
تأثیر رسانه های ملی بر سرمایه اجتماعی با تأکید بر مشارکت اجتماعی

تهمینه شمس مشهدی^۱، دکتر مجید کفاشی^۲

چکیده

پژوهش حاضر با هدف شناخت تأثیر رسانه ملی بر سرمایه اجتماعی با تأکید بر مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر تهران و روشن شدن ابعاد مشارکت اجتماعی و تأثیر نوع و میزان برنامه های شبکه ۵ سیما بر ابعاد مشارکت اجتماعی در جامعه آماری ۱۰۴۷ نفر آغاز گردید. نمونه آماری این تحقیق ۴۰۰ نفر می باشد که با احتمال ریزش برخی از پاسخگویان تعداد ۳۹۰ نفر پرسشنامه کامل بدست آورده شد. روش بکار رفته در این پژوهش روش پیمایشی و ابزار گرد آوری اطلاعات پرسشنامه استاندارد برای سنجش متغیر وابسته و پرسشنامه محقق ساخته برای سنجش متغیر مستقل که شامل ۲۹ گویه و بر اساس طیف لیکرت در مقیاس ۵ درجه ای سنجیده شد. شیوه نمونه گیری، نمونه گیری تصادفی خوشه ای چند مرحله ای و آزمون های ضریب همبستگی پیرسون، آزمون رگرسیون چند متغیره آزمون t مستقل و تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شده است. نتایج نشان داد که نوع برنامه های نمایش داده شده و میزان زمان صرف شده از سوی تماشاگران بر چهار بعد (مشارکت اجتماعی) بعد آگاهی، تصمیم گیری، مشارکت داشتن و رضایتمندی تأثیر چشمگیری داشته است.

واژه‌گان کلیدی: رسانه ملی، سرمایه اجتماعی، مشارکت اجتماعی.

The Impact of the National Media on Social Capital with an Emphasis on Social Participation

Tahmina Shams Mashhadi^۱, Majid Kaffashi^۲

Abstract

This study aimed to determine the impact of the national media on social capital with an emphasis on social participation. To this effect, ۳۹۰ Iranian citizens within the age range of ۲۰ to ۳۰ living in Tehran were chosen as participants in this study in order to clarify the various dimensions of social participation and the effect of the type and time span of the programs broadcasted through Channel ۵ TV on these dimensions of social participation. The study population consisted of ۱۰۴۷ people of which ۴۰۰ were selected through multi-stage cluster sampling. However, only ۳۹۰ respondents had completed the questionnaires. This research employed a survey method to collect data using a standard questionnaire to measure the dependent variables. An expert reviewed questionnaire was constructed to measure the independent variables which consisted of ۲۹ items with ۵-point Likert-type scales. Data was analyzed using Pearson correlation coefficient, Independent t-test and ANOVA as well as Multivariate regression analysis. The results showed that the types of programs broadcasted and the amount of time the viewers spent on these programs had a significant effect on the four dimensions of social participation which were awareness, decision-making, participation and satisfaction.

Key words: national media, social capital, social participation

^۱ گروه علوم اجتماعی، دانشکده روانشناسی - علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (مسئول مکاتبات)

Email: shams279@yahoo.com

^۲ گروه علوم اجتماعی، دانشکده روانشناسی - علوم اجتماعی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

kaffashi@riau.ac.ir

^۳ Department of Social Sciences, Faculty of Psychology and Social Sciences, Roudehen Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Email: shams279@yahoo.com

^۴ Department of Social Sciences, Faculty of Psychology and Social Sciences, Roudehen Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: kaffashi@riau.ac.ir

