور سیستماتیک کردن تصمیمات و اقدامات مربوط به فعالیت صادرات، مدیران شرکتهای صادر کننده مواد غذایی و محصولات کشاورزی باید یک نگرش فعالانه نسبت به بازارهای خارجی نشان دهند و منابع انسانی، مالی و مدیریتی مجزایی بدین منظور به بخش صادرات شرکت تخصیص دهند. این تعهد صادراتی، شرکتها را ترغیب می‌کند تا روند جهانی سازی خود را سرعت بخشیده و تمایل بیشتری برای صادرات و ورود به بازارهای جدید از خود نشان دهند.

۲. یادگیری برای دستیابی، انتشار، اشتراک و ذخیره اطلاعات به روش بهینه باید در سراسر شرکت انجام شود و این بدین معنی است که جهت گیری یادگیری مستلزم توسعه فرهنگ مثبت در شرکتهای صادر کننده مواد غذایی و محصولات کشاورزی است. برای رسیدن به این مهم پیشنهاد می‌شود شرکتها از برنامه های آموزشی، کارگاه ها و سایر فرصت های آموزشی استفاده نمایند تا با به اشتراک گذاری دانش، فرهنگ یادگیری صادرات در شرکتها ارتقا یابد. در واقع با تقویت یادگیری، مدیران اجرایی و صاحبان شرکتها می‌توانند از ارزش دانش و اطلاعات کارمندان خود مطلع شوند و از آن برای دستیابی به مزیت رقابتی در برابر سایر رقبا استفاده نمایند.

پیشنهادهات پژوهشگر برای پژوهش‌های آتی

۱. تأثیر برخی از متغیرها چون جهت گیری بازار صادرات، انطباق آمیخته بازاریابی، جهت گیری استراتژیک، جهت گیری کارآفرینی، ویژگی محصولات صادر شده و هم چنین برخی متغیرهای کنترلی چون اندازه و قدمت شرکت، نوع صنعت و فروش کل صادرات، در مدل مفهومی تحقیق بررسی نشده از این رو، پیشنهاد می‌گردد در پژوهش های آتی روابط بین متغیرهای مذکور و متغیرهای مدل تحقیق بررسی شود.

۲. به منظور بسط نتایج برای سایر صنایع و استان ها، بایستی نمونه تحقیق از مناطق جغرافیایی گسترده تر و صنایع مختلف در تجزیه و تحلیل در نظر گرفته شود و برای بدست آوردن نتایج دقیق تر به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود یک مطالعه طولی برای تحلیل بین روابط داخلی و خارجی وابسته به کارآفرینی صادرات و عملکرد صادراتی انجام دهند چون در یک محدوده زمانی خاصی این مطالعه انجام شده است.

فهرست منابع

1. Acedo, F.J. and Jones, M.V., 2007. Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms. *Journal of world Business*, 42(3), pp.236-252.
2. Acs, Z. J., Audretsch, D. B., Braunjerhelm, P., & Carlsson, B. (2006). The knowledge spillover theory of entrepreneurship. CESIS Electronic Working Paper Series, Paper No. 7.
3. Assadinia, S., Kadile, V., Gölgeci, I., & Boso, N. (2019). The effects of learning orientation and marketing programme planning on export performance: Paradoxical moderating role of psychic distance. *International Small Business Journal*, 0266242619831914.
4. Auh, S. and Menguc, B., 2005. Balancing exploration and exploitation: The moderating role of competitive intensity. *Journal of business research*, 58(12), pp.1652-1661.
5. Autio, E., Sapienza, H.J. and Almeida, J.G., 2000. Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of management journal*, 43(5), pp.909-924.
6. Boso N, Adeola O, Danso A, et al. (2019) The effect of export marketing capabilities on export performance: Moderating role of dysfunctional competition. *Industrial Marketing Management* 78: 137–145.
7. Cavusgil, S. & Zou, S. (1994). Marketing strategy– performance relationship: An investigation of the empirical link in export market ventures. *Journal of Marketing*, 58 (1): 1–21.
8. Chabowski B, Kekec P, Morgan NA, et al. (2018) An assessment of the exporting literature: Using theory and data to identify future research directions. *Journal of International Marketing* 26: 118–143.
9. Child, J., Rodrigues, S.B. & Frynas, J.G., 2009. Psychic distance, its impact and coping modes. *Management International Review*, 49(2), pp.199-224.
10. Dow, D. (2000). A note on psychological distance and export market selection. *Journal of International Marketing*, 8(1), 51–64.
11. Dow, D. and Larimo, J., 2009. Challenging the conceptualization and measurement of distance and international experience in entry mode choice research. *Journal of International Marketing*, 17(2), pp.74-98.
12. Ellis PD, Davies H and Wong AH-K (2011) Export intensity and marketing in transition economies: Evidence from China. *Industrial Marketing Management* 40: 593–602.

13. Evans, J. and Mavondo, F.T., 2002. Psychic distance and organizational performance: An empirical examination of international retailing operations. *Journal of international business studies*, 33(3), pp.515-532.
14. Gnizy, I., Cadogan, J. W., Oliveira, J. S., & Nizam, A. (2017). The empirical link between export dispersion and export performance: A contingency-based approach. *International Business Review*, 26(2), 239-249
15. Hair, J.F., Anderson, R.E., Babin, B.J. and Black, W.C., 2010. *Multivariate data analysis: A global perspective (Vol. 7)*: Pearson Upper Saddle River.
16. Hair Jr, J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C. & Sarstedt, M., 2014. *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Sage Publications.
17. Hair, J.F., Sarstedt, M., Ringle, C.M. & Mena, J.A., 2012. An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling in marketing research. *Journal of the academy of marketing science*, 40(3), pp.414-433.
18. Håkanson L and Ambos B (2010) The antecedents of psychic distance. *Journal of International Management* 16: 195–210.
19. Hasaballah, A. H. A., Genc, O. F., Bin Mohamad, O., & Ahmed, Z. U. (2019). How do relational variables affect export performance? Evidence from Malaysian exporters. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 31(1), 128-156.
20. Ibeh, K. I. (2004). Furthering export participation in less performing developing countries: The effects of entrepreneurial orientation and managerial capacity factors. *International Journal of Social Economics*, 31(1/2), 94–110.
21. Karedza, G., & Govender, K. K. (2017). Enhancing the export performance of the SMEs in the manufacturing sector in Zimbabwe. *Academy of Marketing Studies Journal*, 21(2), 1-19
22. Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124–141.
23. Kuivalainen, O., Saarenketo, S. and Puumalainen, K., 2012. Start-up patterns of internationalization: A framework and its application in the context of knowledge-intensive SMEs. *European Management Journal*, 30(4), pp.372-385.
24. Kuivalainen, O., Sundqvist, S. and Servais, P., 2007. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance. *Journal of World Business*, 42(3), pp.253-267.
25. Lin, K.H., Huang, K.F. and Peng, Y.P., 2014. Impact of export market orientation on export performance: A relational perspective. *Baltic Journal of Management*, 9(4), pp.403-425.
26. Navarro-García, A., 2016. Drivers of export entrepreneurship. *International business review*, 25(1), pp.244-254.

27. Navarro-García, A., Arenas-Gaitán, J. & Rondán-Cataluña, F.J., 2014. External environment and the moderating role of export market orientation. *Journal of Business Research*, 67(5), pp.740-745.
28. Navarro-García, A. and Peris-Ortiz, M., 2015. Export entrepreneurship and export performance. A Resource and competitive perspective. In *New Challenges in Entrepreneurship and Finance* (pp. 1-15). Springer, Cham.
29. Navarro, A., Rondán, F. J., & Acedo, F. J. (2013). The importance of an export-oriented culture for export performance. *European Journal of International Management*, 7(3), 254–277
30. Navarro-García, A., Schmidt, A.C.M. and Rey-Moreno, M., 2015. Antecedents and consequences of export entrepreneurship. *Journal of Business Research*, 68(7), pp.1532-1538.
31. Nemkova, E., Souchon, A. L., Hughes, P., Nemkova, E., Souchon, A. L., & Hughes, P. (2012). Export decision-making orientation: an exploratory study. *International Marketing Review*, 29(4), 349–378.
32. Ozan, O. A., Tepeci, M. A. Basalp, A. A. (2014). Organizational Learning Capability and its Impact on firm Innovativeness, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 708 – 717
33. Prime, N., Obadia, C. & Vida, I., 2009. Psychic distance in exporter–importer relationships: A grounded theory approach. *International Business Review*, 18(2), pp.184-198.
34. Ruzo, E., Losada, F., Navarro, A. & Díez, J.A., 2011. Resources and international marketing strategy in export firms: Implications for export performance. *Management Research Review*, 34(5), pp.496-518.
35. Sousa, C.M. and Filipe Lages, L., 2011. The PD scale: a measure of psychic distance and its impact on international marketing strategy. *International Marketing Review*, 28(2), pp.201-222.
36. Whitelock, J., & Jobber, D. (2004). An evaluation of external factors in the decision of UK industrial firms to enter a new non-domestic market: An exploratory study. *European Journal of Marketing*, 38(11/12), 1437–1455
37. Zaheer A and Hernandez E (2011) The geographic scope of the MNC and its alliance portfolio: Resolving the paradox of distance. *Global Strategy Journal* 1: 109–126.
38. Zhao, H., Luo, Y., & Suh, T. (2004). Transaction cost determinants and ownership-based entry mode choice: A meta-analytical review. *Journal of International Business Studies*, 35(6), 524–544.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۳۲۴ - ۳۰۳

مدل مطلوب ارزشی ائتلاف استراتژیک شرکتهای تولیدی در ایران (مطالعه موردی، شرکت تولیدکننده متانول)

^۱ حجت مبرزى

^۲ على حسين زاده

^۳ محمد قاسمى نامقى

چکیده

امروزه با پیشرفت علوم و پیچیده‌تر شدن فرآیندهای فناوریانه، همکاری فناوریانه بین شرکت‌های مختلف، از ویژگی‌های مهم و استراتژیک برای شرکت‌ها محسوب شده و همکاری فناوریانه بین شرکت‌ها، یک راهکار مهم و ارزشمند برای تقویت و اشاعه نوآوری محسوب می‌گردد. در صنعت متانول، برقراری ائتلاف بین شرکت‌های تولیدکننده متانول با سرعت به وضعیت و حالت غالب برای تجاری‌سازی نوآوری تبدیل شده است. مطالعه پیش‌رانه‌های برقراری ائتلاف استراتژیک بین شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران یکی از موضوعات مهم و قابل توجه است که در مقاله حاضر بدان پرداخته شده است برای این منظور مراحل تشکیل ائتلاف بررسی و عوامل مؤثر بر هر کدام از این مراحل شناسایی شده و ارزیابی گردید. در این پژوهش از دیدگاه ۱۲ نفر از خبرگان شرکت‌های تولیدکننده متانول و روش تحلیل سلسله مراتبی (AHP) استفاده شد. در این پژوهش از داده‌ها و اطلاعات اولیه و ثانویه استفاده گردید. براساس داده‌های اولیه گردآوری شده از طریق مصاحبه‌ها و مشاهدات و داده‌های ثانویه حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای پرسشنامه مرحله اول تدوین گردید، نتایج حاصل از پرسشنامه اول امکان شناسایی عواملی که از نظر خبرگان بیشترین تأثیر را بر موفقیت ائتلاف شرکت‌های تولیدکننده متانول داشتند، فراهم آورد. در مرحله بعد براساس معیارهای بدست آمده از مبانی نظری تحقیق و مطالعات انجام شده در این زمینه، به ارائه مدل بهینه عوامل مذکور براساس میزان تأثیر آن‌ها بر موفقیت ائتلاف اقدام گردید. مدل به دست آمده به تأثیر شاخص موفقیت در بازار، ماندگاری، موفقیت مالی و بهبود وضعیت رقابتی در موفقیت یا شکست ائتلاف‌های استراتژیک اشاره دارد.

واژگان کلیدی

ائتلاف استراتژیک، شرکت‌های تولیدکننده متانول، عوامل و معیارهای موفقیت.

۱. دانشجوی دکتری گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

Email: Arman.Mobbarezi@gmail.com

۲. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: Hosseinzadeh56@gmail.com

۳. استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تربت حیدریه، دانشگاه آزاد اسلامی، تربت حیدریه، ایران.

Email: Ghasemi.mo@pnum.ac.ir

پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۸/۱۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۵/۴

طرح مسأله

از اواخر قرن بیستم پاردوکس جدید مدیریتی در ادبیات مدیریت استراتژیک، تحت عنوان همکاری بجای رقابت مطرح شد که منجر به گسترش سریع انواع ائتلاف‌های استراتژیک گردید. در حقیقت ائتلاف‌های استراتژیک با اتکا به همکاری‌های بین دو یا چند شرکت، زمینه مدیریت به ترازنامه یا به عبارتی، زمینه مدیریت اثربخش منابع و مصارف شرکتها را فراهم ساخته و بدین ترتیب مسیر رسیدن به هدف اصلی حاکمیت شرکتی یعنی افزایش ارزش بلندمدت قیمت سهام شرکای درگیر در ائتلاف را هموار می‌سازد. از طرفی واضح است که صنعت پتروشیمی یکی از صنایع استراتژیک محسوب می‌گردد و تحولات این صنعت می‌تواند بر اقتصاد جهانی و کشورهای مطرح در این صنعت تأثیرات زیادی داشته باشد. ایران به واسطه برخورداری از منابع عظیم نفت و گاز طبیعی دارای مزیت نسبی در این صنعت بوده و در منطقه بعد از عربستان به عنوان دومین تولیدکننده محصولات پتروشیمی محسوب می‌گردد. صنعت پتروشیمی بخش اعظم صنعت صادرات غیرنفتی و بازار سرمایه کشور را تشکیل می‌دهد. تحولات این بخش می‌تواند تأثیرات به سزایی بر اقتصاد کشور داشته باشد (رحیم نیا و سلیمی، ۱۳۹۳). اصولاً پتروشیمی‌ها صنعتی سرمایه بر است و نه کاربر، عمده سرمایه نیز فناوری تولید است این فناوری‌ها نیز در اختیار شرکت‌های تولیدکننده اصلی که چند ده سال پیش از ایران وارد این حوزه شده اند قرار دارد. در شرایط امروزی شرکت‌هایی موفق عمل کرده اند که در این گروه طبقه بندی شوند. در این گروه، شرکتها لزوماً برای حضور در صنعت نباید خوراک اولیه را در اختیار داشته باشند. این گروه از فعالان این صنعت در کشورهایی چون آمریکا، ژاپن، اروپا (آلمان، انگلستان، فرانسه و ایتالیا) و تا حد کمی کره جنوبی ظهور یافته‌اند. متأسفانه ایران و کشورهای دیگر مانند عربستان، چین، قطر، عمان، کویت، امارات، مالزی و ... با دسترسی به منابع و خوراک ارزان قیمت دنباله‌روهای بازار هستند و به تولید محصولات پایه و بالا دستی مانند پلی پروپیلن و متانول و غیره می‌پردازند و کشورهای رهبر در این بازار هرگز تکنولوژی تولید محصولاتی که ارزش افزوده بسیار بالایی برای آنها ایجاد می‌کند و در بخش صنایع پایین دستی و نزدیک به بازار مصرفی است را در اختیار این دنباله‌روها قرار نمی‌دهند (مانیان‌نجات‌زاده، ۱۳۹۴). از طرفی در همین بازار محصولات پایه پتروشیمی که پژوهش حاضر بر روی تولید کنندگان متانول قلمرو موضوعی خود را قرار داده است وضعیت رقابت و قیمت گذاری و فروش محصولات بسیار پر نوسان و بیثبات است. اگر چه در سمینار دوم تولید کنندگان متانول کشور که در جهت تقویت همکاری‌های آنها برای غلبه بر مشکلات بسیاری که پس از اعمال تحریم‌های اخیر از جانب آمریکا ایجاد شده است اشاره شد و نیز به سهم صادرات ایران در بازار چین به عنوان بزرگترین مصرف کننده این محصول در جهان و افزایش تولید ایران با بهره برداری از واحدهای تولیدی

پتروشیمی‌ها مثل مرجان، صدف، مروارید اما امروزه سازمانها دیگر به عنوان یک واحد تولیدی یا خدماتی به طور مجزا نمی‌توانند موفق به کسب مزیت‌های رقابتی و افزایش سهم بازار خود شوند و نیازمند یک مشارکت برنامه‌ریزی شده و اصولی می‌باشند. سازمانها به جای اینکه مجبور باشند در تمامی زمینه‌ها بهترین عملکرد را داشته باشند، می‌توانند از توانمندی‌های محوری سایر سازمانها به منظور بهینه‌سازی قابلیت‌ها و افزایش اثربخشی یکدیگر بهره‌گرفته و سطح رضایت‌مندی مشتریان خود را ارتقا دهند. این مشارکت نیازمند یک نظارت دقیق و نظام‌مند هست که در صورت بی‌توجهی به آن به زوال گرویده و در نتیجه سهم رقابتی خود را به رقبای می‌دهند (شریف‌نیا، ۱۳۹۳). اتحاد ارتباطی است قرارداد محور، بلندمدت و داوطلبانه که میان دو یا چند سازمان، طراحی و برقرار میگردد تا با ایجاد و یا تقسیم منابع، سازمانهای مشارکت‌کننده به اهداف خود دست یابند (حقیقی کفاش، ۱۳۹۲).

توسعه با مسائل اخلاقی و ارزشی جامعه پیوندی نزدیک دارد و بسیاری از صاحب‌نظران در زمینه توسعه، معتقدند که شکست سیاست‌های توسعه در بیش‌تر کشورهای جهان سوم دقیقاً به این دلیل بوده که عوامل غیر اقتصادی مانند ارزش‌ها، انگیزه‌ها، طرز تفکرات و به‌طور کلی، ویژگی‌ها و شرایط روحی آن جوامع مورد توجه قرار نگرفته و برای افزایش تولید ملی و بالا بردن سطح اشتغال و حل مشکلات صرفاً متغیرهای اقتصادی مانند پس‌انداز، سرمایه‌گذاری و نرخ‌های ارز در نظر گرفته شده است.

ضرورت وجود نگرش علمی در جامعه برای رسیدن به توسعه از این جهت است که یکی از عوامل مهم در توسعه اقتصادی، بالا رفتن سطح رفاه جامعه همراه با افزایش توان تولیدی و پیشرفت فن‌آوری می‌باشد و بدین منظور، باید روش‌های تولید بهبود یابد و کارایی آن بیش‌تر گردد. بدین معنی که با پیشرفت‌های علمی و صنعتی، بهترین و کم‌هزینه‌ترین روش‌ها کشف و اتخاذ گردد تا افزایش تولید کالا و ارائه خدمات با کارایی بالا امکان‌پذیر گردد و این افزایش مرهون توان تولیدی خود جامعه است که تنها در صورت حاکم بودن روحیه علمی و وجود چنین فرهنگی امکان‌پذیر می‌گردد. لذا، کشوری را که کالاها و خدمات مورد نیاز خود را با صادرات منابع زیرزمینی و مواد اولیه و وارد کردن کالاهای ساخته شده از خارج تأمین می‌کند و در هر زمینه‌ای به استخدام متخصصان خارجی نیازمند است، نمی‌توان توسعه یافته قلمداد نمود، گرچه همه کالاها و خدمات به وفور در دسترس همگان باشد؛ مانند کشورهای نفت‌خیز حوزه خلیج فارس که از سطح رفاه و درآمد سرانه بالایی برخوردارند، ولی توان تولید و فن‌آوری پیشرفته ندارند و کالاها و خدمات مورد نیاز خود را عمدتاً با فروش نفت از غرب وارد می‌کنند. (خلیلیان، ۱۳۷۸).

شرکتها برای بقا در محیط رقابتی کنونی و ادامه فعالیت، نیازمند همکاری با یکدیگر در

قالب اتحادهای استراتژیک هستند و با ایجاد هم‌افزایی که از این همکاری‌ها حاصل می‌شود، می‌توانند خود را با شرایط جدید انطباق داده و همگام با دگرگونی‌ها به رشد خود ادامه دهند. اتحادهای استراتژیک دستیابی به اهداف استراتژیک را تسهیل می‌نماید. برای ایجاد یک اتحاد باید چند مرحله منطقی را پشت سر گذاشت و در هر مرحله، به مواردی توجه نمود تا اتحاد موفقیت لازم را کسب نماید. مهم‌تر از ایجاد اتحاد، مدیریت و اداره اتحاد می‌باشد که باید باعث بهبود عملکرد آن شود تا شرکا اتحاد را حفظ نمایند.

امروزه با پیشرفت علوم و پیچیده‌تر شدن فرآیندهای فناورانه، همکاری فناورانه بین شرکت‌های مختلف، از ویژگی‌های مهم و استراتژیک کسب‌وکارها و سیاست‌های عمومی برای توسعه فناوری در سطح جهان به شمار می‌آید. همکاری فناورانه بین شرکت‌ها، یک راهکار کلیدی برای تقویت و اشاعه نوآوری محسوب شده که البته در کنار مزایا و فرصت‌های فراوان، چالش‌هایی هم درباره آن وجود دارد. با توجه به اهمیت همکاری‌های فناورانه بین شرکت‌های بزرگ فناوری و کسب‌وکارها، الزامات و محدودیت‌های خاص هر یک از طرفین، شناسایی مدل مطلوب، نقشی پراهمیت و موثر در موفقیت آن خواهد داشت.

مرور ادبیات و پیشینه پژوهش

متانول به عنوان یکی از محصولات بالادستی صنعت پتروشیمی و از منابع تجدیدشدنی سوخت محسوب می‌شود که می‌تواند جایگزین مشتقات نفت خام گردیده و در تولید فرآورده‌هایی از قبیل ضدیخ، حلال، چسب، مواد آرایشی، بهداشتی، سوخت و غیره استفاده شود. طبق گزارش هیأت مدیره شرکت سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تأمین، ظرفیت تولید متانول در جهان ۸۶ میلیون تن و ظرفیت تولید این محصول در ایران معادل ۵۰۴ میلیون تن معادل ۵۸۷ درصد ظرفیت تولید کل جهان است. شرکت‌های پتروشیمی زاگرس، مرجان، خارگ، بوشهر، فن‌آوران و شیراز، تولیدکنندگان متانول ایران هستند. شرکت پتروشیمی زاگرس با ظرفیت تولید ۳۰۳ میلیون تن متانول در سال معادل ۳۸۳ درصد کل ظرفیت تولید متانول جهان، بزرگترین تولیدکننده این محصول در ایران است و شرکت‌های پتروشیمی مرجان با ظرفیت ۱۶۵۰ هزار تن، پتروشیمی فن‌آوران با ظرفیت تولید ۱ میلیون تن، پتروشیمی خارگ با ظرفیت تولیدی ۶۶۰ هزار تن و پتروشیمی شیراز با ظرفیت تولیدی ۸۴ هزار تن در سال در رده‌های بعدی از لحاظ ظرفیت تولید متانول قرار می‌گیرند. در دو سال اخیر با شدت یافتن تحریم‌های وضع شده علیه ایران، شرکتهای تولیدکننده متانول با مشکلات عدیده‌ای برای تولید و فروش این محصول روبرو بوده‌اند به طوری که به دلیل تحریم کشتی‌های حمل متانول، این شرکت‌ها به اجبار میزان تولید خود را کاهش دادند. در سال ۱۳۹۰ که شدت تحریم‌ها فزونی نیافته بود، شرکت‌های پتروشیمی زاگرس، پتروشیمی فن‌آوران و پتروشیمی خارگ موفق به تولید به

ترتیب ۲۰۸۱۹ هزار و ۸۳۶ هزار و ۶۵۴ هزار تن متانول شدند، اما با شدت یافتن تحریم‌ها میزان تولید متانول این شرکت‌ها در سال ۱۳۹۱ به ۲۰۰۳ هزار و ۷۹۷ هزار و ۵۷۵ هزار تن کاهش یافت. اما شرکت پتروشیمی زاگرس در سال ۱۳۹۶ اقدام به خرید یک کشتی با ظرفیت در حدود ۵۰ هزار تن کرده است که این امر می‌تواند تا حدودی مشکلات حمل متانول این شرکت را کاهش دهد. میزان صادرات متانول کشور در خرداد سال ۱۳۹۷، ۴۰۴ هزار تن بوده است که در تیر، مرداد و شهریور ماه همان سال به ۲۱۸ هزار، ۱۹۷ هزار و ۱۶۶ هزار تن کاهش یافته است. وقفه‌های تولیدی که پتروشیمی زاگرس در مرداد و شهریور سال جاری با آن روبرو بوده باعث کاهش صادرات متانول در سه ماهه تابستان شده است.

در سه دهه اخیر به دلیل گسترش نوع و تقاضای محصولات پتروشیمی کشورهای پیشرفته آمریکای شمالی، اتحادیه اروپا و جنوب شرقی آسیا در صدد انتقال واحدهای بالادست پتروشیمی به کشورهای در حال توسعه به ویژه خاورمیانه برآمدند، زیرا این واحدها با وجود آلودگی و سرمایه‌بری بالا عموماً ارزش افزوده کمتری داشتند و ارزش افزوده بیشتر در واحدهایی نهفته بود که به مصرف‌کننده نهایی نزدیکتر است؛ از سوی دیگر سخت شدن شرایط رقابت در بازارهای جهانی این محصولات، نزدیکی به منابع خوراک را ضروری ساخته است (ساموئل و همکاران، ۲۰۱۳). از طرفی همانطور که در مقدمه به آن اشاره شد در همین بازار محصولات پایه و بالا دستی پتروشیمی که به صورت اخص در این تحقیق بر روی متانول تمرکز شده است وضعیت رقابت و قیمت‌گذاری و فروش محصولات بسیار پر نوسان و بی ثبات است. در حقیقت ایران و دیگر تولیدکنندگان دنباله‌رو از یکطرف نمی‌توانند کم تولید کنند، چون از طرف رهبران بازار مثل آمریکا، ژاپن، اروپا به آنها فشار خواهد آمد که خدمات پس از فروش مناسب دریافت نخواهند کرد. همچنین نمی‌توانند تولید زیادی داشته باشند، چون توازن عرضه و تقاضا به هم خورده و قیمت‌ها کاهش می‌یابد. بنابراین رقابت در این سطح فقط رقابت بین دنباله‌روهای بازار در عرضه و تولید بیشتر است و کاملاً به وسیله‌ی رهبران از نظر سهم بازار و قیمت‌گذاری قابل کنترل است (حقیقی کفاش، ۱۳۹۲). علاوه بر موارد یاد شده تولیدکنندگان ایرانی تنها با مشکلات کشورهای دنباله‌رو دست و پنجه نرم نمی‌کنند. متأسفانه خروج آمریکا از برجام و اعمال تحریم‌های یک‌طرفه از جانب آمریکا مشکل اصلی واحدهای تولیدکننده متانول است زیرا به طور کلی باید گفت تحریم صنعت پتروشیمی ایران شامل چهار بخش اصلی می‌باشد؛ تحریم صادرات محصولات، تحریم خدمات مرتبط با صادرات محصولات پتروشیمی، تحریم تکنولوژی و دانش فنی و در نهایت تحریم فاینانس‌های مرتبط با ایجاد صنایع پتروشیمی. البته آمریکا در هیچ یک از این حوزه‌ها با ایران فعالیت مشترکی ندارد اما نگرانی اصلی از بعد تحریم شرکت‌های اروپایی و آسیایی است. نگاهی اجمالی به مشکلات و تهدیدات استراتژیک عرصه صنایع پتروشیمی و

خصوصاً تولید کنندگان متانول نشان می‌دهد که این شرکتها راه‌کاری جز رفتن به سمت همکاری‌های دراز مدت ندارند. قراردادهای ائتلاف استراتژیک هم یکی از مهمترین بسترهای اینگونه همکاری‌ها به شمار می‌رود. اگر چه بطور پیوسته بر شمار و اهمیت این دست همکاری‌ها افزوده می‌شود اما مفاهیم آن تاکنون با نیازها و ملزومات صنعت پتروشیمی تطبیق داده نشده است و در مقابل این صنعت در کشورمان ایران از کاربردها و منافع آن بی‌بهره مانده است. حوزه صنعت همیشه عامل مهمی در پیشرفت و توسعه اقتصادی کشورها بوده و دغدغه اصلی دولت‌ها، حمایت از صنایع تولیدی و خدماتی داخل بوده است. اتحاد استراتژیک یکی از سازوکارهای دنیای کسب و کارهای فعلی است که موجب کسب مزیت رقابتی می‌شود سازمانها و شرکتها برای رقابت پذیری نیازمند به استراتژیهای هوشمندانه دارند، محیط کسب و کار کنونی با تغییرات بسیاری روبرو هستند. سرعت بالای این تغییرات در زمینه تکنولوژی‌ها، بازارها، چرخه عمر محصولات، حذف نظارت‌ها، جهانی سازی، ظهور اینترنت و تحریم‌های بیان شده و ... از یک طرف و منابع کمیاب و محدود سازمانها از طرف دیگر، باعث شده است شرکت‌های مختلف از شرکت‌های چند ملیتی گرفته تا شرکت‌های کوچک تولیدی و خدماتی و در نواحی مختلف جهان با یکدیگر اتحاد استراتژیک تشکیل دهند تا بتوانند در چنین محیط رقابتی متغیری به رقابت بپردازند (جعفرنژاد و همکاران، ۱۳۹۷). جهان کسب و کار امروزی با رقابت شدید میان رقبای داخلی و خارجی برجسته شده است. در نتیجه کسب و کارهایی که موفق به مقابله با تغییرات و تهدیدات خارجی نباشند قطعاً سهم قابل توجهی از بازار و سود خود را از دست می‌دهند. پیدا کردن جایگاهی مناسب در محیط رقابتی امروزی برای سودآوری بلند مدت و بقای یک کسب و کار از اهمیت بالایی برخوردار است که این هدف تنها از طریق ایجاد و حفظ مزیت رقابتی قابل دسترس است. وجود مزیت رقابتی در شرکت‌ها موجب افزایش و حفظ سهم بازار و دستیابی به رهبری بازار می‌گردد و از این جهت حائز اهمیت است (هوانگ و همکاران^۱، ۲۰۱۶).

مسئله مهم این است که در گام اول بر اساس نیازهای بومی تولید کنندگان متانول این ائتلاف‌ها حتی از تعریف مشترک و مولفه‌های مشخصی تعریف ابعاد آنها برخوردار نیستند. برای مثال در تعریفی آمده است ائتلاف استراتژیک شیوه خاصی از روابط میان سازمانی است که طی آن طرفین سرمایه‌گذاری عمده‌ای در توسعه اقدامات طولانی مدت همکاری و جهت‌گیری مشترک انجام می‌دهند. از طرفی مارتین در مطالعه خود بیان می‌کند که منظور از ائتلاف استراتژیک توافقی است که طی آن دو یا چند شرکت، منابع خویش را در راستای تعقیب اهداف خاص بازاری به اشتراک می‌گذارند (مارتین^۲، ۲۰۰۳). همچنین پیرامون پارت‌نر شپ، شدن و

1. Hoang et al

2. Martin

شدت آن در این نوع قرار داد نظرات یکسان نیست. مثلاً الموتی و کاتوالا^۱ در سال ۲۰۰۱ بیان کردند که ائتلاف استراتژیک توافقی میان شرکتهاست که طی آن اعضا با همکاری یکدیگر اعمال بازرگانی را انجام دهند؛ در حالی که این توافق فراتر از معاملات معمول میان شرکت‌ها و پایین‌تر از ادغام و پانترشیپ کامل است اما بوزیس و آریک در مطالعه‌ای در سال ۲۰۱۷ بیان داشتند که این نوع رابطه از نوع پانترشیپ درازمدت میان دو یا چند شرکت است که تجارت را در راستای دستیابی به اهداف استراتژیک سودمند برای طرفین هدایت می‌کند (بوزیس و آریک^۲، ۲۰۱۷).

