



Imam Sadiq Research Institute

for Islamic Sciences

Research Institute Social Studies

P. ISSN: 2345-5705 & E. ISSN: 2717-3720

Website: <http://gofteiman.isri.ac.ir>

Volume: 1 ; Number: 1

The Pattern of Cultural Discourse Formation From The Perspective of The Traditions Of The Imams

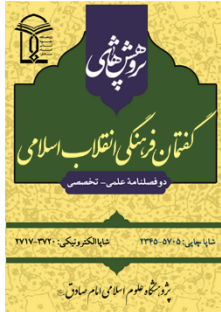
Majid Soleimani*, Jafar Wafa**

doi: <https://doi.org/10.22034/CDR.2021.140557>

Received: 2024/5 ; Accepted: 2024/6/28

Type of Article: Research

(37-65)



Abstract

Discourse creation means turning a concept, meaning or idea into a general belief and generalizing it among people. Discourse creation has the property of arousing and influencing thoughts and mobilizing them and ultimately leads to behavior. The present article was compiled with the aim of presenting a model of cultural discourse by using the hadiths of the Imams of Masoomin. The research method was a combination of ground theory and descriptive-analytical type. The results showed that the most important elements of the model of cultural discourse creation in narrations include causal conditions: thinking and insight; Background conditions: purity of action and intention, sense of social responsibility; Intervening conditions: taking advantage of knowledge and experience, continuity and speed and competition; The strategies of cultural discourse creation are: intersubjective action, environmental observation, blessing counting, repetition and confirmation, introduction of patterns, binding, blocking, and continuous care. In the end, the research led to the presentation of a cultural discourse model and several suggestions were presented. The results of the present research are for organizations, institutions and cultural centers, including the Supreme Council of Cultural Revolution, Radio and Broadcasting, Amro Be Maruf headquarters, revolutionary and military institutions, etc., which require a model of cultural discourse creation and dissemination of values. It is useful and usable.

Keywords: Discourse, Culture, Cultural Discourse, Model.

*. Assistant Professor, Department of Sociology, Social Studies Research Institute, Imam Sadiq Institute of Islamic Sciences. (corresponding author), Qom, Iran, sociosol@yahoo.com.

** . Researcher of the Qur'an and Hadith Department, Research Institute of Theology and Islamic Studies, Imam Sadiq Institute of Islamic Sciences, Qom, iranvafa_j@gmail.com.



الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی از منظر روایات ائمه معصومین

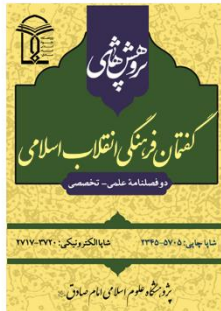
مجید سلیمانی*، جعفر وفا**

شناسه دیجیتال (DOI): <https://doi.org/10.22034/CDR.2021.140557>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱/۱۷، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۴/۸

مقاله پژوهشی

(۳۷-۶۵)



چکیده

گفتمان‌سازی به معنی تبدیل یک مفهوم، معنا یا ایده به باور عمومی و فراگیر نمودن و عمومیت بخشیدن به آن میان مردم است. گفتمان‌سازی از خاصیت برانگیختگی و اثرگذاری بر افکار و بسیج آنها برخوردار است و در نهایت به رفتار منتهی می‌شود. نوشتار حاضر با هدف ارائه الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی با بهره‌گیری از احادیث ائمه معصومین علیهم‌السلام تدوین شده است. روش پژوهش ترکیبی از نوع‌گرنده تئوری و توصیفی - تحلیلی بوده است. نتایج نشان داد که مهم‌ترین ارکان الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی در روایات شامل شرایط علی: اندیشه‌افزایی و بصیرت؛ شرایط زمینه‌ای: خلوص عمل و نیت، احساس مسئولیت اجتماعی؛ شرایط مداخله‌گر: بهره‌گیری از دانش و تجربه، استمرار و تداوم و مسارعه و مسابقه؛ راهبردهای گفتمان‌سازی فرهنگی: کنش بین‌ذهنی، رصد محیطی، نعمت‌شماری، تکرار و تایید، معرفی الگوها، مقیدسازی، تسدید، و مراقبت پیوسته می‌باشد. پژوهش در نهایت منجر به ارائه الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی گردید و پیشنهادها و چندی ارائه شد. نتایج پژوهش حاضر برای سازمان‌ها، نهادها و مراکز فرهنگی از جمله شورای عالی انقلاب فرهنگی، صدا و سیما، ستاد امر و معروف، نهادهای انقلابی و نظامی و...، که نیازمند الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی و نشر ارزش‌ها می‌باشند، مفید و قابل استفاده است.

واژگان کلیدی: گفتمان، فرهنگ، گفتمان‌سازی فرهنگی، الگو.

* استادیار گروه جامعه‌شناسی، پژوهشگاه مطالعات اجتماعی، پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق علیه‌السلام. (نویسنده مسئول)، قم،

ایران sociosol@yahoo.com.

** پژوهشگر گروه قرآن و حدیث، پژوهشگاه الهیات و معارف اسلامی، پژوهشگاه علوم اسلامی امام صادق علیه‌السلام، قم، ایران vafa_j@gmail.com.

مقدمه

فرهنگ روح حاکم بر جامعه، و گفتمان‌سازی عامل نشر فرهنگ و ارزش‌های برآمده از آن در جامعه و تغییر در زیست فرهنگی - اجتماعی مردم است. گفتمان‌سازی عامل مهمی برای عملیاتی شدن ارزش‌های فرهنگی در جامعه است. بدون گفتمان‌سازی، فرهنگ در سطح باورها باقی می‌ماند و کمتر در سطح رفتار نمایان می‌شود. گفتمان‌سازی در رشد بینش، نگرش، و شکل‌گیری رفتار و تبدیل آن به هنجار و ثبات آن نقش تعیین‌کننده‌ای دارد. مقام معظم رهبری داماد می‌فرماید: «این گفتمان‌سازی برای چیست؟ برای این است که اندیشه‌ی دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه‌ی دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با احساس مسئولیت باشد و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان چیزی می‌شود که پیغمبران دنبال آن بودند» (بیانات امام خامنه‌ای داماد، ۱۳۸۸/۹/۲۲).

به تعبیر مقام معظم رهبری داماد، «گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آن وقت، این می‌شود گفتمان جامعه» (بیانات امام خامنه‌ای داماد، ۱۳۸۸/۹/۲۲). (هال، ۱۳۹۳: ۲۴)، معتقد است: «گفتمان‌ها شیوه‌های ارجاع یا ساختن دانش درباره‌ی عمل خاص است؛ یعنی مجموعه (یا ترکیبی) از تصورات، تصاویر، و اعمال است که شیوه‌های حرف زدن درباره‌ی موضوع، فعالیت اجتماعی، یا نهاد اجتماعی خاص و اشکال دانش و رفتار مرتبط با آن‌ها را فراهم می‌کند».

از گفتمان‌سازی تعاریف گوناگونی ارائه شده است. برخی گفتمان‌سازی را در سطح لایه‌های عمیق‌تر عقیدتی و نظام باور و جهان‌بینی و برجسته شدن آن تعریف می‌کنند. از آن جمله است: «گفتمان‌سازی فرآیند تبدیل ایدئولوژی به گفتمان است؛ به عبارتی فرآیندی است که برای غالب‌سازی ایدئولوژی معینی صورت می‌گیرد (امین خندقی و جعفرنیا، ۱۳۹۳: ۱۴۴). از دیدگاه مقام معظم رهبری داماد، گفتمان‌سازی به معنی: فراگیر شدن گفتمان (بیانات امام خامنه‌ای داماد، ۱۳۹۵/۱۰/۱۳)، آماده‌سازی و بسیج اذهان، تبیین، و تبدیل نمودن یک مطالبه به خواست عمومی (بیانات امام خامنه‌ای داماد، ۱۳۹۵/۴/۱۲)، اثرگذاری بر افکار عمومی (بیانات امام خامنه‌ای داماد، ۱۳۹۵/۳/۶)، ایجاد فکر و جریان

فکری در جامعه (بیانات امام خامنه‌ای ع)، ۱۳۹۱/۹/۲۱)، شکل دادن به باور عمومی (بیانات امام خامنه‌ای ع)، ۱۳۹۲/۱۲/۱۵)، رسوخ در فکر و جان نخبگان و جوانان (بیانات امام خامنه‌ای ع)، ۱۳۹۱/۱۲/۱۴)، طرح مسائل به‌طور دائمی (بیانات امام خامنه‌ای ع)، ۱۳۹۰/۲/۲۷)، و... می‌باشد. در تعریفی دیگر، گفتمان‌سازی به معنای فراگیر کردن و عمومیت بخشیدن به یک مفهوم، معرفت و اندیشه در بین مخاطبان است؛ به گونه‌ای که به سبب فضای فکری به‌وجود آمده، همه در آن فضا می‌اندیشند، پیرامون آن با یکدیگر حرف می‌زنند و تبادل گفتار و معنا می‌کنند، جهت می‌گیرند، به آن معتقد می‌شوند و طبق آن رفتار، و نسبت به آن مطالبه‌گری می‌کنند، و سبب تولد و توسعه دانش‌ها می‌شوند (شبدینی پاشاکی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰).

با این وجود و بنابر نقش و اهمیتی که برای موضوع گفتمان‌سازی قائل شدیم، مسئله‌ای که در اینجا مطرح می‌شود این است که تا کنون شیوه واحدی که بتوان بر اساس آن مفاهیم و مقوله‌های فرهنگی برآمده از آموزه‌های دینی را به جامعه عرضه، و در بین آنان نهادینه و به عمل تبدیل کرد ارائه نشده است.