مقدمه

امروزه پیشرفت جوامع از ابعاد مختلف علمی و فن آوری ، روندی انفجاری و غیر قابل کنترل به خود گرفته است، به گونه ای که جهان هرروزه شاهد کشف و اختراع ابزارها و وسایل ، تبیین روش ها ، ساخت ها و فرایندهایی است که بدون کاربرد آنها حل مسایل و مشکلات سازمان ها امکان پذیر نیست . بدین معنا که انسان ها ناگزیرند برای مواجهه با مسایل روز افزون و جدید سازمانی و حل آن ها ، همواره خود را با دانش و فن آوری های جدید مجهز کنند؛ رسانه ها در کنار دیگر نهادهای جامعه نقش عمده ای را در زمینه انتقال اطلاعات و به روز رسانی دانش ایفا می کنند . لازار اسفلد و مرتون معتقدند که رسانه های جمعی ، سلیقه مردم و کنش سازمان یافته اجتماعی ، کار کرد تقویت هنجارهای اجتماعی را به خوبی مطرح می کنند . رسانه ها می توانند از طریق ارائه درست و یا نادرست مطالب ، باعث جهت گیری افراد شوند و به نوعی قادر هستند که یک طرز تفکر عمومی را در جامعه ایجاد کنند . به وسیله ارائه پیام از طریق رسانه ها ، افراد عقیده فردی خود را در برابر عقیده اجتماعی (رسانه) مشاهده می کنند و در بسیاری از موارد در جهت پیام رسانه تغییر عقیده می دهند . پیام های ارائه شده از طریق رسانه ها می تواند بر میزان مشارکت اجتماعی استفاده کنندگان تأثیر گذار باشد و « مشارکت اجتماعی » بر انواع کنش های فردی و گروهی در جهت تعیین سرنوشت خود و جامعه و تأثیر گذاری بر فرایندهای تصمیم گیری درباره امور عمومی اطلاق شود. به بیان دیگر ؛ مشارکت در حوزه اجتماعی متضمن انواع فعالیت های فردی یا جمعی برای تأثیر گذاری بر تصمیم ها و سیاست های دستگاه های عمومی از سطوح پایین تا سطوح بالاتر است. همکاری مردم در انواع گروه ها ، برنامه های اجتماعی خاصه انجمن های داوطلبانه و سازمان های غیر دولتی دال بر مشارکت اجتماعی است (کائری ۱۳۷۹ ، علوی تبار ۱۳۷۹: ۵۷ رضایی ۱۳۷۵).

رسانه ها از طریق انتخاب مطلب و پخش آن در جامعه به بعضی از واقعیت های اجتماعی که به صورت جدا و مجزا در جامعه وجود دارند و احتمالاً افراد جامعه هم از وجود آن اطلاع دارند ولی اهمیت خاصی برای آن قائل نمی شوند ، جنبه اجتماعی می بخشند . به این گونه که تمام توجه افراد به آن جلب شده و همه در مورد آن گفتگو می کنند . در این حالت افراد جامعه ، موضوع انتخاب شده از سوی رسانه را یک پدیده معمولی و روزمره نمی دانند بلکه آن را پدیده ای می بینند که اهمیت انتخاب شدن را دارد . رسانه همزمان با مطرح کردن موضوع ، نگرش مثبت و یا منفی خود را نسبت به آن موضوع بیان می کند . نگرش مثبت و یا منفی رسانه در خصوص پدیده مورد بررسی باعث می شود افرادی که تا آن زمان تفکر خاصی درباره آن نداشته اند و همیشه بی تفاوت از کنار آن می گذشتند بر خود و نگرش خود را در خصوص آن مشخص کنند . از طریق ارائه رفتار مورد قبول رسانه ها ، همنوایی رفتاری نیز در جامعه تبلیغ و تشویق می شود (پورنوروز، ۱۳۸۳: ۷۹). از این رو شناخت عوامل موثر بر تقویت و یا تضعیف سرمایه اجتماعی می تواند در گسترش ابعاد سرمایه اجتماعی کمک کرده و موجب افزایش عملکرد اجتماعی و

اقتصادی افراد در جوامع شود. قصد این پژوهش شناخت رابطه بین نوع و میزان زمان تماشای برنامه های رسانه ملی (شبکه ۵ سیما) بر مشارکت اجتماعی و ابعاد مشارکت اجتماعی می باشد. برای حصول این منظور ابتدا به درک تئوریک از مفهوم رسانه، سرمایه اجتماعی، مشارکت و مشارکت اجتماعی، بدست آوریم و سپس با ابزارهای موجود به سنجش رابطه بین متغیرهای تحقیق می پردازیم.