موارد بالا، تنها نمونه‌هایی از عدم همسویی در زمینه قراردادهای ائتلاف استراتژیک هستند که بر ضرورت و اهمیت تبیین دقیق مفهوم و ماهیت این گونه قراردادهای تأکید می‌ورزند. اکنون بدون تعریفی تطبیقی و متناسب با زیست طبیعی کنشگران این صنعت چگونه می‌توان این ائتلاف‌ها را تعریف و عوامل که موجب تشکیل ائتلاف‌هایی موفق می‌شود را تبیین نمود. همچنین ما در برخی از مطالعات مانند بیگر^۳ ۲۰۰۶ شاهد شناسایی برخی از عواملی که بر موفقیت ائتلاف‌های استراتژیک تأثیر مثبت می‌گذارند هستیم اما شرایط ویژه تولید کنندگان متانول در این پهنه زمانی محقق را به این فکر می‌اندازد که باید با یک پیمایش میدانی جامع و بر اساس منابع اطلاعاتی متنوع به این سوال پاسخ دهد که ائتلاف استراتژیک بین تولید کنندگان متانول چه مولفه‌هایی دارد؟ سوال مهمتر این است که چه پیشایندهایی بر موفقیت این ائتلاف‌ها بین تولید کنندگان متانول اثر گذار است؟ و در نهایت این ائتلاف‌ها و موفقیت و عدم موفقیت آنها چه پیامدهایی را برای تولید کنندگان متانول و در مرحله بعد بر صنعت پتروشیمی ایران می‌گذارد؟ بنابراین مسئله اصلی این پژوهش ارائه یک الگو و مدل برای شناسایی پیشایندها و پیامدهای ائتلاف‌های استراتژیک بین تولید کنندگان متانول در ایران است.

پیشینه

فاتحی و چوی^۳ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان اتحاد استراتژیک بین‌المللی بیان داشتند که به دلیل جهانی شدن و درهم تنیده شدن فزاینده محیط کسب و کار جهانی، عملیات تجارت بین-المللی به یک فرآیند پیچیده پرهزینه تبدیل شده است. لذا در این شرایط بسیاری از شرکتها برای تنظیم و هماهنگ سازی مناسب فعالیت‌های ارزش آفرینی (به عنوان مثال، تولید، $R \& D$ ، بازاریابی و توزیع) بسته به محیط‌های کشور میزبان (به عنوان مثال، مقررات و رقابت بازار

1. Elmuti & Kathawala
2. Bouaziz & Aourik
3. Fatehi, & Choi

محلی) نیازمند اقدامات عملیاتی ویژه ایی می باشند. معمولاً قبل از اینکه این شرکت ها وارد حیطه کسب و کار جهانی شوند باید هزینه تعدیل و هماهنگی را برآورد کنند. در طول این فرآیند، شرکت ها ممکن است متوجه شوند که تمام قابلیت های لازم برای ایجاد سازگاری و انجام فعالیت های خود را در درون خود ندارند؛ لذا برای غلبه بر این امر، شرکت ها ممکن است به دنبال شریک باشند و برای به اشتراک گذاری منابع، تکنولوژی، و حتی ریسک عملیات ها، اتحادهای استراتژیک را برنامه ریزی نمایند. در این پژوهش ضمن بررسی مفاهیم و مراحل اتحاد استراتژیک نویسندگان تلاش نموده اند تا شیوه موثر مدیریت اتحادهای استراتژیک در راستای افزایش عملکرد را مورد بررسی قرار دهند. بهاتاچاریا^۱ (۲۰۱۹)، در پژوهشی با عنوان توسعه مدل یکپارچه اتحاد استراتژیک بیان نمودند که امروزه اتحادهای استراتژیک به یک چشم انداز مرکزی در راستای مدیریت استراتژیک شرکتها تبدیل شده است. همکاری بین شرکت (و نه فقط رقابت آنها) به عنوان یک رویکرد و شیوه تفکر جدید برای مدیران شرکتها نمود جدی یافته است. اتحادیه های استراتژیک می توانند به سرعت برای شرکتها ارزش ایجاد کنند، با این حال، تاریخ با نمونه هایی بسیاری از شکست های پیش از موعد این نوع اتحادها مواجه است. تنها زمانی که مدیران شرکتها بتوانند چشم انداز یکپارچه ایی را به کارگیرند خواهند توانست اتحادهای استراتژیک را به سمت موفقیت مدیریت نمایند. پژوهش یاد شده تلاش می کند تا یک چارچوب یکپارچه و بر آمده از نظریه های مدیریت استراتژیک مانند نظریه سازمان صنعتی، توانایی های پویا، نظریه آژانس، اقتصاد هزینه های معامله و نظریه مشارکت کننده در زمینه اتحادهای استراتژیک ایجاد نماید. سوپرامانیم و همکاران (۲۰۱۸)، در پژوهشی با عنوان نقش یکپارچگی دانش یادگیری در شرکاء اتحاد استراتژیک بیان داشتند که اتحاد استراتژیک کانال مهمی برای یادگیری درون سازمانی به خصوص در مورد شرکتهای کوچک مقیاس است که از نظر منابع دچار کمبود می باشند. نتایج این مطالعه به منظور تقویت یادگیری درون سازمانی به خصوص برای سازمان هایی که دارای ذخیره دانش محدود می باشند بسیار دارای اهمیت است نوری و غلامدخت (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی قرارداد ائتلاف استراتژیک در حقوق تجارت بین الملل با تأکید بر صنعت نفت و گاز پرداختند. و بیان کردند که شرکتهای نفتی رفته رفته به سمت همکاریهای درازمدت گام برمی دارند. قرارداد ائتلاف استراتژیک هم یکی از مهمترین بسترهای اینگونه همکاریها به شمار می رود. اگرچه به طور پیوسته بر شمار و اهمیت این دست از قراردادها افزوده می شود، اما مفهوم آن تاکنون با نیازهای صنعت نفت و گاز تطبیق داده نشده و در مقابل، این صنعت از کاربردهای آن، دستکم در کشور ایران، بی بهره مانده است.

جلالی و حقیقی (۱۳۹۶)، در پژوهشی با عنوان ارزیابی تاثیر انعطاف پذیری استراتژیک در انتخاب ساختار ائتلاف های استراتژیک: مطالعه ای در حوزه پیمانکاری تاسیسات و تجهیزات صنعتی انجام دادند. آنان دریافتند انعطاف پذیری استراتژیک از منظر ابعادی نظیر فرایندهای سازمانی و قابلیت های مدیریتی بستر مساعدی برای شکل گیری ائتلافهای استراتژیک سرمایه محور مهیا می‌سازد، در حالیکه انعطاف‌پذیری استراتژیک از منظر منابع در اختیار سازمان و یادگیری سازمانی، محرکی برای انتخاب الگوی ساختاری قرارداد محوری در ائتلافهای استراتژیک است. رحیم نیا و زمانیان نجات زاده (۱۳۹۴)، در پژوهشی با عنوان بررسی فرایند انتقال و خلق دانش در ائتلافهای استراتژیک، اعلام داشتند طی دو دهه گذشته مبنای رقابت در اقتصاد ملی و جهانی از منابع مشهود مانند نفت، معدن و ... به منابع غیر مشهود و خلق داراییهای مبتنی بر دانش مانند توانمندی در انجام تحقیقات، ثبت مالکیت معنوی، توسعه فرآیند و محصول تغییر یافته است. اما فرایند تولید و بکارگیری دانش و تکنولوژی هر روز پیچیده تر شده و چارچوب های علمی متنوع تری را در بر گرفته است که هیچ سازمانی نمی تواند به تنهایی تمام منابع و قابلیت‌های مورد نیاز را در قلمرو سازمان خود تامین نماید. در نتیجه سازمانها تمام منابع خود را در جهت ایجاد توانمندیهای ویژه در حوزه های خاصی به کار گرفته و از طریق توسعه روابط استراتژیک با سازمانهای دیگر به کسب و مبادله دانش با آنها می‌پردازند. رحیم نیا و سلیمی (۱۳۹۳)، در پژوهشی با عنوان انگیزه های شکل گیری و عوامل موثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک بین المللی و معیارهای سنجش موفقیت آن، اعلام داشتند در عصر تجارت جهانی، ائتلاف های استراتژیک بین المللی تبدیل به ابزاری مهمی جهت حضور شرکای بین المللی در عرصه های جهانی گشته اند. نتایج تحقیقات مختلف حاکی از این است که سازمان های مختلف بنا بر شرایط متفاوت دست به تشکیل ائتلاف می زنند. حقیقی کفاش و همکارانش (۱۳۹۲)، در پژوهشی با عنوان رتبه بندی عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت های هواپیمایی از دیدگاه خبرگان، انجان دادند برای ارزیابی میزان تاثیر عوامل شناسایی شده و رتبه بندی آنها از دیدگاه خبرگان از روش تحلیل سلسله مراتبی AHP استفاده شد. یافته های تحقیق نشان داد که از میان عوامل و مراحل منتخب، عامل تناسب استراتژی ائتلاف با استراتژی کلان سازمان و مرحله انتخاب شریک بیشترین تاثیر را بر شاخص موفقیت ائتلاف استراتژیک دارد.

سؤالات تحقیق

۱. ائتلاف استراتژیک برای تولید کنندگان متانول در ایران از چه متغیرهای اثر گذاری تشکیل شده‌اند؟
۲. مدل مطلوب ائتلاف استراتژیک میان شرکت های تولید کننده متانول در ایران چه نوع مدلی است؟

اهداف تحقیق

۱. شناسایی متغیرهای اثر گذاری ائتلاف استراتژیک میان تولید کنندگان متانول در ایران
۲. ارائه مدل مطلوب ائتلاف استراتژیک میان شرکت های تولید کننده گان متانول در

ایران

روش شناسی تحقیق

در بخش کیفی داده های برآمده از بررسی اسناد و مصاحبه با جمعی از متخصصین در این حوزه، که شامل مدیران، کارشناسان ارشد و اساتید دانشگاه می باشند تا رسیدن به نقطه اشباع ادامه یافته و با توجه به روش

گراندد تئوری در قالب فرایند کد گذاری باز، محوری و گزینشی توسط نرم افزار تحلیل محتوای مکس کیو دی ای و با تاکتیک تحلیل محتوای پنهان مورد تجزیه و تحلیل کیفی قرار گرفته و در نهایت کد ها یا گزاره های اولیه، مقولات و ویژگی ها و ابعاد ویژگی ها در بخش کد گذاری باز، مقولات اصلی در بخش کد گذاری محوری و در نهایت رابطه بین این مقولات از هر مجموعه در بخش کد گذاری گزینشی مشخص می شود. سپس جهت تعمیم نتایج به نمونه های بزرگ در بخش کمی، بر اساس روش توصیفی پیمایشی، پرسش نامه ای از گزاره های اولیه پدید آمده و پس از تایید روایی ظاهری و محتوایی آن در نمونه ای جهت اکتشاف متغیر ها توزیع می شود. سپس توسط نرم افزار اس پی اس اس و تحلیل پیشرفته عاملی اکتشافی متغیر ها و مولفه های احتمالی آن اکتشاف می شود و در نهایت با روش های رگرسیونی تحلیل مسیر مرحله به مرحله روابط بین آن ها نیز اکتشاف می گردد. سپس مدل تازه تولد یافته مطابق با نظر کلاین در نمونه ای کوچک با نرم افزار های واریانس محور حداقل مربعات جزیی آزمون و کیفیت سنجی می گردد و در نهایت مدل نهایی با نرم افزار ایموس آزمون نهایی می شود. همچنین برای تحلیل داده ها از آمار توصیفی و فن آزمون فرضیات بهره می بریم. در واقع پرسش نامه مورد آزمون های تحلیل عاملی قرار می گیرد و سازه های معنادار مشخص می شود. داده های به دست آمده با مدل معادلات ساختاری SEM توسط نرم افزار LISREL برای بررسی دقیق روابط علت و معلولی مورد تحلیل قرار می گیرد. این روش ترکیب ریاضی و آماری پیچیده ای از تحلیل عاملی و رگرسیون چند متغیره و تحلیل مسیر است. و سپس مدل از نظر برازش بررسی شده و توسط شاخص های نظیر GFI, AGFI, CFI, RMR و غیره بررسی می شود تا مشخص شود مدل از برازش مناسبی برخوردار است.

جامعه آماری، روش نمونه گیری و حجم نمونه

در بخش کیفی با توجه به اینکه نمونه گیری در پژوهش کیفی هدفمند و اطلاعات محور است مصاحبه با جمعی از خبرگان که شامل اساتید دانشگاه که در این زمینه دارای سابقه تدریس، مقاله یا کتاب می باشند و مدیران عامل و کارشناسان متخصص با سابقه ۶ سال به بالا در این حوزه به صورت عمیق و تا رسیدن به نقطه اشباع جهت شناسایی پیشایندها و پیامدها ائتلاف استراتژیک انجام می پذیرد. که جامعه آماری این بخش ۱۲ نفر در نظر گرفته شده است. در بخش کمی نیز از آنجا که مورد مطالعه شرکت های تولید کننده متانول است، جامعه آماری خبرگان، مدیران و کارشناسان ارشد و کارشناسان متخصص در این حوزه می باشند که به دلیل محدود بودن به صورت سرشماری از این جامعه آماری گرفته خواهد شد.

در بخش کیفی پژوهش جامعه پژوهش از خبرگان و مدیران تولید کننده متانول کشور تشکیل شده است و محقق برای دستیابی به اطلاعاتی غنی، روش نمونه گیری غیر احتمالی و هدفمند و اطلاعات محور برگزیده و نمونه از جمعی از خبرگان این حوزه که بیشترین و با کیفیت ترین اطلاعات را به محقق می دهند انتخاب خواهند شد. حجم نمونه هم با تابعیت از قاعده تطبیق نظری گلیسر و اشتراوس در سال ۱۶۹۷ تا نقطه اشباع نظری ادامه می یابد. اشباع نظری قضاوتی است که پژوهشگر بر اساس آن تصمیم می گیرد که نیاز به جمع آوری اطلاعات بیشتر وجود ندارد و اطلاعات جدیدی که به تعریف خصوصیات طبقات کمک کند به پژوهش وارد نمی شود. اشباع داده یا اشباع نظری رویکردی است که در پژوهشهای کیفی برای تعیین کفایت نمونه گیری مورد استفاده قرار می گیرد. اشباع نظری با نمونه گیری نظری که در تئوری زمینه ای یا داده بنیاد مورد استفاده قرار می گیرد ارتباط نزدیک تری دارد (بیبیر، ۲۰۰۸).

در بخش کمی باید بیان کرد که جامعه پژوهش کلیه مدیران، کارشناسان ارشد و کارشناسان حوزه صنعت پتروشیمی هستند که به نحوی درگیر بخش های مختلف ائتلاف های استراتژیک بین شرکت های تولید کننده می باشند که برآورد از تعداد آن ها حدود ۲۰۰ نفر است و حجم آن با در نظر گیری توان آزمون و دقت و قدرت تعمیم پذیری آن توسط یک نرم افزار تعیین حجم نمونه مانند *G POWER* بدست خواهد آمد. روش نمونه گیری در این پژوهش با توجه به در اختیار گیری لیست این افراد از طرف شرکت های تولید کننده متانول از نوع احتمالی سیستماتیک و به تعداد ۱۳۲ نفر می باشد.

یافته های تحقیق

در مرحله اول تحقیق عوامل پیشنهادی طی پرسشنامه ای به قضاوت خبرگان گذاشته شد تا از میان آن ها مهمترین عوامل جهت رتبه بندی نهایی انتخاب شوند. متغیرهای زیر میانگین امتیازی بالاتر را کسب نموده و به عنوان عوامل کلیدی موفقیت ائتلافات استراتژیک در شرکت

های تولید کننده متانول کشور از نظر خبرگان انتخاب شدند.

موفقیت در بازار

ماندگاری

موفقیت مالی

بهبود وضعیت رقابتی

در مرحله بعد پرسشنامه های مرحله دوم برای انجام مقایسات زوجی بر اساس عوامل بدست آمده از مرحله اول، و رتبه بندی آن ها با استفاده از روش *AHP* تدوین و مجدداً به قضاوت خبرگان گذاشته شد تا براساس چهار معیار تعیین شده برای ارزیابی میزان رضایت طرفین از مشارکت با یکدیگر مورد ارزیابی قرار گیرند.



یافته‌های تحقیق در مرحله دوم نشان داد که عامل تناسب استراتژی شراکت با استراتژی کلان سازمان، براساس میزان تأثیر معیار موفقیت مالی، موفقیت در بازار و بهبود وضعیت رقابتی در شاخص رضایت طرفین از مشارکت (موفقیت شراکت استراتژیک)، به ترتیب با ۳۷ درصد، ۴۶ درصد و ۲۵ درصد بیشترین تأثیر را در موفقیت شراکت دارد. درحالی‌که براساس همین معیارها عامل وجود رابطه مبتنی بر اعتماد میان طرفین به ترتیب با ۷ درصد، ۹ درصد و ۱۵ درصد کمترین تأثیر را بر موفقیت شراکت دارد. براساس معیار ماندگاری نیز عامل وجود توانمندی‌های مکمل در طرفین با ۳۶ درصد بیشترین و عامل توافق دو سازمان در اهداف و ارزش‌ها با ۷ درصد کمترین تأثیر را بر شاخص رضایت طرفین از مشارکت دارد.

اولویت‌بندی معیارهای در نظر گرفته‌شده برای ارزیابی میزان رضایت طرفین از مشارکت در میان شرکت‌های هوپیمایی نیز تأثیر متفاوت آن‌ها در حصول رضایت طرفین از مشارکت را به ترتیب زیر نشان داد:

۱. موفقیت در بازار (۳۷٪)

۲. ماندگاری (۲۶٪)

۳. موفقیت مالی (۲۴٪)

۴. بهبود وضعیت رقابتی (۱۳٪)

رتبه‌بندی نهایی عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت‌های هوپیمایی

سؤال ۱: عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران کدامند؟

از آنجایی که برای شناسایی عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران، مقدار پایایی هر سؤال تاثیر گذار است. لذا ابتدا به نقش هر یک از سؤالات در پایایی کل مقیاس پرداخته می شود.

پایایی مقیاس

برای بر آورد پایایی اولیه از روش آلفای کرونباخ استفاده و ضریب آن برای سؤالات عدد ۰/۹۵۳ بدست آمده است.

جدول شماره ۱ پایایی اولیه پرسشنامه

تعداد	آلفا
۲۲	۰/۹۰۸

همچنین محاسبه ضریب (نقش هر یک از سؤالات در پایایی کل مقیاس) در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول شماره ۲ نقش هریک از سؤالات تحلیل عاملی در پایایی کل مقیاس

سؤالات	ضریب همبستگی دو رشته ای (مورد با کل)	ضریب پایایی در صورت حذف سؤال	سؤالات	ضریب همبستگی دو رشته ای (مورد با کل)	ضریب پایایی در صورت حذف سؤال
۱	.475	.906	۱۲	.705	.899
۲	.506	.904	۱۳	.639	.901
۳	.411	.906	۱۴	.506	.904
۴	.615	.902	۱۵	.607	.902
۵	.702	.900	۱۶	.683	.900
۶	.415	.906	۱۷	.709	.899
۷	.589	.903	۱۸	.693	.899
۸	.551	.903	۱۹	.691	.900
۹	.623	.901	۲۰	.570	.903
۱۰	.591	.902	۲۱	.343	.908
۱۱	.642	.901	۲۲	.500	.904

همانطوری که در جدول شماره ۴-۶ مشاهده می شود، ضریب تعیین (پایایی) همه سؤالات بیشتر از ۰/۷ می باشد. بنابراین تمامی سؤالات و متغیرهای مورد بررسی در تحلیل عاملی وارد می شود و مورد تحلیل قرار می گیرد. پس از آزمون پایایی پرسشنامه، ساختار عاملی این مقیاس با روش تحلیل عاملی اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت.

تحلیل عاملی اکتشافی

در تحلیل عاملی محقق درصدد کشف ساختار زیر بنایی مجموعه نسبتاً بزرگی از متغیرها است و پیش فرض اولیه محقق آن است که هر متغیری ممکن است با هر عاملی ارتباط داشته باشد. تحلیل عاملی دارای چهار مرحله است :

۱. آزمون کفایت نمونه گیری
۲. تشکیل ماتریسی از ضرایب همبستگی
۳. استخراج عامل‌ها از ماتریس همبستگی
۴. چرخش عامل‌ها به منظور به حداکثر رساندن رابطه متغیرها و عامل‌ها که مقدار آن باید بیش از ۰/۵ باشد.

آزمون کفایت نمونه گیری

در تحلیل عاملی ابتدا باید اطمینان حاصل شود که آیا داده های موجود برای تحلیل را می توان استفاده کرد؟ بدین منظور از شاخص KMO و آزمون بارتلت استفاده شده است.

جدول شماره ۳ کفایت نمونه گیری

۰/۸۹۲	شاخص KMO
۱۴۸۰/۴۶۳	آزمون بارتلت
۲۳۱	درجه آزادی
۰/۰۰۰	سطح معنی داری

از آنجا که مقدار شاخص KMO برابر ۰/۸۹۲ است (شاخص مناسب بیشتر از ۰/۶ می باشد) تعداد نمونه آماری برای تحلیل عاملی کافی می باشد. همچنین مقدار سطح معنی داری آزمون بارتلت کمتر از ۰/۰۵ درصد می باشد که نشان می دهد تحلیل عاملی برای شناسایی ساختار، مدل عاملی مناسب است.

در جدول شماره ۴ اشتراک استخراجی عامل ها نشان داده شده است که میزان تبیین واریانس سؤالات را نشان می دهد. در این مرحله عامل هایی که مقادیر اشتراک استخراجی شان کوچکتر از ۰/۵ است حذف می گردد. زیرا کوچک بودن این مقدار بدان معناست که عامل با هیچ یک از عامل ها ارتباط ندارد. و این مرحله را تا آنجا ادامه می دهیم که مقادیر استخراجی بیشتر

از ۰/۵ باشد. در این تحقیق مقادیر زیر بدست آمد.

جدول شماره ۴ نتایج اشتراک استخراجی

ل ها	عام	اشتراک استخراجی	عامل ها	اشتراک استخراجی
۱	۰.۶۵۵	۱۲	۰.۶۶۲	
۲	۰.۵۳۷	۱۳	۰.۶۶۳	
۳	۰.۵۲۱	۱۴	۰.۵۶۱	
۴	۰.۵۸۰	۱۵	۰.۵۶۹	
۵	۰.۶۶۲	۱۶	۰.۶۶۱	
۶	۰.۵۹۸	۱۷	۰.۶۳۳	
۷	۰.۵۴۵	۱۸	۰.۶۴۹	
۸	۰.۵۳۴	۱۹	۰.۶۷۰	
۹	۰.۶۳۷	۲۰	۰.۶۰۸	
۱۰	۰.۶۳۰	۲۱	۰.۵۸۵	
۱۱	۰.۵۷۴	۲۲	۰.۵۹۲	

با توجه به نتایج بدست آمده، اشتراک تمامی عامل‌ها بیشتر از ۰/۵ می باشد. بنابراین در این مرحله همه ۲۲ عامل برای تحلیل عاملی اکتشافی می شوند.

جدول تبیین واریانس

مرحله سوم از تحلیل عاملی اکتشافی تعیین کننده عامل‌های هستند که در تحلیل باقی می مانند. در این جدول تعداد عوامل شناسایی شده و میزان تبیین واریانس برای هر یک از آنها مشخص می شود. با توجه به نتایج خروجی برآمده از تحلیل SPSS می توان بیان کرد که در اینجا ۴ عامل اول دارای بردارهای ویژه بزرگتر از یک هستند و در مدل باقی می مانند.

جدول شماره ۵ جدول تبیین واریانس

طبقات	مقادیر ویژه			مقادیر ویژه عامل استخراجی با چرخش		
	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی	مجموع	درصد واریانس	درصد تجمعی
۱	۸.۷۸۸	۳۹.۹۴	۳۹.۹۴	۵.۳۰۲	۲۴.۱۰	۲۴.۱۰
۲	۲.۱۶۵	۹.۸۴	۴۹.۷۹	۳.۰۳۴	۱۳.۷۹	۳۷.۸۹
۳	۱.۲۳۶	۵.۶۱۷	۵۵.۴۰	۲.۵۸۲	۱۱.۷۳۷	۴۹.۶۲۹
۴	۱.۱۳۷	۵.۱۶۹	۶۰.۵۷۱	۲.۴۰۷	۱۰.۹۴۲	۶۰.۵۷۱
۵	۰.۹۳۸	۴.۲۶۳	۶۴.۸۳			
۶	۰.۹۰۰	۴.۰۹۰	۶۸.۹۲۴			

بر اساس جدول شماره ۵ چهار عامل دارای بردارهای ویژه بزرگتر از یک هستند، عامل اول حدود ۳۹/۹۴ درصد، عامل دوم حدود ۹/۸۴ درصد، عامل سوم حدود ۵/۶۲ درصد و عامل چهارم حدود ۵/۱۶۹ درصد از واریانس را توضیح می‌دهد. همچنین واریانس تجمعی برابر با ۶۰/۵۷ درصد است. این به این معناست که این چهار عامل حدود ۶۰ درصد واریانس سؤالات را توضیح می‌دهد. میزان تبیین واریانس تجمعی باید بزرگتر از ۶۰ درصد باشد.

ماتریس چرخش یافته عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران

مهمترین خروجی تحلیل عاملی اکتشافی ماتریس چرخش یافته نام دارد. در این ماتریس مشخص می‌شود که هر یک از عامل‌ها در کدام دسته قرار می‌گیرد. برای این منظور بزرگترین عدد هر عامل را در هر سطر مشخص کرده و در دسته مربوطه قرار می‌دهیم.

جدول شماره ۶ ماتریس چرخش یافته بارهای عاملی عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک

شرکت‌های تولیدکننده متانول

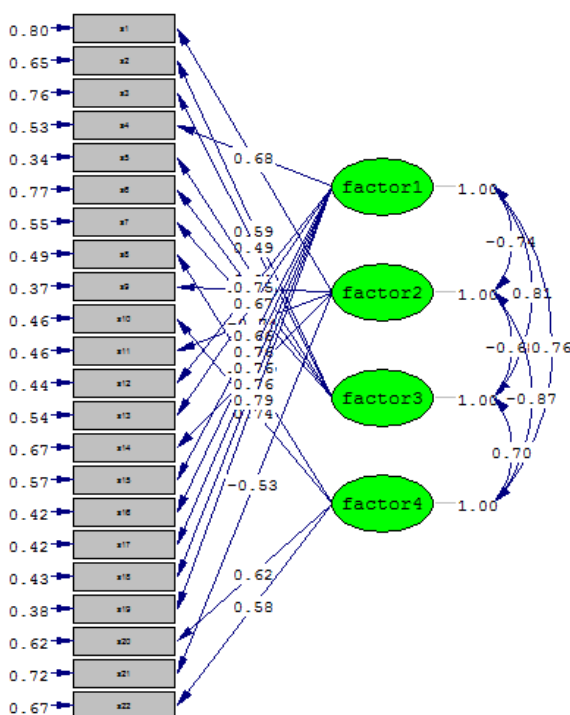
گویه‌ها	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱
۱				۰.۶۹۵							
۲	۰.۷۸۹								۰.۶۱۹		۰.۴۸۲
۳		۰.۶۵۳	۰.۶۲۷		۰.۶۱۱	۰.۵۶۷	۰.۵۵۶				
۴								۰.۴۸۵		۰.۶۳۵	
گویه‌ها	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰	۲۱	۲۲
۱	۰.۶۶۴	۰.۵۶۵		۰.۶۷۲	۰.۷۴	۰.۷۲۵	۰.۷۱۹	۰.۷۷			
۲			۰.۵۱۲							۰.۶۰۵	
۳											
۴									۰.۶۴۴		۰.۷۰۶

یافته جانبی

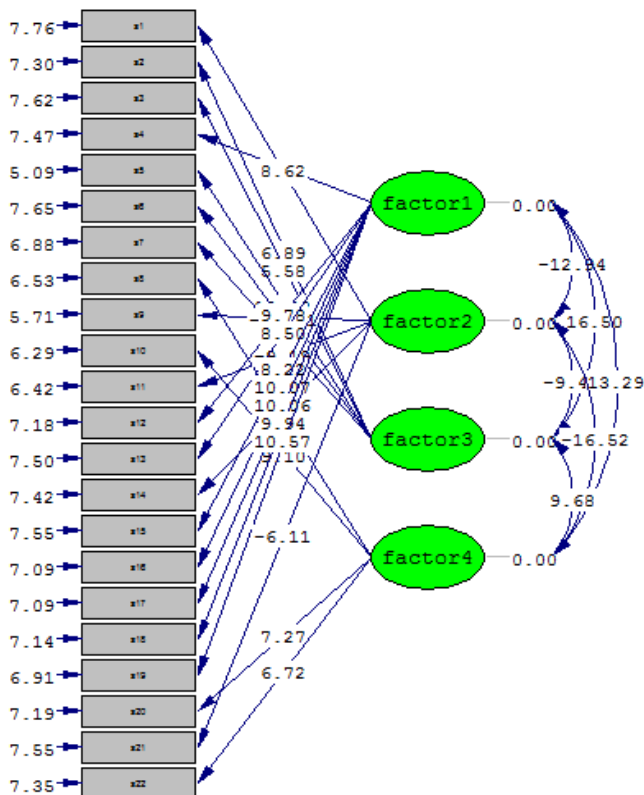
الگوی مناسب عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران چیست؟

برای پاسخ به این سؤال از تکنیک تحلیل عاملی تأییدی با استفاده از نرم افزار لیزرل استفاده شده است که در برگرفته نتایج زیر می باشد: به منظور تأیید ساختار عاملی بدست آمده و آزمون قدرت و معناداری سهم هریک از متغیرها در عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران، تحلیل عاملی تأییدی انجام گرفت که در نمودارهای شماره ۱ و ۲ ارائه شده است.

نمودار شماره ۱ تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول متغیر عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران بر اساس بار عاملی



نمودار شماره ۲ تحلیل عاملی تأییدی مرتبه اول عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران بر اساس ضریب معناداری



نمودار تحلیل عاملی شماره ۲ نشان می‌دهد کلیه مسیرها با احتمال ۹۵ درصد معنادار می‌باشند.

جدول شماره ۴-۱۱ شاخص‌های نیکویی برازش الگوی حاصل تحلیل عاملی تأییدی را که حاکی از خوبی برازش الگو با داده‌های مشاهده شده است را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران با چهار مؤلفه در این تحقیق با داده‌ها مطابقت دارد.