یکی از شیوه‌هایی که با استفاده از آن می‌توان به فرهنگ‌سازی و نهادینه کردن ارزش‌ها در جامعه پرداخت، ارائه الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی است. هرچند مفهوم گفتمان‌سازی نوپاست، اما در خصوص الگوی آن تحقیقات اندکی انجام شده است. برای نمونه امین خندقی و فاطمه سادات جعفرنیا (۱۳۹۳)، چگونگی گفتمان‌سازی نظریه ولایت فقیه در محتواری برنامه‌های درسی نظام آموزش و پرورش جمهوری اسلامی ایران را مورد بررسی قرار دادند. در پژوهش دیگری آقایان محمد سلطانی فر، محسن میرزا ابوالحسن خان ایلچی (۱۳۹۵)، مدل گفتمان‌سازی رسانه‌ای اقتصاد مقاومتی، را ارائه داده‌اند.

با این وجود، هر چند در طی سه سال گذشته، محققانی تلاش نموده‌اند الگوی گفتمان‌سازی ارائه دهند، اما الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی برآمده از آموزه‌های دینی به‌خصوص روایات معصومین ع که بر اساس آن بتوان راهنمایی عملی فراراه برنامه‌ریزان و کارشناسان فرهنگی ارائه داد به رشته تحریر درنیامده است.

مقاله حاضر برای دستیابی به این مهم و گفتمان‌سازی فرهنگی و نشر ارزش‌ها در جامعه، الگویی با تاسی به آموزه‌های دینی ارائه می‌دهد. در این راستا محققین با مرور در ادبیات موضوع، مفاهیم گفتمان و گفتمان‌سازی و شناسایی شاخص‌ها و مفاهیم مشابه گفتمان‌سازی در روایات معصومین علیهم‌السلام، مطالب مرتبط را شناسایی و با ادبیات گفتمانی، تحلیل نمودند. از روش ترکیبی گراند‌تئوری و روش تحلیلی و توصیفی در مطالعه احادیث، در نهایت الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی تولد یافت.

تعریف مفاهیم

گفتمان (Discourse):

گفتمان در معانی مختلفی به کار رفته است. از جمله است: «گفتمان یعنی یک مفهوم و یک معرفت همه‌گیر بشود در برهه‌ای از زمان در یک جامعه. آنوقت، این می‌شود گفتمان جامعه» (بیانات امام خامنه‌ای دام‌عزله، ۱۳۸۸/۹/۲۲). هال (۱۳۹۳: ۲۴)، معتقد است: «گفتمان‌ها شیوه‌های ارجاع یا ساختن دانش درباره عمل خاص است؛ یعنی مجموعه (یا ترکیبی) از تصورات، تصاویر، و اعمال است که شیوه‌های حرف زدن درباره موضوع، فعالیت اجتماعی، یا نهاد اجتماعی خاص و اشکال دانش و رفتار مرتبط با آن‌ها را فراهم می‌کند».

گفتمان‌سازی

گفتمان‌سازی به معنای فراگیر کردن و عمومیت بخشیدن به یک مفهوم، معرفت و اندیشه در بین مخاطبان است؛ به گونه‌ای که به سبب فضای فکری به وجود آمده، همه در آن فضا می‌اندیشند، پیرامون آن با یکدیگر حرف می‌زنند و تبادل گفتار و معنا می‌کنند، جهت می‌گیرند، به آن معتقد می‌شوند و طبق آن رفتار، و نسبت به آن مطالبه‌گری می‌کنند، و سبب تولد و توسعه دانش‌ها می‌شوند (شبدینی پاشاکی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰).

گفتمان‌سازی فرهنگی

منظور از گفتمان‌سازی فرهنگی، فرایندی زمان‌بر در جهت اقتناع فطری مخاطبان نسبت به یک ساختار معرفتی پیرامون موضوعی خاص یا منظومه فکری خاص یا یک اندیشه نظام‌مند

به گونه‌ای که یک زبان مفاهمه و یک نظام بازنمایی از مجموعه منسجمی از معانی را ایجاد کند و در نگرش‌ها و رفتارهای افراد تغییر لازم را ایجاد نماید.

فرهنگ^۱: طبق تعریف تایلور، فرهنگ عبارت است از مجموعه پیچیده‌ای که در بر گیرنده دانستی‌ها، اعتقادات، هنرها، اخلاقیات، قوانین، عادات، آداب و رسوم و هرگونه توانایی دیگری است که انسان به‌عنوان عضوی از جامعه به دست می‌آورد (singer, 1996: 527).

منظور از گفتمان‌سازی فرهنگ نهادی در سطح سازمان، عبارت است از مجموعه شیوه‌هایی که باعث فراگیری و عمومیت بخشیدن به شناخت، تفکر، تعلق و عمل به فرهنگ نهادی (فرهنگ ارزش محور، قانون محور، محیط محور، انسان محور و راهبردمحور) در بین کارکنان سازمان می‌شود.

فرهنگ عبارت است از مجموعه باورها، نگرش‌ها و رفتارها (شاین^۲، ۱۹۹۲: ۱۰). آلن بیرو (۱۳۷۰: ۳۱-۳۲)، باورها را آن دسته از اندیشه‌های دینی یا ایدئولوژیک می‌داند که در حیات و رفتار جمعی تأثیر می‌گذارند.

نگرش‌ها علائق، امیال، دلبستگی‌ها، برتری‌ها و وظایف، تعهدات اخلاقی، آرزوها، خواسته‌ها، نیازها، نفرت‌ها، و بیزاری‌ها نسبت به بسیاری از جهت‌گیری‌های انتخابی است (محسنیان راد، ۱۳۷۵: ۴).

رفتارها عبارت است از هر گونه عمل، پاسخ، یا عکس‌العمل اعم از بدنی، حرکتی، شفاهی و یا تجربه ذهنی که از یک فرد، نظام، یا مجموعه خاص بروز می‌کند (محسنی، ۱۳۷۹: ۲۲).

الگو

واژه الگو^۳ بیشتر به «ساخت و روابط بین عناصر یک واقعیت» توجه دارد و طرح ساده شده‌ایی است که خطوط اساسی یک مجموعه اجتماعی و نسبت‌های موجود بین آن‌ها را مشخص می‌کند (مندراس، ۱۳۴۹: ۳۷۰).

1. Culture
2. Schein
3. Pattern

مؤلفه‌های گفتمان‌سازی

هر گفتمان برای تولید و ساخته شدن نیازمند عناصر، اجزا و مؤلفه‌هایی چند است. به عبارتی عناصر چندی نیاز است تا کنار هم قرار گیرد و ماهیت گفتمانی پدیده‌ای را شکل دهد. از جمله این عناصر و مؤلفه‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. مفهوم و معرفت: مفهوم و معرفت مد نظر در هندسه گفتمان، مفهوم محوری است و شبکه‌ای از مفاهیم مرتبط با آن در بازشناختن آن مفهوم محوری و ایجاد وجه تمایز با سایر گفتمان‌ها نقش ایفا می‌کنند؛

۲. اجتماع: گفتمان و اجتماع رابطه مستقیمی در ایجاد و تفسیر و توضیح یکدیگر دارند. از آنجا که اجتماع می‌تواند کوچک و محدود یا بزرگ و گسترده باشد، گفتمان نیز بر اساس گستره مخاطبانش می‌تواند به گفتمان در بین نخبگان، اقشار خاص، فراگیر و عمومی و جهانی تقسیم شود؛ [علاوه بر این می‌توان گفت برای گفتمان‌سازی به اجتماعی از مردم نیاز است که معنا ساز باشند و قابلیت درک معانی و درونی کردن آن و کنش بر اساس معانی ساخته شده را داشته باشند. می‌توان گفت اجتماع، گفتمان‌سازی را اعتبار می‌بخشد].

۳. زبان: زبان نقش اساسی در ایجاد و تفسیر گفتمان‌ها دارد و در واقع گفتمان، مطالعه زبان به عنوان پدیده اجتماعی است و در اینجا شامل هر نوع گفتار، نوشتار، کنش اجتماعی و علائم و نشانه‌های نوشتاری، گفتاری و رفتاری می‌شود. (شبدینی و دیگران، ۱۳۹۵: ۵۴)

برخی معتقدند گفتمان‌سازی مبتنی بر ویژگی‌های دیگری است. یکی تمرکز بر ایجاد شناخت و معرفتی عمیق و صحیح، و دیگری توجه به رساندن این معرفت به دل و جان مخاطب. مجموعه این ویژگی‌ها در کنار یکدیگر منجر به تحقق رویکرد گفتمان‌سازانه می‌شود و چه بسا ایجاد معرفت صحیح، خود منجر به اثرگذاری در احساسات و عواطف افراد گردد (امین خندقی و جعفرنیا، ۱۳۹۳: ۱۴۴).

عوامل گفتمان‌ساز

گفتمان پدیده‌ای تک عاملی نیست. برای اینکه گفتمان به عنوان یک نظام معنایی و در گستره خود شکل بگیرد، عوامل گوناگونی در شکل‌گیری و بارآمدن آن دخیل هستند. در ادامه

برخی از عواملی که منجر به تسلط گفتمانی خاص می‌گردد عبارتند از:

۱. عاملان سیاسی

در بررسی گفتمان، نقش عاملان سیاسی در دستیابی به ساخت و تسلط یک گفتمان دارای اهمیت ویژه‌ای است. به نظر لاکلاو و موفه ظهور گفتمان‌ها و غلبه آنها به ایفای نقش اساسی برخی از کنشگران سیاسی که در پی رهبری نزاع سیاسی برمی‌آیند بستگی دارد (قجری و نظری، ۱۳۹۲: ۷۶-۷۷). در زمانی که گفتمان غالب در دوره پهلوی گفتمان حکومت طاغوتی بود و این گفتمان در هویت بخشی به عاملان اجتماعی ناتوان و دچار تزلزل بود، طوری که امام ع فرمودند: «در مقابل انبیا، این دستگاه‌های مادیگری است که می‌خواهند که انسان را نگذارند انسان بشود؛ نگذارند بافضیلت بشود» (صحیفه امام، ج ۷، ۱۳۷۸: ۴۳)، به یکباره رهبری عالمانه و پیامبرگونه امام ع، از دل آن دوره بحرانی سربرآورد و مصداق *إِذَا تَغَيَّرَ السُّلْطَانُ تَغَيَّرَ الزَّمَانُ* (ابن شعبه حرانی، ۱۳۷۴: ۸۶) تحولات و گفتمان جدید حکومت اسلامی را رقم زد.