بیان مسأله

رسانه های همگانی امروزه یکی از مهم ترین منابع تولید ارزش هایی همچون اعتماد و مشارکت اجتماعی اند. رایزمن^۱ معتقد است رسانه های همگانی در حالت ایستای دنباله روی و هم رنگی اجتماعی را خنثی می کنند و افراد را برمی انگیزاند تا شخصاً در مسائل اجتماعی درگیر شوند و در زندگی سیاسی مشارکت پیدا کنند.

بودریا^۲ هدایت را آن قدر قوی می داند که معتقد است رسانه ها قادرند فرهنگ را مانند یک شبه واقعیت، همچون یک کالا در تبلیغات تولید کنند و یک فرا واقعیت را به عنوان فرهنگ و ارزش های اجتماعی جایگزین نمایند. مشارکت اجتماعی که یکی از شاخصه های جامعه دموکراتیک و سرمایه اجتماعی است، و در واقع مشروعیت حاکمیت وقت درگیر تأمین و ثبات آن است پشتوانه ای برای حل و فصل معضلات و بحران های سیاسی- اجتماعی و امنیتی می باشد. نکته مهمی که پیرامون مسئله مشارکت اجتماعی مطرح است، مفهوم مشارکت، سطوح مختلف مشارکت و گونه های متفاوت مشارکت است؛ و به نظر می رسد که رسانه های ملی و عوامل مختلف اجتماعی در مشارکت اجتماعی افراد جامعه تأثیرگذار می باشد. «این رسانه ها علاوه بر ارائه اطلاعات مشخص، ارزش های عمده ای را نیز که هر جامعه ای در آن توافق نظر دارد به شکل مستقیم و یا غیر مستقیم منتقل می سازند» (آلموند، ۱۳۷۷: ۶۸).

انتقال ارزش ها چه به صورت مستقیم و چه به صورت غیرمستقیم، می توانند در قالب های رفتاری نماد پیدا کنند. این قالب های رفتاری کنش متقابل آدمیان را در برابر یکدیگر شکل می دهند. جامعه شناسان با کنکاش در مفهوم رفتار اجتماعی به مفهومی بس گسترده تر به نام جهت گیری رفتار اجتماعی دست یافتند که این جهت گیری رفتاری می تواند برای جامعه ای مثبت و یا منفی باشد. آن گاه که جهت گیری رفتاری جامعه ای مثبت باشد مسیر جامعه رو به کمال و تعالی خواهد بود و آن گاه که منفی باشد جامعه رو به زوال و انحطاط خواهد رفت. از آنجایی که به نظر می رسد رسانه ها می تواند بر سرمایه اجتماعی اثرگذار باشد و این اثر در برخی از نهادها ممکن است ناشی از قدرت فزاینده و تفسیر کننده اطلاعات باشند در حیات این نهادها می توانند اثر بگذارند.

^۱ Rayizman

^۲ Boudriya

رسانه های همگانی نهادهایی هستند که از یک سو هنجارها و قواعد مربوط به خود را ابداع و توسعه می دهند، یعنی قواعد و هنجارهایی که مهره های اتصال آنها به جامعه و سایر نهادهای اجتماعی به شمار می روند، و از سوی دیگر خود متقابلاً توسط جامعه تنظیم شده و تحت نظارت قرار می گیرد؛ رسانه های همگانی در جامعه وسایل و ابزار قدرت هستند، به عبارت دیگر، ابزار کنترل، مدیریت و نوآوری به شمار می روند و در عین حال می توانند جانشینی برای قوه قهریه محسوب شوند. در این پژوهش برآن شده ایم تا تأثیر متغیر مستقل (برنامه های تلویزیونی شبکه ۵ سیما) را بر متغیر وابسته (سرمایه اجتماعی، با تأکید بر مشارکت اجتماعی) به دلایل: ۱- رسانه های همگانی شرایط و زمینه را به جای استخدام نیروی انسانی، تولید کالاهای هنری و معنوی و ارائه خدمات را فراهم می سازند. ۲- در عین حال، بسیاری از صنایع وابسته مانند تجارت و بازرگانی، سازمان های تبلیغاتی، مؤسسات فیلم سازی و بسیاری دیگر از نهادها و مؤسسات اجتماعی تحت تأثیر تحولات رسانه های جمعی هستند به دنبال رابطه بین نوع برنامه های پخش شده و میزان زمان تماشای برنامه ها در بین بینندگان این شبکه هستیم.