جدول شماره ۴-۱۱: شاخص های نیکوئی برازش الگوی عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک

شرکت های تولیدکننده متانول در ایران

مجدور خی	درجه آزادی	سطح معناداری	ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب (RMSEA)	شاخص نیکویی برازش (GFI)	مقایسه مدل مورد نظر با مدل بدون رابطه هایش (NFI)
۲۱۴/۲۲	۴۰۶	۱/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۷۲	۰/۹۲

مهمترین آماره برازش آماره مجذور خی است. این آماره میزان تفاوت ماتریس مشاهده شده و برآورد شده را اندازه می گیرد. عدم معناداری این آماره برازش مدل را با داده ها نشان می دهد. ولی ایراد این آماره حساس بودن نسبت به حجم نمونه است، یعنی در نمونه های با حجم بالا امکان عدم معناداری آن کاهش می یابد. مقدار کمتر از ۰/۰۵ برای شاخص ریشه خطای میانگین مجذورات تقریب و مقادیر بالاتر از ۰/۹ برای شاخص نیکویی برازش و شاخص تعدیل شده نیکویی برازش، همچنین مقادیر بالاتر از ۰/۹ برای شاخص مقایسه مدل مورد نظر با مدل بدون رابطه هایش به عنوان ملاکهای انطباق الگو با داده های مشاهده شده در نظر گرفته می شود. در نتیجه این الگوی عوامل موثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت های تولیدکننده متانول در ایران با چهار عامل مورد تأیید می باشد.

نتیجه‌گیری

با توجه به مبانی نظری تحقیق و عوامل شناسایی شده به عنوان عوامل کلیدی موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران، نتایج بدست آمده نشان می‌دهد که قوی‌ترین نظریه‌ها در تشریح عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران از میان تئوری‌های مطرح شده، تئوری بازی‌ها، دیدگاه منبع محور و دیدگاه هزینه مبادله می‌باشد. ارجحیت این نظریه‌ها به عنوان مهم‌ترین پشتوانه نظری تبیین‌کننده عوامل کلیدی موفقیت در ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران نشانه عدم شفافیت و اعتماد حاکم بر روابط بازیگران صنعت، کمبود منابع موجود و عدم کارایی و اثربخشی اقدامات انجام شده می‌باشد از چهار عامل مذکور در موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران، سه عامل در دسته متغیرهای فرایندی مدل هافمن اشلوسا قرار می‌گیرند، لذا می‌توان نتیجه گرفت که شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران از چابکی این اقدام آگاه بوده، اما اشرافی بر فرایند انجام آن ندارند. و در نهایت الگوی عوامل مؤثر بر ائتلاف استراتژیک شرکت‌های تولیدکننده متانول در ایران با چهار عامل مورد ارائه گردید.

فهرست منابع

۱. جعفرنژاد، احمد؛ الفت، لعیا؛ مختارزاده، نیما؛ الیاسی، مهدی؛ آهنگری، سعیده السادات (۱۳۹۷)، تصاحب ارزش در اتحادهای استراتژیک فناورانه و عوامل مؤثر بر ابعاد مختلف آن، فصلنامه مدیریت توسعه فناوری، دوره ششم، شماره ۱، تابستان ۱۳۹۷
۲. حقیقی کفاش، مهدی؛ صادقی، داود و قاسمی، احد (۱۳۹۲)، رتبه بندی عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک شرکت های هواپیمایی از دیدگاه خبرگان، مطالعات مدیریت گردشگری، ۸(۲۳)، صص ۲۷-۵۰
۳. حقیقی، محمد و جلالی، سید حسین (۱۳۹۶)، شکل گیری شرکتهای راهبردی از دیدگاه تئوری نهادی، مدیریت بازرگان، ۹(۳)
۴. خلیلیان، محمد جمال، (۱۳۷۸)، نقش ارزش‌ها در فرایند توسعه اقتصادی، ماهنامه معرفت، شماره ۲۸.
۵. شریف‌نیا، پرند، (۱۳۹۳) بررسی نقش تعدیل کننده قابلیت‌های نوآوری تکنولوژی یکی در رابطه بین ائتلاف‌های استراتژیک و توسعه محصول جدید مورد مطالعه: شرکتهای دارویی و بهداشتی ایران؛ پایان-نامه کارشناسی ارشد دانشگاه تبریز.
۶. رحیم‌نیا، فریبرز؛ سلیمی، مهسا (۱۳۹۳)، انگیزه‌های شکل گیری و عوامل مؤثر بر موفقیت ائتلاف استراتژیک بین المللی و معیارهای سنجش موفقیت آن، کنفرانس بین المللی حسابداری و مدیریت، تهران، موسسه همایشگران مهر اشراق، مرکز همایشهای دانشگاه تهران
۷. رحیم‌نیا، فریبرز؛ زمانیان نجات‌زاده، فرشاد (۱۳۹۴)، بررسی فرایند انتقال و خلق دانش در ائتلاف استراتژیک چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت و حسابداری و اولین کارآفرینی و نوآوریهای بازی
۸. مانیان نجات‌زاده، فرشاد، (۱۳۹۴)، بررسی فرایند انتقال و خلق دانش در ائتلافهای استراتژیک، پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه فردوسی مشهد
۹. نوری پوشانلوئی، جعفر و غلام دخت، سمیرا، (۱۳۹۷)، قرارداد ائتلاف استراتژیک در حقوق تجارت بین الملل با تاکید بر صنعت نفت و گاز، مطالعات حقوقی انرژی، ۴(۱)
10. Bhattacharyya, S. S. (2019). Development of an Integrated Model of Strategic Alliance. A Review of Economic & Social Development, 54(3), 441.
11. Bouaziz Muhamed, Aourik Abdelhak (2017) "Transparency and Disclosure of Information in Strategic Alliances", available at: <http://emnet.univie.ac.at>, last accessed 2018.
12. Fatehi, K., & Choi, J. (2019). International Strategic Alliance. In International Business Management (pp. 217-239). Springer, Cham.
13. Martin Jay G (2003) "Growing Use of Strategic Alliances in the Energy Industry", available at: <http://www.emlf.org>, last accessed 2018.
14. Hoang, H., & Rothaermel, F. T. (2016). How to manage alliances strategically? MIT Sloan Management Review, 58(1), 69.

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۳۴۲ - ۳۲۵

سلامت اجتماعی، افساد فی الارض و محاربه از منظر فقه و حقوق اسلامی

علی یزدانی^۱

حسین احمدی^۲

مصطفی رجایی پور^۳

چکیده

هدف تحقیق حاضر بررسی و مقایسه افساد فی الارض و محاربه در فقه و حقوق اسلامی است و با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و با گردآوری منابع از طریق روش کتابخانه‌ای، ضمن بررسی مفهوم و قلمروی محاربه، بغی و مفسد فی الارض در اصطلاح و فقه اسلامی، پیشینه و ارکان و مصادیق این جرایم در قوانین پیشین و تحولات آن‌ها در قانون جدید مجازات اسلامی را مورد بررسی قرار داده است. یکی از مصادیق بارز افساد فی الارض، محاربه می باشد به طوری که ممکن است جرمی افساد فی الارض باشد ولی محاربه نباشد، ولی هر محاربه‌ای افساد فی الارض است و از طرف دیگر محاربه‌ای که در قرآن و فقه به آن اشاره شده است بیشتر به محاربه با خدا و رسول خدا (ص) می باشد ولی در قانون مجازات اسلامی محاربه یکی از جرایم علیه امنیت و آسایش عمومی است.

واژگان کلیدی

فساد فی الارض، محاربه، فقه، حقوق اسلامی، فساد.

۱. دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

Email: za13841113@gmail.com

۲. هیئت علمی گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران. (نویسنده مسئول)

Email: ahmari.hosein@yahoo.com

۳. هیئت علمی گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

Email: mostafarajae@yahoo.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۴/۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱/۱۶

طرح مسأله

در شریعت، جرایم به محظورات شرعی که خداوند متعال از آن‌ها به وسیله حد یا تعزیر منع کرده است تعریف شده‌اند؛ و محظور، عبارت است از انجام فعلی که از آن نهی شده و یا ترک فعلی که به آن امر شده است. پس جرم، انجام عملی است که حرام و دارای مجازات است و یا ترک فعلی است که شرع انور به تحریم و مجازات بر آن تصریح کرده است. جرم در میان پدیده‌های گوناگون اجتماعی نیز رفتاری مورد انزجار و نفرت جامعه است که با توجه به شدت و ضعف آن، مستلزم عقوبت می‌گردد. جرم بودن این دسته از اعمال و تعیین نوع مجازات آن از طرف شارع مقدس، در سوره مائده قرآن مجید راحتاً تعیین و تصریح گردیده است. علما و فقها نیز در کتب فقهی بابی را به این موضوع اختصاص داده و به تفصیل مورد بررسی قرار داده‌اند. در سایر کشورها، برخی از مصادیق این دسته از جرائم، مورد اشاره قانونگذار قرار گرفته و در قانون به تناسب نوع عمل، مجازاتی نیز تعیین نموده‌اند. از قبیل جرائم «اقدام بر ضد حکومت و ودولت» یا «سوء قصد به شخص اول مملکت» یا «خیانت به کشور» و «جاسوسی» که غالب کشورها برای مرتکبین این جرائم حبس ابد و تعداد قلیلی از کشورها مجازات اعدام را پیش‌بینی نموده‌اند. لیکن محاربه و افساد فی الارض در حقوق کیفری اسلام، از حدود الهی می‌باشد و، دارای ابعادی وسیع‌تر از موارد مذکور می‌باشد. بعلاوه مجازات این دسته از جرائم نیز از طرف شارع مقدس مقرر گردیده و قاضی در تغییر نوع و میزان آن اختیاری ندارد و در ورت احراز جرم، الزاماً باید یکی از اقسام چهار گانه مجازات را مورد حکم قرار دهد. از جمله تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده است میتوان به تحقیق سنچولی (۱۳۹۷) تحت عنوان مقایسه تروریست با مفسد فی الارض در فقه اسلامی اشاره کرد، پولار مولائی (۱۳۹۷) در این زمینه کتابی تحت عنوان محاربه و افساد فی الارض نوشته است و محمدی فر و مستجاب الدعواتی (۱۳۹۷) مقاله‌ای تحت عنوان بررسی فقهی حقوقی جرم محاربه و مقایسه آن با افساد فی الارض و بغی انجام داده‌اند و همچنین ملک آستانه و فکور (۱۳۹۵) کتابی تحت عنوان محاربه و افساد فی الارض در حقوق موضوعه به رشته تحریر درآورده‌اند. باقری (۱۳۹۸) به موضوع شناسی محاربه و افساد فی الارض در فقه و حقوق اسلامی انجام داده است. هژیر (۱۳۹۹) به بررسی جرم محاربه با توجه به قانون مجازات اسلامی پرداخته است. هژیر و سلمانی (۱۳۹۵) به بررسی کلی محاربه و افساد فی الارض به عنوان جرمی علیه امنیت پرداخته‌اند.

از جمله جرایمی که در شریعت اسلام مورد توجه فقه قرار گرفته است و به تفصیل راجع به آن بحث شده است سه جرم بغی و محاربه و افساد فی الارض می‌باشد. بغی در اسلام از مباحث مهمی است که در حوزه جرائم علیه موجودیت حکومت اسلامی در منابع فقهی مورد بحث قرار گرفته است. در قوانین ایران (قانون مجازات اسلامی مصوب ۱۳۷۰) عنوان بغی وجود نداشت

بیشتر در فقه بکار رفته است. در قانون جدید مصوب ۱۳۹۲ در ماده ۲۸۶ در خصوص جرم بغی عنوان مستقلی در نظر گرفته است و در مواد ۲۸۷ و ۲۸۸ به طور مشخص از آن تعریف می نمایند. بغی و افساد فی الارض در فصل نهم که شامل مواد ۲۸۷، ۲۸۶ و ۲۸۸ می باشد، همچنین عنوان مجرمانه محاربه نیز مورد توجه قانونگذار بوده است و مصادیقی نیز برای آن ذکر شده است و تحول و نوآوری هایی نیز برای آن شاهد بوده ایم که نشان می دهد که عنوان مزبور به تدریج توسعه و گسترش زیادی پیدا نموده است. اگر چه منابع فقهی در خصوص موضوع، کتاب فراوان است، لیکن وجود تحقیقاتی از این دست به زبان فارسی نادر است. تعداد انگشت شماری که وجود دارد، بیشتر از منظر حقوقی به تبیین و بررسی موضوع پرداخته اند و بررسی فقهی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. ضمن اینکه در تحقیق حاضر از دو بعد فقهی و حقوقی مورد بررسی قرار گرفته است به بررسی مصادیق محاربه و فساد فی الارض برای روشنتر شدن موضوع بیان شده است و از دیدگاه جدیدی به این موضوع اشاره شده است و همزمان از دو بعد مورد بررسی قرار گرفته است. از این رو، تلاش مقاله حاضر بر این است تا با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و با گردآوری منابع از طریق روش کتابخانه ای، ضمن بررسی مفهوم و قلمروی محاربه، و مفسد فی الارض در اصطلاح و فقه اسلامی، پیشینه و ارکان و مصادیق این جرایم در قوانین پیشین و تحولات آن‌ها در قانون جدید مجازات اسلامی را مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد؛ بنابراین این مقاله درصدد است با نگاهی نو به بررسی و مقایسه افساد فی الارض و محاربه در فقه و حقوق اسلامی پرداخته شود.

مفسد فی الارض، یکی از معضلات جوامع امروزی است که دولت‌ها به ویژه در سده اخیر با آن درگیرند. در طول تاریخ اسلام نیز بسیاری از بزرگان از جمله امامان معصوم ما قربانی این پدیده شوم شدند. دنیای غرب، چند سالی است که سعی در حذف اسلام از عرصه سیاست دارد و در این راستا ابتدا با پدید آوردن و تقویت گروهک‌های تروریستی هم چون القاعده و سپس با استناد به اعمال این دسته، اسلام را تروریستی و تروریست پرور معرفی کرد.^۱

مفسد فی الارض در ساختار مفهومی کنونی، اندیشه‌ای دوگانه است. گاه برخی گروه‌ها و کسان بر پایه اندیشه پیکار با دولت‌ها یا کسان زورگو و نادرستکار، به خشونت روی می آورند که مفسد فی الارض در اینجا همان پیکار در راه آزادی است. گاه دولت‌ها و کسانی که دارای قدرت اند، به بهانه مفسد فی الارض می‌کوشند هر بازدارنده یا دشمنی را از سر راه بردارند که این نیز سخت کوشی در راه امنیت است. در این میان تروریسم، تنها نوعی اندیشه است که در پیکره

۱. مستقیمی، بهرام؛ قادری کنگاوری، روح الله؛ نقض حقوق بشر و گسترش تروریسم، مجله: سیاست « ۱۳۹۰ -

پدافند (دفاع) رخ نموده است. به سخن دیگر، تروریسم دو هم آورد دارد که هر دو بر این اندیشه اند که در حال دفاع از خود هستند و در پایان، روشن نیست کدامیک بر دیگری ستم روا داشته و کدامیک سزاوار دفاع از خویش است.^۱

واژه محاربه، از ریشه حرب است و معنای آن، وارونه معنای «سلم» که به معنای صلح می باشد، است. محاربه در اصل به معنای سلب و گرفتن است و اطلاق عنوان حرب به ترساننده مردم یا جنگ کننده با مردم، بخاطر آن است که او می خواهد جان یا مال یا ملک دیگری را از او سلب نماید. اصطلاح «افساد فی الارض» به معنای ایجاد تباهی و خرابی در زمین به کار می رود. اکثر فقهای اسلامی اعم از شیعه و سنی این اصطلاح را در مورد محاربین و قطاع الطريق به کار برده اند. فی الواقع هیچ تفاوتی میان محاربه و افساد فی الارض قائل نیستند. در مقابل، عده ای از فقها و مفسران می گویند مفهوم افساد فی الارض عام تر از محاربه است، به گونه ای که محاربه فقط یکی از موارد افساد فی الارض است؛ اما آنچه بیشتر مسئله مورد بحث را دچار مشکل می کند این است که حتی آن عده از فقهای اسلامی که قائل به جدایی جرم افساد فی الارض از محاربه هستند، مجازات معینی را برای مفسد فی الارض معین نکرده اند مگر این که بگوئیم این مجازات که در فقه بیان شده مجازات مفسد فی الارض است و شامل محارب نیز میشود.

در تنقیح موضوع حد محارب سخن بسیار رفته است، آیا موضوع آن فقط کسی است که برای ترساندن مردم سلاح کشیده باشد، یا هر کس به هر نحو حتی مثال به ورت بغی، محارب با خدا و پیامبر باشد موضوع آن است؟ و یا به طور مطلق هر مفسد فی الارض حتی اگر افساد او به ورت جنگ و محاربه هم نباشد، موضوع این حد است؟ پایه این بحث بر استظهار از آیه مبارکه و روایات مخصوص حد محارب، استوار است. محاربه و تروریسم هر دو از عناوین مجرمانه مهم علیه امنیت می باشند که به دلایل مختلف جایگاه ویژه ای را در فقه به خود اختصاص داده اند. اگرچه عناوین مجرمانه مزبور به جهت شرایط مرتبط با ارکان مادی و روانی آن ها دارای شباهت هایی با یکدیگر نیز می باشند؛ اما سمت و سوی تحوالت تقنینی این دو عنوان متفاوت با یکدیگر بوده است. بسط و گسترش مفهومی محاربه در بیشتر موارد متمایل به حفظ و حمایت از حاکمیت سیاسی نظام و گسترش دامنه جرم انگاری تروریسم در حقوق فرانسه در راستای حفظ و حمایت از امنیت عمومی بوده است. علیرغم اختلاف محاربه و تروریسم از یک جهت دارای وجه اشتراک با یکدیگر می باشند، وجود ابهامات تقنینی که در مقررات مربوط به بسیاری از جرائم

۱. مستقیمی، بهرام؛ قادری کنگاوری، روح الله؛ نقض حقوق بشر و گسترش تروریسم، مجله: سیاست « ۱۳۹۰ - شماره ۱۷ ص ۲۵۶

دیگر علیه امنیت نیز مشاهده می‌گردد و در اکثر موارد به دلیل به کارگیری الفاظ کلی و مبهم در مقررات قانونی رخ می‌دهد و هیچ‌گاه قانونگذار، خود را ملزم به ارائه تعریف درباره آن‌ها ننموده، می‌تواند زمینه مداخله بیشتر حقوق کیفری را از طریق استفاده از حقوقدانان دانشمند را فراهم نماید.^۱

اهمیت تحقیق

اهمیت موضوع تحقیق محاربه و مفسد فی الارض در فقه از مباحث مهمی است که در حوزه جرائم علیه امنیت و آسایش عمومی شهروندان کشور اسلامی در منابع فقهی مورد بحث قرار گرفته است؛ اما علی‌رغم وجود دلایل و مستندات شرعی مستقل در خصوص محاربه و مفسد فی الارض در منابع معتبر اسلامی، در برهه‌هایی از تاریخ نوعی امتزاج و آمیختگی در مباحث راجع به مفسد فی الارض و محاربه مشاهده می‌گردد که این امتزاج در قانون مجازات اسلامی هم قابل مشاهده است؛ بنابراین علی‌رغم این که موضوع یاد شده از موضوعات فراگیر و مورد ابتلا است اما تا کنون کاری در خور توجه که مورد نظر مقاله است انجام نگرفته و هنوز ابهامات زیادی در عرصه فقه حقوق وجود دارد که باید شفاف‌سازی و ابهام‌زدایی گردد. لذا تحقیق در این زمینه ضروری به نظر می‌رسد.

تعریف محاربه و مفسد فی الارض

محاربه با خدا و افساد فی الارض یا به‌طور خلاصه محاربه جرمی در فقه و حقوق اسلامی است که برای آن مجازات‌های سنگینی چون اعدام و بدار آویختن و قطع دست و پا و تبعید در نظر گرفته شده است. فاعل این جرم، محارب و مفسد فی الارض نام دارد.

محاربه به معنای «جنگیدن»^۲ و افساد فی الارض به معنی «تباہ‌کاری بر زمین» است. این اصطلاح در آیه ۳۳ سوره مائده آمده است: «همانا کیفر کسانی که به محاربه با خدا و رسولش برمی‌خیزند و برای فساد بر زمین می‌کوشند، قتل یا به دار آویختن یا بریدن دست‌ها و پاهایشان به طور معکوس یا تبعید آن‌هاست. این مایه خواری و رسوائی آنان در این جهان است و در آخرت نیز عذاب بزرگی خواهند داشت.» این آیه از مهم‌ترین آیات مربوط به احکام کیفری در قرآن است که مباحث مفصلی در کتب فقهی و تفسیر را دامن زده و در مورد مفهوم و مصادیق آن نظرات مختلفی ابراز شده است.^۳

۱. صداقت زاده، محمدرضا؛ بررسی فقهی و حقوقی محاربه و تروریسم با تأکید بر فقه امامیه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، مجتمع دانشگاهی ولیعصر (عج) - دانشکده ادبیات و علوم انسانی ۱۳۹۵، ص ۳۱

۲. دهخدا. «محاربت». لغتنامه دهخدا. ۱۳۸۸

۳. شامبیاتی هوشنگ، حقوق کیفری اختصاصی - جلد سوم، تهران: ژوبین، چاپ پنجم، ۱۳۸۵، ص ۴۷۱، شابک.

محاربه در فقه

بغی در فقه اسلامی به جرایم سیاسی گفته می‌شود؛ بنابراین انتصاب محاربه به جرایم سیاسی از دید بسیاری از فقها غلط بوده و نمی‌توان به باغی اتهام محاربه و مفسد فی الارض وارد نمود. از دید فقه اسلامی اتهام محاربه نیازمند آماده بودن سلاح و سلب امنیت از مردم است. خمینی (قدس سره) در تحریرالوسیله گفته است^۱:

محارب کسی است که شمشیرش را برهنه می‌کند یا آن را تجهیز می‌نماید تا مردم را بترساند و می‌خواهد در زمین افساد نماید؛ خواه در خشکی باشد یا در دریا، در شهر باشد یا در غیر آن، شب باشد یا روز. و در صورت تحقق آنچه که ذکر شد، شرط نیست که از اهل ریه (افراد مشکوک و متهم) باشد، و مرد و زن در آن مساوی.

سابقه جرایم دو گانه در اسلام

افساد فی الارض

در بررسی پیدایش افساد فی الارض در اسلام و کلیه نظام‌های الهی ما قبل اسلام به هیچ منبعی محکم‌تر و موثق‌تر از "قرآن" نمی‌باشد. از فحواي این کتاب عظیم چنین بر می‌آید که جرم افساد فی الارض به طور کلی در نظام‌های قبل از اسلام و به تبع آن در نظام اسلام مطرح بوده است. به طور مثال قوم عاد: در زمان حضرت هود (ع)، فاصله طبقاتی میان فقر و غنی، ضعیف‌کشی، حق‌ستیزی، نابرابری و بالاخره بت‌پرستی به حدی رسید که خداوند متعال قوم عاد را از اقوامی دانست که فساد زیادی در زمین بر پا کردند.^۲

قوم ثمود: از دیدگاه قرآن، این قوم به جهت ظلم و فساد، دنیا پرستی و اسرافکاری افراطی در ردیف فساد انگیزترین اقوام تاریخ محسوب شده‌اند.

قوم لوط: با بیان صریح در آیه ی: "قَالَ رَبِّ انصُرْنِي عَلَى الْقَوْمِ الْمُفْسِدِينَ" لوط گفت: "پروردگارا، مرا بر قوم فسادکار غالب گردان" بر افراط و گسترده‌گی جرم لوطا، عنوان افساد اطلاق شده است.

قوم شعیب: قرآن نیز از کم‌فروشی، نا به سامنی‌های اقتصادی و تضییع حقوق دیگران در

۱. هاشم زاده هریسی هاشم. «مسائلی چند در مورد محاربه». وبلاگ شخصی دکتر هریسی. بایگانی شده از اصلی در ۸ آوریل ۲۰۱۰. دریافت‌شده در ۱۶ آبان ۱۳۸۸، ص ۹۲.

۴-الخمینی، السید روح الله تحریر الوسیله (ترجمه فارسی) مترجم: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره) تهران. ناشر: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س) - چاپ: ۱۳۸۵ ه. ش - جلد ۲، ص ۵۲۴.

۲. محمد قاسمی، حمید، اصلاح و افساد در قرآن، چاپ‌دوم، معناگرا، بی جا، ۱۳۹۵ ه. ش، ص ۲۹

زمان حضرت شعیب با عنوان افساد فی الارض یاد کرده است.^۱
قارون: قارون نیز به خاطر پیش گرفتن طریق ظلم و طغیان، مفسد فی الارض خوانده شده است.

بنابراین می توان گفت که جرم افساد فی الارض در نظامهای الهی ما قبل اسلام وجود داشته و با ظهور اسلام، مجازات آن به صراحت تعیین و تحت آیه ی ۳۳ سوره ی مائده مشخص گردیده است.

با رواج اسلام و استقرار نظام جزایی در ایران، اصول و مبانی حقوق اسلام بر روابط قضایی مردم ما حاکم گردیده و منابع جزایی و حقوقی ما را قرآن و سنت و سایر منابع اسلامی تشکیل داده است.^۲

اما با گذشت مدتی از ورود اسلام به ایران، حکام با اعمال زور سعی بر دور نگهداشتن فقهاء از امور حکومتی داشته و به تدریج قضاوت را از قضات شرع گرفته و بر اساس رأی و نظر خود به امور قضایی می پرداختند. بدین ترتیب به علت دور بودن فقهای اسلامی از حکومت ظاهری و ترویج محاکم عرفی در مقابل محاکم شرعی و قوانین جزایی اسلام، جرم افساد فی الارض و حد آن مدت مدیدی متروک مانده بود.^۳

مستندات فقهی جرم افساد

به اعتقاد جمعی از فقها «افساد فی الارض» عنوان مجرمانه مستقل و عامتری از محاربه است.^۴ مستند دیدگاه این دسته از فقها عبارت است از:

الف) آیه ۲۲ سوره مائده: در این آیه آمده است: «من اجل ذلك كتبنا على بني اسرائيل انه من قتل نفساً بغير نفس او فساد فی الارض فکانما قتل الناس جميعاً»؛ به این جهت بر بنی اسرائیل مقرر نمودیم هر کس دیگری را بدون حق قصاص و یا بی آنکه فساد در روی زمین کرده باشد به قتل برساند، مانند آن است که همه مردم را کشته باشد. بر اساس این آیه شریفه، قتل هر انسانی در صورتی که به عنوان قصاص یا افساد فی الارض نباشد، هم سنگ با کشتن تمام افراد بشر است. مقید شدن زشتی و قبح قتل به مواردی غیر از قصاص و فساد در زمین بر این نکته دلالت دارد که اگر قتل نفس به عنوان قصاص و مقابله به مثل یا افساد فی الارض انجام شود، قبحی نداشته و جایز است.

۱. سوره هود/آیه ۸۵

۲. نعناکار مهدی، افساد فی الارض در فقه و حقوق موضوعه، چاپ چهارم، مرسل، بی جا، ۱۳۹۲، ه.ش، ص ۲۱۰

۳. نعناکار مهدی، افساد فی الارض در فقه و حقوق موضوعه، چاپ چهارم، مرسل، بی جا، ۱۳۹۲، ه.ش، ص ۲۱۱

۴. بای، حسینی؛ پور قهرمانی، بابک؛ بررسی فقهی حقوقی جرائم رایانه‌ای، قم، انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۸، ص ۱۰۰.

ب) آیه ۲۳ سوره مائده: آیه شریفه مزبور می‌فرماید: «انما جزاء الذین یحاربون اللّٰه و رسوله و یسعون فی الارض فساداً ان یقتلوا او یصلبوا او تقطع ایدیهم و ارجلهم من خالف او ینفوا من الارض»؛ «همانا مجازات کسانی که به پیکار با خداوند و رسولش برخاسته و فساد انگیزی در روی زمین را وجهه همت خود ساختند آن است که کشته شوند یا به دار آویخته شوند یا دست و پایشان به طور مخالف قطع شود و یا تبعید گردند». این آیه از مهم‌ترین آیات مربوط به احکام کیفری در قرآن است که مباحث مفصلی در کتب فقهی و تفسیر دامن زده و در مورد مفهوم و مصادیق آن نظرات مختلفی ابراز شده است.^۱ به اعتقاد برخی موافقان مستقل بودن جرم افساد، دلیل مترتب شدن مجازات‌های چهارگانه بر محارب آن است که وی تلاش در فساد انگیزی در زمین داشته و مفسد فی الارض است. به بیان دیگر، محارب از آن جهت که از مصادیق و افراد مفسد فی الارض است، مشمول مجازات‌های مقرر در آیه شده است.^۲

ج) روایات انطباق داده شده بر موضوع افساد: روایات متعددی در ابواب مختلف فقه وارد شده است که برخی از فقها موضوع آن‌ها را به جرم افساد فی الارض تطبیق داده‌اند؛ به این معنا که علت مجازات مرتکبان آن‌ها را مفسد فی الارض بودن مرتکبین اینگونه اعمال دانسته‌اند. روایات وارده در باب مجازات شخصی که خانه و کاشانه گروهی را به آتش می‌کشد و نیز شخصی که عادت به قتل اهل ذمه یا قتل بردگان دارد، همچنین روایات وارده در مورد مجازات کفن دزد، مجازات ساحر، مجازات کلاهبردار و قاچاقچیان مواد مخدر جزو این موارد است. انطباق مضمون روایات بر افساد فی الارض و یا تطبیق جرایم خاص بر افساد فی الارض، از سوی بسیاری از فقها همگی دلیل بر آن است که جرم افساد فی الارض نزد فقها، جرم مستقل و عام تری از محاربه بوده است.^۳ با وجود ماده ۲۸۶ قانون مجازات اسلامی، مصوب سال ۱۳۹۲ ایراد اتهامات بر فساد محارب در حال حاضر سهل‌تر شده است.^۴

ظاهر ماده ۲۸۶ نشان می‌دهد که در آن‌ها تنها ضابطه عینی (و نه شخصی) ملاک قرار گرفته است، یعنی گستردگی اعمال و ایجاد اخلال شدید در نظام اقتصادی و نظم عمومی است که موجب تحقق این جرم می‌شود. لیکن تبصره ماده نشان می‌دهد که علاوه بر ضابطه عینی، ضابطه شخصی (قصد اخلال گسترده یا ایراد خسارت عمده یا اشاعه فساد و فحشا در حد وسیع یا علم به مؤثر بودن آن‌ها که نوعی قصد غیرمستقیم است) نیز برای مفسد فی الارض محسوب

۱. شامبیانی، هوشنگ، حقوق کیفری اختصاصی، جلد سوم، تهران، نشر ژوبین، چاپ پنجم، ۱۳۸۵ ص ۴۷۱

۲. بای، حسینعلی؛ پور قهرمانی، بابک؛ بررسی فقهی حقوقی جرائم رایانه‌ای، قم، انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۸ ص ۴۱۹.

۳. بای، حسینعلی؛ پور قهرمانی، بابک؛ پیشین، ۱۳۸۸ ص ۴۱۷.