۲. دسترسی

لاکلاو از مفهوم قابلیت دسترسی استفاده می‌کند تا تبیین کند چگونه در طول بحران‌ها، بعضی گفتمان‌ها در قیاس با دیگر گفتمان‌ها، با استقبال و موفقیت بیشتری روبرو می‌شوند. او بیان می‌کند که اگر بحران اجتماعی به اندازه کافی شدید باشد، به طوری که سراسر نظم گفتمانی را متزلزل سازد، تنها قابلیت دسترسی کافی است تا پیروزی گفتمان خاصی را رقم زند. به عبارت دیگر، آنچه پیروزی یک گفتمان را به ارمغان می‌آورد، ویژگی‌های ذاتی آن نیست، بلکه صرفاً به این دلیل است که گفتمان، تنها ساخت نسبتاً منسجم در دنیای کاملاً آشفته دیگران است (قجری و نظری، ۱۳۹۲: ۷۸). بنابراین گفتمان با طرح نویی که در می‌اندازد قابل دسترس می‌شود. به این معنی که باید طرح و برنامه گفتمان برای جامعه مورد نظر تفسیر و ابعاد و زوایای آن تشریح گردد و بنیان آن دست به کار شوند.

۳. قابلیت اعتبار

گفتمانی که بتواند قابلیت خود را با طرح‌ریزی و کنشگری فعال کنشگران بروز دهد، در گام

بعد ایده خود را در اختیار مردم قرار می‌دهد و با اقناع آنها و هماهنگی با خواست آنها، حقانیت مورد نظر خود را اثبات می‌کند و به این ترتیب کسب اعتبار می‌کند. اعتبار مرحله‌ای است که یک گفتمان مورد پذیرش عموم قرار می‌گیرد. «کسب اعتبار نیازمند یکسری عوامل سیاسی، شبکه تولید و توزیع گفتمان، منابع زبانی و غیر زبانی است» (همان، ۱۳۴).

۴. طرد و برجسته‌سازی

گفتمان برای تسلط معنای مد نظر، به تبیین اهمیت و جایگاه آن می‌پردازد و آن را در نظرها برجسته می‌سازد. برجسته‌سازی و حاشیه‌رانی سازوکاری است که به واسطه آن گفتمان‌ها سعی می‌کنند نقاط قوت خود را برجسته و نقاط ضعفشان را به حاشیه برانند و پنهان کنند و بالعکس نقاط قوت غیر یا دشمن را کوچک شمارند و نقاط ضعف او را برجسته سازند (همان، ۸۱). امام علیه السلام برای تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی می‌فرماید: «شک نباید کرد که انقلاب اسلامی ایران از همه انقلاب‌ها جداست. هم در پیدایش و هم در کیفیت مبارزه هم در انگیزه انقلاب و قیام» (صحیفه امام، ج ۲۱: ۴۰۲). در موضوعات فرهنگی، برای اینکه یک ارزش مانند سبک زندگی نهادینه شود، لازم است برای جامعه مخاطب به درستی تبیین و اهمیت آن ذکر شود و با ابزارها و وسایل گوناگون آموزش و ارائه شود. در مقابل مشکلات و تبعات سبک زندگی غربی و غرب‌گرایی برجسته گردد.

برخی نیز معتقدند شکل‌گیری هر گفتمان، نیازمند حداقل سه عامل اساسی است که باید به شکلی در فرآیند گفتمان‌سازی منعکس شود:

حامیان و متولیان توانمند گفتمان، داشتن پتانسیل و قدرت طرح در جامعه، و قدرت تسخیر افکار عمومی (بشیر، ۱۳۹۱: ۱۱). سایر عوامل گفتمان‌ساز از دیدگاه مقام معظم رهبری علیه السلام عبارت است از:

خواص، اندیشمندان، اساتید دانشگاه، فرزندان، نخبگان علمی (بیانات امام خامنه‌ای علیه السلام، ۱۳۹۱/۹/۲۱)، رسانه‌ها، و نقش روحانیون (بیانات امام خامنه‌ای علیه السلام، ۱۳۹۰/۱۰/۱۴).

روش

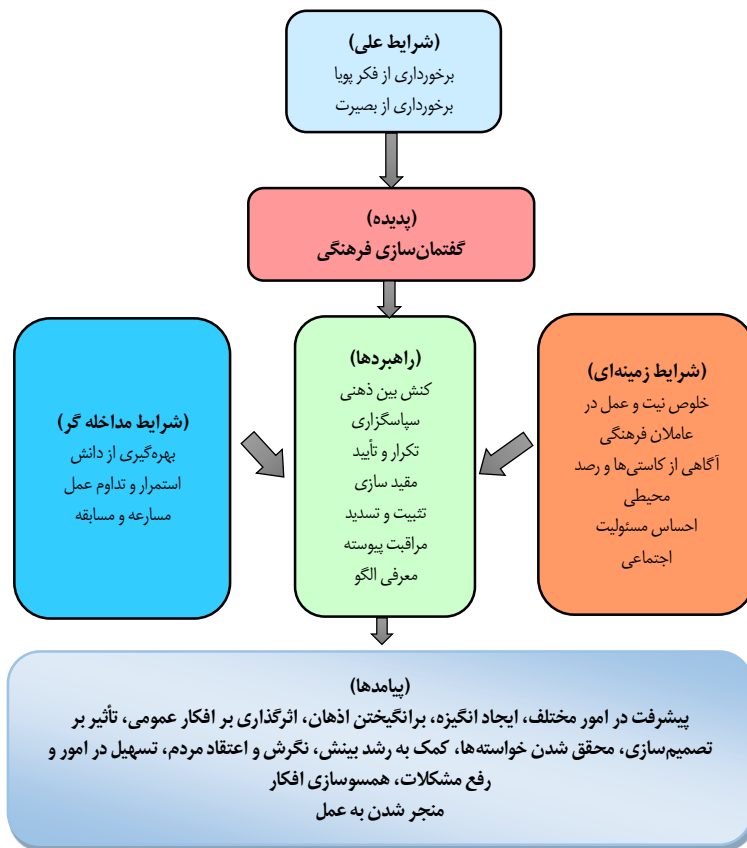
پژوهش از نوع ترکیبی به روش گراندتئوری و توصیفی — تحلیلی است. به این ترتیب که ابتدا ادبیات فنی گفتمان شامل تعاریف، مولفه‌ها و شاخص‌ها مطالعه گردید، سپس با مراجعه به کتب معتبر حدیثی، و دانش ضمنی در خصوص ائمه علیهم السلام، احادیث مرتبط شناسایی و با رویکرد

گفتمانی مفاهیم و گزاره‌ها احصاء و تدوین و در نهایت با روش گراند تئوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها از سه طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی در قالب الگویی شماتیک از درون توصیه‌ها، و رهنمودهای ائمه (ع) استخراج گردید. انتخاب نمونه از میان متون دینی، با استفاده از نمونه‌گیری نظری انجام گرفت. در نمونه‌گیری نظری، گستره جمعیت اصلی از پیش مشخص نیست، ویژگی‌های جمعیت اصلی از پیش شناخته شده نیست. حجم نمونه از پیش تعریف نشده است و نمونه‌گیری با حصول اشباع نظری پایان می‌یابد. (فلیک، ۱۳۸۷: ۱۴۱). اعتبار پژوهش کیفی، بیشتر در خصوص مقولات معنا می‌یابد. در این مرحله محقق طیف مفهومی، و مقولات اولیه و خوشه‌ای را در اختیار چند داور و کارشناس قرار داد و نظرات اصلاحی راجع به مقولات و خوشه‌ها اعمال گردید. علاوه بر آن تکرار طیف‌های مفهومی نیز بیانگر اعتبار بیشتر مفاهیم و مقولات است.

یافته‌ها (اجزای الگوی گفتمان‌سازی در روایات)

پیشوایان معصوم (ع)، در انجام رسالت و مأموریت الهی خود، فراتر از بیان معارف، تعالیم و احکام و تذکرات اخلاقی، در پی تربیت و تبدیل این معارف به عمل و رفتار فردی و اجتماعی بودند. از این‌رو به گفتمان‌سازی حول این معارف و معانی مبادرت می‌نمودند. با مروری بر منابع و احادیث این بزرگان، می‌توان اجزای گفتمان‌سازی آن برهه از تاریخ را عرضه نمود. بی تردید احصاء این شاخص‌ها و ابعاد گفتمان‌سازی، چراغ راهی برای فرهنگ‌سازان و مدیران سازمان‌ها و نهادهایی است که برای تقویت فرهنگ سازمانی خود، در پی تعمیق و حفظ ارزش‌های اسلامی هستند. الگوی گفتمان‌سازی ولایت در شکل شماره یک آمده است.

شکل ۱. الگوی شماتیک گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه



شکل ۱، الگوی پارادایمی پدیده «گفتمان‌سازی فرهنگی» با بهره‌گیری از دیدگاه‌های ائمه معصومین علیهم‌السلام را به تصویر کشیده است. طبق این الگوی نظری، پدیده «گفتمان‌سازی فرهنگی» به طور مستقیم ناشی از عللی چون، اندیشه‌زایی و برخورداری از فکر پویا در برنامه‌ریزی فرهنگی از یک‌سو و بصیرت است. بصیرت در گفتمان‌سازی فرهنگی، به مثابه چراغی برای هجمه نرم فرهنگی دشمن و عوامل مخمل فرهنگی است که با ظاهری آراسته خود را عرضه می‌کنند. راهبردهای منتهی به گفتمان‌سازی فرهنگی می‌تواند علل و شرایط ریشه‌ای تری چون نیت و عمل صالح گفتمان‌سازان، برخورداری آنها از احساس مسئولیت اجتماعی، و آگاهی از کاستی‌ها و رصد محیطی داشته باشد. علاوه بر شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر و واسطی نیز وجود دارد که در ایجاد گفتمان‌سازی فرهنگی دخیل

می‌باشند. این شرایط عبارت‌اند از: بهره‌گیری فرهنگ‌سازان و برنامه‌ریزان فرهنگی از دانش، استمرار و تداوم عمل نزد آنها، و مسارعه و مسابقه در امور فرهنگی.

پدیده اصلی

پدیده، واژه‌ای است که به پرسش «جریان چیست؟» پاسخ می‌دهد؛ و به دنبال شناسایی پدیده‌ها، یعنی به دنبال دیدن شکل‌های تکرارشونده رویدادها یا اعمال و افعال و تعامل‌هایی است که نماینده چیزی است که افراد به تنهایی یا جمعی، هنگامی که خود را در موقعیتی می‌یابند، در پاسخ به آن موقعیت بر زبان می‌آورند یا انجام می‌دهند (استراوس و کورین، ۱۳۹۵: ۱۵۲). پدیده اصلی پژوهش، «گفتمان‌سازی فرهنگی» است. که شامل معانی و مفاهیمی است که منجر به ایجاد تغییر در باورها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد می‌گردد. پدیده اصلی پژوهش حاضر، «گفتمان‌سازی فرهنگی» است که لایه‌های باورها، نگرش‌ها و رفتارهای افراد را در بر می‌گیرد.

۴/۲ شرایط علی گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه (ع)

شرایط علی گفتمان‌سازی، علی است که پدیده مورد اکتشاف از آن‌ها ناشی می‌شود (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۱۰۰). عمده‌ترین شرایط علی گفتمان‌سازی فرهنگی از دیدگاه ائمه (ع) به قرار زیر است:

جدول ۱. مقوله‌های مربوط به شرایط علی مؤثر در راهبردهای پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی

ردیف	گزاره	منبع	طیف مفهومی	مقوله مقوله خوشه‌ای	مقوله مقوله هسته
۱	پیامبر (ص): يَا عَلِيُّ مِنْ صِفَاتِ الْمُؤْمِنِ أَنْ يَكُونَ جَوَّالَ الْفِكْرِ	(مجلسی، ج ۶۴، ۱۴۰۳: ۳۱۰)	جولان فکر	اندیشه زائی	گفتمان سازی فرهنگی
۲	امام علی (ع): إِذَا احْتَجَّتْ إِلَى الْمَشُورَةِ فِي أَمْرٍ قَدْ طَرَأَ عَلَيْكَ فَاسْتَبَدَّ بَدَايَةَ الشَّبَانِ فَإِنَّهُمْ أَحَدُ أَذْهَانِ وَأَسْرَعُ حَدَسَا	(شرح نهج البلاغه، ج ۲۰، ۱۳۷۸: ۳۳۷)	مشورت با افراد تیز ذهن		

بصیرت	بصیرت	(کلینی، ج ۱، ۱۴۲۹: ۴۳)	امام صادق «ع:» «الْعَامِلُ عَلَىٰ غَيْرِ بَصِيرَةٍ كَالسَّائِرِ عَلَىٰ غَيْرِ الطَّرِيقِ لَا يَزِيدُهُ سُرْعَةُ السَّيْرِ إِلَّا بُعْدًا	۳
	فرب چرب زبانی دشمن را نخوردن	(لیثی واسطی، ۱۳۷۶: ۵۱۹)	امام علی <small>علیه السلام</small> : لَا تَغْتَرَبَنَّ بِمُجَامَلَةِ الْعَدُوِّ فَإِنَّهُ كَالْمَاءِ وَ إِنْ أُطِيلَ إِسْحَانُهُ بِالنَّارِ لَمْ يَمْنَعْ مِنْ إِطْفَائِهَا	۴

۴-۱. اندیشه‌زائی

گفتمان فرهنگی بدون نواندیشی، بازاندیشی و زایش فکری و به تفکر واداشتن مخاطب، به منصفه ظهور نمی‌رسد؛ از این رو اسلام به اندیشه‌ها سمت و سوی مثبت می‌دهد و دوست می‌دارد پیروانش با فکر زاینده و تحول‌آفرین به تعاطی اندیشه‌ها بپردازند و با رویکردی نوین، با مسائل فرهنگی زمان مواجه شوند.

فرهنگ اسلام در حوزه خلاقیت و نوآوری و اندیشه‌زائی، به توصیه بسنده نکرده و در این مسیر، راه مشاوره را باز گذاشته و دستور داده است برای پخته و پربار شدن اندیشه، تولید مفاهیم و معانی ناب، با افراد مختلف به مشاوره بپردازند تا فراز و فرودهای بیشتری را تجربه کنند. بنابراین از دیگر رهیافت‌های ائمه برای گفتمان‌سازی فرهنگ جامعه و محیط نهادی، تولید مفهوم، ایده، اندیشه و گفتمان با بهره‌گیری از اندیشه پویا به‌خصوص با استفاده از جوانان و اعتباریابی اندیشه‌های متولد شده توسط خبرگان و افراد با تجربه است.

۴-۲. بصیرت

بصیرت از عوامل مؤثری است که به طور مستقیم در ایجاد گفتمان فرهنگی مؤثر است. بدون بصیرت نمی‌توان سخن از نهادینه کردن فرهنگ و عمومیت بخشیدن به آن به میان آورد. تاریخ زنده تشیع شاهد عادل این مدعاست؛ تاکنون بیش از بیست دولت و حکومت دینی تشکیل شده و مدتی هم به حیات خود ادامه داده است ولی به علل مختلف از جمله فقدان یا ضعف بصیرت زمامداران، مدیران و حامیان نهضت، حیات خود را از دست داده و از حرکت بازمانده و منقطع شده‌اند.

کاربرد بصیرت در گفتمان‌سازی فرهنگی، به‌خصوص آنجاست که عوامل مخمل فرهنگی با ظاهری آراسته و با لطایف گوناگون و با جمالی تصنعی و هم‌رنگ و هم‌آوا نشان دادن با رقیب؛ به منظور فریب و جذب، خود را خوش‌نام، سازنده، و حامی جلوه می‌دهد؛ اما در باطن به دنبال اشاعه فرهنگ و ارزش‌های خود و دستیابی به منافع است. بصیرت منجر به شناسایی و مقابله با هجمه نرم دشمن می‌گردد.

۵. شرایط زمینه‌ای گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه (ع)

جدول ۲. مقوله‌های مربوط به شرایط زمینه‌ای مؤثر در راهبردهای پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی

ردیف	حدیث/گزاره	منبع	طیف مفهومی	مقوله خوشه‌ای	مقوله هسته
۱	پیامبر ﷺ: یا اباذر!...أخلص العمل فإن الناقد بصير	مشکینی اردبیلی، ۱۳۸۲: (۳۳۵)	عمل خالص	خلوص نیت و عمل	گفتمان‌سازی فرهنگی
۲	پیامبر ﷺ: إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَى صُورِكُمْ وَ أَعْمَالِكُمْ وَ إِنَّمَا يَنْظُرُ إِلَى قُلُوبِكُمْ وَ نِيَاتِكُمْ	(محمد بن محمد بن حیدر شعیری، ۱۳۶۳: ۱۰۰)	نقش نیت و قلب		
۳	امام علی (ع): أَفْضَلُ الْمُلُوكِ مَنْ حَسَنَ فِعْلَهُ وَ نَيْتَهُ وَ عَدَلَ فِي جُنْدِهِ وَ رَعِيَّتِهِ	(تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۲۰۷)	عمل و نیت پسندیده		
۴	امام صادق (ع): الْمُؤْمِنُ أَحْوَى الْمُؤْمِنِ كَالْجَسَدِ الْوَاحِدِ إِنْ اشْتَكَى شَيْئاً مِنْهُ وَجَدَ أَلَمَ ذَلِكَ فِي سَائِرِ جَسَدِهِ وَ أَرْوَاحِهِمَا مِنْ رُوحٍ وَاحِدَةٍ	(مجلسی، ج ۵۸، ۱۴۰۳: ۱۴۸)	همدردی مؤمنان نسبت به هم	احساس مسئولیت اجتماعی	
۵	حضرت عیسی (ع): بِحَقِّ أَقُولُ لَكُمْ مَنْ نَظَرَ إِلَى الْحَيَةِ تَوَمَّ أَحَاهُ لَتَلَدَّعَهُ وَ لَمْ يَحْدَرْهُ حَتَّى قَتَلْتَهُ فَلَا يَأْمَنُ أَنْ يَكُونَ قَدْ شَرِكَ فِي دَمِهِ	(ابن شعبه حرانی، ۱۳۷۴: ۵۰۴)	مسئولیت در قبال برادر		

آگاهی از کاستی‌ها و رصد محیط فرهنگی	عدم غفلت از آمادگی‌های لازم	(ابن بابویه، ج ۴، ۱۴۱۳: ۴۰۶)	امام علی <small>علیه السلام</small> : اِنَّ مَنْ عَرَفَ الْاَيَّامَ لَمْ يَغْفُلْ عَنِ الْاِسْتِعْذَادِ	۶
	آگاهی و دوری از غافلگیری	(نهج البلاغه، ۱۳۷۹: ۵۱)	امام علی <small>علیه السلام</small> : وَاللَّهِ لَا اَكُونُ كَالصَّبْعِ تَنَامَ عَلَيَّ طُولَ اللَّيْلِ حَتَّى يَصِلَ إِلَيْهَا طَالِبُهَا وَ يَخْتَلِمُهَا زَاوِدُهَا	۷
	آگاهی از کاستی	جمال الدین خوانساری، ج ۶، ۱۳۶۶: ۴۸	امام علی <small>علیه السلام</small> : مِنْ كَمَالِ الْإِنْسَانِ وَوُفُورِ فَضْلِهِ اسْتِشْعَارُهُ بِنَفْسِهِ التُّقْصَانَ	۸
	راضی نبودن به وضع موجود	(حرانی، ۱۳۷۴: ۲۰۸)	امام باقر <small>علیه السلام</small> : وَ لَا مُصِيبَةَ كَاسْتِهَاتِيكَ بِالذَّنْبِ وَ رِضَاكَ بِالْحَالَةِ الَّتِي أَنْتَ عَلَيْهَا	۹

شرایط زمینه‌ای مجموعه خاصی از شرایط اند که در یک زمان و مکان خاص جمع می‌آیند تا مجموعه اوضاع و احوال یا مسائلی را به وجود آورند که اشخاص با عمل/تعامل‌های خود به آن‌ها پاسخ می‌دهند (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۱۵۴). از جمله شرایط زمینه‌ای مؤثر در گفتمان‌سازی فرهنگی از نگاه ائمه علیهم السلام عبارت‌اند از:

۵-۱. خلوص نیت و عمل

یکی از پایه‌ای‌ترین اجزایی که یک گفتمان را به بار می‌نشانند، برآمده از احادیث ائمه، خلوص نیت و عمل است. خالص‌سازی عمل یک اصل کلی در مکتب تربیتی اسلام است که در پرتو آن می‌توان به همه امور سمت و سوی الهی داد، و به مثابه اکسیری به هر مقوله مادی رنگ خدائی بخشید. خالص شدن عمل از اغراض فرومایه، و اختصاص یافتن آن به خدای متعال، در گفتمان‌سازی، استحکام عمل و ادامه یافتن و نیکو شدن گوهر آن دارای نقش بی‌بدیلی است. آنچه به عاملان گفتمان در سازمان‌ها و نهادها، نفوذ کلام و اثرگذاری بیشتری هدیه می‌کند، هدف خالص و نیت الهی در امور است.