۴. محمد قاسمی، حمید، اصلاح و افساد در قرآن، چاپ دوم، معناگرا، بی جا، ۱۳۹۵. ه.ش، ص ۳۰

شدن مرتکب ضروری است و با عدم احراز آن، مطابق تبصره ماده ۲۸۶، مرتکب به مجازات سبکتری محکوم خواهد شد. به موجب ماده ۱۹ قانون مجازات اسلامی، مصوب سال ۱۳۹۲، حبس تعزیری درجه پنج بیش از دو سال تا پنج سال و حبس تعزیری درجه شش بیش از شش ماه تا دو سال می باشد. لیکن ابهامی که در تبصره ماده ۲۸۶ به چشم می خورد، به عبارت جرم ارتكابی مشمول مجازات قانونی دیگری نباشد. بر می گردد. این ابهام و ایراد از آنرو است که تردیدی وجود ندارد که ماده ۲۸۶ به ارتكاب جرایم علیه تمامیت جسمانی افراد، علیه امنیت داخلی یا خارجی، نشر اکاذیب و غیره مربوط می شود؛

مستندات فقهی محاربه

مشهور فقیهان امامیه در تعریف محاربه با لحاظ حداقل دو شرط اساسی برای تحقق این جرم که به کارگیری اسلحه و قصد ایجاد رعب و وحشت در میان مردم می باشد اینچنین عنوان نموده اند: المحارب کل من جرد السلاح لاخافه الناس فی بر او بحر، لیلاً او نهراً، فی مصر او غیره؛ هر شخصی که برای ترساندن مردم اسلحه بکشد محارب است؛ چه این عمل را در خشکی انجام دهد یا دریا، در شب مرتکب شود یا در روز، مکان جرم داخل شهر باشد یا خارج آن مطابق دیدگاه مذکور اسلحه اعم از وسیله ای است که برای جنگ ساخته شده است (وسایل قتال) و در نتیجه شامل سلاح سرد و گرم می شود و به تصریح بسیاری از فقها، سنگ، چوب و عصا نیز اسلحه به حساب می آید. قانونگذار جمهوری اسلامی نیز به تبع از قول مشهور فقها در ماده ۲۷۹ قانون مجازات اسلامی مصوب سال ۱۳۹۲ راجع به تعریف محاربه اینگونه مقرر داشته است که محاربه عبارت از کشیدن سلاح به قصد جان، مال یا ناموس مردم یا ارباب آنها است، به نحوی که موجب ناامنی در محیط گردد. هرگاه کسی با انگیزه شخصی به سوی یک یا چند شخص خاص سلاح بکشد و عمل او جنبه عمومی نداشته باشد و نیز کسی که به روی مردم سلاح بکشد، ولی در اثر ناتوانی موجب صلب امنیت نشود، محارب محسوب نمی شود.

در بین فقه های عامه ابن قدامه برای تحقق محاربه گفته است: اولاً، اقدام محاربه بایستی به صورت علنی باشد، ثانیاً، به طریق قهر و غلبه باشد. ثالثاً، اخذ مال صورت گیرد والا اگر اخذ مال مخفیانه باشد فاعل سارق است و اگر عده ای خروج کنند به نحوی که تعداد آنها موجب قهر و غلبه شوند قطاع الطريق هستند.^۱

شیخ طوسی اهل ریه یا اهل فساد یا اتهام بودن و تجرید سلاح را از ارکان تعریف دانسته است. ایشان انگیزه اخذ مال و اقدام در دار الاسلام را که در تعریف شیخ مفید وجود داشت لحاظ نکرده و شرط ندانسته است. به علاوه، هدف از تجرید سلاح را بیان فرموده و در مبسوط گفته

۱. قرطبی، محمد بن احمد.. الجامع الحکام القرآن. بیروت: دار الحدیث ۱۹۶۵م، ج ۳، ص ۱۱

است: قال جميع الفقهاء المراد بما قطاع الطريق و هومن شهر السلاح و اخاف السبيل لقطع كانوا السلاح و اخاف الناس في بر الطريق و الذي رواه اصحابنا أن المراد بها كل من شهر او بحر و في البنیان او في الصحراء و روي ان اللص ايضا محارب و في بعض رواياتنا ان المراد بها قطاع الطريق كما قال الفقهاء.^۱

محقق حلی تجرید سلاح برای اخافه مردم را محاربه دانسته و در مورد اینکه آیا لازم است محارب، اهل ریه باشد تردید کرده و قول اصح را عدم اشراط دانسته بلکه فرموده با قصد اخافه و علم بر آن محاربه محقق است. ایشان توانایی بر اخافه را نیز دخیل نشمرده و درباره کسی که سلاح بکشد اما به علت ضعف قدرت اخافه نداشته باشد تردید کرده است و اشبه اقوال را ثبوت عنوان محاربه در این خصوص دانسته است.^۲

شهید اول آورده است: «و هی تجرید السلاح بر او بحرأ، لیلا او نهارأ، الخافه الناس فی مصر و غیره من ذکر او انشی، قوی او ضعیف...» و شهید ثانی در شرح آن افزوده است: «من اهل الریه ام لا، قصد الاخافه ام لا، علی اصح الالقول».^۳

در این تعریف، شهید اول تجرید سلاح و قصد اخافه را از ارکان محاربه دانسته و شهید ثانی اخافه را از آن حذف کرده‌اند و ظاهراً صرف تجرید سلاح را با قصد اخافه یا بدون آن محاربه دانسته‌اند، اعم از آنکه با این عمل، مرتکب اهل فساد و ریه باشد یا نباشد.^۴

مصادیق قانونی محاربه و افساد فی الارض

با توجه به اینکه کشور ایران یک کشور اسلامی است اکثر قوانین آن مقتبس از فقه اسلام می باشد؛ و با توجه به اینکه در حقوق موضوعه ایران جرم افساد فی الارض جرمی مستقل از محاربه در نظر گرفته شده است حال می‌خواهیم ببینیم که آیا چنین عنوانی در فقه وجود دارد یا خیر. به عبارت بهتر آیا قانون‌گذار ما در اقتباس جرم افساد فی الارض از فقه تخطی نموده است یا خیر؟ فقها در هیچ یک از کتب فقهی بحثی مستقل تحت عنوان افساد فی الارض ارائه ننموده اندو فقط بعضی از فقهایا مفسران اسلامی چه شیعه و چه سنی جرم‌های خاصی را با عنوان افساد فی الارض مطرح نموده اند از قبیل کفن دزدی، آتش زدن منزل دیگری، اعتیاد به کشتن اهل ذمه و...، شاید عده ای فکر کنند که قانون‌گذار ایران در موارد مختلفی به ذکر مصادیقی از افساد فی الارض پرداخته که این خود نشانگر آن است که قانون‌گذار ایران در اقتباس جرم افساد فی

۱. طوسی (شیخ)، محمد بن حسن. پیشین، ۱۳۹۰، ص ۱۰۴

۲. حلی (محقق)، جعفر بن الحسن. شرایع السالم فی مسائل الحلال و الحرام. تهران: استقلال، ۱۳۷۳، ج ۴ ص ۱۸۰

۳. الجبعی العاملی (شهید ثانی)، زین الدین. بی تا. الروضه البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة. بیروت: دار الحیا التراث العربی، ج ۹، ص ۲۹۰

۴. فیض کاشانی، مال محسن. مفاتیح الشرایع. قم: مجمع الذخائر السالمیه، ۱۴۰۱، ص ۹۹

الارض از فقه تخطی نموده است ولی از نظر برخی از فقها چنین نیست زیرا مصادیقی که در کتب فقهی قدیم آمده متناسب با زمان خودشان بوده و محدود به آن موارد نمی شود. در ادامه مصادیق افساد فی الارض در حقوق موضوعه ایران را بیان خواهیم نمود:^۱

۱- قانون مبارزه با مواد مخدر

ماده ۶ قانون مبارزه با مواد مخدر مصوب ۳/۶/۶۷ چنین آمده بود. مجازات مرتکب به جرایم مذکور در بندهای ۱، ۲، ۳ مواد ۵ و ۴ برای بار دوم یک برابر و نیم مجازات مذکور در هر بند و برای بار سوم دو برابر میزان مقرر در هر بند و در مرتبه های بعدی به ترتیب دو و نیم و سه و نیم و... برابر مجازات مذکور در هر بند خواهد بود، مجازات شلاق برای بار دوم به بعد به حداکثر ۷۴ ضربه است. در موارد مذکور در فوق چنانچه در نتیجه تکرار جرم مجموع مواد مخدر به بیش از ۵ کیلوگرم برسد مرتکب در حکم مفسد فی الارض است و به مجازات اعدام محکوم می شود.

۲- قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء، اختلاس و کلاهبرداری

در ماده ۴ قانون تشدید مجازات مرتکبان ارتشاء، اختلاس و کلاهبرداری مصوب ۱۵/۹/۶۷ آمده است: «کسانی که با تشکیل یا رهبری شبکه چند نفری به امر ارتشاء و اختلاس و کلاهبرداری مبادرت ورزند علاوه بر ضبط کلیه اموال منقول و غیر منقولی که از طریق رشوه کسب کرده اند به نفع دولت و استرداد اموال مذکور در مورد اختلاس و کلاهبرداری و در آن حسب مورد به دولت یا افراد، به جزای نقدی معادل مجموع آن اموال و انفصال دائم از خدمات دولتی و حبس از پانزده سال تا ابد محکوم می شوند و در صورتی که مصداق مفسد فی الارض باشند مجازات آن ها، مجازات مفسد فی الارض خواهد بود.^۲

۳- قانون اخلاص گران اقتصادی در مواد ۱ و ۲ قانون مجازات اخلاص گران اقتصادی مصوب ۶۹/۹/۱۹ چنین آمده است ماده - ۱ ارتکاب هر یک از اعمال مذکور در بندهای ذیل جرم محسوب می شود و مرتکب به مجازات های مقرر در این قانون محکوم می شود.^۳ تبصره - قاضی ذیصلاح برای تشخیص عمده یا کلان و یا فراوان بودن موارد مذکور در هریک از بندهای فوق الذکر علاوه بر ملحوظ نظر قرار دادن میزان خسارت وارده و مبالغ مورد سوء استفاده و آثار فساد دیگر مترتب بر آن می تواند حسب مورد، نظر مرجع ذیربط را نیز جلب نماید. تبصره -

۱. پورحسینی محمدجواد؛ اکبری محمدتقی؛ آذری سکینه؛ سفیدی سپیده؛ عبداللّهی سامان نویسنده. مصادیق مجاریه و افساد فی الارض در قوانین مختلف، کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی، ۱۳۹۴، ص ۲۶

۲. الحاقی دی ۱۴ ۱۳۸۴، روزنامه رسمی شماره ۱۷۷۶۱ مورخ ۱۳۸۴ ۲۵/۱۱/

۳. الحاقی دی ۱۴ ۱۳۸۴، روزنامه رسمی شماره ۱۷۷۶۱ مورخ ۱۳۸۴ ۲۵/۱۱/

پرونده‌هایی که قبل از تصویب این قانون تشکیل شده است برابر قوانین قبلی رسیدگی می‌شود.^۱ ماده - ۲ هر یک از اعمال مذکور در بندهای ماده ۱ چنانچه به قصد ضربه زدن به نظام جمهوری اسلامی ایران و یا به قصد مقابله با آن و یا با علم به موثر بودن اقدام در مقابله با نظام مزبور چنانچه در حد فساد فی الارض باشد مرتکب به اعدام و در غیر اینصورت به حبس از پنج سال تا بیست سال محکوم می‌شود و در صورت دادگاه به عنوان جزای مالی به ضبط کلیه اموالی که از طریق خلاف قانون به دست آمده باشد حکم خواهد داد.

قانون مجازات جرائم نیروهای مسلح

در موارد متعددی از قانون مجازات جرائم نیروهای مسلح مصوب ۸۲/۱۰/۹ جرائمی به عنوان محاربه قلمداد شده است؛ و حال آن که جرائم مذکور هیچ گونه سختیتی با جرم محاربه ندارد. مثلاً در ماده ۲۳ قانون مزبور آمده است: هر نظامی که نظامیان یا اشخاصی را که به نحوی در خدمت نیروهای مسلح هستند، اجبار یا تحریک به فرار یا تسلیم یا عدم اجرای وظایف نظامی کند یا موجبات فرار را تسهیل یا با علم به فراری بودن، آنان را مخفی نماید در صورتیکه به منظور براندازی حکومت یا شکست نیروهای خودی در مقابل دشمن باشد به مجازات محارب ولاً به حبس از سه تا پانزده سال محکوم می‌شود.^۲

قانون مجازات عبور دهندگان از مرزها: در ماده یک قانون مجازات عبور دهندگان اشخاص غیرمجاز از مرزهای کشور مصوب ۶۷/۰۷/۱۴ چنین آمده است. ماده ۱ هر کس دیگری را به طور غیرمجاز از مرز عبور دهد و یا موجبات عبور غیرمجاز دیگران را تسهیل یا فراهم نماید، مجرم و به یکی از کیفیهای ذیل محکوم خواهد شد. الف). در صورتی که عمل عبور دهنده مخل امنیت باشد چنانچه در حد محاربه و افساد فی الارض نباشد به حبس از ۲ تا ۱۰ سال محکوم خواهد شد.^۳

قانون تشدید مجازات جاعلان اسکناس در ماده واحد، قانون تشدید مجازات جاعلین اسکناس و وارد کنندگان، توزیع کنندگان و مصرف کنندگان اسکناس مجعول مصوب ۲۹/۱/۱۳۶۸ چنین آمده است. هر کس اسکناس رایج داخلی را بالمباشره یا با واسطه جعل کند، یا با علم به جعلی بودن توزیع یا مصرف نماید، چنانچه عضو باند باشد و یا قصد مبارزه با نظام جمهوری اسلامی ایران را داشته باشد به اعدام محکوم می‌شود. همچنین عامل عامد و عامل

۱. الحاقی دی ۱۴ ۱۳۸۴، روزنامه رسمی شماره ۱۷۷۶۱ مورخ ۱۳۸۴/۱۱/۲۵

۲. بای حسینعلی، افساد فی الارض چیست، مفسد فی الارض کیست؟ (۲) مندرج در وب سایت <http://asp.detailnews.ir.bpdanesh/>

۳. شامبیانی، هوشنگ، حقوق کیفری اختصاصی، جلد سوم، تهران، نشر ژوبین، چاپ پنجم، ۱۳۸۵ ص ۴۹۹.

ورود اسکناس مجعول به کشور به عنوان مفسد به اعدام محکوم می گردد مگر آنکه عضو باند نبوده و قصد مبارزه با نظام نداشته و در محکمه ثابت شود که فریب خورده است. همانطوریکه ملاحظه می شود قانونگذار مرتکبین موضوع ماده واحده قانون تشدید مجازات جاعلین اسکناس را مفسد فی الارض تلقی کرده و مجازات اعدام را برای آن‌ها در نظر گرفته است. از این ماده چنین به نظر می آید که قانونگذار افساد فی الارض را جرمی مستقل از محاربه دانسته است. چرا که اولاً در این ماده افساد فی الارض در کنار محاربه آورده نشده است و ثانیاً عناصر و ارکان تشکیل دهنده جرم مزبور جرم موضوع ماده واحده قانون تشدید مجازات جاعلین اسکناس هیچ گونه شباهتی با عناصر و ارکان تشکیل دهنده جرم محاربه ندارد.

قانون تشدید مجازات محتکران و گرانفروشان قبل از پرداختن به این مطلب که در چه صورتی محتکران و گرانفروشان مصداق مفسد فی الارض بوده و به مجازات اعدام محکوم می شوند لازم است که تعریف این دو عنوان (احتکار و گرانفروشی را) از نظر بگذرانیم. براساس ماده یک قانون تشدید مجازات محتکران و گرانفروشان مصوب ۱۳۶۷/۰۱/۲۳ محتکر و گرانفروش را چنین می توان تعریف کرد: محتکر محتکر کسی است که ارزاق مورد نیاز و ضروری عامه مردم از قبیل گندم، جو، کشمش و... را به قصد افزایش قیمت جمع و نگهداری کند. گرانفروشی گرانفروش نیز کسی است که کالا را به بیش از نرخ متعارف عرضه کند و در مورد کالاهایی که به دست دولت توزیع می شود به بیش از نرخ تعیین شده توسط دولت عرضه کند. حال که تعریف محتکر و گرانفروش را هرچند بطور مختصر بیان نمودیم اینک موادی را که بر اساس قانون فوق الذکر مصداق مفسد فی الارض می باشد را بیان می نماییم: الف. ماده ۵ هر کسی که مرتکب هر یک از اعمال مشروحه زیر شود با رعایت امکانات و شرایط خاطی و دفعات و مراتب جرم و مراتب تادیب برای مرتبه اول به جزای نقدی از ۲ تا ۵ برابر و برای مرتبه دوم از ۵ تا ۱۰ برابر قیمت کالا و خدمات مورد تخلف در این ماده و برای مرتبه سوم برای افراد غیر صنفی از ۱۰ تا ۲۰ برابر قیمت کالا و خدمات مورد تخلف در ماده و در مورد افراد صنفی علاوه بر مجازات مرتبه دوم به لغو پروانه محکوم خواهند شد.^۱

قانون مبارزه با قاچاق انسان مصوب ۸۳/۰۴/۲۸ در ماده ۳ قانون مذکور چنین آمده است که: (چنانچه عمل مرتکب «قاچاق انسان» از مصادیق مندرج در قانون مجازات اسلامی باشد مطابق مجازات های مقرر در قانون یاد شده و در غیر این صورت به حبس از ۲ تا ۱۰ سال و

۱. پورحسینی محمدجواد؛ اکبری محمدتقی؛ آذری سکینه؛ سفیدی سپیده؛ عبداللهی سامان نویسنده. مصادیق محاربه و افساد فی الارض در قوانین مختلف، کنفرانس بین المللی نقش مدیریت انقلاب اسلامی در هندسه قدرت نظام جهانی، ۱۳۹۴، ص ۶۹

پرداخت جزای نقدی معادل دو برابر وجوه یا اموال حاصل از بزه یا وجوه و اموالی که از طرف بزه دیده یا شخص ثالث وعده پرداخت آن به مرتکب داده شده است، محکوم می شود). در تبصره ۱ این ماده چنین آمده است که: چنانچه فرد قاچاق شده کمتر از ۱۸ سال تمام داشته باشد و عمل ارتكابی از مصادیق محاربه و افساد فی الارض نباشد، مرتکب به حداکثر مجازات مقرر در این ماده می شود. در تبصره فوق ایرادی که به مواد دیگر نیز شده بود می توان وارد ساخت چرا که در این تبصره باز مشخص نگردیده که در چه صورتی عمل مجرم می تواند مصداق محاربه و افساد فی الارض باشد جرم انگاری را می توان فرایندی نامید که به موجب آن قانون گذار با در نظر گرفتن هنجارها و ارزش های اساسی جامعه و با تکیه بر مبانی نظری مورد قبول خود، فعل یا ترک فعلی را ممنوع و برای آن ضمانت اجرای کیفری وضع می کند. جرم انگاری مبتنی بر مبانی نظری مورد قبول حکومت یا قدرت سیاسی است و با توجه به نگرش ایدئولوژی حاکم به انسان و سرشت او و مفاهیمی همچون آزادی، عدالت، قدرت و امنیت، رفتاری گزینش می شود و برای آن ضمانت اجرای کیفری مقرر می گردد.

نتیجه گیری

مفسد فی الارض و محاربه، یکی از معضلات جوامع امروزی است که دولت ها به ویژه در سده اخیر با آن درگیرند. در طول تاریخ اسلام نیز بسیاری از بزرگان از جمله امامان معصوم ما قربانی این پدیده شوم شدند. دنیای غرب، چند سالی است که سعی در حذف اسلام از عرصه سیاست دارد و در این راستا ابتدا با پدید آوردن و تقویت گروهک های تروریستی هم چون القاعده و سپس با استناد به اعمال این دسته، اسلام را تروریستی و تروریست پرور معرفی کرد. عده ای از فقها و مفسران می گویند مفهوم افساد فی الارض عام تر از محاربه است، به گونه ای که محاربه فقط یکی از موارد افساد فی الارض است؛ اما آنچه بیشتر مسئله مورد بحث را دچار مشکل می کند این است که حتی آن عده از فقهای اسلامی که قائل به جدایی جرم افساد فی الارض از محاربه هستند، مجازات معینی را برای مفسد فی الارض معین نکرده اند مگر این که بگوئیم این مجازات که در فقه بیان شده مجازات مفسد فی الارض است و شامل محارب نیز میشود.

در خصوص مصادیق حقوقی، ظاهر ماده ۲۸۶ نشان می دهد که در آن ها تنها ضابطه عینی (و نه شخصی) ملاک قرار گرفته است، یعنی گستردگی اعمال و ایجاد اخلال شدید در نظام اقتصادی و نظم عمومی است که موجب تحقق این جرم می شود. لیکن تبصره ماده نشان می دهد که علاوه بر ضابطه عینی، ضابطه شخصی (قصد اخلال گسترده یا ایراد خسارت عمده یا اشاعه فساد و فحشا در حد وسیع یا علم به مؤثر بودن آن ها که نوعی قصد غیرمستقیم است) نیز برای مفسد فی الارض محسوب شدن مرتکب ضروری است و با عدم احراز آن، مطابق تبصره ماده ۲۸۶، مرتکب به مجازات سبکتری محکوم خواهد شد. مشهور فقیهان امامیه در تعریف محاربه با لحاظ حداقل دو شرط اساسی برای تحقق این جرم که به کارگیری اسلحه و قصد ایجاد رعب و وحشت در میان مردم می باشد. مصادیق افساد فی الارض در حقوق موضوعه ایران را قانون مبارزه با مواد مخدر، قانون تشدید مجازات مرتکبین ارتشاء، اختلاس و کلاهبرداری و قانون اخلال گران اقتصادی در مواد ۲۰۱ قانون مجازات است. قانونگذار مرتکبین موضوع ماده واحده قانون تشدید مجازات جاعلین اسکناس را مفسد فی الارض تلقی کرده و مجازات اعدام را برای آنها در نظر گرفته است. از این ماده چنین به نظر می آید که قانونگذار افساد فی الارض را جرمی مستقل از محاربه دانسته است. چرا که اولاً در این ماده افساد فی الارض در کنار محاربه آورده نشده است و ثانیاً عناصر و ارکان تشکیل دهنده جرم مزبور جرم موضوع ماده واحده قانون تشدید مجازات جاعلین اسکناس هیچ گونه شباهتی با عناصر و ارکان تشکیل دهنده جرم محاربه ندارد.

فهرست منابع

کتاب

۱. لجبعی العاملی (شهید ثانی)، زین الدین (۱۳۷۷). الروضه البهیة فی شرح اللمعة الدمشقیة، ترجمه بهمن رازانی، بیروت: دار الحیا التراث العربی، چاپ دوم، ج ۹.
۲. بای، حسینعلی؛ پور قهرمانی، بابک (۱۳۸۸). بررسی فقهی حقوقی جرائم رایانه‌ای، قم، انتشارات پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، چاپ اول. جلد ۱.
۳. حلی (محقق)، جعفر بن الحسن (۱۳۷۳). شرایع السالم فی مسائل الحلال و الحرام. ترجمه عبد الحسین محمد علی بقال، تهران: استقلال، چاپ دوم، ج ۴.
۴. خمینی، سید روح الله تحریر الوسيلة (ترجمه فارسی) مترجم: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره) تهران- ناشر: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (س)- چاپ: ۱۳۸۵ ه. ش - جلد : ۲ ص ۵۲۴
۵. دهخدا. (۱۳۸۸). «محاربت». لغتنامه دهخدا.
۶. سرخسی، شمس الدین (۱۴۰۶). المبسوط. بیروت: دار المعرفة، چاپ اول، ج ۹.
۷. شامبیاتی هوشنگ (۱۳۸۵)، حقوق کیفری اختصاصی، تهران: ژوبین، چاپ پنجم، جلد سوم.
۸. طوسی (شیخ)، محمد بن حسن (۱۳۹۰). المبسوط فی فقه الامامیه، ترجمه ابی جعفر محمد الحسن بن علی الطوسی، قم: المکتبة المرتضویه چاپ اول، جلد ۶.
۹. عوده، عبدالقادر (۱۹۸۹)، التشریع الجنایی السالمی. بیروت: دار الکتب العربی، چاپ دوم، ج ۲.
۱۰. فیض کاشانی، مال محسن (۱۴۰۱)، مفاتیح الشرایع. قم: مجمع الذخائر السالمیه، چاپ اول، جلد ۱.
۱۱. قرطبی، محمد بن احمد (۱۹۶۵)، الجامع الحکام القرآن. بیروت: دار الحدیث، چاپ دوم، ج ۳.
۱۲. محمد قاسمی، حمید (۱۳۹۵)، اصلاح و افساد در قرآن، چاپ دوم، معناگرا، بی جا، چاپ اول.
۱۳. ملک آستانه، فاطمه، فاطمه فکور. (۱۳۹۵). محاربه و افساد فی الارض در حقوق موضوعه، انتشارات سخنوران - ۱۳۹۵
۱۴. مفید (شیخ)، محمد بن نعمان (۱۴۰۳)، المقنعه. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه. چاپ دوم، جلد ۲.
۱۵. نعنکار مهدی (۱۳۹۲)، افساد فی الارض در فقه و حقوق موضوعه، مرسل، بی جا، چاپ چهارم

۱۶. پورملائى ، مرتضى. (۱۳۹۷). محاربه و افساد فى الارض، انتشارات سيدمحمد درتکيده، انجمن اهل قلم بلوچ چابهار - ۱۳۹۷

مقاله

۱۷. له وردى، فرهاد (۱۳۹۸)، «بررسى فقهى - حقوقى جرم افساد فى الارض و بعى در قانون مجازات اسلامى و تطبيق آن با قوانين سابق»، همایش: کنگره بين المللى فرهنگ و اندیشه دينى.

۱۸. باقرى، ابراهيم (۱۳۹۸). «موضوع شناسى محاربه و افساد فى الارض در فقه و حقوق اسلامى»، نشریه پاسخ، شماره ۱۵.

۱۹. پورحسينى، محمدجواد؛ اکبرى محمدتقى؛ آذرى سکينه؛ سفيدى سپيده؛ عبداللهى سامان نويسنده (۱۳۹۴)، «مصاديق محاربه و افساد فى الارض در قوانين مختلف»، کنفرانس بين المللى نقش مدیریت انقلاب اسلامى در هندسه قدرت نظام جهانى.

۲۰. الحاقى دى ۱۴ ۱۳۸۴، روزنامه رسمى شماره ۱۷۷۶۱ مورخ ۱۳۸۴/۲۵/۱۱

۲۱. الحاقى دى ۱۴ ۱۳۸۴، روزنامه رسمى شماره ۱۷۷۶۱ مورخ ۱۳۸۴/۲۵/۱۱

۲۲. شريفى، مهرداد (۱۳۹۴). «پيشگيرى از جرايم عليه امنيت در فضاى مجازى»، پايان نامه کارشناسى ارشد، دانشگاه آزاد اسلامى واحد .

۲۳. صداقت زاده، محمدرضا (۱۳۹۵) «بررسى فقهى و حقوقى محاربه و تروريسم با تأکيد بر فقه اماميه». دانشگاه آزاد اسلامى واحد تهران مرکزى، مجتمع دانشگاهى وليعصر (عج) - دانشکده ادبيات و علوم انسانى،

۲۴. مستجاب الدعواتى، سيدعلى و محمدى فر، على (۱۳۹۷)، «بررسى فقهى حقوقى جرم محاربه و مقايسه آن با افساد فى الارض و بعى»، هفتمين کنفرانس ملي توسعه پايدار در علوم تربيتى و روانشناسى، مطالعات اجتماعى و فرهنگى، تهران،

۲۵. مستقيمى، بهرام؛ قادري کنگاورى، روح الله (۱۳۹۰). «نقض حقوق بشر و گسترش تروريسم»، مجله: سياست»، شماره ۱۷.

۲۶. ملک آستانه فاطمه، سلمانى فاطمه، سلمانى سعيد، حسنى محمدحسن (۱۳۹۴)، «نقد محاربه درقانون مجازات اسلامى جديد»، اولين کنفرانس بين المللى نقش مدیریت انقلاب اسلامى در هندسه قدرت نظام جهانى (مدیریت، سياست، اقتصاد، فرهنگ، امنيت، حسابداری).

۲۷. هاشم زاده هريسى، هاشم (۱۳۸۸). «مسائلى چند در مورد محاربه». وبلاگ شخصى دکتري هريسى. بايگانى شده از اصلى در ۸ آوريل ۲۰۱۰.

۲۸. هژیر، زهرا و ایزدی سلمانی، ناصر (۱۳۹۵)، «بررسی کلی محاربه و افساد فی الارض به عنوان جرمی علیه امنیت»، اولین همایش ملی یافته‌های نوین در علوم انسانی و امنیت اجتماعی، تهران،

۲۹. هژیر، زینب (۱۳۹۹)، «بررسی جرم محاربه با توجه به قانون مجازات اسلامی»، کنفرانس بین المللی فقه، حقوق، روانشناسی و علوم تربیتی در ایران و جهان اسلام، کرج.

پایان نامه

۳۰. سنجولی، مریم. (۱۳۹۷). مقایسه تروریست با مفسد فی الارض در فقه اسلامی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری - دانشگاه سیستان و بلوچستان - ۱۳۸۹ - پایان نامه [کارشناسی ارشد].

نوع مقاله: پژوهشی

صفحات ۳۷۷ - ۳۴۳

تحلیل الگوهای آوایی و واج آرایی در شعر سپیده کاشانی

فاطمه نصرتی موموندی^۱

چکیده

الگوهای آوایی و واج آرایی از مهم‌ترین عناصر موسیقی درونی شعر به شمار می‌آیند که نقش مؤثری در برجسته‌سازی معنا، انتقال احساس و افزایش تأثیرگذاری کلام دارند. سپیده کاشانی، از شاعران برجسته انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، با بهره‌گیری آگاهانه از ظرفیت‌های آوایی زبان، توانسته است مفاهیم دینی، انقلابی و حماسی را با بیانی هنرمندانه و تأثیرگذار به مخاطب منتقل کند. هدف این پژوهش، تحلیل الگوهای آوایی و جلوه‌های واج آرایی در شعر سپیده کاشانی و بررسی نقش آن‌ها در شکل‌گیری موسیقی درونی و تقویت لایه‌های معنایی اشعار اوست. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و بر پایه مطالعات کتابخانه‌ای انجام شده و مجموعه آثار شاعر از منظر تکرار آواها، هم‌آوایی حروف، هماهنگی واج‌ها و کارکردهای زیبایی‌شناختی آن‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که سپیده کاشانی با بهره‌گیری هدفمند از تکرار واج‌های همگون، همخوان‌ها و واکه‌ها، علاوه بر ایجاد آهنگ و انسجام صوتی، به القای مفاهیمی همچون پایداری، ایثار، معنویت، حماسه، اندوه و امید کمک کرده است. همچنین، انتخاب آگاهانه واج‌ها متناسب با فضای عاطفی و معنایی هر شعر، سبب تقویت تصویرسازی، افزایش تأثیر عاطفی و ارتقای انسجام ساختاری آثار وی شده است. در مجموع، الگوهای آوایی و واج آرایی در شعر سپیده کاشانی صرفاً جنبه‌ای آرایه‌ای ندارند، بلکه به‌عنوان ابزاری معنا ساز و سبک‌آفرین، نقشی اساسی در انتقال پیام‌های اعتقادی، اجتماعی و حماسی شاعر ایفا می‌کنند و از مهم‌ترین ویژگی‌های سبکی آثار او به شمار می‌روند.

واژگان کلیدی

سپیده کاشانی، الگوهای آوایی، واج آرایی، سبک‌شناسی، شعر معاصر فارسی.

۱. دکتری زبان‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

Email: fa.nosrati66@gmail.com

پذیرش نهایی: ۱۴۰۰/۲/۲۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۲/۱۰

طرح مسأله

شعر، افزون بر آنکه رسانه‌ای برای انتقال معنا و اندیشه است، هنری آوایی نیز به شمار می‌آید که بخش مهمی از تأثیرگذاری خود را از طریق نظام صوتی و موسیقایی زبان به دست می‌آورد. از این‌رو، در نقد ادبی نوین، مطالعه لایه‌های آوایی شعر به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سبک‌شناسی، جایگاهی ویژه یافته است. در این میان، الگوهای آوایی و واج‌آرایی از برجسته‌ترین عناصر موسیقی درونی شعر محسوب می‌شوند که با ایجاد هماهنگی میان واج‌ها، تکرار هدفمند صامت‌ها و مصوت‌ها و شکل‌دهی به آهنگ طبیعی کلام، در برجسته‌سازی معنا، القای عواطف، تصویرسازی ذهنی و افزایش تأثیر زیبایی‌شناختی شعر نقش اساسی ایفا می‌کنند. به بیان دیگر، واج‌ها تنها کوچک‌ترین واحدهای آوایی زبان نیستند، بلکه در بستر شعر، به ابزارهایی معناآفرین و سبک‌ساز تبدیل می‌شوند و می‌توانند در انتقال لایه‌های پنهان معنا و احساس شاعر سهمی تعیین‌کننده داشته باشند (شفیعی کدکنی، ۱۳۸۰: ۱۳). در زبان‌شناسی نوین، به‌ویژه در حوزه آواشناسی، واج‌شناسی و سبک‌شناسی، رابطه میان ساختار صوتی و ساختار معنایی متن از موضوعات مهم پژوهشی به شمار می‌رود. نظریه‌پردازان سبک‌شناسی بر این باورند که تکرار هدفمند آواها، هماهنگی میان واج‌ها و سازمان‌دهی نظام صوتی متن، تنها جنبه‌ای تزئینی ندارد، بلکه در شکل‌گیری فضای عاطفی، ایجاد انسجام متن، برجسته‌سازی مفاهیم و هدایت ذهن مخاطب به سوی درک عمیق‌تر اثر ادبی نقش‌آفرین است. از این منظر، تحلیل الگوهای آوایی، امکان شناخت دقیق‌تر سبک فردی شاعر، شیوه بهره‌گیری او از امکانات زبان و ارتباط میان صورت و معنا را فراهم می‌کند (زرقانی، ۱۳۸۳: ۱۵۵).

ادبیات معاصر ایران، به‌ویژه شعر انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، علاوه بر برخورداری از مضامین اعتقادی، حماسی و اجتماعی، از ظرفیت‌های گسترده زبانی و هنری نیز بهره‌مند است. یکی از شاعران برجسته این جریان، سپیده کاشانی است که آثار او بازتاب‌دهنده مفاهیمی همچون ایمان، مقاومت، ایثار، شهادت، عدالت‌خواهی، انتظار، امید و هویت اسلامی است. اشعار وی ضمن برخورداری از مضامین ارزشی، از نظر ساختار زبانی و موسیقایی نیز دارای ویژگی‌های قابل توجهی هستند. سپیده کاشانی با انتخاب آگاهانه واژگان، تکرار هدفمند آواها و ایجاد هماهنگی میان واج‌ها، توانسته است موسیقی درونی متناسبی با فضای معنایی اشعار خود پدید آورد و از رهگذر آن، تأثیر عاطفی و اقناعی کلام را افزایش دهد. این ویژگی سبب شده است که شعر او صرفاً حامل پیام نباشد، بلکه از منظر هنری نیز قابلیت تحلیل و بررسی داشته باشد (اصلانی، ۱۳۸۷: ۹). با وجود جایگاه ادبی سپیده کاشانی در شعر معاصر و نقش مؤثر او در ادبیات انقلاب اسلامی، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده درباره آثار وی بر محور مضامین دینی، انقلابی،

دفاع مقدس، تصویرسازی، نمادپردازی، سبک کلی یا موسیقی شعر به صورت عام متمرکز بوده‌اند. در مقابل، بررسی مستقل و نظام‌مند الگوهای آوایی و واج‌آرایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های موسیقی درونی شعر، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. همچنین، در بسیاری از پژوهش‌های موجود، واج‌آرایی تنها در حد معرفی یک آرایه ادبی بررسی شده و نقش آن در شکل‌گیری ساختار معنایی، انسجام متن، ایجاد فضای عاطفی و سبک فردی شاعر کمتر تحلیل شده است. این خلأ پژوهشی، ضرورت انجام پژوهشی مستقل در زمینه تحلیل الگوهای آوایی شعر سپیده کاشانی را آشکار می‌سازد (زیادی، ۱۳۸۰: ۳۳-۳۲). از سوی دیگر، در نقد زبان‌شناختی معاصر، بررسی رابطه میان ساختار آوایی و محتوای معنایی شعر اهمیت ویژه‌ای یافته است. این رویکرد بر آن است که هر شاعر با گزینش آگاهانه واج‌ها و الگوهای صوتی، نوعی هویت سبکی ویژه خلق می‌کند که می‌تواند بیانگر نگرش فکری، عاطفی و زیبایی‌شناختی او باشد. بنابراین، تحلیل واج‌آرایی و الگوهای آوایی نه تنها به شناخت بهتر موسیقی درونی شعر کمک می‌کند، بلکه زمینه فهم دقیق‌تر شیوه اندیشیدن شاعر، چگونگی انتقال مفاهیم و نحوه تعامل صورت و معنا را نیز فراهم می‌آورد. در اشعار سپیده کاشانی، که سرشار از مضامین حماسی، عرفانی، دینی و انقلابی است، انتظار می‌رود میان انتخاب آواها و محتوای اشعار ارتباطی هدفمند و معنادار وجود داشته باشد؛ موضوعی که تاکنون کمتر به‌صورت علمی و زبان‌شناختی بررسی شده است. اهمیت این پژوهش از آن جهت است که می‌تواند با بهره‌گیری از رویکردهای زبان‌شناسی و سبک‌شناسی، الگویی روشن از کارکرد واج‌آرایی و الگوهای آوایی در شعر سپیده کاشانی ارائه دهد و نشان دهد که چگونه تکرار واج‌ها، هم‌آوایی صامت‌ها و مصوت‌ها، توزیع آواها و هماهنگی صوتی واژگان در خدمت انتقال مفاهیم دینی، حماسی، عاطفی و اجتماعی قرار گرفته‌اند. همچنین، نتایج این پژوهش می‌تواند به توسعه مطالعات زبان‌شناختی در حوزه شعر معاصر فارسی، غنای پژوهش‌های سبک‌شناسی، شناخت دقیق‌تر ویژگی‌های هنری شعر انقلاب اسلامی و ارائه الگوهایی برای تحلیل آوایی آثار دیگر شاعران معاصر کمک کند. بر این اساس، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که الگوهای آوایی و واج‌آرایی در شعر سپیده کاشانی از چه ویژگی‌هایی برخوردارند؟

وضع ادبی دروهی معاصر (از مشروطیت تا پایان جنگ تحمیلی)

به‌طور کلی تغییر و تحولات اجتماعی و سیاسی، تمامی ساختارهای بنیادین جامعه را تحت‌الشعاع قرار می‌دهد. از جمله‌ی این ساختارها نظام فرهنگی و در رأس آن ادبیات و تحولات ادبی می‌باشد. بدون شک ادبیات هر ملتی بیانگر روحیات، احساسات، خواسته‌ها و تغییر و تحولات اجتماعی آن عصر می‌باشد. همان‌طوری که قبلاً نیز اشاره کردیم، بدون مطالعه‌ی اوضاع سیاسی، اجتماعی دوره‌ای، نمی‌توان ادبیات یک دوره را بررسی کرد. بدین جهت به‌دنبال

بررسی اوضاع سیاسی، اجتماعی دوره‌ی معاصر، وضع ادبی آن دوره را مورد بررسی قرار می‌دهیم. اگر به قبل از دوره‌ی مشروطه نگاهی اجمالی بیفکنیم، به راحتی می‌توان گفت که شعر فارسی در مسیر خود چه مراحل را پشت سر گذاشته است. «شعر معاصر، با تمام تحولاتش، ریشه در شعر مشروطیت دارد» (شفیعی کدکنی، ۱۳۸۰: ۱۳). با بررسی و تطبیق و مقایسه‌ی ادبیات مشروطه با دوره‌ی قبل از مشروطیت، این امکان فراهم می‌شود که با زمینه‌های تحول و دگرگونی شعر و جهان بینی شعرا بیشتر آشنا شویم.

در دوره‌ی قبل از مشروطیت (بازگشت ادبی) چهره‌های برجسته‌ی ادبی، چهره‌های مکرر و کلیشه‌ای است. در واقع می‌توان این دوره را «عصر مدیحه‌های مکرر» نام گذاشت. چهره‌هایی چون: صبای کاشانی، سروش اصفهانی، یغمای جندقی و قآنی شیرازی، چهره‌های مسخ شده و کاریکاتور شعرای قرن پنجم و ششم هجری‌اند. اما از لحاظ مضامین، طنین صدای این دوره، صدای عصر غزنوی و سلجوقی است؛ و مدیحه‌هایی که در قرن پنجم و ششم بر ادبیات درباری زبان پارسی حاکم بوده، همان‌ها بعد از هشتصد سال تکرار می‌شود؛ و مسائل اصلی‌ای که در شعر این دوره (قبل از مشروطیت) مطرح می‌شود، مقدار زیادی مدح و ستایش پادشاهی، خانی یا امیری است. پند و اندرزها، همان پند و اندرزهایی است که مثلاً در کتاب «جاودان خرد» «ابن مسکویه» آمده است. به طور کلی شعر این دوره (قبل از مشروطیت)، ایستا و ساکن است، اما شعر دوره‌ی مشروطه پویا و متحرک است و مسائلی از قبیل: آزادی، وطن، قانون، انتقادهای اجتماعی و ... مطرح می‌شود (همان: ۲۲-۱۹). لذا شعر به عنوان یک پدیده‌ی اجتماعی نمی‌تواند از مسائل محیط و پیرامون خود برکنار باشد، به عبارتی، شعر هر دوره بیانگر اندیشه‌های حاکم بر زمان خود می‌باشد. همان‌طوری که در بیشتر اشعار این دوره به مسائلی از قبیل: میهن، قانون، مردم و ... مواجه می‌شویم، بیانگر آن است که ظلم و زور بیگانگان بر میهن‌مان زیاد شده است و از هیچ نظم و قانونی خبری نیست و هرج و مرج همه‌جا را فرا گرفته است و ظلم و ستم حاکمان بر مردم تشدید گرفته است.

شاعران مشروطیت با این که در محیط استبداد دوره‌ی قاجار می‌زیستند، اما باز به بیان نمادین و پوشیده روی نیاوردند بلکه به عکس، با بیان صریح و کوبنده‌ی خود از شعر در راه مبارزات خویش استفاده کردند. نثر و نقد شعر مانند حوادث انقلاب مشروطه که تند و کوبنده بود، لحنی صریح، تند و کوبنده داشت، اما فضای استبدادی دوره‌ی رضاخان که قریب به بیست سال از (۱۳۰۰-۱۳۲۰) طول کشید، به هیچ ساز مخالفی اجازه‌ی نواختن نمی‌داد و چنان بر جامعه سلطه داشت که روزنامه‌ها، مجلات و کتاب‌ها مستقیماً زیر نظر پلیس اداره می‌شد و تنها مطالبی به چاپخانه می‌رفت که کاملاً مطابق میل حکومت بود. این وضعیت استبدادی، بسیاری از شاعران را به طرف این ایده رهنمون کرد که اکنون وقت آن نیست که شمشیر را از رو ببندند و

چاره‌ای جز سکوت و تحمل برای خود نیافتند و اگر هم انتقادی بود به تعبیر دکتر شفیعی کدکنی متوجه چیزهای سطحی و روبنایی بود و در قالب هزار مجاز و استعاره، به گوشه و لباس هیچ‌کس برنمی‌خورد (زررقانی، ۱۳۸۳: ۱۵۵). حکومت استبدادی رضاخان باعث شد که شعر انتقادی و انقلابی عصر مشروطه به خواب بیست ساله فرو رود. به این دلیل شاعران مجبور شدند رو به شعر ستایشی بیاورند و در کالبد نیمه‌جان آن، روحی تازه بدمند، به‌طوری که حجم زیادی از اشعار این دوره، محتوای ستایشی دارد.

همان‌طور که گفته شد، در شعر دوره‌ی رضاشاهی انتقاد هست، ولی انتقادهای سطحی است؛ زیرا رژیم این اجازه را به کسی نمی‌دهد که به مسائل عمقی بیندیشد و مسائل عمقی را در آثار خود منعکس کند، جز در ادبیاتی که آن را باید در مقوله‌ی ادبیات زیرزمینی به حساب آورد؛ مثل شعر فرخی یزدی، لاهوتی و حتی نیما که نوعی از ادبیات زیرزمینی است. هر چند نیما ستیز مستقیم با رژیم رضاشاهی نداشت، اما شعرش پر از انتقاد بود. در این دوره آن‌ها که به عنوان ادبای رسمی هستند، یعنی کسانی که روزنامه‌ها را اشغال کرده‌اند و تربیون‌ها را در اختیار گرفته‌اند، می‌توان گفت غالباً آدم‌های سطحی، و در زمینه‌ی شناخت مسائل اجتماعی کم‌فرهنگ، خود فروخته و حتی بی‌وطن هستند. بهار در تبعید است. ایرج مرده است. عارف در همدان به زندگی گیاهی خودش ادامه می‌دهد و در دره‌های همدان تقریباً حالت زندانی به خود گرفته است. عشقی هم ترور شده است (شفیعی کدکنی، ۱۳۸۰: ۴۷). لازم به ذکر است که فشار و خفقان حاکم بر جامعه‌ی آن زمان نه تنها نتوانست شمشیر قلم و بیان را از شاعر بگیرد بلکه شاعران کوشیدند هرچه بیشتر با زبان نمادین به افشای بی‌تدبیری و بی‌کفایتی حاکمان وقت را بیان نمایند.

ادبیات معاصر، از دوره‌ی مشروطه در اثر آشنایی با اندیشه‌های غرب، از لحاظ محتوا و اندیشه تغییر و تحولات زیادی داشت؛ به‌طوری که از این رهگذر آثاری به‌وجود آمد که در نوع خود بی‌نظیر بود. اندیشه‌های نوین و مضامین برگرفته از حوادث اجتماعی بالطبع در مقایسه با دوره‌های پیشین از تحولات چشم‌گیری برخوردار بود. وطن‌پرستی، قانون‌گرایی، دین‌ستیزی، دفاع از آزادی، مبارزه با استبداد، تردید در باورهای دیرپای مذهبی، و ... ره‌آورد حضور و ظهور اندیشه‌های غربی و شرقی در جامعه‌ی ماست.

در دوره‌ی مشروطه، از مدیحه‌سرایی‌های بی‌جان و افسرده‌ی دوره‌ی قبل خبری نیست، بلکه آن‌چه به گوش می‌رسد، صدای اعتراض و فریاد علیه نظام استبدادی است. به‌خصوص شعر از طبقه‌ی درباری و انحصاری آزاد شد و در میان مردم و اقشار مختلف جامعه رواج پیدا کرد. «به موازات حضور روزافزون مردم در صحنه‌ی سیاست و اجتماع، در عرصه‌ی ادب نیز مضامین و اندیشه‌ای تازه‌ای رخ می‌نمود که بیشتر از تحولات و دستاوردهای اجتماعی نهضت مشروطیت

الهام می‌گرفت» (یاحقی، ۱۳۸۴: ۱۶). شعر عصر مشروطیت دیگر آن شعر توصیف مجالس بزم یا تعریف و تمجید پادشاهان و یا فتوحات سلاطین و غیره نیست، بلکه آیینی تمام‌نمای دردهای بشری، رنج‌های ستم‌دیدگان و پابرهنگانی است که علیه ظلم و زور قیام کردند و در برابر فشارها و تهدیدهای بیگانگان (روسیه و انگلیس) از پای ننشستند و با همدلی و همفکری گروه روشنفکران جامعه به مبارزه با بیگانگان برخاستند. در این میان شاعران نیز نقش به‌سزایی در بیداری مردم و گسترش فرهنگ ظلم‌ستیزی و مبارزه با استبداد داشتند. مقاومتی که مردم در این مبارزات از خود نشان دادند و رشادت و از خودگذشتگی‌هایی که تاریخ آن‌ها را به ثبت رسانده است و بزرگ‌مردانی که هر یک زبان آتشین ملت بودند، درخور تمجید و تعریف می‌باشند؛ لکن با نهایت دیکتاتوری و خودکامگی مستبدین، در «باغ شاه» و دیگر ولایات، بالای دار رفتند ولی تن به ذلت ندادند. شعر مشروطه نقش خود را به خوبی ایفا کرد، که در این راستا می‌توان تصنیف‌های زیبایی را که در عین ساده و مردمی بودن، بیانگر احساسات پاک و بی‌آلایش و آزادی‌خواهانه‌ی مردم بود، نام برد.

از جمله: تصنیف‌های ملی و میهنی عارف قزوینی، اشعار طنزآمیز سیداشرف‌الدین گیلانی (نسیم شمال)، اشعار سیاسی اجتماعی ملک‌الشعرا بهار، سروده‌های دردآلود فرخی یزدی و دیگران که همگی از شعر درباری و تغزلی رستند و به شعر اجتماعی و انتقادی پیوستند و شعار بیگانه‌ستیزی، عدالت‌خواهی، قانون‌گرایی، آزادی‌خواهی، مبارزه با ظلم و ستم و استبداد را سرلوحه‌ی کار خویش قرار دادند. به عنوان نمونه می‌توان به ابیات و اشعار زیر اشاره نمود:

شیداشرف‌الدین گیلانی:

ای عزیزان وطن، یاری کنید	ای وطن‌خواهان، وطن‌داری کنید
ای دریغا! می‌رود دولت زدست	ای دریغا خورد این ملت شکست
ای دریغا دست ما را ظلم بست	چون شما را نیست یک تن حق پرست

پس شما از خود پرستاری کنید....

(گیلانی، ۱۳۷۱: ۴۲۴)

ملک‌الشعرا بهار:

با شه ایران زآزادی سخن گفتن خطاست	کار ایران با خداست
مذهب شاهنشاه ایران ز مذهب‌ها جداست	کار ایران با خداست
شاه مست و شیخ مست و شحنه مست و میر مست	مملکت رفته ز دست
هر دم از دستان مستان، فتنه و غوغا به پاست	کار ایران با خداست
هر دم از دریای استبداد آید بر فراز	موج‌های جانگداز
زین تلاطم، کشتی ملت به گرداب بلاست	کار ایران با خداست

(بهار، ۱۳۶۵: ۴۳۰).

شعر «از خون جوانان وطن لاله دمیده» نیز از عارف قزوینی، گواه این ادعاست:

هنگام می و فصل گل و گشت چمن شد دربار بهاری تهی از زاغ و زغن شد
از ابر کرم خطه‌ی ری رشک ختن شد دلنگ چو من مرغ قفس بهر وطن شد
چه کج رفتاری ای چرخ! چه بد کرداری ای چرخ! سر کین داری ای چرخ
دین داری نه آئین داری ای چرخ

از خون جوانان وطن لاله دمیده از ماتم سرو قدشان سرو خمیده
در سایه‌ی گل بلبل از این غصه خزیده گل نیز چو من در غم‌شان جامه دریده
چه کج رفتاری ای چرخ! چه بد کرداری ای چرخ! سر کین داری ای چرخ
نه دین‌داری نه آئین داری ای چرخ

(قزوینی، ۱۳۸۱: ۳۱۶).

بیزاری و نفرت از استبداد در این دوره به اوج خود رسید. و این تنفر به لحاظ دفاع و ستم‌ستیزی بسیار پسندیده بود (دهباشی، ۱۳۷۰: ۱۵).

یکی دیگر چهره‌های ادبی حوزه‌ی شعر و ادب فارسی که قسمتی از حیات وی مقارن با اختناق و رژیم طاغوتی بود، با سرودن اشعار روشنگرانه‌ی خود، نقش عمده‌ای در بیداری اقشار مختلف جامعه داشت و پس از پیروزی انقلاب اسلامی سال ۵۷ نیز همگام با سایر فعالان سیاسی و انقلابی برای دفاع از آرمان‌های نظام مقدس جمهوری اسلامی از پای ننشست و از شعر خویش به عنوان زبان برنده‌ی نهضت استفاده کرد، سپیده کاشانی است. وی پس از پیروزی انقلاب اسلامی، در تمامی عرصه‌های انقلابی و دینی حضور فعال داشت و همزمان با جنگ تحمیلی نیز با سرودن اشعار حماسی در عرصه‌ی ادب و هنر دین خود را نسبت به انقلاب و شهدا ادا کرد. محتوا و درون‌مایه‌ی اشعار قبل از انقلاب وی بیشتر ترسیم جامعه‌ی ظلم زده است که مردم غفلت زده در تار و پود خفقان آرمیده‌اند و از هول جان‌سوز طاغوتیان شاهد زورگویی‌هایی است که دین و ایمانشان را جرأت آن نیست آزادانه در فضای استبداد و خودکامگی ببالد و شکوفا گردد:

حصار شب به گرد ما و از روزن نمی‌روید نگاه روز، تا بر قامت عصیانم آویزد
ز بس رنگ است در انبوه چشم‌انداز ما، ترسم که اهریمن به گرد شاخه‌ی ایمانم آویزد
درین یلدا شب آن سان زد، به سروستان ما توفان که نومیدی به موج برکه چشمانم آویزد
ز گل‌ها نیست جز بویی، ز پیمان نیست جز حرفی زهی بر گوشواری کز سر مژگانم آویزد

(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۷).

همان‌طور که ملاحظه می‌گردد شاعر با زبان نمادین، به ترسیم جامعه‌ی ظلم‌زده‌ی پیش از انقلاب اشاره دارد.

مروری بر زندگی‌نامه سپیده کاشانی

سرور اعظم باکوچی، فرزند حسین باکوچی، معروف به «سپیده کاشانی» در اولین روز از مرداد ماه سال ۱۳۱۵ در خانواده‌ای متدین و اصیل در کاشان، شهری که خونگرمی، مهربانی و اصالت مردمانش زبانزد عام و خاص است، دیده به جهان گشود. وی در سال ۱۳۲۲ پا به دبستان گذاشت و تحصیلات ابتدایی خود را در مدرسه ۱۷ دی به پایان برد (اصلانی، ۱۳۸۷: ۹). گفتنی است که در اواخر دوره‌ی دبستان و در سن یازده سالگی اولین شعرش را سرود. چون پدر و مادرش به شعر علاقه‌مند بودند، او نیز از اوان کودکی با اشعار شعرای متقدم چون حافظ، سعدی و مولانا آشنا شد و بیش از همه تحت تأثیر حافظ قرار گرفت. از آن‌جا که از همان ایام با قرآن کریم مأنوس بود و به رسول اکرم (ص) نیز ارادت داشت، هنگامی که به سرودن شعر روی آورد، این انس و الفت را در اشعارش هویدا ساخت. اعتقاد و ایمان راسخ به نجابت و عفاف که در سایه‌ی تعلیم اسلامی به دست آورده بود، موجب شد که در دوران بی‌بندوباری و لجام‌گسیختگی نظام طاغوت، از مشاهده آن اوضاع سخت آزردہ‌خاطر و غمگین گردد تا آن‌جا که در برخی از اشعار خود به شکوه و شکایت از اوضاع زمانه بپردازد. با اوج‌گیری مبارزات امام خمینی (ره) بر ضد رژیم ستم‌شاهی و به دنبال آن پیروزی انقلاب اسلامی، سپیده کاشانی به عنوان یک زن مسلمان و انقلابی قدم به میدان نهاد و در فعالیت‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و ادبی شرکت کرد و به تبیین و ترویج معارف اسلامی، ارزش‌ها و اهداف انقلاب اسلامی پرداخت. کانون پر مهر و آنکده از عطوفت و صمیمیت و طنین دلنشین آیات الهی و اعتقاد راسخی که به معارف دینی داشت او را شاعری متخلق به اخلاق قرآنی و اسلامی به‌بار آورد. پدرش نیز که مردی اهل مطالعه و علاقه‌مند به شعر و ادب بود، او را هرچه بیشتر با شعر و ادب آشنا ساخت و روح لطیفش را با شعر بزرگانی چون: مولانا، سعدی و حافظ پیوند زد؛ چنان‌که خود می‌گوید:

«من آخرین فرزند خانواده بودم و در دامان پر مهر و محبت مادری متدین و هنردوست رشد کردم و بزرگ شدم. خیلی کوچک بودم که قرآن را از مادرم آموختم و هم با او بود که به مقابله آیات مبارک قرآن می‌نشستیم. رفته‌رفته علاوه بر فرا گرفتن قرآن و دروس مدرسه با راهنمایی پدر و مادر، روزبه‌روز با اشعار شعرای نامی سرزمین‌مان - خصوصاً حافظ - آشنا و مأنوس می‌شدم، از همان دوران بود که شور شعر به طریق ابتدایی در جان من نشست» (قزوه، ۱۳۷۴: ۲۵). در ادامه خود شاعر درباره‌ی فعالیت جدی خود در عرصه‌ی شعر و شاعری و فعالیت‌های خود چنین می‌گوید:

«آغاز شعری من به‌طور جدی از سال ۱۳۴۸ بود. در سال ۱۳۵۲ دفتر شعری به نام «پروانه‌های شب» از من به چاپ رسید که همه شعرهای آن به فضای اختناق‌آور آن زمان اشاره داشت. در حالی که آن‌چه در آن به چاپ رسیده بود، همه آن چیزی نبود که می‌باید به چاپ

می‌رسید. زیرا به‌خاطر حساسیت حکومت جابرانه وقت، اکثر شعرهای آن را حذف کرده بودند» (همان: ۲۶).

او بارها در جبهه حق علیه باطل حضور یافت و ضمن تشویق فرزندان و برادران رزمنده‌اش، حماسه جاویدان آنان را سرمایه بیان خود کرد و نخستین آثار ادبیات مقاومت پایداری و جهاد و شهادت را در شعر انقلاب به‌بار نشانید. از آن‌جا که اشعار سپیده کاشانی سراسر از ایمان، ایثار، جهاد، حماسه، مقاومت، فداکاری، عشق به خدا، صداقت، پاکی و ستیز با دشمن دین است، می‌توان آن را یکی از راه‌های شناخت برخی از زوایای تاریخ جنگ تحمیلی برشمرد. او افزون بر اشعاری که در باب جنگ و شهادت سروده است، ده‌ها شعر حماسی و عاطفی نیز در کارنامه فعالیت فرهنگی خود به ثبت رسانده است. این شاعر معاصر انقلابی سرانجام در ۱۲ بهمن ماه ۱۳۷۱ هـ.ش. در انگلستان درگذشت و در بهشت زهرا به خاک سپرده شد. از این شاعر برجسته آثار متعددی باقی مانده است که از آن جمله می‌توان به «پروانه‌های شب»، «هزار دامن گل سرخ»، «سخن آشنا»، «آنان که بقا را در بلا دیدند (مجموعه یادداشت‌های دفاع مقدس) و «گزیده‌ی آثار» اشاره کرد (مشفق کاشانی، ۱۳۸۸: ۳۴۴).

ذهن و زبان سپیده کاشانی

یکی از شاعرانی که توانست در دوره‌ی قبل از انقلاب و پس از انقلاب در مسیر تعهد و دفاع از ارزش‌های اصیل اسلامی حرکت نماید، سپیده کاشانی است. او در دوران قبل از انقلاب با تصویرگری‌هایی که از حاکمیت طاغوت داشته است، او را در ردیف شاعران مبارز و انقلابی قرار داده است. وی با بیدار کردن مردم و ایجاد شور انقلابی علیه رژیم ستم‌شاهی هرگز از پای ننشسته است. چنان که خود شاعر می‌گوید: «سختی‌ها روی دوش مردم آن‌ها را آزار می‌دهد. فقر و تنگدستی از سویی و غارت اموال مردم از سویی دیگر که از همه بیشتر شاه و فامیلش همه‌ی ثروت این مردم را به تاراج می‌برند؛ در حالی که مردم به یک لقمه‌ی نان محتاج هستند. اگر کسی هم اعتراض کند، حسابش پاک است. چند روز پیش امام جماعت محله‌ی ما را گرفتند و بردند، نماز جماعت تعطیل شد. گفتند: به جرم این که بر ضد خانواده‌ی شاه حرف زده است» (غفاری، ۱۳۸۴: ۴۴). در شعری اعتراض او علیه ظلم و زور را این گونه می‌بینیم:

«در خیابان مهر/ هر جا چراغی بود، این زمان مصلوب خاموشی است، ساحت ذرات، از نجوای گل معطر نیست، پس بدین‌سان بود که، انسان، در ستیز زیستن در خویش گم شد» (یادمان سپیده، روزنامه رسالت، ۱۳۷۱: ۱۵).

شعر سپیده همچون شاعران عصر خود شعر مسائل روز است. از ایثار و جانفشانی‌های رزمندگان گرفته تا شهادت، حماسه و عرفان. لذا او با زبان شعر خود، همچون قیصر امین‌پور، علی معلم، قزوه و ... از آرمان‌های انقلاب دفاع می‌کند و در این راه برای اعتلای حق و حقیقت

از هیچ کوششی فروگذار نمی‌کند. سپیده از این‌که در این راه عاشقانه گام برمی‌دارد، چنین اعلام می‌دارد: «شاعر باید از وسف معشوق دفتر سیاه نکند، بلکه می‌بایست خود را از اجزای جامعه بداند و نباید آن‌قدر از واقعیت دور بیفتد که درک جامعه و مردم برایش ممکن نباشد و تصورات و تخیلات نباید آن‌قدر در شعر زیاد باشد که خود شاعر هم فریب آن را بخورد و گرفتار آن شود» (همان: ۱۳).

سپیده به‌خاطر تعلق خاطری که به زادگاه خود داشت، برای کسب تجربه مدتی در زادگاه خود به سر برد و همیشه از شهر خود به نیکی یاد می‌کرد. شهری که مشاهیر و بزرگان نام‌آوری چون: فیض کاشانی، محتشم کاشانی و شاعر آب و خرد و روشنی، سهراب سپهری. سپیده عشق و علاقه‌ی خود به زادگاه خویش را در شعر زیبایی که در قالب نیمایی سروده است، این‌گونه به تصویر می‌کشد: «آه! ای خفته به دامن کویر، ای نگین تاریخ، من شکفتم در تو، در تو من روییدم، سبز شدم، و به اندازه یک قرن بهار، در تو شادی کردم، و به حجم همه باران‌ها، گرییدم، قلب من کوچه توست، به صدای قلبم گوش بده» (مجموعه آثار، ۱۳۸۹: ۴۳۰).

اشعار سلیس و روان او نشان می‌دهد که در پی آراستن کلام نبوده و نیست و اشعار پر شورش حاکی از صداقت و صمیمیتی است که از نای جان برآورده است. در میان زنان شاعر، احساسات و عواطف مادرانه با حالت خاصی جلوه‌گری می‌کند:

برادر مبارزم زمزمه کن بهار را بچین زشاخه‌ی یقین میوه‌ی انتظار را
بهار شد، بهار شد، وطن چو لاله‌زار شد تا که شمارد این همه لاله‌ی بی‌شمار را

(سپیده کاشانی، ۱۳۷۳: ۷۰).