۵-۲. احساس مسئولیت اجتماعی

اسلام دینی جمعی است. در گفتمان‌سازی فرهنگی معصومین (ع)، اجتماع و توجه و حساسیت نسبت به دیگران، و احساس مسئولیت در قبال جمع، جایگاه ارزشمندی دارد. بنابراین یک بعد فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه (ع)، اجتماع‌گرایی و احساس مسئولیت در قبال دیگران و تشویق به این امر است.

۵-۳. آگاهی از کاستی‌ها و رصد محیط فرهنگی

از جمله زمینه‌هایی که برای گفتمان‌سازمانی فرهنگی لازم است، آگاهی گفتمان‌سازان از نقاط ضعف و آسیب‌ها، رصد محیطی، و استفاده از فرصت‌های پیش رو، با بهره‌گیری از آمادگی لازم است.

آنچه امروزه فرهنگ‌سازان و فرهنگ‌یاران در انجام وظایف خویش در گسترش فرهنگ به آن نیازمند هستند، رصد مستمر تحولات فرهنگی محیط پیرامون، پالایش کژزیست فرهنگی و کژراهه‌های موجود در مسیر پیاده‌سازی فرهنگ است. برای ساخت گفتمان در عرصه فرهنگ، پایداری و همت مضاعف، جهاد علمی و کمال‌جویی، و نارضایتی از وضع موجود لازم است. کسی که به وضع موجود راضی و به آن خوشحال است، هرگز در خود احساس نیازی برای حرکت و دستیابی به معرفت نمی‌کند.

۶. شرایط مدخله‌گر مؤثر در گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه (ع)

جدول ۳. مقوله‌های مربوط به شرایط مدخله‌گر مؤثر در راهبردهای پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی

ردیف	حدیث/گزاره	منبع	طیف مفهومی	مقوله خوشه‌ای	مقوله هسته
۱	امام علی (ع): دانش زندگی است	(محمدی ری‌شهری، ج ۸، ۱۳۷۹: ۳۹۳۵)	اهمیت دانش	بهره‌گیری از دانش و تخصص‌گرایی در امور	گفتمان‌سازی فرهنگی
۲	پیامبر اسلام (ص): مَنْ عَمِلَ عَلَىٰ غَيْرِ عِلْمٍ كَانَ مَا يَفْسِدُ أَكْثَرَ مِمَّا يَصْلِحُ	(حرانی، ۱۳۷۴: ۳۹)	نقش دانش در سرانجام کارها		
۳	امام صادق (ع): يَقُولُ لَا	(حر عاملی، ج	پذیرش کار		

		بر اساس توان	۱۶، ۱۴۰۹: (۱۵۸)	يُنْبَغِي لِلْمُؤْمِنِ أَنْ يَذِلَّ نَفْسَهُ قَبْلَ لَهُ وَ كَيْفَ يَذِلُّ نَفْسَهُ قَالَ يَتَعَرَّضُ لِمَا لَا يُطِيقُ	
استمرار و تداوم		آثار عمل مداوم	تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۵۹۰	امام علی <small>علیه السلام</small> : من يعمل بیزدد قوه، من يقصر في العمل بيزدد فترة	۴
		استمرار عمل	(شیخ حر عاملی، ج ۶، ۱۴۰۹: (۱۸۶)	پیامبر <small>صلی الله علیه و آله</small> : و عليك بتلاوة القرآن على كل حال	۵
		تلاوت مداوم قرآن	(شیخ حر عاملی، ج ۶، ۱۴۰۹: (۱۹۸)	امام صادق <small>علیه السلام</small> : الْقُرْآنُ عَهْدُ اللَّهِ إِلَيَّ خَلْقِهِ... وَ أَنْ يَقْرَأَ مِنْهُ فِي كُلِّ يَوْمٍ خَمْسِينَ آيَةً	۶
مسارعه و مسابقه		سرعت در انجام تکالیف	(العروسی، الحویزی، ج ۱، ۱۴۱۵: (۳۸۹)	امام علی <small>علیه السلام</small> : سارعوا الى أداء الفرائض	۷
		شتاب در بهره گیری از فرصت و کار نیک	(مجلسی، ج ۷۵، ۱۴۰۳: (۱۲۱)	امام حسین <small>علیه السلام</small> : أَيُّهَا النَّاسُ نَافِسُوا فِي الْمَكَارِمِ وَ سَارِعُوا فِي الْمَغَانِمِ وَ لَا تَحْتَسِبُوا بِمَعْرُوفٍ لَمْ تَعْجَلُوا	۸
		سابقون	(شیخ مفید، ۱۴۱۳: ۲۹۸)	پیامبر <small>صلی الله علیه و آله</small> : ذلك على <small>عليه السلام</small> و شيعة هم السابقون الى الجنة، المقربون من الله بكرامته لهم	۹

وقتی صحبت از شرایط مداخله‌کننده به میان می‌آوریم یعنی اینکه تأثیر موجبات علی و زمینه‌ای خاص، با چه عوامل عمومی محیطی تعدیل می‌شوند؟ (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۱۰۰).

برخی از شرایط مداخله‌گر مؤثر در گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه علیهم السلام به قرار زیر است:

۶-۱. بهره‌گیری از دانش و تخصص‌گرایی در امور

یکی دیگر از ارکان گفتمان‌سازی، بهره‌گیری از دانش است. با بهره‌گیری از علم، می‌توان معانی، ارزش‌های فرهنگی، ایده‌ها، و حتی تجربیات مهارتی را به دیگران آموزش داد و انسان‌ها را برای زیستن در اجتماع، موفقیت در امور و بروز شایستگی‌ها آماده ساخت. طبق آموزه‌های اسلامی، بدون دانش، معرفتی شکل نمی‌گیرد، باوری بارور نمی‌گردد و گفتمانی استوار نمی‌شود. گفتمان‌سازی فرهنگی، بدون دانش تخصصی و استفاده از اندیشمندان خبره میسر نیست. طبق گفته معصوم (ع)، اگر افرادی، بدون شایستگی و تخصص لازم دست به کاری بزنند در معرض سقوط قرار می‌گیرند.

۶-۲. استمرار و تداوم

استمرار و تداوم عمل، رکن اصلی تعمیم یک گفتمان است. اندیشه و عمل، هنگامی بارور و نتیجه‌بخش می‌شود که ادامه یابد؛ عملی که زمانی شخص عامل به پا دارد و زمانی دیگر فرو گذارد، فایده‌ای برای او ندارد و تنها بر ناتوانی او می‌افزاید. و این بدان جهت است که ترک عمل گاه به تبلی و نومیدی می‌انجامد، همان‌گونه که ادامه دادن آن سبب شادی و شور و نیرو و تلاش می‌شود

از جمله اعمالی که مقوم ایجاد گفتمان‌های ارزشی است، تلاوت قرآن و انس با آن می‌باشد. از این‌رو پیامبر (ص) و اهل بیت (ع) با تأسی به قرآن و تشویق به تلاوت آن و ارتباط و انس با آن، به ترویج فرهنگ دینی همت می‌گماردند.

۶-۳. مسارعه و مسابقه

سبقت و سرعت، شاهراه گفتمان‌سازی است؛ اسلام از راه امر به ایجاد مسارعه و مسابقه در امور ارزشی، به گفتمان‌سازی می‌پردازد. در متون دینی دو کلیدواژه «مسارعه» و «مسابقه» در قالب فعل امر، مکرر استعمال شده که خود حاکی از ارزش و جایگاه آن است. «مسارعه» به معنای شدت سرعت است، که در خیرات صفتی است ممدوح، و در شرور صفتی است مذموم (طباطبایی، ج ۴، ۱۳۷۴: ۲۷). «مسابقه» به معنای غلبه‌جویی در رسیدن به هدف است، به این صورت که هر یک از دو طرف مسابقه، حرکت خود را سریع‌تر

از حرکت حریفش انجام می‌دهد؛ پس در معنای مسابقه چیزی زیادتر از معنای مسارعت هست، چون مسارعت تنها به معنای کوشش در سرعت دادن به حرکت است، ولی مسابقه هم این معنا را می‌رساند و هم این را می‌فهماند که سرعت دادن باید طوری باشد که زیادتر از سرعت حریف شود (همان، ج ۱۹: ۲۹۰). روایات اسلامی، دین‌باوران را در اندیشه و عمل نیک، به سرعت و سبقت‌جویی فرا می‌خوانند و سبقت‌جویان را مقربان خاص در گاه خدا معرفی می‌کنند.