موفقیت او در شعر حاصل مطالعات ادبی و شرکت در محافل ادبی است که بارها از تجربه‌ی بزرگان نکته‌ها آموخته و آن‌ها را به کار بسته است. بررسی‌های شعر انقلابی و آیینی حکایت از این دارد که پیام شعر فراتر از صور خیال و عناصر زیبایی‌ساز سخن است؛ آن‌چه مهم است محتوا و درون‌مایه‌ی شعر می‌باشد. «زبان شعری او هم بر معنا دلالت دارد و هم بر پیام. پیامی که بیانگر روایت واقعیت‌هایی است که با چشم خود دیده است و تأثیرات آن بر روح شاعر آن‌قدر زیاد بوده که او نتوانسته از کنار آن عبور کند. مثلاً در این ابیات به مسأله‌ای تاریخی اشاره دارد؛

باد پیغام آرد، هر دم از هجرتی تلخ می‌رسد هر دم از ره، مرکب بی‌سواری

شعر سپیده کاشانی بر ساختاری مبتنی است که این ساختار از نوعی مناسبات درونی برخوردار است. یعنی عناصری که در شعر او حضور دارند بر رابطه‌ای تنگاتنگ استوارند و با هم یک ساختار شعری را به وجود می‌آورند. منتقدین شعر بر این باور هستند: که همه شعرها در یک نکته بنیادین شریکند و آن منش ارتباطی متن است. چیزی که در شعر کاشانی به وضوح دیده

می‌شود. یعنی اگر شاعر خود مدعی باشد که صرفاً برای خویش می‌نویسد، با انتشار اثرش، متن (شعر) را در جریان ارتباط قرار می‌دهد و متن به دلیل حضور عناصر زنده و پویا سریعاً با مخاطب ارتباط ذهنی برقرار می‌کند و این امر ناشی از محتوا و درون‌مایه اشعار این شاعر است. در جایی این‌گونه می‌سراید:

آسمان گشته خورگ، اختران گوهر افشان ماه سرگشته جوید، کشته بی‌مزاری
حجله نوعروسان، با حریر غم آذین بر حریر کبودش، اشک بی‌اختیاری
(روزنامه‌ی ایران، شماره ۴۵۰۰: ۸۹).

استفاده از پیام‌ها و شعائر دینی و ارزش‌های اصیل اسلامی و تلمیحات دینی از کارکردهای دیگری است که سپیده در اشعار خود منعکس کرده است:

ز طور معجزه‌ای نفس مطمئن چه شنیدی که شعله شعله به نیزار تن زبانه گرفتی
(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۱۵).

بوی پیراهن حدیث یوسف و درد فراق داستان پیر کنعان بود و بر رهبر گذشت
(همان: ۴۵)

قسم به فجر، به طلوع صبح ظفر قسم به عزم دلیران به راهیان سحر
(همان: ۷۲).

زبان سپیده کاشانی روان، ساده و زلال است. شعر حماسی او زبانی قابل درک برای عموم دارد. شعر این شاعر از اعتقادش و از جان و دلش برمی‌خاست. سپیده کاشانی کلام و اشارات شاعرانه را در کنار واژه‌های واقعی و باورپذیر جامعه به شعر درآورده است. مصداق این سخن یکی از سروده‌های کاشانی است:

گفت آن مهربان پیر، می‌دهندت بسی اجر با صبوری «سپیده» گر کنی پایداری
اینک این ما و راهی، روشن از نور قرآن اینک این ما و تاریخ، با خط زرنگاری
(روزنامه‌ی ایران، شماره ۴۵۰۰: ۸۹).

سپیده در پرداختن به شعر نیمایی همچون شاعران نوپرداز به لحاظ ماهیت شهر نو و کارکرد آن، بیشتر از نمادها استفاده می‌کند. مجموعه‌ی «پروانه‌های شب» با توجه به محتوا و درون‌مایه‌ی آن، که به فضای بسته و اختناق‌آمیز دوران حکومت ستم‌شاهی اشاره دارد، شاعر آن را در قالب نیمایی به تصویر کشیده است. در واقع، شاعر کلمات و واژگان این شعر را به پروانه‌های عاشقی تشبیه کرده است که سرود بیداری را در دل شب سر می‌دهند و غفلت‌زدگان و ستم‌زدگان را از خواب غفلت بیدار می‌کنند: «پروانه‌های شب، در زیر داریست بلند، ستاره‌ها، حرفی است بر کتیبه این قصر کاغذین، حرفی ز روزهای شتابنده، حرفی ز لحظه‌های نپاییده، کز تنگه‌های شب‌زده می‌آید، کز برج یادها، پروانه‌های شب، نیمی است از ادامه یک انسان، که نیم

دیگرش، دنیای عابری است که تنها، بر دست‌های خالی خود، خیره مانده است، او در تمام راه، می‌گشت تا به شعله شعری، شایسته هزاره شیرین، بر بیستون یاد، آله‌های عشق برافروزد. اما کلام او، چون نقش یک گناه بر آئینه زمان، بی‌رنگ، در احاطه تحقیر می‌شکست، پروانه‌های شب، این حرف، این صداقت گسترده، ای کاش در بلندی اندیشه‌های تو، یک دم به حال پر زدن، یابد» (مجموعه آثار، ۱۳۸۹: ۳۶۰-۳۵۹).

به‌طور کلی از لحاظ ادبی و سبک شعری، ویژگی‌های شعر انقلابی در اشعار او نمایان است. «رهایی از قید کنایه‌پردازی و ابهام‌گرایی و لفظ‌گرایی و توجه به صراحت بیان، بی‌پیرایگی زبان و بیان حقایق و مسائل اساسی زمان از مهمترین ویژگی شعری اوست (صادق‌زاده، ۱۳۹۰: ۵۳). همزمان با پیروزی انقلاب اسلامی وی از نخستین کسانی است که بازگشت امام خمینی (ره) را به میهن اسلامی با زبان شعر به تصویر کشید:

چارده قرن بسی گل وا شد	از یکی روح خدا پیدا شد
گلی آزاده ز صحرای خمین	خونش آمیخته با خون حسین
گل صد برگ خرد، پر افشان	آمد و آمد و آمد چون جان
آمد و داروی بیماران شد	چلچراغ ره بیداران شد
شد ز آزادگی‌اش سرو خجل	چون به پا خاست، نگون شد باطل

(مجموعه آثار، ۱۳۸۹: ۱۵۴).

او همچنان پایه‌پای مردم در عرصه‌های مختلف انقلاب و حماسه‌ی هشت سال دفاع مقدس با زبان قلم خویش به بیان شجاعت‌ها و رشادت‌ها می‌پردازد و رزمندگان اسلام را با بیان خود تشویق می‌کند و آن‌ها را تجلیل و ستایش می‌کند:

سنگر نشین، ای فاتح، ای گرد دلاور!	ای پاسدار میهن، ای خورشید خاور
ای معتکف در سنگر اخلاص و ایمان	آن‌جا چه زیبا تازه کردی عهد و پیمان
آن‌جا ملائک با تو هر دم همنشین‌اند	کروبیان، نور خدا را در تو بینند
همت که هم‌زمان، بهار ما نمیرد	خورشیدمان در اوج، خاموشی نگیرد
راهی طویل و پر خطر در پیش داریم	باید که دشمن سوز، سر در ره گذاریم
باید که از دستان خود، زنجیر سازیم	سرباز «روح‌الله» شویم و سر ببازیم

(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۱۶۷-۱۶۵).

به‌طور کلی شعر سپیده کاشانی در دو مرحله از حیات او شکل گرفته است: دوران قبل از انقلاب و دوران پس از انقلاب. اشعارش سلیس و روان. در شعرهای نیمایی با زبان نمادین سخن می‌گوید. محتوا و درون‌مایه‌ی اشعارش ترسیم عصر طاغوت و ظلم و خفقان و پس از انقلاب تحت تأثیر پیروزی انقلاب اسلامی سال ۵۷ و بازگشت امام خمینی (ره) به میهن و وقوع جنگ

تحمیلی و هشت سال حماسه‌ی رزمندگان اسلام و مهمترین مضامینی که به چشم می‌خورد می‌توان به مضامین شهید و شهادت، حماسه و دلاوری، رهبر، ارتحال امام خمینی (ره)، انتظار موعود، انعکاس مضامین دینی و اسلامی اشاره کرد.

تعریف شعر

تعاریف متعدد و مختلف از شعر بیانگر اهمیت و پیچیده بودن موضوع می‌باشد. تعاریفی که از شعر ارائه گردیده است با توجه به دریافتی بوده است که از شعر داشته‌اند. بدین ترتیب نمی‌توان تعریف خاصی از شعر را ارائه نمود اما برای شناخت بهتر، اظهار نظر صاحب نظران گذشته و حال و تفاوت‌های موجود میان تعبیرشان، به چند تعریف اشاره می‌کنیم:

شمس قیس رازی در کتاب المعجم فی معایر اشعار العجم چنین آورده است که: «شعر سخنی است اندیشیده، مرتب، معنوی، موزون، متکرر، متساوی، حروف آخرین آن به یکدیگر مانده» (شمس قیس رازی، عبدالوهاب قزوینی، ۱۳۱۴: ۱۴۷). همان‌طوری که ملاحظه می‌گردد در تعریف شمس قیس به چهار عنصر اندیشه، وزن، قافیه، زبان توجه شده است.

نظامی عروضی در چهارم قاله در باب ماهیت شعر و شاعری نقل می‌کند که: «شاعری صنعتی است که شاعران بدان صنعت، ائساق مقدمات موهومه کند و التئام قیاسات متوجه بر آن وجه که معنی خُرد را بزرگ گرداند و معنی بزرگ را خُرد، و نیکو را در خلقت زشت باز نماید و معنی بزرگ را خُرد، و نیکو را در خلقت زشت باز نماید و زشت را در صورت نیکو جلوه دهد و به ایهام، قوت‌های غضبانی و شهوانی را برانگیزد تا بدان ایهام، طباع را انقباضی و انبساطی بود و امور عظام را در نظام عالم سبب شود» (نظامی عروضی، به اهتمام دکتر معین، ۱۳۶۶: ۴۳).

دکتر شفیعی کدکنی نیز می‌گوید: «شعر حادثه‌ای است که در زبان روی می‌دهد و در حقیقت، گوینده‌ی شعر با شعر خود، علمی در زبان انجام می‌دهد که خواننده، میان زبان شعری او، و زبانی روزمره و عادی تمایزی احساس می‌کند» و در جای دیگر آورده است: «شعر گره‌خوردگی عاطفه و تخیل است که در زبان آهنگین شکل گرفته باشد» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۵: ۱۷).

خواجه نصیر طوسی از جمله کسانی است که علاوه بر طرح فنی و آموزش شعر و بررسی مباحثی چون: علم قافیه و عروض، به نقدالشعر نیز پرداخته است، وی می‌گوید: «شعر به نزدیک منطقیان، کلام مخیل موزون است و در عُرف جمهور کلام موزون مقفی» بنابراین در نظر عرف هر سخنی که خالی از وزن و قافیه باشد، شعر نیست و اما قدما شعر را کلام مخیل گفته‌اند. علامه دهخدا می‌گویند: «فرق میان شعر و نظم آن است که موضوع شعر عارضه‌ی مضمونی و معنوی کلام است، در حالی که موضوع نظم، عارضه‌ی ظاهری کلام است، به عبارت دیگر موضوع شعر در احساس‌انگیز بودن و مبین تأثیرات بی‌شائبه‌ی شاعر بودن خلاصه می‌شود ولی نظم فقط

سخن موزون و مقفی است» (زیادی، ۱۳۸۰: ۳۳-۳۲).

دکتر محمد اسلامی می‌نویسد: «شعر تعبیری لطیف و خیال‌انگیز از یک اندیشه یا احساس تازه‌ای است در عبارتی موزون» و دکتر مهدی حمیدی شیرازی معتقد است: «شعر عبارت از عطشی است که آدمی به تصویر جلوه‌های رنگارنگ طبیعت و نقاشی تأثرات گوناگون طبایع دارد و شاعری صنعتی است که از کلمات نقش‌پذیر دل‌پسند و ترکیب‌اندیشه‌نمای دلنشین و اوزان و قوافی و ردیف‌های متناسب و با شکوه برای آن تصویر و این نقاشی، صورت و سیرت می‌آفریند» (همان: ۳۳).

در میان تمامی هنرها، شعر به موسیقی بسیار نزدیک است، وقتی که شعر را از آغاز خلقت انسان بدانیم، زندگی نیز با صورت و موسیقی آغاز می‌شود. شاید این موسیقی یادآور آن آهنگ‌هایی است که در روز الست شنیده‌ایم به قول مولوی:

ما همه اجزای آدم بوده‌ایم در بهشت آن لحن‌ها بشنوده‌ایم

(مثنوی مولوی، دفتر چهارم، بیت ۷۳۵).

پیوند موسیقی و شعر

موسیقی در تعریف ابن‌سینا، عبارت است از: «بخشی از دانش ریاضیات که در آن از احوال نغمه‌ها، به‌لحاظ هماهنگی یا عدم هماهنگی و از احوال ازمنه‌ی موجود در فواصل نغمه‌ها، بحث می‌شود تا دانسته شود که لحن چگونه تألیف می‌شود» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۲۹۴).

برای موسیقی و شعر ویژگی‌ها و اشتراکات زیادی برشمرده‌اند. ناتل خانلری در مقایسه‌ی میان شعر و موسیقی، غرض هر دو را ایجاد حالتی دانسته و صورت را مایه‌ی کار هر دو به شمار می‌آورد، با این تفاوت که در موسیقی، صوت‌های به حسب نسبت زیر و بمی نغمه و به حسب وقوع در زمان‌های متساوی، ضرب و وزن را ایجاد می‌کند و در شعر، ترتیب صوت‌های ملفوظ به حسب دلالت، صورت‌های گوناگونی را به ذهن القا می‌کند. وی شیوه‌ی کار موسیقی و شعر را یکسان می‌داند؛ در هیچ‌یک ترتیب و توالی مقدمات برای حصول نتیجه، لازم نیست، بلکه جنبش و نشاطی لازم است. ایشان در بیان تفاوت شعر و موسیقی به حالاتناشی از هر کدام اشاره می‌کند؛ حالات القاء شده از موسیقی بسیار کلی و مبهم است زیرا در موسیقی به ازای هر صوت‌ها، معانی خاصی نیست ولی در شعر، بیان حالات دقیق‌تر و صریح‌تر از موسیقی است زیرا هر دسته از اصوات، دربردارنده‌ی معنی خاصی است ولی از آن‌جا که شاعر در ترکیب اصوات باید تابع حدود و قیود باشد، محدودیتی خاص دارد (ناتل خانلری، ۱۳۳۳: ۱۹-۱۷).

شعر آفرینش واژه‌ها با رویکرد هنری می‌باشد. شاعر به مدد قوه‌ی خیال و ریتم و آهنگ به آفرینش زبان ادبی می‌پردازد که در اصطلاح به آن شعر گفته می‌شود. شعر گزارشگر ارتباط آدمی با جهان پیرامون خویش می‌باشد. تصویر یا خیال شاعرانه، پیوندی میان انسان و محیط او ایجاد

می‌کند و شاعر در آفریدن تصویرهای خیال‌انگیز با تبدیل اشیاء به صورت‌های عاطفی و انسانی، کلام خود را از حد عادی فراتر می‌برد و عواطف خواننده را برمی‌انگیزد و شناختی تازه از جهان و هستی به او می‌دهد و این همه به مدد قوه‌ی تخیل صورت می‌گیرد.

آن‌چه سخن روزمره و عادی را از لحاظ ادبی اعتلا و ارتقا می‌بخشد، مجموعه‌ی عناصر زیبایی‌ساز سخن می‌باشد که شاعر با به‌کارگیری آن عناصر، موجب زیبایی سخن می‌گردد. در این اثنا، موسیقی و آهنگ کلام در القای عواطف و احساسات نیز نقش مهمی را ایفا می‌کند. در شعر، به معنای واقعی آن، نمی‌توان مضمون و عواطف و احساسات را از موسیقی و آهنگ کلام جدا کرد. لذا، شاعر برای بیان عواطف و احساسات خویش نیازمند موسیقی است. همین موسیقی است که سخن شاعر را از زبان روزمره و متداول جدا می‌سازد. موسیقی سبب ایجاد عواطف و احساسات می‌گردد و بخشی از نیازهای طبیعی و اولیه‌ی آدمی به‌شمار می‌رود. افلاطون موسیقی را برای رشد و تکامل آدمی لازم می‌داند و معتقد است: «این هنر به رقت، هوش، مشاهده و استنباط و عواطف روحی بشر می‌افزاید و می‌گوید سخت‌ترین جسم و نفوذناپذیرترین روح را به من بسپارید تا به نیروی موسیقی و ورزش رنگ کدورت را از روان وی زدوده و مردی هوشیار و سلحشور به شما تحویل دهم» (افلاطون، رساله منون، مترجم: لطفی و کاویانی، ۱۳۸۰: ۳۲).

تردید وجود ندارد که موسیقی، در انتقال آسان‌تر و مؤثرتر عواطف و اندیشه‌های شاعر، نقش به‌سزایی دارد و شاید به همین علت است که در گذشته، موسیقی به‌عنوان اصلی‌ترین عنصر مؤثر در شعر و در واقع حائل میان شعر و نثر و گاه حتی دلیلی بر شعر بودن اثر به‌شمار می‌رفت. موسیقی، یکی از نیازهای ذاتی و طبیعی زبان است که ریشه در کشش‌های روحی و روانی انسان دارد؛ بنابراین چه شعر را در خدمت زبان بدانیم و چه زبان را در خدمت شعر، باید بپذیریم که نوعی موسیقی درونی در شعر، حتی در ضعیف‌ترین شکل خود ایجاد می‌گردد.

صاحب‌نظران معتقدند که همواره کلام و صوت همراه هم بوده و بشر از آغاز نیازها و احساسات خود را از طریق همین آواهای آهنگین بیان می‌کرده است. این شکل آهنگین رفته‌رفته منجر به ظهور نوعی کلام شده است که نام شعر به خود گرفته است که دارای وزن خاصی می‌باشد. البته باید گفت که شعر علاوه بر وزن، ویژگی‌های خاص دیگری دارد که در تقسیم‌بندی انواع موسیقی شعر بدان می‌پردازیم. موسیقی قلمرو وسیعی را دربر می‌گیرد؛ انسان از بدو تولد تا هنگام مرگ و پدید آمدن روز و شب و گردش ایام نوعی نظم و انسجام را مشاهده می‌کند و از این نظم و ترتیب احساس لذت می‌کند. حتی در کارهای روزمره، کشاورزی، صنعت و غیره این انسجام و آهنگ را مشاهده می‌کند. صدای تیشه، صدای تبر به هنگام قطع درختان، زوزه‌ی باد در طبیعت، رعد و برق، شرشر آب و باران، آوای دلنشین پرندگان همه و همه نشان از موسیقی در عالم آفرینش می‌باشد. حتی این ریتم و موسیقی در کلام و معارف الهی نیز می‌توان

احساس کرد. وقتی سوره‌ی مبارکه‌ی «ناس» و «فلق» را می‌خوانیم هرچه بیشتر این هماهنگی و ریتم را متوجه می‌شویم، می‌بینیم که در آخر آیات کلمه‌ی «ناس» با تکرار خود آهنگی را به‌وجود می‌آورد که آدمی با استماع آن به لذت ادبی و موسیقی کلام پی می‌برد. «در سوره‌ی مبارکه‌ی «الرحمن» آیه‌ی «فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَان» ۳۱ بار در طول سوره که ۷۸ آیه می‌باشد، تکرار شده است. در آیات قرآن صرف‌نظر از مباحث تفسیری و تأکیدی که گاهی اوقات موجب تنبیه و بیداری است، چنان تناسب و لطافتی را پدید می‌آورد که در مجموع به زیبایی کلام منتهی می‌گردد» (جمالی، ۱۳۸۳: ۶۱).

بنابراین با تأمل در موزونیت کلام، این ارتباط در شعر بسیار محسوس است و با یکدیگر ارتباط تنگاتنگی دارند؛ گویی هر دو (موسیقی و شعر) از یک منبع و سرچشمه‌ای برخاسته‌اند. بر این اساس، «همواره شاعران بزرگ، آگاه و ناآگاه، بزرگ‌ترین شیفتگان موسیقی بوده‌اند و شعر خاستگاهی جز به موسیقی رساندن زبان ندارد. و با شعر تجلی موسیقایی زبان است. تصویر، معنی، بیان، همه‌وهمه جلوه‌های گوناگون این موسیقی‌اند، و موسیقی، در این کاربرد، مفهومی گسترده از مفهوم عرفی و معهود خویش دارد» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۳۸۹). وقتی صحبت از موسیقی شعر می‌گردد، در این جا مراد ما، مجموعه‌ی عوامل موسیقایی شعر است که موجب تشخیص واژه‌ها و یا به عبارتی «رستاخیز کلمات» در سراسر شعر است.

اگر به عنوان دو مقوله‌ی مجزا به موسیقی و شعر نگاه کنیم، می‌بینیم که هر دو در زندگی و تلاش و تکاپو مؤثرند. تحقیقات اخیر، تأثیر موسیقی بر روی پدیده‌های طبیعت و جانداران را نشان می‌دهد که موسیقی عامل اصلی تحرک و پویایی و مایه‌ی نشاط می‌گردد و عواطف روحی و احساسات و هیجانات درونی را برمی‌انگیزد. برای اثبات این ادعا کافی است به حکایتی از گلستان سعدی که در باب دوم اخلاق درویشان حکایت ۲۶ نقل گردیده است، توجه کنیم:

وقتی که در سفر حجاز کودکی از حیّ عرب آوازی برمی‌آورد که مرغ هوا را از راه به در می‌کند و اشتر عابد را به رقص درمی‌آورد و راه بیابان را در پیش می‌گیرد و در شیخ اثر نمی‌کند:

اشتر به شعر عرب در حالت است و طرب گر ذوق نیست تو را، کز طبع جانوری

(سعدی، به تصحیح یوسفی، ۱۳۶۹: ۹۷).

یا در چهار مقاله‌ی نظامی عروضی سمرقندی نقل است که: نصر بن احمد سامانی زمستان به دارالملک بخارا مقام کردی و تابستان به سمرقند رفتی یا یکی از شهرهای خراسان، مگر یک سال که عزیمت به هری نمود به مرغزار هری رسیده فرود آمد. هوایی بود خوش و بادی بود سرد، میوه‌ی فراوان و ناز و نعمت رایگان.

نصر را بسیار خوش آمد و تا چهار سال در آن مکان منزل کرد و عزم بخارا ننمود. لشکریان هرچند خواستند شاه را عزیمت دهند، ممکن نشد، تا این که دست بدامان رودکی شاعر بزرگ

زدند و گفتند: پنج هزار دینار تو را دهیم مگر صنعتی کنی که شاه از این جا حرکت کند که دل ما در آرزوی اهل و فرزندان همی رود و جان ما از اشتیاق بخارا همی برآید. رودکی قبول کرد و قصیده‌ای گفت. و علی‌الصباح - که خدمت امیر رفت - به جای خویش نشست و چنگ برگرفته، در پرده‌ی عشاق بنواخت، این قصیده آغاز کرد:

بوی جوی مولیان آید همی	یاد یار مهربان آید همی
ریگ آموی و درشتی‌های او	زیر پایم پرنیان آید همی
آب جیحون از نشاط روی دوست	خنگ ما را تامیان آید همی
ای بخارا شاد باش و دیر زی	میر زی تو میهمان آید همی
میر سرو است و بخارا بوستان	سرو سوی بوستان آید همی

چون بدین شعر رسید امیر چنان منفعل شد که از تخت فرود آمد و پای بر برکاب آورد و روی به بخارا کرده، و موزه تا دو فرسنگ از پی او بردند و آن جا در پای کرد و عنان تا بخارا هیچ جا باز نگرفت و رودکی پنج هزار دینار بستد (نظامی عروضی، به اهتمام دکتر معین، ۱۳۶۶: ۵۵-۵۱).

حکایت فوق باز تأثیر موسیقی و اهمیت آن در شعر را بیان می‌کند که برای بازگرداندن امیر به رودکی شاعر متوسل می‌شوند؛ باید گفت که در واقع به شعر که کلام موزون و آهنگین می‌باشد، پناه می‌برند. بنابراین اهمیت موسیقی و ریتم در شعر بر هیچ‌کسی پوشیده نیست.

موسیقی شعر و انواع آن

موسیقی شعر به عنوان پدیده‌ی تخیل‌آمیزی است که کلام را از لحاظ تأثیرگذاری افزایش می‌دهد. وقتی که در شعری موسیقی شعر پررنگ‌تر می‌شود، باید زمینه‌ی تأثیرگذاری آن را جستجو کرد؛ به‌خصوص زمانی که برخی از واحدهای زبان نمود عینی ندارند، فقط از طریق آوا انتقال مفاهیم و احساسات صورت می‌گیرد. در این صورت است که موسیقی نقش بسزایی در انتقال احساسات دارد. موسیقی شعر عبارت است از: «هارمونی آوایی و صوتی که در کلام پدید می‌آید. شعر سنتی، شعر آزاد و نیمایی و شعر مثنوی، هر کدام شگردهای خاصی برای ایجاد این هارمونی به کار می‌گیرند. برای شعر سنتی عامل وزن، قافیه، ردیف و واج آرایی و دیگر هماهنگی‌های صوتی، موسیقی تولید می‌کند». (سیدمهدی زرقانی، ۱۳۸۴: ۲۷). محمدرضا شفیعی کدکنی در کتاب موسیقی شعر، موسیقی را به چهار نوع: «موسیقی بیرونی، کناری، درونی و معنوی» تقسیم کرده است. (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۳۹۲-۳۹۱).

در تقسیم‌بندی موسیقی شعر، به نظر می‌رسد نامگذاری هر یک از انواع موسیقی، به عوامل زیبایی برخاسته از شکل ساختاری شعر مربوط می‌شود. چنان‌چه این زیبایی و ظرافت ناشی از شنیدن و حس کردن کلام آهنگین باشد، موسیقی بیرونی شعر می‌گویند. «منظور از موسیقی

بیرونی شعر، جانب عروضی وزن شعر است که بر همه‌ی شعرهایی که در یک وزن سروده شده‌اند، قابل تطبیق است و منظور از موسیقی کناری، عواملی است که در نظام موسیقایی شعر دارای تأثیر است ولی ظهور آن در سراسر بیت یا مصراع قابل مشاهده نیست. مهمترین جلوه‌ی موسیقی کناری، قافیه و ردیف است. از آن‌جا که مدار موسیقی بر تنوع و تکرار استوار است، هر کدام از جلوه‌های تنوع و تکرار در نظام آواها، که از مقوله‌ی موسیقی بیرونی (عروضی) و کناری (قافیه و ردیف) نباشد در حوزه‌ی مفهومی این نوع موسیقی قرار می‌گیرد؛ یعنی مجموعه‌ی هماهنگی‌هایی که از رهگذر وحدت یا تشابه یا تضاد صامت‌ها و مصوت‌ها در کلمات یک شعر پدید می‌آید، جلوه‌های این نوع موسیقی است و اگر بخواهیم از انواع شناخته شده‌ی آن نام ببریم، انواع جناس‌ها را باید یادآور شویم و نیز این قلمرو موسیقی شعر، مهمترین قلمرو موسیقی است و استواری و انسجام و مبانی جمال‌شناسی بسیاری از شاهکارهای ادبی، در همین نوع موسیقی نهفته است» (موسیقی شعر، ۱۳۷۰: ۳۹۲-۳۹۱).

و بالاخره اگر زیبایی و ظرافت شعر مربوط به میان واژه‌ها از راه تناسب و تضاد و روابط معنایی پنهان و آشکار باشد، موسیقی معنوی می‌گویند. به عبارت دیگر، «همه‌ی ارتباط‌های پنهانی عناصر یک بیت یا یک مصراع و از سوی دیگر همه‌ی عناصر معنوی یک واحد هنری اجزای موسیقی معنوی آن اثراند؛ و اگر بخواهیم از جلوه‌های شناخته شده‌ی این‌گونه موسیقی چیزی را نام ببریم، بخشی از صنایع معنوی بدیع از قبیل: تضاد، طباق، ایهام و مراعات‌النظیر از معروف‌ترین آن‌هاست.

از میان انواع موسیقی، تنها موسیقی معنوی شعر است که با برهم زدن صورت ظاهری واژگان با رعایت و حفظ معنا و مضمون، باز در جای خود محفوظ می‌باشد؛ اما چنان‌چه واژه‌ای در مصراع پس و پیش کنیم، یا به‌جای یک واژه مترادف آن را بیاوریم و همچنین ردیف و قافیه‌ی شعری تغییر تهیم، زیبایی اولیه‌ی خود را از دست خواهد داد

می‌توان گفت که وزن در شعر یکی از عوامل تمایز شعر از نثر است و شاعران از وزن به عنوان ابزار فخامت کلام خود، که دیگران از آن عاجزند، استفاده می‌کنند. در حقیقت موسیقی برخاسته از وزن بسیار محسوس‌تر از سایر عوامل موسیقی است و موجب اطلاق نظم بر سخن می‌گردد. اگرچه صاحب‌نظران در مورد موسیقی شعر اتفاق نظر دارند، اما تعریفی که دکتر شفیعی کدکنی از موسیقی شعر ارائه داده است، بسیار جامع بوده و ما را در بررسی موسیقی اشعار از هر گونه تشبیه و پراکنده‌گویی فارغ می‌دارد. ایشان در تعریف موسیقی شعر آورده است:

«مجموعه عواملی که زبان شعر را از زبان روزمره و متداول، به اعتبار بخشیدن آهنگ و توازن، امتیاز می‌بخشد و در حقیقت از رهگذر نظام موسیقایی سبب رستاخیز کلمه‌ها و تشخیص واژه‌ها در نظام زبان می‌شوند، می‌توان گروه موسیقایی نامید» (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۸). این

گروه موسیقایی خود عوامل متعددی دارد که از آن میان می‌توان به وزن، ردیف، قافیه، جناس و غیره اشاره کرد.

آنچه بیش از همه در اطلاق شعر خود را نشان می‌دهد، وزن آن می‌باشد. همان‌طور که ذکر گردید موسیقی بیرونی شعر همان وزن عروضی است، که در این‌جا ابتدا به موسیقی بیرونی و به عناصر مرتبط با آن اشاره می‌گردد.

تعریف موسیقی درونی

موسیقی درونی: «هماهنگی و نسبت ترکیبی کلمات و طنین خاص هر حرفی در مجاورت با هر حرف دیگر» است. (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۵۱).

از جمله جلوه‌های مختلف موسیقی شعر، می‌توان به موسیقی درونی اشاره کرد. موسیقی درونی حاصل هماهنگی و ترکیب کلمات و طنین خاص هر حرف در مجاورت با حروف دیگر است (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۵۱). بسیاری از آرایه‌های ادبی که تحت عنوان موسیقی درونی مورد بررسی قرار می‌گیرد، در واقع زیرمجموعه‌ی آرایه‌ی تکرار می‌باشد. آرایه‌هایی نظیر: جناس و انواع آن، ردالصدر الی‌العجز، تکرار و ... همگی جلوه‌هایی از نوع موسیقی درونی است. در موسیقی درونی آرایه‌ی تکرار از اهمیت زیادی برخوردار است تا آنجا که آرایه‌های بدیع لفظی، در داخل آرایه‌ی تکرار قرار می‌گیرند. به بیان دیگر می‌توان گفت که، همه‌ی آرایه‌های مذکور در تکرار نمود عینی پیدا می‌کند. لذا؛ تکرار، اساس موسیقی شعر است. وجود تکرار در تمام نمادهای عالم به‌گونه‌های مختلف قابل تشخیص است؛ اصولاً وجود هستی مبتنی بر تکرار است. هر نمودی در عالم، نمودی چون خود را به‌وجود می‌آورد، فلسفه‌ی آفرینش نیز بر همین نکته قرار یافته است. اصل زایش نوعی تکرار است، آمد و شد فصول، حرکت سیارات و ستارگان، از همین مقوله است. عناصر خیال‌انگیز کلام از قبیل وزن و عاطفه، موجب زیبایی کلام می‌گردند که در اصطلاح ادبی به مجموعه‌ی آنها «محسنات و صنایع بدیعی» می‌گویند.