۷. راهبردهای گفتمان‌سازی فرهنگی ائمه علیهم‌السلام

جدول ۴. مقوله‌های مربوط به راهبردهای پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی

ردیف	حدیث/ گزاره	منبع	طیف مفهومی	مقوله خوشه‌ای	مقوله هسته
۱	امام علی <small>علیه‌السلام</small> : يَا بَنِي فَتَقَهَّمْ وَصِيَّتِي، وَاجْعَلْ نَفْسِكَ مِيزَانًا فِيمَا بَيْنَكَ وَبَيْنَ غَيْرِكَ، فَأُحِبُّ لِعَيْرِكَ مَا تُحِبُّ لِنَفْسِكَ، وَكَرِهَ لَهَا مَا تَكْرَهُ لَهَا، وَلَا تَطْلِمِ كَمَا لَا تُحِبُّ أَنْ تُطْلَمَ	(حرانی، ۱۳۷۴: ۷۴)	خود را مقیاس بین خود و دیگران قرار دادن	کنش بین‌ذهنی (خود را به جای دیگری گذاشتن)	گفتمان‌سازی فرهنگی
۲	امام زین العابدین <small>علیه‌السلام</small> : «يَا زُهْرِي! مَا عَلَيكَ أَنْ تَجْعَلَ الْمُسْلِمِينَ مِنْكَ بِمَنْزِلَةِ أَهْلِ بَيْتِكَ	(مجلسی، ج ۷۱: ۱۵۶)	خودی پنداشتن مسلمانان		
۳	امام علی <small>علیه‌السلام</small> : مَنْ لَمْ يَشْكُرِ الْإِنْعَامَ فَلْيَعَدَّ مِنَ الْأَنْعَامِ	(تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۶۲۹)	سپاسگزاری در نعمت‌ها	نعمت‌شماری و سپاسگزاری	
۴	امام صادق <small>علیه‌السلام</small> : شُكْرُ التَّعْمَةِ اجْتِنَابُ الْمَحَارِمِ	(کافی، ج ۲، ۱۴۲۹: ۹۵)	در عمل ظاهر کردن شکر		
۵	امام علی بن	(کلینی، ج ۲، ۱۴۲۹: ۸۱)	شکرگذاری از مردم،		

	همسنگ شکرگذاری از خدا		الحسین (ع): أَشْكُرْكُمْ لِلَّهِ أَشْكُرْكُمْ لِلنَّاسِ	
تکرار و تاکید	تکرار	(مجلسی، ج ۳۵، ۱۴۰۳: ۲۰۷)	پیامبر (ص) در خانه حضرت زهرا (ع): الصلاة الصلاة	۶
	تکرار اذکار	(نهج البلاغه، ۱۴۱۴: ۴۲۲)	امام علی (ع): الله الله فی الایتام... «الله الله فی جیرانکم»، «الله الله فی الصلاة»، الله الله فی القرآن	۷
معرفی الگوهای ثابت	تأکید بر الگو	(نهج البلاغه، ۱۴۱۴: ۴۱۷)	امام علی (ع): الا وَاِنَّ لِكُلِّ مَأْمُومٍ اِمَامًا يَقْتَدِي بِهِ وَ يَسْتَضِيئُ بِنُورِ عِلْمِهِ	۸
	نقش الگو	(نهج البلاغه، ۱۴۱۴: ۲۷۸)	امام علی (ع): اِنَّمَا مَثَلِي بَيْنَكُمْ كَمَثَلِ السَّرَاجِ فِي الظُّلْمَةِ يَسْتَضِيئُ بِهِ مَنْ وَلَجَهَا	۹
	معرفی پارسایان به عنوان الگو	(مجلسی، ج ۶۸، ۱۴۰۳: ۱۵۴)	امام صادق (ع): اِنَّا لَا نَأْمُرُ بِظُلْمٍ وَ لَكِنَّا نَأْمُرُكُمْ بِالْوَرَعِ الْمُوَاسَاةِ الْمُوَاسَاةِ لِاخْوَانِكُمْ	۱۰
	انتخاب الگو و راهنما	(فیض کاشانی، ج ۴: ۵۸)	امام صادق (ع): إِذَا كُنْتُمْ ثَلَاثَةً فِي سَفَرٍ فَأَمْرُوا أَحَدَكُمْ	۱۱
مقیدسازی به احکام	تاکید بر انجام فرائض	(نهج البلاغه، ۱۴۱۴: ۸۰۴)	امام علی (ع): إِنَّ اللَّهَ أَفْتَرَضَ عَلَيْكُمْ فَرَائِضَ فَلَا تُضَيِّعُوهَا	۱۲
	تأکید بر فریضه امر به	(کلینی، ج ۹، ۱۴۲۹: ۴۸۲)	امام باقر (ع): إِنَّ الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَ النَّهْيَ عَنِ	۱۳

		معروف	المُنْكَرِ فَرِيضَةً عَظِيمَةً بِهَا تَقَامُ	
		تأکید بر تلاوت قرآن	(شیخ حر عاملی، ج ۴: ۸۳۹)	پیامبر ﷺ: و عليك بتلاوة القرآن على كل حال
	تثبیت و تسدید	سخن استوار و سدیدانه گفتن	(کراچی، ج ۱، ۱۴۱۰: ۲۱۰)	پیامبر ﷺ: عَلَيْكَ بِالرَّفْقِ وَالْقَوْلِ السَّيِّدِ
		تأکید بر قول سدید	(کلینی، ج ۸، ۱۴۲۹: ۱۰۷)	امام صادق علیه السلام: إِنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ يَقُولُ فِي كِتَابِهِ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا
		نزدیکی سخن به راستی و درستی	(جمال‌الدین خوانساری، ج ۳، ۱۳۶۶: ۴۳۲)	امام علی علیه السلام: خَيْرُ الْأَعْرَاءِ أَبْعَدُهَا مِنَ الْهَوَىٰ وَ أَقْرَبُهَا مِنَ السَّدَادِ
		محکم کاری	(شیخ صدوق، ۱۴۰۰: ۳۸۵)	پیامبر ﷺ: إِنِّي لَأَعْلَمُ أَنَّهُ سَبِيلِي وَ يَصِلُ إِلَيَّ إِلَيْهِ وَ لَكِنَّ اللَّهَ يَجِبُ عَبْدًا إِذَا عَمِلَ عَمَلًا أَحْكَمَهُ
		خوشتن گماری	(تمیمی آمدی، ۱۴۱۰: ۱۴۴)	امام علی علیه السلام: اجْعَلْ مِنْ نَفْسِكَ عَلَى نَفْسِكَ رَقِيبًا وَ اجْعَلْ لِأَخِيْرَتِكَ مِنْ دُنْيَاكَ نَصِيبًا
	مراقبت پیوسته	نظارت بر امور	(ابن شعبه حرانی، ۱۳۷۴: ۱۴۳)	امام علی علیه السلام: وَ اجْعَلْ لِكُلِّ أَمْرٍ مِنْهَا مَنْ يَنْظُرُ فِيهِ وَ لَاتَهُ يَتَفَرِّغِ لِقَلْبِكَ وَ هَمَّكَ

عمل/تعامل‌های راهبردی، کنش‌های با‌منظور و تعمدی هستند که برای حل یک مسئله

صورت می‌گیرند و با صورت‌گرفتن آن‌ها پدیده شکل می‌گیرد (استراوس و کوربین، ۱۳۹۵: ۱۵۵). گفتمان‌سازی فرهنگی از طریق راهبردهای چندی به منصفه ظهور می‌رسد که عبارت‌اند از: کنش بین‌ذهنی، سپاسگزاری، تکرار و تأیید، مقیدسازی، تثبیت و تسدید، مراقبت پیوسته، و معرفی الگو:

۷-۱. کنش بین‌ذهنی (خود را به جای دیگری گذاشتن)

از دیگر شیوه‌های گفتمان‌سازی فکر و فرهنگ، کنش بین‌ذهنی است. کنش بین‌ذهنی وقتی اتفاق می‌افتد که فرد در تعاملات اجتماعی خود را به جای دیگران می‌گذارد. وقتی فرد خود را به جای دیگری گذاشت، ادراک بهتری از نقش شکل می‌گیرد و قبل از ارتباط با دیگران، بازاندیشی در رفتار و گفتار حاصل می‌شود. در این صورت است که فرد راضی به تضییع حقوق دیگران نمی‌شود. در نتیجه منافع دیگران نیز برای او اهمیت می‌یابد. در نهایت این امر منجر به تأثیرگذاری بهتر در محیط و دیگران می‌شود و سایرین گرایش بیشتری به فرد و دیدگاه‌های او می‌یابند و راه برای پذیرش اجتماعی هموارتر می‌گردد. و این از جمله توصیه‌های ائمه است.

۷-۲. نعمت‌شماری و سپاسگزاری

بازشماری نعمتهای الهی و سپاسگزاری در مقابل آنها، از دیگر شیوه‌ها و الگوهای گفتمان‌سازی در لسان ائمه است. اظهار نعمت در برابر منعم، هم درجه معرفت و جهان‌بینی و جهان‌شناسی توحید انسان را ارتقاء می‌بخشد و هم شعله عشق خدا را در اعماق قلب فروزان‌تر می‌کند، و هم حس شکرگزاری را تحریک می‌نماید و در نهایت منجر می‌شود که افراد به داشته‌های معنوی خود بیش از پیش وقوف یابند و با توسل به آنها، انگیزه بیشتری برای رعایت ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی بیابند.

پیشوایان و بزرگان دین نیز به تبع قرآن کریم، در خطبه‌ها، دعاها و مناجات خود، به زوایایی از نعمتهای بی‌پایان الهی می‌پرداختند تا درسی باشد برای دیگران؛ به همین دلیل مقام ناسپاسان را هم‌ردیف حیوانات محسوب می‌نمودند. در گفتمان فرهنگ اسلامی، تنها تشکر و سپاسگزاری از خداوند در برابر نعمتهایش کافی نیست، بلکه باید از کسانی که

واسطه در فیض و وسیله نعمت‌رسانی بوده‌اند نیز تشکر و سپاسگزاری نمود و حق زحمات آنها را از این طریق ادا کرد، و آنها را از این راه به خدمات بیشتر تشویق نمود.

۷-۳. تکرار و تاکید

از دیگر الگوها و شیوه‌های ثابت گفتمان‌سازی ارزش‌های دینی تکرار و تاکید است. توصیه رسول خدا به مردم در مورد حراست از مرزهای قرآن و اهل بیت علیهم‌السلام هم تکرار شده است؛ رسول خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم بارها فرمود: «انی تارک فیکم الثقلین کتاب الله و عترتی» تا رابطه قرآن و عترت را در میان مردم محکم سازد. گاهی حضرت علی علیه‌السلام به خاطر ایجاد حساسیت در مردم، الفاظی را تکرار می‌کردند.