در این بخش از صنایع بدیعی لفظی سخن خواهیم گفت که به زیبایی سخن می‌افزایند و این که ببینیم کدام‌یک از شاعر، با به‌کاربردن صنایع لفظی موجب زیبایی سخن خود شده‌اند. موسیقی درونی یکی از عناصر اصلی شعر است که کلام را آهنگین و تداعی معانی را آسان می‌کند. سپیده برای موسیقی درونی شعر، از انواع جناس و تکرار (واج‌آرایی) بهره جسته است.

تعریف تجنیس

«تجنیس یا جناس نیز یکی از راه‌های موسیقایی کردن سخن است و هر چه درجات این هماهنگی بیشتر باشد، ارزش آن بیشتر خواهد بود». (فشارکی، ۱۳۷۴: ۳۳).

جناس تام

«لفظ (مثل مجموعه صامت‌ها و مصوت‌ها) یکی باشد و معنی مختلف؛ یعنی اتحاد در واک و اختلاف در معنی شانه/ شانه». (شمیسا، ۱۳۶۸: ۳۹).

«بگو ای آن که بنشستی کنار تربتم روزی روان شد از پی ات روح و روان ای جان خداحافظ»
(سپیده، ۱۳۸۹: ۷۸)

قدر و قدر: قدر در مصراع دوم، اولی به معنای شب قدر است و دومی به معنای ارزش و منزلت است.

«شب قدرت مبارک باد ای مولای محرومان تو را قدر آفرین افزود قدر بی‌شمار امشب»
(همان: ۲۳۹)

«قم» اول به معنی شهر مقدس قم است، «قم» دوم به معنی «برخیز» جناس تام است.
«چنان ز حنجره‌ی «قم» فغان «قم فانذر» کشید آن که به ره، یار غمگساران بود»

(همان: ۲۵۰)

جناس زاید و مذیل

آرایه‌ها شگردهای شعری هستند که هیچ شعری بدون آن‌ها، خلق نمی‌شود، این شگردها در رسایی معنا و زیبایی شعر نقش اساسی و تعیین کننده دارند.

جناس زاید: «آن است که یکی از کلمات متجانس را حرفی بر دیگری زیادت باشد، و آن حرف زایدگاه در اول کلمه است، مانند: «طاعت و اطاعت» و گاه آن زیادت در آخر کلمه است مانند: «خام و خامه» و این قسم را جناس مُذَیِّل نیز می‌خوانند». (همایی، ۱۳۷۰: ۵۱).

یار و یاری: جنای مُذَیِّل

«گفته بودی یار مایی ای امام خود نکردی رسم یاری را تمام»
(همان: ۱۲۷)

سیم و سیم: جناس مُذَیِّل

«سیم است اشک طفلان، سیمای مادران، زر کالای پربهایی، با کاروان خون است»
(همان: ۳۰)

چشمه و چشم: جناس مُذَیِّل

«به دامن است واژگون، چشمه‌ی چشم‌ها کنون تنی فتاده یک طرف، به یک طرف افتاده سر»

(همان: ۶۹)

رستم و دستم: جناس زاید

«همه جا به یمن نامش ز فنای بند رستم چه سپاس گویمش؟ کاو همه جا گرفت دستم»
(همان: ۵۰)

راه و آه: جناس زاید
«موج دریا‌های دورم من، سر راه مگیر شعله عصیان دردم، دست بر آهم مگیر»
(همان: ۷۱)

ماه و ما: جناس مُذَيَّل
«ماه ما افتاده‌ای اندر محاق بعد از این ما و غم و درد فراق»
(سپیده، ۱۳۸۹: ۱۲۸)

جام و جامه: جناس زاید
«گر ز جام شوکران نوشیده‌ایم جامه‌ی عزّت به تن پوشیده‌ایم»
(همان: ۱۳۶)

تابان و شتابان: جناس مُذَيَّل
«علوی نسب بزرگی، آمد ز ره شتابان بُد نام نامیش «زید» رویش چو مهر تابان»
(همان: ۱۶۹)

تار و تارک: جناس مُذَيَّل
«بس که آورده شد از زخمه‌ی هجران، دل ما خون ز تار دل و از تارک مضراب گذشت»
(همان: ۲۴۱)

ملحق به جناس زاید و مُذَيَّل
«یادآوری: چون در اول یا آخر یکی از متجانسین بیش از یک حرف زیادت باشد آن را نیز ملحق به جناس زاید و مُذَيَّل باید شمرد، مانند پیکار، کار، ناز، نازنین». (همایی، ۱۳۷۰: ۵۳-۵۲)
گل و گلاب: ملحق به جناس مُذَيَّل
«گل یادت می آراید غزل‌های مرا آری گلاب از آن چکد، گر بفشری برگی ز دیوانم»
(همان: ۸۵)

دور و دوران: ملحق به جناس زاید
«کیستی، سر خیل مخموران؟! بگو کیستی دور از خدا دوران؟ بگو»
(همان: ۱۸۳)

شور و منشور: ملحق به جناس زاید
«طرح نو افکنده‌ای در شور عشق خوش نوشتی حافظا منشور عشق»
(همان: ۱۸۸)

کاروان و روان: جناس ملحق به جناس زاید

«داشت آوایی، درای کاروان کای به شوق کوی جان گشته روان»

(همان: ۱۹۰)

همراه و همراه

«دشت‌ها را گلِ عشق پاشیم یار و همراه و همراه باشیم»

(سپیده، ۱۳۸۹: ۲۳۰)

هستی و مستی

«دیدمت سرمست در میخانه‌ی هستی زعشق ای زیبا افتاده از مستی، خمار کیستی»

(همان: ۱۱۸)

جناس خط

جناس خط یا جناس مُصَحَف: «آن است که ارکان جناس در کتابت یکی و در تلفظ و نقطه‌گذاری مختلف باشند، مانند کلمات بیمار، تیمار». (همایی، ۱۳۷۰: ۵۶).

باز و بار

«بسوز پرچم صهیون را، بسوز رایت استکبار

چو گشت یکسره خاکستر، بسوز باز، تو دیگر بار»

(همان: ۱۵۱)

خاک و چاک

«هرگاه سرو سبز ما بر خاک افتاد یک دشت گل از سینه‌ی صد چاک افتاد»

(همان: ۱۶۲)

جدا و خدا

«هر گه کلی از شاخ‌ی هستی جدا شد همچون شقایق، جلوه‌ی باغ خدا شد»

(همان: ۱۶۲)

یاران و باران

«گل پرپر، زرنج یاران گو! از کویر و زقحط باران گو»

(همان: ۲۰۳)

جناس اشتقاق

جناس اشتقاق: «وقتی کلماتی آورند که بعض حروف آن شبیه هم باشد و چنین به نظر آید که از یکدیگر مشتق شده‌اند، اعم از این که واقعاً از هم مشتق باشند و یا این که چنین نباشد». (فشارکی، ۱۳۷۴: ۴۸).

اشتقاق در بدیع با اشتقاق در دستور زبان متفاوت است، زیرا اشتقاق در دستور زبان، اسم یا صفتی را گویند که با بن ماضی یا مضارع فارسی ساخته شود یا یکی از اجزای آن، بن فعل باشد

مانند: ناله، گفتار.

دلاور و دلیر

«دعای ما نثارت ای دلاور دلیر ما که استقامتت خجل نموده کوهسار را»

(همان: ۲۲)

صید و صیاد

«دیدنی ای صید حرم، صیاد عصیانگر چه کرد؟! در حریم عاشقان، آن دیو بد اختر چه کرد؟»

(سپیده، ۱۳۸۹: ۴۷)

شاهد و شهادت

«شاهد دشت شهادت را نبذ باور چنین سنگ کین بنگر که با آیینهی باور چه کرد؟»

(همان: ۴۸)

جناس ناقص یا محرف

جناس ناقص: «و آن اختلاف در مصوت کوتاه دو کلمه‌ی هم هجا و هم واک است».

(شمیسا، ۱۳۶۸: ۴۲).

گل و گُل

«چه نوش کرد گلِ ما، مگر ز جام صبوری که دسته دسته گلِ جان، نثار کرد به جامی؟»

(همان: ۲۹۳)

جناس مزدوج (مکرر)

جناس مکرر: «آن است که دو رکن جناس در آخر سجع‌های نثر یا در آخر ابیات پهلوی

هم بیاورند». (همایی، ۱۳۷۰: ۵۸).

دشت دشت

«در تو «سپیده» رسته گل شکوه، دشت دشت آسوده زی که هیچ دلی کامکار نیست»

(همان: ۳۷)

پرپر

«چو لب وا می‌کنی، ای تازه گل، گل می‌کنی پرپر»

سخن می‌گویی و گل از سر دندان می‌ریزد»

(همان: ۴۹)

«گر به عبرت زین گذر که بگذرید یاد از گل‌های پرپر آورید»

(همان: ۱۳۴)

«تکیه زد بر مسند خورشید، آن پیک بهار کز هجوم باد، همچون لاله‌ی پرپر گذشت»

(همان: ۴۱)

«در شط خون شناور، آن لاله‌های پرپر این داستان جانسوز، افسانه‌ی قرون است»
(همان: ۳۲)

دانه دانه

«شهید راه خدا گشت نور دیده‌ی تو خجل ز صبر تو شد اشک دانه دانه‌ی ما»
(همان: ۲۶-۲۵)

تعریف ترصیع

«در قرینه‌های نظم یا نثر، هر لفظی با قرینه خود در وزن و حرف روی مطابق باشند».
(همایی، ۱۳۷۰: ۴۵)

ترصیع

«چه سنگین است، اندوهی که در چشمانم آویزد
چه رنگین است بارانی که بر مژگانم آویزد»
(همان: ۵۲)

تضمین المزدوج

تضمین المزدوج: «آن است که در اثنای جمله نثر یا نظم، کلماتی را پیوسته یا نزدیک به یکدیگر بیاورند که در حرف روی موافق باشند». (همایی، ۱۳۷۰: ۴۵)

موج موج

«ریخت خاکستر من، عشق به دریاچه باد موج موجش غم و سرگستگی آموخت مرا»
(همان: ۲۴)

فصل فصل و لحظه لحظه

«به فصل فصل زمان طرح دیگر افکندی که لحظه لحظه شکوفد ز نو، جوانه‌ی ما»
(همان: ۲۶)

برگ برگ

«گل صحرای جنون، خاطره‌ی مجنون داشت برگ برگ گل آن دشت، نشان خون داشت»
(همان: ۳۸)

بخوان بخوان

«به خون رقم زدند تا قصه‌ی روزگار من بخوان بخوان ز دفترخ شوکت این تبار را»
(همان: ۲۱)

تعریف تکرار

«سومین روشی که در بدیع لفظی، موسیقی کلام را به وجود می‌آورد و یا افزون می‌کند، تکرار است: تکرار واک، هجا، واژه، عبارت یا جمله یا مصراع». (شمیسا، ۱۳۶۸: ۵۷).

«تکرار واک: «یعنی تکرار یک صامت یا مصوّت در چندین کلمه‌ی جمله». (همان: ۱۳۶۸: ۵۷).

واج آوایی: انواع واج آوایی، پر بسامدترین آرایه‌ی ادبی به کار رفته، در مجموعه آثار سپیده کاشانی است که بخش عمده‌ای از زیبایی موسیقایی شعر سپیده کاشانی را تشکیل می‌دهد. القای مفاهیم از راه تکرار هجاها: «تکرار از قوی‌ترین عوامل تأثیر است و بهترین وسیله‌ای است که عقیده یا فکری را به کسی القا می‌کند». (شفیعی کدکنی، ۱۳۷۰: ۹۹).

تکرار مریم‌ها که استعاره از مادران است و تکرار هجای «ها»، آه، حسرت و غم و اندوه مادران را از پرپر شدن فرزندان و گل‌های زندگی را به مخاطب القا می‌کند.

آه، ای مریم‌ها/ مریم‌ها/ مادران دیروز/ ای نگهبانان پاکی و نور/ که طنین گرم لالایی‌های شما/ از دل گهواره/ با دم عشق/ قهرمان می‌رویاند.

(سپیده، ۱۳۸۹: ۴۴۰)

فواید تکرار

تکرار در اشعار سپیده کاشانی، بسیار محسوس است که چشم در یک نگاه، توازن حاصل از آن را دریافت می‌کند. تکرار در اشعار سپیده به شکل‌گیری صنایع مختلف لفظی منجر شده است که علاوه بر موسیقایی کلام، در دستیابی به اندیشه‌ی شاعر نیز مؤثر است. بیشتر واژگان مورد علاقه شاعر، در شعر تکرار می‌شود که این تکرارها جهان‌بینی او را نیز نشان می‌دهد. شاعر با این تکرار افکار و عقاید خود را نیز به مخاطب تلقین می‌کند.

انواع تکرار صامت

الف) تکرار واج‌ها و صامت‌های «خ» و «پ» در آغاز واژه‌های «پا و پرنیان» با «خار و خارا»

ز شوق، آن گونه سوی کعبه مقصود شد عاشق

که بر پا پرنیان پنداشت، رنج خار و خارا را

(همان: ۱۹)

تکرار صامت «ش» که شهید و شاهد را به ذهن متبادر می‌کند.

«شما شهید و شاهد زمانید شما وطن را حافظ کیانید

شکت فروزان اختر جهانید که همت و عزم شما دلیران

حماسه شد در خاک سرخ ایران به اوج عزت جاودان بمانید»

(همان: ۴۸۱)

تکرار هم آغازی صامت «م»

«ریخت خاکستر من عشق به دریاچه‌ی باد موج موجش غم و سرگستگی آموخت مرا»
(همان: ۲۴)

هم آغازی صامت‌های: «ب» و «ش» و تکرار پراکنده «ه» و واج پایانی «د» بهار را به یاد می‌آورد.

«بهار شد، بهار شد، وطن چو لاله‌زار شد تا که شمارد این همه لاله‌ی بی‌شمار را؟»
(همان: ۲۱)

صامت‌های «س» و «ب»

«گلگشت سُرَب و آتش، بر سینه‌ی شهیدان برقی جهید از یک خلواره بر ستون است»
(سپیده، ۱۳۸۹: ۲۹)

تکرار صامت «س» و «ش» در آغاز

«با من بخوان شعر ظفر، ای بندر سبز! شب سر شد و آمد سحر ای بندر سبز»
(همان: ۱۷۳)

«مباد خسته سمند سوار سبز سحر که تازد از سر اخلاق جاودانه هنوز»

(همان: ۲۷۱)

«دَرّه شد در پرتو خورشید جان افروز عشق در سماع سرخ سربازان حق از سر گذشت»
(همان: ۴۰)

«سر زد از جنگل شب، نور امید سر کشید از همه سو صبح سپید»

(همان: ۱۵۵)

تکرار هم آغازی صامت «گ» در آغاز، مفهوم گل از گل شکفتن را به یاد می‌آورد.

«گل‌ها به گلشن شکفتند، از یار گفتند و گفتند گل از گلم می‌شکوفد گر غمگساری بیاید»
(همان: ۶۵)

هم آغازی صامت‌های «س» و «ش»

«در هم نگر نور و ظلمت، همراز، درد و صبوری با سوختن، ساختن‌ها، تا شب شکاری بیاید»
(همان: ۶۵)

تکرار هم آغازی صامت «ب» در ابیات زیر

«ای باد خیره، دمی شرم! خون می‌کند باغبان، دل تا فصل سبز بهاری، با برگ و باری بیاید»
(همان: ۶۶)

«به قصر خاطر م‌بنشسته‌ای از بس به بیداری

نهال قامتت، شب تا به دشت خواب می‌روید»

(همان: ۶۷)

تکرار هم آغازی صامت‌های «م» و «س» و «ب»
 «به میان سرخی مغرب و سبز سبزه‌زاران
 همه جا تویی، تو ای مطلع صبح باور من!»

(همان: ۱۰۰)

تکرار صامت آغازین «م»، مادر را به ذهن متبادر می‌کند.

«بال پرواز منی، مادر من، ماه منی مهر تابنده‌ی من، روشنی راه منی»

(همان: ۱۲۲)

تکرار صامت آغازین «م» محمد (ص) را به یاد می‌آورد.

«کای محمد (ص) کوثرت بخشیده‌ایم مهر و مه در طالع او دیده‌ایم»

(سپیده، ۱۳۸۹: ۱۵۹)

تکرار صامت «ه» در آغاز همدم و همراه بودن را به یاد می‌آورد.

«با خیال تو بسی شب به سحر آوردم دیدمت شب همه شب، همدم و همراه منی»

(همان: ۱۲۲)

تکرار صامت «ش» در آغاز واژه‌های زیر، شیرین را به ذهن متبادر می‌کند.

«او در تمام راه/ می‌گشت تا به شعله‌ی شعری/ شایسته‌ی هزاره‌ی شیرین/ بر بیستون یاد/
 آلاله‌های عشق برافروزد»

(همان: ۳۶۰)

تکرار هم آغازی صامت‌های «پ» و «خ» پرنیان و خار را تداعی می‌کند.

«ز شوق، آن‌گونه سوی کعبه‌ی مقصود شد عاشق که بر پا پرنیان رنج خار و خارا را»

(همان: ۱۹)

تکرار صامت «پ» در آغاز، پرنده و پرواز را به یاد می‌آورد.

«بر ابرهای نقره‌ای آسمان دور/ پرواز یک پرنده‌ی سیمین را/ بر صفحه خیال کشیدم/ پرواز
 آن پرنده‌ی خوشبخت/ پرواز آن پرنده‌ی آزاد»

(همان: ۳۶۱)

تکرار صامت «ق» در آغاز واژه‌های زیر، از قصه‌گوی قهوه‌خانه حکایت می‌کند.

«قصه‌گوی باغ‌های نقره‌ای/ قصه‌گوی قهوه‌خانه‌ی بهشت/ می‌رسد ز راه»

(همان: ۳۶۴)

تکرار صامت «س» در آغاز، سوار سحر و سنگر به سنگر را به یاد می‌آورد.

«سواران سحر، زان سوی مهتاب/ به وحدت بین همه سنگر به سنگر»

(همان: ۴۹۹)

واج آرایی هم پایانی

تکرار صامت هم پایانی «ر» در پایان واژه‌های زیر، برگ سبز و بهار را القا می‌کند.
 «گل وا نمی‌شود سر هر شاخه، ای بهار! یک برگ سبز بر سر این شاخسار نیست»
 (همان: ۳۶)

تکرار صامت «ر» در پایان واژه‌ی زیر، سر برآوردن گل‌های عاشق از خاک را تداعی می‌کند.

«بار دگر سر برآرند از خاک، گل‌های عاشق و آن گه شمیم شقایق، از هر مزاری بیاید»
 (سپیده، ۱۳۸۹: ۶۶)

ج) تکرار هم آغازی و هم پایانی صامت‌ها:
 صامت «ز» در آغاز و پایان واژه‌های زیر، زندانی زندان غم را به مخاطب القا می‌کند.
 «زندان زندان غم برخیز ای مانده در بند ستم برخیز»
 (همان: ۱۷۴)

هم آغازی و هم پایانی «س» و «م» مدرس را تداعی می‌کند.
 «آن که سروش سر به مقدم او سود او مدرّس، او مدرّس بود»
 (همان: ۱۸۱)

تکرار هم پایانی و هم آغازی

تکرار صامت «خ» خون سرخ را تداعی می‌کند.
 «قمری به بانگ «عَجَلو» هشدار «قُم فانذر» دهد
 از کوچه باغ سرخ خون، عاشق به منزل می‌رود»
 (همان: ۶۳)

واج آرایی پراکنده

تکرار پراکنده‌ی صامت «ش»
 «ز استقامت و صبر و ز پایداری تو شده است لانه‌ی خورشید آشیانه‌ی ما»
 (همان: ۲۵)

«تو ای طلیعه‌ی فلق، تو ای شکفته در شفق! مگر به سینه داشتی زلال چشمه سار را»
 (همان: ۲۱)

تکرار صامت پراکنده «ش» در واژه‌های زیر دشت شقایق‌ها را به ذهن متبادر می‌کند.
 «شد ز فانوس شقایق‌ها چراغان دشت‌ها
 اشک از آتشدان دل زد شعله و از سر گذشت»
 (همان: ۴۱)

تکرار پراکنده‌ی صامت‌ها و مصوّت‌های «ص»، «ی»، «د»، «ر» و «الف»؛ صید و صیّاد
عصیانگر را تداعی می‌کند:

«دیدنی ای صید حرم، صیّاد عصیانگر چه کرد؟!»
در حریم عاشقان، آن دیو بد اختر چه کرد؟»

(همان: ۴۷)

تکرار پراکنده‌ی صامت‌ها و مصوّت‌های «ش»، «ی» و «الف»: تماشایی بودن جشن
خوشه‌چینی، در شبی تار را به یاد می‌آورد:

«تماشایی است جشن خوشه‌چینی در شب تارم»
که آنجا دود خرمن، از دل سیماب می‌روید»

(سپیده، ۱۳۸۹: ۶۷)

تکرار واژه

تکرار واژه: «و آن تکرار واژه در کلام است». (شمیسا، ۱۳۶۸: ۵۹)

سپیده، شاعر دفاع مقدس، با الهام از واژه‌های عاشورایی، مانند: کاروان اسرا و کاروان
لاله‌ها، شهادت و اسارت را به یاد می‌آورد.

تکرار واژه‌های «کاروان» و «منزل»

«سالی گذشت و کاروان، منزل به منزل می‌رود با کاروان لاله‌ها، صد کاروان دل می‌رود»

(همان: ۶۲)

تکرار واژه‌ی «گل»

«گل‌ها به گلشن شکفتند، از یار گفتند و گفتند گل از گلم می‌شکوفد گر غمگساری بیاید»

(همان: ۶۵)

تکرار واژه‌ی «خاک»

«در انتظار سحاب است این خاک؛ این خاک تشنه تا در شب ناامیدی، امیدواری بیاید»

(همان: ۶۵)

تکرار واژه‌ی «بال»

«خوش آن طلوع که ماه گشوده بال به بال من از صعود تو شاد، تو یار و یاور من»

(همان: ۱۰۲)

تکرار واژه «شعله»

«به چشم جان بنگر که شعله شعله‌ی دل دریغ گوی تو شد، چو خاست از بر من»

(همان: ۱۰۲)

تکرار واژه‌های «شب»، «قطره» و «تو»

«تویی تو، پنجه‌ی خورشید، یا که چشمه‌ی ماهی ز چشم شب، همه شب، قطره، قطره، قطره چکیده»

(همان: ۱۱۴)

تکرار واژه «خوشه»

«به داربست غزل، خوشه خوشه شعر ببندم در آن بخوانمت ای آفتاب رنگ پریده!»

(همان: ۱۱۵)

تکرار واژه «شب»

«با خیال تو بسی شب به سحر آوردم دیدمت شب همه شب همدم و همراه منی»

(سپیده، ۱۳۸۹: ۱۲۲)

تکرار واژه‌های «سنگر» و «میدان»: حضور مکرر در جبهه‌ها و سنگرهای دفاع مقدس را به یاد می‌آورد.

«سنگر به سنگر رفتی و میدان به میدان تا جان فدا کردی به راه وصل جانان»

(همان: ۱۷۱)

تکرار واژه‌های «ای» و «شهر»

«ای قلّه ایثار و محراب عبادت آه ای مقاوم شهر! ای شهر شهادت!»

(همان: ۱۷۲)

تکرار واژه «عطر»: یادآور شهر کاشان که شهر گل‌هاست

«عطر آن، عطر دعا، عطر سپاس عطر دشت لاله، عطر ناب یاس»

(همان: ۱۹۱)

تکرار واژه‌ی «خواب»

«خواب یک پرنده را/ خواب پره‌های کاه را/ خواب برگ را و/ خواب موج آب را»

(همان: ۳۶۵)

تکرار واژه «زنجیر» و «پای» و «بردگی»، تکرار واژه‌ی «زنجیر، پا و بردگی» سال‌های اسارت و بندگی و در بند ستمگران را به یاد می‌آورد.

«زنجیر، زنجیر/ زنجیر ما یکی ست/ زنجیر پای من/ زنجیر پای تو/ زنجیر بردگی/ زنجیر

بردگی/ زنجیرهای خواری و خفت»

(همان: ۴۵۶)

موسیقی بیرونی

با توجه به این که سپیده کاشانی بیشتر در دو قالب سنتی و چندشعری در قالب نیمایی و سپید سروده است، با بررسی موسیقی بیرونی (وزن عروضی) اشعار وی، حاصل اوزان پرکاربرد وی چنین می‌باشد:

در وهله‌ی اول، سپیده کاشانی نیز هم‌چون شاعران کهن و سنتی، از اوزان پرکاربرد شعر فارسی نظیر: بحر هزج، مجتث، رمل و مضارع می‌باشد.

اوزان حاصل از دیوان اشعار وی نشان می‌دهد که در درجه‌ی اول از بحور متفق‌الارکان هزج و رمل بیشتر بهره برده، سپس از بحور مختلف‌الارکانی چون: بحر مجتث و بحر مضارع و از زحافات مختلف آن استفاده کرده است. در سروده‌های وی، میان اوزان و مضامین شعر، تناسب برقرار هست؛ یعنی آن‌جا که سخن از غم و اندوه و رثای امام عاشقان سخن می‌گوید، در آهنگی متین و سنگین و غم‌انگیز ناله سر می‌دهد:

وامصیبت، وامصیبت، وای ما	ناله می‌ریزد کنون از نای ما!
وا اماما، شعله در خرمن زدی	آتشی سوزنده در دامن زدی
مهربان ما، شادی نامهربان	ای امام عاشقان و عارفان!
گفته بودی یار مایی ای امام	خود نکردی رسم یاری را تمام

(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۸۷).

در غزل چهارم با مطلع:

چه سنگین است اندوهی که در چشمانم آویزد چه رنگین است بارانی، که بر مژگانم آویزد
(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۹).

در این غزل نیز سپیده کاشانی طبق نظر دکتر خانلری برای بیان درد و غم جانگداز از وزن بلند ثقیل استفاده کرده است. گرچه شعر مذکور در بحر هزج که یک وزن شاد و طرب‌انگیز به‌شمار می‌آید، لیکن به‌جهت بلند و ثقیل بودن موضوع غم‌انگیزتری را بیان می‌کند. از آنجا که سپیده کاشانی در هر دو قالب سنتی و نیمایی اشعاری سروده است، در این قسمت به بررسی اوزان اشعار نیمایی وی می‌پردازیم.

با توجه به این که بحور و اوزان شعر فارسی دارای هویت و ارکان مشخصی است، موسیقی بیرونی در شعر کهن فارسی نیز مشخص و محدود می‌باشد ولی در شعر نیمایی به‌خاطر رهایی شاعر از تنگنای قافیه و ردیف، ظرفیت موسیقایی شعر بیشتر می‌گردد. به‌عنوان مثال، در شعر سنتی اگر شاعر مجبور به رعایت تساوی ارکان عروضی در شعر بود، در این نوع شعر (نیمایی) دیگر از الزام و اجبار تساوی ارکان خبری نیست و آن را براساس نیاز مضامین، کم یا زیاد به‌کار می‌گیرد.

شعر نیمایی زیر که در بحر رمل سروده شده است، می‌بینیم در هر یک از سطرها تعداد رکن تغییر می‌کند و این همان رستن از قافیه و وزن و تنگنایی برخی از مقررات شعر سنتی است.

آه! ای خفته به دامن کویر، U- UU, - - UU, - - UU,

ای نگین تاریخ، U- - - - -

من شکفتم در تو، U- - - - -

در تو من روییدم، U- - - - -

و به اندازه‌ی یک قرن بهار، UU- - - UU. - - UU, - - UU,

در تو شادی کردم ...، U- - - - -

و یا در شعر دیگر نیمایی که در بحر مضارع سروده شده است:

پروانه‌های شب، U- - - U, - - - یا U- - - U/ - -

در زیر داربست بلند، U- - - U, - - - U, - - - U,

ستاره‌ها، U - U -

حرفی است بر کتیبه این قصر کاغذین، U- - - U, - - - U, - - - U/U - - - U, - - - U,

حرفی ز روزهای شتابنده، U- - - U, - - - U, - - - U,

حرفی ز لحظه‌های نپاییده، U- - - U, - - - U, - - - U,

کز تنگه‌های شب‌زده می‌آید، U- - - U, - - - U, - - - U,

کز برج یادها ...، U- - - U, - - - U,

(سپیده کاشانی، ۱۳۷۸: ۵۷-۵۶).

همان‌طوری که می‌بینیم شاعر در سرودن اشعار نیمایی محدود به تساوی ارکان نیست؛ برای بیان آزادتر در مصراع‌های مختلف، تعداد ارکان را کم و زیاد می‌کند. اینجاست که تفاوت شعر سنتی با شعر نیمایی در اوزان شعری مشخص می‌گردد؛ بدین ترتیب که شعر سنتی با همه‌ی زحافات و شاخه‌های آن از ۱۹۰ مورد تجاوز نمی‌کند؛ ولی در شعر نیمایی موسیقی بیرونی آن به بی‌نهایت می‌رسد (فلکی، ۱۳۸۰: ۷۶).

نتیجه گیری

سپیده کاشانی شاعری خوض قریحه و نیکوپردازی است که به سبک کلاسیک و نو هر دو شعر می سروده است. زبان شعر سپیده کاشانی ساده و به دور از هرگونه تکلف است. او شاعری است متعهد و انقلابی با اعتقادی راسخ به خداوند یکتا، پیامبر اکرم «ص» و ائمه اطهار «ع» است. او اندیشه‌های خود را وقف خدمت به اسلام و انقلاب نمود. از اشعار تلمیحی و سروده‌های او می توان، التزام عملی او به تشیع، انس با قرآن، اعتقادات پاک و عفت کلامش را دریابیم. او در خانواده‌ای پرورش یافته بود که اهل مطالعه و خواندن شعر شعرای متقدم و متأخر بودند و همین امر نیز باعث شد که او نیز از دوران کودکی به شعر، به ویژه اشعار حافظ، سعدی و مولوی مأنوس باشد.

کاشانی از شاعران انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی است که بارها با حضور خود در جبهه‌ها به تشویق و تهییج رزمندگان اسلام به دفاع و مبارزه پرداخت. او به امام و انقلاب عشق می ورزید و اشعار غم‌انگیزی که در سوگ ارتحال امام خمینی «ره» سروده است، باور قلبی خود را به امام «ره» و انقلاب نشان داده است. سپیده کاشانی برای تاختن بر سیاهی و ویران کردن اساس فتنه، همه را به مبارزه و قیام دعوت می کند.

موسیقی بیرونی شعر: در حوزه‌ی موسیقی بیرونی، اوزان شعری او با توجه به مضمون اشعارش متنوع است. او از انواع وزن‌ها؛ با مضمون جویباری و آرام، خیزابی، تند و شورانگیز مانند؛ بحر رمل و اوزان کوتاه استفاده کرده است.

موسیقی درونی: برای هماهنگی و نسبت ترکیبی کلمات و طنین خاص هر حرفی در مجاورت با حروف دیگر از انواع جناس، ترصیع، تضمین المزدوج و تکرار و واج آرای بهره گرفته، به همین خاطر موسیقی کلام او افزایش یافته است.

از پربسامدترین تکرارهای او، به کارگیری انواع واج آرای و نغمه‌ی حروف است که کلام او را آهنگین، گوش‌نواز و تأثیرگذار کرده است. او از تکرار برای القای مفاهیم و اندیشه‌های خود به مخاطب بهره جسته است. علاوه بر آن تکرار مرئی واژه‌ها، در طول یک مصرع یا بیت قابل مشاهده است.