یا فراخوانی و دعوت عمومی مردم به تقوآمداری که نوعاً در غالب خطبه‌ها و گفتارهای کوتاه و بلند سیاسی نظامی و حتی در نامه‌های امیر المومنین علیه‌السلام با جمله «اتقوا الله» همراه و حاکی از اثر سازنده آن در گفتمان‌سازی است. بنابراین برای پایداری ارزش‌های فرهنگی، تکرار مفاهیم، تعاریف، ابعاد، ویژگی‌ها، تحلیل و تبیین، امری مهم و تأثیرگذار است.

۷-۴. معرفی الگوهای ثابت

ارائه سرمشق‌های عملی و الگوهای رفتاری و اقتدا به آنها، از جمله راه‌های مطمئن گفتمان‌سازی فرهنگی، در حوزه‌های فردی، عمومی و درون‌نهادی است؛ به همین مناسبت، پیشوایان دینی در همه خصیصه‌ها، عقاید و اخلاق و رفتار، خود را به عنوان مقتدا معرفی کرده و از پیروان خود می‌خواستند تا در عبادت، عدالت، صداقت و سخاوت به آنها اقتدا کنند. از دیگر ویژگی‌هایی که در گفتمان‌سازی فرهنگی به آن نیاز است، انتخاب هادی، مدیر و رهبر برای امور فرهنگی است.

۷-۵. مقیدسازی به احکام

آنچه ائمه با توسل به آن فرهنگ دینی را عمق بیشتری می‌بخشیدند، برساخت گفتمان دینی با مقیدسازی به انجام واجبات و تکالیف الهی و ترک محرمات بود. بنابراین برای حفظ ارزش‌های فرهنگی و زنده نگه داشتن گفتمان آن، لازم است ارزش‌ها و هنجارهای دینی و فرهنگی بیش از پیش مورد تأکید قرار گیرد.

۶-۷. تثبیت و تسدید

از دیگر شیوه‌های مفید برای تبدیل یک گفتمان به گفتمان برتر، استفاده از بیان محکم، و سخن استوار و بدون خدشه و حتی محکم‌کاری در امور است. در مکتب تربیتی اهل بیت (ع) بنیه و اساس آموزه‌های دینی از مبداء تا مقصد، به صورت قوی پی ریزی و از آن به «تثبیت»، «تسدید» و «استحکام عمل» تعبیر شده است.

۷-۷. مراقبت پیوسته

دانشمندان و عارفان از دیرزمان تعقیب و مراقبت پیوسته را برای گفتمان‌سازی فکر و فرهنگ در حوزه خودسازی و جامعه‌سازی، بهترین شیوه می‌دانستند. مراقبت در دو حوزه درون‌نفسی و برون‌نفسی متصور است که از دومی به «نظارت» تعبیر می‌شود؛ با نظارت مستمر بر حسن انجام کار و جریان امور می‌توان به اهداف از پیش تعیین شده، دست یافت. از این رو، شکل نظارت در ادارات و سازمانهای اجرایی دستور مستقیم زمامداران دینی است.

۸. پیامدهای گفتمان‌سازی فرهنگی

جدول ۵. مقوله‌های مربوط به پیامدهای پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی

ردیف	حدیث / گزاره	منبع	طیف مفهومی	مقوله خوشه‌ای	مقوله هسته
۱	وقتی گفتمان‌سازی شد، آن وقت همه به این فکر خواهند افتاد و در همه یک انگیزه‌ای به وجود می‌آید	بیانات امام خامنه‌ای (عج)، ۱۳۹۵/۶/۳	انگیزه حرکت	تأثیر بر انگیزه‌ها	گفتمان‌سازی فرهنگی
۲	اگر... گفتمان‌سازی کردید، ذهن‌ها را آماده کردید، آن وقت در هنگام لازم به دردتان می‌خورد	بیانات امام خامنه‌ای (عج)، ۱۳۹۵/۴/۱۲	برانگیختن اذهان		
۳	ما امروز در مسائل... و موارد گوناگون، پیشرفتهای زیاد و مهمی داریم؛ این پیشرفتهای ناشی از گفتمان‌سازی است	بیانات امام خامنه‌ای (عج)، ۱۳۹۵/۶/۳	پیشرفت در امور مختلف	دستیابی به اهداف	

		تحقق خواسته‌ها	بیانات امام خامنه‌ای <small>داماد</small> ، ۱۳۹۴/۴/۱۳	ما اگر می‌خواهیم یک خواسته‌ای تحقق پیدا کند، قدم اول این است که این خواسته را به صورت یک گفتمان پذیرفته شده در بیاوریم	۴
	تأثیر بر برنامه ریزی و تصمیم‌سازی	تأثیر بر تصمیم‌سازی	بیانات امام خامنه‌ای <small>داماد</small> ، ۱۳۹۶/۴/۲۰	فعالیت‌های متنوع دانشجویی... تبدیل می‌شود به گفتمان، اول در محیط دانشجویی، بعد بتدریج در محیط کشور و این تبدیل می‌شود به یک عنصر تصمیم‌ساز	۵
	تأثیر بر سیر اندیشه تا عمل	رشد اندیشه و معرفت دینی	بیانات امام خامنه‌ای <small>داماد</small> ، ۱۳۸۸/۹/۲۲	این گفتمان سازی برای چیست؟ برای این است که اندیشه‌ی دینی، معرفت دینی در مخاطبان، در مردم، رشد پیدا کند. اندیشه‌ی دینی که رشد پیدا کرد، وقتی همراه با احساس مسئولیت باشد و تعهد باشد، عمل به وجود می‌آورد و همان چیزی می‌شود که پیغمبران دنبال آن بودند	۶

هر پدیده‌ای که اتفاق می‌افتد دارای پیامدها و آثار و عوارض چندی است. پیامدها یعنی اینکه مجموع موجبات علی و راهبردهای اتخاذ شده به چه آثار و نتایجی منتهی می‌شود؟ (فراستخواه، ۱۳۹۵: ۱۰۱). طبق الگوی ارائه شده، پدیده گفتمان‌سازی فرهنگی و اقداماتی که در این زمینه انجام می‌گیرد، پیامدهای مختلفی در پی دارد که به طور کلی عبارت‌اند از: تأثیر بر انگیزه‌ها، تسهیل دستیابی به اهداف، تأثیر بر برنامه ریزی و تصمیم‌سازی، تأثیر بر سیر اندیشه تا عمل انسان.

بحث و نتیجه‌گیری

مقاله حاضر با هدف ارائه الگوی گفتمان‌سازی فرهنگی با بهره‌گیری از احادیث ائمه (ع) تدوین شد. این پژوهش با روش گراندتئوری و کدگذاری باز، محوری و انتخابی و با بهره‌گیری از منابع غنی دینی و احادیث ائمه، و مشورت با اندیشمندان دین پژوه، به چهارچوب گفتمان‌سازی فرهنگ رسید. همان‌طور که اشاره شد، گفتمان‌سازی به معنای فراگیر کردن و عمومیت بخشیدن به یک مفهوم، معرفت و اندیشه در بین افراد است. برای گفتمان‌سازی مؤلفه‌های چندی از جمله مفهوم و معرفت، اجتماع و زبان لازم است. با مقایسه دیدگاه‌های اسلامی و سایر دیدگاه‌ها، مشخص می‌شود که اسلام نگاهی به مراتب عمیق‌تر نسبت به فرهنگ، مفاهیم و معانی فرهنگی و چگونگی و الگوی نشر آنها در جامعه دارد. از عواملی که به طور مستقیم در گفتمان‌سازی فرهنگی تأثیر دارد اندیشه‌زانی است. ورود به عرصه فرهنگی، نیازمند فکر نو و اندیشه متعالی است. ائمه برای پویایی فکر و اندیشه به خصوص اندیشه جوانی ارزش ویژه‌ای قائل بودند تا جایی که از جمله صفات مؤمن را برخوردار از فکر خلاق می‌دانستند. در نگاه ائمه، در فرهنگ‌سازی و نشر ارزش‌ها، دانش صرف کافی نیست، بلکه دانش توأم با بصیرت لازمه ساخت هر گفتمان ارزشی است. با بصیرت و قوه تشخیص سره از ناسره، و تشخیص ظاهر آراسته دشمن و نیات پس آن، می‌توان هجوم نرم فرهنگی دشمن را تشخیص داد و با آن به مقابله برخاست. گفتمان‌سازی فرهنگی نیاز به شرایط زمینه‌ای دارد. از جمله این زمینه‌ها خلوص نیت و عمل است و طبق بیان ائمه، برای اثرگذاری بیشتر در مردم، بایستی عاملان و هنجارفرستان خود از خلوص نیت و عمل برخوردار باشند. در گفتمان‌سازی فرهنگی، بیان اهمیت و جایگاه اجتماع و لزوم حراست از ارزش‌های آنها و تشویق دیگران به احساس مسئولیت در قبال وضعیت فرهنگی ایشان حائز اهمیت است. طبق نظر ائمه (ع)، رصد محیط فرهنگی، از عوامل زمینه‌ای دیگری است که منجر به وقوف بیشتر به ضعف‌ها و کژراهه‌های فرهنگی، و بهره‌گیری بهتر از فرصت‌ها و در نتیجه افزایش آمادگی برای مقابله با هجمه فرهنگی و دوری از غافلگیری می‌شود.

علاوه بر شرایط علی و بسترها، متغیرهای واسط و مداخله‌گر دیگری وجود دارد که شکل‌گیری گفتمان فرهنگی را محقق می‌سازد. از جمله این عوامل بهره‌گیری از دانش و تجربه بود. به این معنی که لازمه تعمیق ارزش‌ها و فرهنگ‌سازی، بهره‌گیری از دانش تخصصی و تجربیات موفق است. ائمه برای تعمیم گفتمان‌های دینی و ارزشی، بر استمرار عمل تأکید می‌نمودند. تشویق به مداومت و استمرار، یکی از شیوه‌های قوی در امر فرهنگ‌سازی به شمار می‌رود. تکنیک دیگری که از سوی ائمه برای نشر ارزش‌ها به کار می‌رفت، تشویق به سبقت‌گیری، رقابت سالم و پیشی گرفتن در امور نیک و انجام تکالیف بود، که امروزه نیز بعضاً با مشوق‌های گوناگون اجرا می‌گردد.