از دیگر عوامل موسیقی شعر او می توان از تضاد، تناسب، تلمیح، حسّامیزی، ایهام، ایهام تناسب، پارادوکس (متناقض نما)، اغراق، لف و نشر و ارسال المثل یا تمثیل نام برد.

صور خیال: در حوزه‌ی صور خیال، پرکاربردترین تصویرهای شعری او استفاده از انواع تشبیه به ویژه تشبیه بلیغ و اضافی و در مرتبه دوم به انواع مجاز و استعاره، تلمیحات او اشاره کرد. تعدادی از آرایه‌ها و صنایع ادبی، در مجموعه آثار سپیده کاشانی یافت نشد.

در مجموع، سپیده کاشانی را باید شاعری؛ خلاق و نوآور به حساب آورد که بیشتر به مفهوم شعر توجه داشته است و می‌توان شعر او را نوعی واقع‌نگاری از حوادث انقلاب اسلامی و جبهه‌های جنگ تحمیلی است.

از میان انواع موسیقی یادشده، موسیقی بیرونی در کل ساختار اثر و متن جریان دارد اما موسیقی درونی به صورت افقی و هم‌نشینی واژگان با یکدیگر می‌باشد. موسیقی بیرونی محسوس‌تر از موسیقی درونی است. بدین ترتیب که؛ در وهله اول، آهنگ و ریتم ارزش ادبی سخن را ارتقاء می‌دهد و وزن حاصل از آهنگ خاص، ما را در فضای عاطفی قرار می‌دهد که تأثیرگذاری آن به مراتب بیشتر از سایر عوامل است. در واقع اساس کار موسیقی بیرونی نوعی تکرار را می‌آفریند که خود موجب موسیقی شعر است.

در اشعار سپیده کاشانی جنبه‌های موسیقی شعر به قرار زیر می‌باشد:

پرکاربردترین محور شعری رمل، هزج، مجتث و مضارع می‌باشد که در کل شعر فارسی نیز طبق تحقیقات به عمل آمده، همین اوزان حاصل شده است. همچنین، بین اوزان و مضامین شعری تناسب برقرار است، یعنی آن‌جا که حزن و اندوه جریان دارد، اوزان سنگین و ثقیل بوده و جایی که لحن حماسه حاکم است، وزن حماسی خود را بهتر نشان می‌دهند. در اشعار هر دو شاعر وزن‌های شاد و طرب‌انگیز نسبت به اوزان ثقیل و سنگین و حزن و اندوه کمتر است.

شاعر از نبوغ بسیار بالایی برخوردار است. آنچه شعر سپیده کاشانی را متمایز می‌سازد، گرایش وی به مسائل روز و ادبیات انقلاب اسلامی است. از آنجا که حیات وی مقارن با مبارزات سیاسی و اجتماعی قبل از انقلاب و همچنین پیروزی انقلاب اسلامی و وقوع حادثه‌ی مهم جنگ تحمیلی می‌باشد، عمده‌ترین درون‌مایه‌های شعر وی را همین موضوعات تشکیل می‌دهد.

فهرست منابع

۱. اصلانی، محمدرضا. (۱۳۸۷). لاله کویر. تهران: سوره مهر.
۲. افلاطون. (۱۳۸۰). دوره آثار افلاطون. رساله منون. مترجم: محمدحسن لطفی و رضا کاویانی. تهران: انتشارات خوارزمی.
۳. زرقانی، سیدمهدی. (۱۳۸۳). چشم انداز شعر معاصر ایران. تهران: نشر ثالث.
۴. زیادی، عزیزاله. (۱۳۸۰). شعر چیست؟ تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۵. شفیع کدکنی، محمدرضا. (۱۳۸۰). ادوار شعر فارسی. تهران: انتشارات سخن.
۶. شفیع کدکنی، محمدرضا. (۱۳۸۰). موسیقی شعر. تهران: انتشارات آگاه.
۷. شفیعی کدکنی، محمد رضا، (۱۳۷۰)، موسیقی شعر، تهران، انتشارات آگاه.
۸. شمیسا، سیروس، (۱۳۶۸)، نگاهی تازه به بدیع، تهران، چاپخانه تابش.
۹. شمیسا، سیروس، (۱۳۸۹)، سبک شناسی شعر، تهران، انتشارات فردوس.
۱۰. صادقزاده، محمود. (۱۳۹۰). بررسی ویژگی های سبکی و تحلیل متحوایی شعر سپید کاشانی. فصل نامه ی ادبی پژوهشی بهار.
۱۱. فشارکی، محمد، (۱۳۷۴)، بدیع، تهران، چاپ نیل.
۱۲. قزو، علیرضا. (۱۳۸۶). یادهای سبز. تهران: بنیاد حفظ آثار ارزش های دفاع مقدس.
۱۳. کاشانی، سپیده. (۱۳۷۸). مجموعه شعر سپیده کاشانی. تهران: انتشارات نیستان.
۱۴. کاشانی، مشفق. (۱۳۸۸). خلوت انس. مجلد دو. تهران: انتشارات اطلاعات.
۱۵. نظامی، (۱۳۲۷). چهار مقاله به تصحیح و اهتمام محمد قزوینی. به کوشش دکتر محمد معین. تهران: انتشارات ارمغان.
۱۶. همایی، جلال الدین، (۱۳۷۰)، معانی و بیان، تهران، چاپخانه معراج.
۱۷. همایی، جلال الدین، (۱۳۷۰)، فنون بلاغت و صناعات ادبی، تهران مؤسسه نشر هما.
۱۸. یاحقی، محمدجعفر. (۱۳۸۴). جویبار لحظه ها. تهران: انتشارات جامی.

Abstracts

Analysis of Phonological Patterns and Alliteration in the Poetry of Sepideh Kashani

Fatemeh Nosrati Moomvandi

Abstract

Phonological patterns and alliteration are among the most significant elements of the internal music of poetry, playing a vital role in highlighting meaning, conveying emotions, and enhancing the expressive power of poetic language. Sepideh Kashani, one of the distinguished poets of the Islamic Revolution and the Sacred Defense, skillfully employed the phonological potential of the Persian language to communicate religious, revolutionary, and epic concepts with artistic elegance and emotional depth. The present study aims to analyze the phonological patterns and manifestations of alliteration in Sepideh Kashani's poetry and to examine their role in shaping the internal music of her poems and reinforcing their semantic layers. This research adopts a descriptive-analytical approach based on library research. The poet's collected works were analyzed in terms of sound repetition, phonemic harmony, consonance, vowel patterns, and the aesthetic functions of phonological devices. The findings indicate that Sepideh Kashani deliberately employs the repetition of similar phonemes, consonants, and vowels not only to create rhythm and phonetic cohesion but also to evoke concepts such as perseverance, self-sacrifice, spirituality, heroism, sorrow, and hope. Furthermore, her conscious selection of phonemes in accordance with the emotional and semantic atmosphere of each poem enhances imagery, intensifies emotional impact, and strengthens the structural coherence of her poetic discourse. Overall, phonological patterns and alliteration in Sepideh Kashani's poetry function not merely as ornamental literary devices but as semantic and stylistic instruments that play a fundamental role in conveying the poet's religious, social, and epic messages.

Keywords

Sepideh Kashani, Phonological Patterns, Alliteration, Stylistics, Contemporary Persian Poetry.

Social health, corruption on earth and war from the perspective of Islamic jurisprudence and law

*Ali Yazdani
Hossein Ahmari
Mostafa Rajaeipour*

Abstract

The purpose of this study is to investigate and compare corruption on earth and moharebeh in Islamic jurisprudence and law. Using descriptive-analytical method and collecting resources through the library method, while examining the concept and realm of moharebeh, fornication and corruptor on earth in terms and jurisprudence Islami has examined the background, pillars and examples of these crimes in the previous laws and their developments in the new Islamic Penal Code. One of the obvious examples of corruption on earth is moharebeh, so that it may be a crime of corruption on earth but not moharebeh, but every moharebeh is corruption on earth, and on the other hand, the moharebeh mentioned in the Qur'an and jurisprudence. It is more about war against God and the Messenger of God (PBUH), but in the Islamic Penal Code, war is one of the crimes against public security and comfort.

Keywords

corruption on earth, moharebeh, jurisprudence, Islamic law, corruption.

Optimal Value Model of Strategic Alliance of Manufacturing Companies in Iran (Case Study, Methanol Manufacturing Company)

Hojjat Mobarzi

Ali Hosseinzadeh

Mohammad Ghasemi Namaghi

Abstract

Nowadays, Being in line with the advancement of science and the complexity of technological processes, technological cooperation between different companies is an important and strategic feature for companies and technological cooperation between companies is an important and valuable strategy to strengthen and spread innovation.

In the methanol industry, forming alliances between methanol companies has quickly become the dominant position for commercializing innovation. The study of the drivers of strategic alliances between methanol companies in Iran is one of the important and significant issues that is addressed in this article. For this purpose, the stages of alliance formation were reviewed and the factors affecting each of these stages were identified and evaluated. In this study, the views of 12 experts from methanol companies and the Analytic Hierarchy Process (AHP) method were used. The primary and secondary data and information were used and based on the primary data collected through interviews and observations and secondary data obtained from library studies, the first stage questionnaire was developed. The results of the first questionnaire provided the possibility of identifying the factors that according to experts had the greatest impact on the success of methanol companies. In the next stage, based on the criteria obtained from the theoretical foundations of research and studies conducted in this field, the optimal model of the mentioned factors was presented based on their impact on the success of the alliance. The obtained model refers to the effect of market success index, sustainability, financial success and improving the competitive situation on the success or failure of strategic alliances.

Keywords

Strategic Alliance, Methanol Manufacturers, Success Factors and Criteria.

Ethical practices in entrepreneurship and export learning orientation

Ali Kazemi

Alireza Roustae

Abdullah Na'ami

Abstract

One of the key factors in achieving sustainable and prosperous economic growth is 'export' which is considered the most important goal in trade policy. Meanwhile, one of the requirements for economic development of the country is increasing food and agricultural export as one of the non-oil commodity export to move away from the oil-based economy, enter the global economic market and create diversity in exported goods. Therefore, the study of effective variables contributing to the field of export is of paramount importance. Considering the crucial role of human's effort and entrepreneurship in regard to religious education, it can be deduced that through examining verse 39 of Surah Najm, verse 15 of Surah Taha, verse 22 of Surah Ansb, the spiritual personality of human beings is directly in line with their own work and effort. In other words, the criterion for admiring people in the world of survival is what they do and the lasting impact they can have on the world. The purpose of the present study is to investigate the effect of export learning orientation and entrepreneurship along with the contributing factors on export performance and to find the paradoxical role of market distance and its moderating role in the relationship between two variables of learning orientation and export performance. To test the research hypotheses, a sample of 296 people who worked in companies that took part in the International Exhibition of Food and Agriculture in 1998 was selected. Using a standard questionnaire and random sampling method, data was collected and analyzed by SPSS and smart PLS software. The findings of the present study depict that the export commitment, resources and intensity of competition have a positive effect on export entrepreneurship, but the effect of market distance on export entrepreneurship is not significant. The results also reveal the positive effect of the export learning orientation and entrepreneurship on the export performance of the sample companies. However, increasing the market distance variable weakens the relationship between export learning orientation and export performance.

Keywords

Export Commitment, Export Learning Orientation, Competitiveness, Export Performance, Market Distance, Export Entrepreneurship.

Criteria of human ethical decision making of managers in conditions of environmental complexity (Case study, Social Security Organization)

*Mahnaz Sarafranz Kakhaki
Mohammad Mahdi Alvani
Seyed Mahdi Alvani
Mahmoud Alborzi*

Abstract

Undoubtedly, the most sensitive activity that managers do in any organization is decision making. But today's world is so complex and chaotic that decision-making struggles with so many problems. In complex environments, information changes rapidly and covers a wide range. The point to consider in decision making is that it is not always successful, that is, there is always the possibility of success or failure, many factors affect the ability to make decisions. In today's complex world, decision-making has become a challenge for managers. The number of decision criteria, the variety of criteria and types of quantitative and qualitative decision-making methods and the need to consider them simultaneously, the importance of the effects and consequences of the decision and factors such as it add to the complexity of decisions. Regarding the criteria of human moral decision-making, it should be mentioned that the method of decision-making in the Islamic system is contingent and participatory, and the basis in this system is the important principle of "passion."

The mentioned cases are more prominent among the managers of service organizations who are faced with a large volume of clients and as a result of immediate and instantaneous decisions, because the decision-making time is very short for them and it is possible to examine a variety of options. It fades in the traditional way. One of these very sensitive and concerned organizations is the Social Security Organization. Therefore, in order to analyze the factors affecting decision making, the present study examines the decision and its characteristics, decision models. Then, with the help of content analysis, the indicators and characteristics of each decision model are extracted. Finally, with the help of a panel of experts consisting of thinkers and managers of the Social Security Organization, and then identify the various factors affecting decision-making in this organization and factors affecting decision-making in various decision-making models according to the environmental complexity of the organization. have become.

Keywords

Decision making, Factors influencing decision making, Decision models, Environmental complexity, Social Security Organization.

Optimal marketing behaviors and its impact on the development of Internet TV (Case study: Audience of ordinary TV and Internet TV in Isfahan)

*Zahra Askari
Esmail Hassanpour
Mohammad Hossein Ranjbar
Serajeddin Mohebbi*

Abstract

This study seeks to represent and measure the impact of the dimensions of the marketing approach on the development of Internet TV in the form of a conceptual model. Therefore, in this research, according to the research model, twelve hypotheses have been proposed. This research is applied in terms of purpose and is descriptive-survey with correlation approach in terms of implementation. The statistical population of the present study is 384 Internet TV audiences in Isfahan. Due to the unlimited statistical population, the Cochran's formula was used. For data collection, a standard questionnaire with 58 questions was used, the validity of which was obtained using the opinion of the tutor and the first confirmatory factor analysis and its reliability was obtained through Cronbach's alpha index (0.93). The collected data were analyzed by SPSS and PLS software. Based on the results, all research hypotheses were confirmed.

Keywords

Dimensions of marketing approach, Internet TV, Optimal behaviors.

Designing a marketing model to promote and improve the sale of herbal medicines: A qualitative research

Zakieh Ashouri

Seyed Mahmoud Shabgoo Monsef

Kambiz Shahroudi

Ali Gholipour Soleimani

Abstract

This article has been written with the aim of designing a marketing model to promote and improve the sale of herbal medicines. The samples were selected in a purposeful manner and the researcher interviewed 12 experts and companies distributing herbal medicines, physicians and pharmacists. Structured was used and the categories that formed the various components of the model were classified into 6 categories. The results of open coding show that a total of 206 open codes were extracted and in the axial coding section, 121 primary codes were placed in the form of 26 categories and thus the conceptual model of the research was formed. The first components of the proposed model include promoting community health, potential production and supply of medicinal plants, lifestyle and attitude, importance and status of herbal medicine that are the causal factors. Causal conditions underlie the emergence of the next component, pharmaceutical marketing and integrated communications, which are the main categories of the model. The next components of the model include promotion strategies in herbal medicine marketing, the existence of herbal medicine consumption culture and drug pricing system, which have been considered as the underlying factors of the research. Intervening conditions also include: lack of knowledge and expertise in the sale of medicine, lack of research and scientific centers in the field of herbal medicine, lack of government laws and regulations in support of herbal medicine, lack of certification by doctors and pharmacists in the field of herbal medicine, lack of package Creative classification is the lack of proper profitability of herbal medicines, which benefit by influencing strategies (improving advertising methods in introducing herbal medicines, using traditional advertising channels, promoting and improving the quality of herbal medicines, creating an effective relationship between industry and universities). Getting up-to-date technology and information by receiving information through the Internet and published articles, activating specialized working groups, factories' access to up-to-date technology and machinery) provided the basis for achieving the main phenomenon of this model.

Keywords

Value, optimal value model, marketing, sales improvement.

Providing a model for talent identification and succession in order to establish a competency system (Case study: Bank Mellat companies)

*Masoud Haghighi
Alireza Rezaghi Rostami
Elaheh Sheikhi*

Abstract

The new era is characterized by features such as innovation, knowledge development, globalization and increased competition; For this reason, organizations are doing their best to win the growing competition, of which human resources is the most important.

The present study is a descriptive-survey research and in terms of data collection, it is a type of descriptive survey research. The statistical population of the study is 755 managers and experts of Bank Mellat companies who have selected a sample of 255 people using the Cochran's formula and a simple sampling method. A questionnaire was used to collect information. For data analysis, Smart PLS software have been used.

Following this research, components and indicators were determined. On the other hand, in the relationships between the components, it was found that the identified components for each variable have a high correlation with them and have been able to explain the main variable well. Finally, during modeling, it was found that talent identification has an effect on succession and the establishment of the competency system, and in addition, succession has a mediating role in the effect of talent identification on competency.

Keywords

Talent identification, Succession, Competency system.

Study and analysis of the moral miracle of the Holy Quran

Mahin Shahrivar

Abstract

Ethics is one of the most important manifestations of the Holy Quran, which some believe in the miracle of the Holy Quran in this regard. Ethics are the practical do's and don'ts that God Almighty has determined for us to grow and perfect, such as prayer, fasting, Hajj, Zakat, etc. The moral issues of the Qur'an should be sought in three areas: Comprehensive moral propositions of the Qur'an, The moral system of the Qur'an, which is superior to other moral systems with the principles and principles of its special teachings, and the historical influence of the Qur'an in creating a moral revolution in the early Islamic society and its audience. This article seeks to examine and analyze the ethical approaches of the Qur'an by referring to the moral examples of the Qur'an such as desirable moral virtues, introducing superior moral models to the world, observing chastity about sexual issues, and so on.

Keywords

Quran, miracle, ethics, miracles of the approach.

Comparative study and analysis of the perfect man In the thought of Sheikh Mahmoud Shabestari and Abdul Rahman Jami

Samaneh Sotoudeh Kheirabadi

Samira Rostami

Mohammad Ali Atash Soda

Abstract

The word human is one of the categories that has always been studied and explored in religions, schools and human knowledge. In the present study, the perfect human being and his existential values in Golshan Razn Masnavi of Sheikh Mahmoud Shabestari and the Golden Dynasty of Abdolrahman Jami are studied and compared descriptively-analytically. Since both poets are influenced by theoretical mysticism and the views of Mohi al-Din Ibn Arabi, in fact, these works are discussed from the perspective of theoretical mysticism, which is the product of Ibn Arabi's thoughts. In theoretical mysticism, the main purpose of creating the universe is the perfect man, and the perfect man is the place of all the designs of the divine names, and in fact the universe was created because of him.

The results show that there are many similarities in the above topics, including the themes of Muhammadan truth, the attribution of the perfect man to the attributes of the Almighty, the unity of existence, rank and status of the perfect man in the mystical ideas of Golshan Raz in the eighth century and the Golden Dynasty. It is found in the ninth century AH.

Keywords

Golden Dynasty, Golshan Raz, Shabestari, Jami, Islamic mysticism, perfect man.

comparative study of the effect of religious beliefs on the social well - being of elites and non – elites (Case studies of university faculty members & citizens of Tehran)

*Sara Haji Mozafari
Nayer Pir ahari
Shideh Parnian*

Abstract

The present article is an analytical and comparative study between religious beliefs and the level of social health in both elite and non-elite communities. The theoretical framework of the research is based on Keys' theories and the views of functionalist theorists. In the present study, the survey method was used and its statistical populations consisted of faculty members of the Islamic Azad University, Central Tehran Branch and citizens without academic education in Tehran. The statistical sample size of the elite population was 265 and the non-elite population was 385 according to the Cochran's formula. Data analysis was performed with SPSS software. Findings showed that there is a significant direct relationship between religious beliefs and social health in the elite and non-elite community. Among the dimensions of religious beliefs, the dimension of performance of duties has no significant relationship with any of the dimensions of social health except social cohesion. Also, the relationship between the religious and emotional dimensions of religion and the social health of the elite community is greater than the non-elite community. On the other hand, the contextual variables of age, income, education have a significant relationship with social health. Also, the variables of religious emotions, education, religious duties and age explanation 21.7% of changes in social health, respectively.

Keyword

social well – being, religious beliefs, elites, non – elites.

Jurisprudential-ethical analysis of "the right to a healthy environment" as a human right

Askar Jalalian

Abstract

The right to a healthy environment is one of the fundamental human rights and vital issues in today's world, and sensitivity and attention to it are growing exponentially. Advances in science and technology have paved the way for the increasing domination and exploitation of nature. To the extent that its protection and prevention of pollution is one of the most important issues of the late twentieth century. In this scientific-research article which is of descriptive-analytical type with the jurisprudential-moral approach, the right to a healthy environment as a human right has been explored. The main question of the article is what measures have been devised in jurisprudence and moral principles to realize the "right to a healthy environment as a human right"? According to the research findings, from the Islamic point of view, preserving nature and not destroying it is considered a divine duty, not paying attention to it is morally reprehensible and harming it causes damage.

Keywords

right to a healthy environment, human rights, jurisprudence, ethics.

A Study of Ethical Principles in Judicial Oversight in Iranian and British Law

Hashem Pouran Fard

Seyed Mohammad Mahdi Ghamami

Vali Rostami

Abstract

Ethical principles are of particular importance in judicial oversight. The value and importance of ethics for the organization is very significant and this issue has a special place in judicial supervision. Therefore, the purpose of this study is to investigate the ethical principles in judicial supervision in Iranian and British law, which was addressed in this study. In this study, judicial supervision and its principles in Iranian and British law were examined. Then, the moral principles in Iranian and British law were discussed. According to the findings, the moral principles in Iranian law are the principle of honesty, the principle of trustworthiness, the principle of openness, the principle of fairness, the principle of disregard for prohibition; But in English law, the ethical principles of judicial oversight include illegality and the issue of disqualification, the rationality of action, non-compliance with legal procedures, legal procedures and the principles of natural justice.

Keywords

Ethical Principles, Judiciary, Iran and Britain.

The Impact of Deprivation of Rights on Intrinsic Dignity and Human Personality in Civil Rights

*Farhad Parvin
Hoseinieh Radpasand*

Abstract

Article 959 of the Civil Code deals with the deprivation of rights in general and in Article 960 specifically with the deprivation of rights related to personality. Prohibition of deprivation of liberty is rooted in the inherent dignity and dignity of man. But on the other hand, the requirement of social as well as family life is the restriction of certain rights and freedoms governing human personality. But partial deprivation of rights is also permissible to the extent that it is not contrary to public order and good morals and does not hurt public feeling. In this article, with the descriptive-analytical method, these findings have been obtained, which guarantees the implementation of the general deprivation of rights related to personality and also its partial deprivation in cases that are contrary to public order and good morals. However, in cases where the deprivation of the right is partial and legitimate, the non-observance of the obligations by the obligor to the deprivation of the right causes his civil liability.

Keywords

civil rights, personality rights, deprivation of rights, Iranian rights.

Components and value structure and lifestyle of Iraqi Muslims during the Abbasid period

Ghelareh Amiri

Abstract

Lifestyle is one of the most important issues in various sciences that has always existed since the beginning of human life and has continued to this day. Although this reform in its scientific meaning is almost new, but by studying and referring to the past, we can trace it. Observed among the dynasties, tribes, caliphs, and summaries of different eras. One of these eras that is considered in this article is Iraq during the time of the Abbasid caliphs. The present study seeks to examine the lifestyle of Iraqi Muslims in the Abbasid era. From this perspective, after expanding the conceptual space of the subject and expressing the historical aspect of the subject, he will study the Iraqi way of life in that period.

According to the thematic documents presented in this research, the research method is analytical-historical and the data collection method in this research is a library. The findings of this study indicate that in the fourth to sixth centuries AH, coinciding with the rule of the Abbasids, Iraq in particular, Baghdad as the capital of the Caliphate, enjoyed great prosperity and brought about various cultural and social changes in the Muslim way of life. And because of the attention of the rulers, has had a great impact on the social life of Muslims, including attitudes and beliefs, social lifestyle, language, religion and customs. The conclusion of the article is that the growth of scientific and cultural circles in Iraq challenged the cultural traditions and lifestyle of Muslims in Iraq in the fifth and sixth centuries AH, by proposing genuine Islamic teachings and changing their behavioral patterns. Also, the lifestyle and culture of Iraqi Muslims have been influenced by other cultures, especially Iran, due to the increasing migration of other nations to Iraq.

Keywords

Iraq, lifestyle, history, Abbasid caliphate.

Identify criteria and components affecting ethical principles and provide an appropriate model in the electronic banking system

Gholam Reza Amjadi

Abstract

Ethics in the banking industry has a wide range of applications that strongly influence the decisions of depositors, investors and borrowers. The main mission of banks is to adopt and establish optimal methods of supply, allocation and distribution of financial resources and expenditures at different levels of society in accordance with the needs of the future so that while conducting financial activities, not only morals in society are not damaged but also promoted. . The aim of this study was to identify the criteria and components affecting the ethical principles in the electronic banking system and in terms of method is among the qualitative research with an exploratory approach. For this purpose, after reviewing the literature, background and theoretical foundations of research, factors and criteria affecting the ethical principles in the country's banking system were identified and categorized. After performing the Delphi technique in three rounds, some components were removed from the adjustment list and the final model was prepared. The experts of this study consisted of 20 employees' actives in the field of banking and electronic banking services who were selected from the statistical population by purposive sampling. In order to ensure the validity of the Delphi questionnaire, content validity and validity of the correctors were used, and for reliability, the theoretical saturation method was used. The result of this evaluation led to the confirmation and finalization of the general framework of the research conceptual model. Findings show that components such as customer confidential information, honesty and integrity, expertise and efficiency, customer orientation, voluntary responsibility, ethical responsibility, etc. are among the factors affecting the institutionalization of ethical principles in the electronic banking system. To be.

Keywords

Ethics, Organizational Ethics, Applied Ethics, Electronic Banking.

Phenomenology of customers' hope for banking services in Keshavarzi Bank with an approach involving ethics, innovation and quality management system

Asghar Ahmadi

Farshid Namamian

Ali Asghari Sarem

Tohfeh Ghobadi Lamouki

Abstract

As strategic partners of businesses, customers have played an undeniable role in business growth and development; having a comprehensive knowledge of customers from different dimensions has always been emphasized. Meanwhile, the phenomenon of customer's hope has been neglected in theoretical issues and specifically in the banking industry as an important principle in maintaining a continued relationship with customers. Moreover, from the perspective of correct and accurate understanding of its meanings, its concepts and hidden conceptual layers have been commonly overlooked. Thus, the present study aims to describe the lived experience of customers' hope in to the services provided by Keshavarzi Bank in order to identify the dimensions and components of customers' hope and then to present a conceptual model and structure of the study. In terms of purpose, this present study is an applied one, and from the perspective of approach, it is an exploratory one. In terms of type of research, it is an exploratory mixed one. In the first and qualitative phase, a purposeful selection and in-depth interviews were conducted with 9 bank customers with Sidman's method and applying a phenomenological approach. The results were analyzed with a Colaizzi's method. The results of the analysis confirm the emergence of the structure of customer's hope in three general categories, including hope derived from ethics in the Keshavarzi Bank, hope derived from the service quality management system, and finally "hope derived from innovation and customer-orientedness". Also, the three mentioned categories had a total of 6 concepts and twenty propositions, resulting from summarizing and modifying the initial 87 propositions. In the quantitative section, in order to investigate the originality of the structure, customer's hope was measured based on the findings of applying and implementing a phenomenological strategy in the form of a researcher-made questionnaire consisting of 24 items. The questionnaire was designed, distributed and completed among 400 customers of Keshavarzi Bank. The results were analyzed by using SPSS, Lisrel and Smart pls. The results of the study in this section confirm the structure of customer hope in the form of a conceptual model extracted from the first section. Therefore, in the banking industry, by focusing and paying attention to the structure of the phenomenon of customer hope as the main themes and related concepts and propositions, appropriate measures and approaches can be adopted to create and manage sustainable customer relations.

In analyzing the statements of the participants in the research, it was completely clear that they agreed hope and hope for banking services call for a planning to observe, consider, and focus on implementing the structure and elements of hope in the main themes in Keshavarzi Bank. These main themes include hope derived from ethics in Keshavarzi Bank, hope derived from service quality management system, and finally hope derived from innovation and customer orientedness. The realization of hope is in the shadow of the emergence of the aforementioned themes the realization of which will result in the customers' continued relationship with the bank.

Keywords

customer's hope, ethics, phenomenology, structural equation modelling, Bank Keshavarzi.

Ethical Research

The Quarterly Journal

Vol. 12, No. 1, Autumn 2021/ No: 45/ ISSN: 2383-3279

Proprietor: *Iranian Association for Islamic Thought. (ISSN: 2383-3279)*

Chief Director: *Reza Haji Ebrahim Ph. D*

Chief Editor: *Mahmoud ghayyomzade Ph. D*

Board of Writers

Hojatoleslam Alireza Amini; Mohsen Javadi, Ph. D; Ahmad Deilami, Ph. D; Amir Divani, Ph. D; Jafar Shahnazari, Ph. D; Jafar Sadri, Ph. D; Amir Abbas Alizamani, Ph. D; Mahmoud ghayyomzade, Ph. D; Abdollah Nasri, Ph. D.

Internal director and Editorial- board director: *Alireza Moazami*

Translator: *Ehsani*

Page Design: *Ehsan Computer*

Editor: *Hamidreza alizadeh*

Note

The Journal Ethical Research accepts papers on the Ethics ‘Islamic Ethics ‘applied ethics ‘comparative ethics ‘and ethical challenges of Modernism and moral training. The papers received will be published provided that they are written according to the house style of the journal. The authors will bear responsibilities for their own papers.

Address: *Bolward Al-Ghadir ‘University of Qom ‘Central Library ‘office of the journal.*

Tel: *0098-25-32103360*

Fax: *0098-25-32103360*

Email: *Akhlagh_1393@yahoo. com*

This journal is cooperatively being published by Iranian Association for Islamic Thought.

فرم اشتراک مجله علمی "پژوهش‌های اخلاقی" انجمن معارف اسلامی

لطفا در این قسمت چیزی ننویسید کد اشتراک:			
نام و نام خانوادگی			
نام سازمان (مخصوص سازمان‌ها)			
شغل، محل کار، سمت			
میزان تحصیلات و رشته تحصیلی			
آدرس پستی			
پست الکترونیک			
شماره فیش بانکی	تاریخ فیش بانکی	تعداد نسخه دریافتی	شروع اشتراک از شماره
امضای متقاضی		تاریخ	

هزینه اشتراک (با احتساب هزینه پست)

- اشتراک یک ساله برای اشخاص (افراد حقیقی): ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال
- اشتراک دو ساله برای اشخاص (افراد حقیقی): ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال
- اشتراک یک ساله برای دانشجویان با ارائه کپی کارت دانشجویی: ۷۰۰/۰۰۰ ریال
- اشتراک یک ساله برای سازمان‌ها (افراد حقوقی): ۱/۰۰۰/۰۰۰ ریال
- اشتراک دو ساله برای سازمان‌ها (افراد حقوقی): ۱/۵۰۰/۰۰۰ ریال

خواهشمند است مبلغ اشتراک یا خرید شماره‌های قبلی را به حساب ۱۵۳۱۰۷۱ بانک تجارت

شعبه صفائیه قم واریز و اصل فیش را به همراه فرم تکمیل شده اشتراک به نشانی

قم، بلوار الغدیر، دانشگاه قم، کتابخانه مرکزی،

دفتر فصلنامه پژوهش‌های اخلاقی

ارسال فرمایید:

جهت اطلاع بیشتر با تلفن ۳۲۱۰۳۳۶۰ - ۰۲۵ تماس حاصل فرمایید.