پژوهش حاضر در ادامه بررسی دیدگاه‌های ائمه به راهبردهای چندی برای گفتمان‌سازی فرهنگی دست یافت: از نگاه ائمه افرادی که در پی نشر ارزش‌ها هستند باید خود را به جای سایرین بگذارند؛ چرا که این امر منجر می‌شود آنچه فرد برای خود روا نمی‌دارد، برای سایرین نپسندد. به این ترتیب فرد به عنوان یک پالایشگر اندیشه قرار می‌گیرد و اگر مطلبی مفید نباشد، به دیگران انتقال ندهد. نعمت‌شماری و سپاسگزاری از دیگر راهبردهایی است که ائمه با توسل به آن انگیزه افراد جامعه را برای عمل به هنجارها و تقویت ارزش‌ها بالا می‌بردند. ائمه با تکرار مفاهیم، حساسیت و توجه جامعه را نسبت به مسائل مختلف برمی‌انگیختند و باعث می‌شدند سایرین نسبت به محیط اطراف احساس تکلیف و مسئولیت کنند. مفیدسازی، راهبرد دیگری بودی که با واداشتن مردم و صحابه برای برپایی واجب الهی و امر به معروف و نهی از منکر، منجر به عمق بخشی به معارف دینی از یک سو و اصلاح جامعه از سوی دیگر می‌شد. قول محکم و سخن استوار، از دیگر شیوه‌هایی است که ائمه بر آن تأکید دارند؛ چرا که سخن استوار همراه با سند و مدرک و پشتوانه علمی بیشتر بر دل می‌نشیند و کمتر مورد خدشه واقع می‌گردد و پذیرش اجتماعی را در پی دارد. در زبان مبارک ائمه، و در الگوی گفتمان‌سازی ایشان، به مراقبت پیوسته تأکید شده است. مراقبت از خود، اجتماع، امور و... مراقبت طبق دیدگاه ائمه آسودگی و اطمینان را به دنبال دارد. از این رو پایداری هر فرهنگی، به مراقبت مستمر بستگی دارد. از دیگر شیوه‌های گفتمان‌سازی

فرهنگی ائمه، معرفی الگوهای مرجع و ارزشی بود. الگوها اعم از امامان، پیشوایان، راهنمایان و حتی شاخص‌های برتری، نوعی آموزش غیرمستقیم برای فرهنگ‌سازی و ترویج ارزش‌ها و رفتارها به شمار می‌رفت.

در پایان پیشنهاد می‌شود الگوی ارائه شده این پژوهش مورد نقد و نظر صاحب‌نظران و اندیشمندان فرهنگی قرار گیرد. محقق بر این ادعا نیست که الگوی طراحی شده، تمامی شیوه‌های گفتمان‌سازی ائمه در زندگی و روابط فرهنگی اجتماعی حاکم بر آن دوره را به طور کامل تصویرگر است؛ بنابراین بر کارشناسان و محققان این عرصه است که سایر ابعاد، اجزا و بخش‌های زندگی و روابط ائمه که خاصیت الگویی دارند را در قالب مدل‌ها و الگوهای ترسیم نمایند و با استفاده از نظر کارشناسان در قالب گروه‌های کانونی اعتباریابی و زمینه عملیاتی شدن آن را در جامعه و در راستای تقویت ارزش‌های فرهنگی فراهم آورند. لازم است برای هر یک از ابعاد این الگو توسط متخصصین تعلیم و تربیت، جامعه‌شناسان و روان‌شناسان پیوست اجرایی و کاربردی تدوین شود. این الگو در نهایت با نوعی اولویت‌بندی، امکان اجرایی شدن در سازمان‌ها و نهادهای فرهنگی کشور و حتی سایر سازمان‌هایی که صرفاً به کار فرهنگی اشتغال ندارند را دارا می‌باشد.

کتابنامه

- ابن ابی الحديد، عبد الحميد بن هبه الله (۱۳۷۸). شرح نهج البلاغه. ابراهيم، محمد ابوالفضل، محقق). قم، كتابخانه حضرت آيت الله العظمى مرعشى نجفى رحمته.
- ابن بابويه، محمد بن على (۱۴۱۳). من لا يحضره الفقيه. (على اكبر غفارى، مصحح). قم، دفتر انتشارات اسلامى.
- استراوس، آ.، و كوربين، ج. (۱۳۹۵). مباني پژوهش كيفى. فنون و مراحل توليد نظريه زمينه‌اى. (ابراهيم افشار، مترج). تهران: نشر نى.
- امين خندقى، مقصود، جعفرنيا، فاطمه (۱۳۹۳). چگونگى گفتمان‌سازى نظريه ولايت فقيه در محتواى برنامه درسى نظام آموزش و پرورش جمهورى اسلامى ايران. مطالعات انقلاب اسلامى، ۱۱(۳۹)، ۱۳۹-۱۵۸.
- بشير، حسن (۱۳۹۱). شيوه‌هاى گفتمان‌سازى بين‌المللى: تحليل دو حادثه و دو گفتمان. مديريت ارتباطات، ۱۱(۳۱)، ۱۱-۱۳.
- بيرو، آلن (۱۳۷۰). فرهنگ علوم اجتماعى، ترجمه باقر ساروخانى، تهران، كيهان.
- تاج الدين محمد بن محمد بن حيدر شعيرى (۱۳۶۳). جامع الأخبار، قم: انتشارات رضى.
- تميمي آمدى، عبدالواحد بن محمد (۱۴۱۰). غررالحكم و درر الكلم، تصحيح سيد مهدي رجائى، قم: دارالكتاب الاسلامى.
- جمال الدين خوانسارى، محمد بن حسين (۱۳۶۶). شرح غرر الحكم، دانشگاه تهران.
- حر عاملى، محمد بن حسن (۱۴۰۹). وسائل الشيعه. قم، موسسه آل البيت عليه السلام.
- حرّانى حلبى (ابن شعبه حرانى)، ابو محمد حسن (۱۳۷۴). تحف العقول، ترجمه محمد باقر كمره‌اى، تهران: انتشارات كتابچى.
- حكيمى، محمد رضا (۱۳۸۰). الحياه. (احمد آرام، مترجم). قم، دفتر نشر فرهنگ اسلامى.
- سلطانى فر، محمد، و ايلچى، محسن (۱۳۹۵). درآمدى بر مدل گفتمان‌سازى رسانه‌اى اقتصاد مقاومتى. رسانه، ۲۷(۴)، ۲۰۱-۲۲۰.
- شبدينى پاشاكى، محمد، سرافزار، محمود، و كريمى خوشحال، على (۱۳۹۵). گفتمان‌هاى دينى، شيوه‌ها و ابزارها. قم: زمزم هدايت.
- شريف الرضى، محمد بن حسين (۱۴۱۴). نهج البلاغه، (صبحى صالح، مصحح) قم، هجرت.
- شيخ صدوق (۱۴۰۰). أمالى. بيروت، اعلمى.

- شیخ مفید، محمدبن محمد (۱۴۱۳). *الأمالی*. (حسین استاد ولی و علی اکبر غفاری، مصحح). قم، کنگره شیخ مفید.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۴). *تفسیر المیزان*. (محمدباقر موسوی همدانی، مترجم). قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- العروسی الحویزی، عبد علی بن جمعه (۱۴۱۵). *تفسیر نور الثقلین*، تصحیح سیدهاشم رسولی محلاتی، قم: اسماعیلیان.
- علی ابن ابی طالب (۱۳۷۹). *نهج البلاغه*. (محمد دشتی، مترجم). قم، مشرقین.
- فراستخواه، مقصود (۱۳۹۵). *روش تحقیق کیفی در علوم اجتماعی*. تهران، آگاه.
- فیض کاشانی، محمد بن شاه مرتضی (۱۴۱۷). *المحجة البيضاء*. قم، موسسه النشر الاسلامی.
- قجری، حسینعلی، و نظری، جواد (۱۳۹۲). *کاربرد تحلیل گفتمان در تحقیقات اجتماعی*. تهران، جامعه‌شناسان.
- کراجکی، محمد بن علی (۱۴۱۰). *کنزالفوائد*. قم، دارالذخائر.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۲۹). *الکافی*. قم، دار الحدیث.
- لیثی واسطی، علی بن محمد (۱۳۷۶). *عیون الحکم و المواعظ*. قم، دارالحدیث.
- مجلسی، محمد باقر (۱۳۰۴). *بحار الأنوار*. بیروت، موسسه الوفاء.
- محسنی، منوچهر (۱۳۷۹). *بررسی آگاهیها، نگرش‌ها و رفتارهای اجتماعی و فرهنگی در تهران*. تهران، زهد.
- محسنیان راد، مهدی (۱۳۷۵). *انقلاب، مطبوعات و ارزش‌ها*. تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- محمدی ری شهری، محمد (۱۳۷۹). *میزان الحکمه*. (حمید رضا مشایخی، مترجم). قم، دارالحدیث.
- مشکینی اردبیلی، علی (۱۳۸۲). *المواعظ العددیه*. (علی احمدی میانجی، شارح). قم، الهادی.
- مندارس، هانری (۱۳۴۹). *مبانی جامعه‌شناسی*. (باقر پرهام، مترجم). تهران، امیر کبیر.
- موسوی خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۷۸). *صحیفه امام*. تهران، موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
- هال، استیوئرت (۱۳۹۳). *معنا، فرهنگ و زندگی اجتماعی*. (احمد گل محمدی، مترجم). تهران، نشر نی.

Schein, Edgar H. (1992). *Organizational Culture and Leadership*. San Francisco, Jossey-Bass Publishers.

Singer, Milton (1996). Culture internacional, *Encyclopedia of social sciences*. 3, 527.