چارچوب نظری

با توجه به دیدگاه پارسونز در قالب نظام کنشی (یک نظام اجتماعی - اقتصادی - سیاسی و نظام فرهنگی) می توان رسانه ملی را که حاوی برنامه های اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی است در این جرگه قرار داد؛ به عقیده پارسونز هر نظامی، در هر سطحی برای آنکه بقا پیدا کند باید این چهار نیاز یا پیش نیاز را برآورده کند. این چهار پیش نیاز یا «پیش شرط های کارکردی» به این شرح می باشند:

- ۱- سازگاری یا انطباق پذیری : هر نظامی باید با محیط خود انطباق پیدا کند (کرایب، ۱۳۷۸ : ۵۹).
- ۲- دستیابی به هدف : هر نظامی باید وسایلی برای بسیج منابع خود داشته باشد تا بتواند به هدفهای خود دست یابد و رضایت حاصل کند .
- ۳- انسجام یا یکپارچگی : هر نظامی باید هماهنگی درونی اجزای خود را حفظ کند و شیوه های برخورد با انحراف را به وجود آورد، به عبارت دیگر، باید خود را منسجم نگاه دارد .
- ۴- پایداری یا حفظ انگاره : هر نظامی باید تا حد ممکن خود را در حالت تعادل نگاه دارد (کرایب، ۱۳۷۸).

و از آنجا که نظریه واحدی که بتواند بین رسانه ملی (وسایل ارتباط جمعی) و سرمایه اجتماعی به خصوص میزان مشارکت اجتماعی افراد جامعه را به طور مفصل و دقیق تبیین نماید، وجود ندارد. لذا در یک چارچوب نظری ترکیبی از نظریه پردازان سرمایه اجتماعی و نظریه پردازان وسایل ارتباط جمعی (رسانه های گروهی) استفاده شده که در این پژوهش مشارکت اجتماعی شهروندان ۳۰ - ۲۰ ساله شهر تهران را با عوامل اجتماعی چون سرمایه اجتماعی، عوامل

فرهنگی و عوامل سیاسی در سطح خرد بررسی کرده؛ بنابراین، با توجه به پیچیدگی و گستردگی موضوع پژوهش حاضر، از نظریه های مشارکت اجتماعی هابرماس، کنش اجتماعی پارسونز^۱ (روشه^۲، ۱۳۷۷)، کنش منطقی فیشباین و آیزن^۳ و سرمایه اجتماعی پاتنام استفاده شده است. براساس نظریه پارسونز، افراد مشارکت جو دارای ویژگی های عام گرایی، فعال گرایی، خردگرایی و امیدوار به آینده هستند، و از آن جایی که جوانان بین ۳۰-۲۰ سال دارای نقش فعال و انفعالی هستند، می توان گفت نوع جهت گیری ارزشی در میان آنان از عوامل مؤثر بر مشارکت اجتماعی شان می باشد، الگوی موجود در محیط خانواده (مثل مشارکت اعضای آن به عنوان گروه مرجع)، و آگاهی از امکانات موجود در محیط زندگی و مزایایی که برای فرد در پی خواهد داشت (آشنایی و شرکت در تشکل ها و سازمان های غیردولتی محل زندگی) از متغیرهای مهم تأثیرگذار بر مشارکت فرد است (یزدان پناه و صمدیان، ۱۳۸۷: ۱۲۷ - ۱۴۹).

نگرش های فردی و انگیزه های درونی (شخصیتی افراد) نیز در شکل گیری رفتار مؤثر است. به این خاطر در ادامه نظریه کنش منطقی فیشباین و آیزن بررسی شده است. اقدام به یک کنش با توجه به نظریه فیشباین و آیزن تابعی از قصد و نیت رفتاری بوده که این امر وابسته به دو مقوله است: نگرش ابزاری و احساسی نسبت به آن موضوع و همچنین هنجارهای ذهنی. نخستین جزء تعیین کننده نیت رفتاری، نگرش نسبت به رفتار است که خود ناشی از کارکرد دو نوع باور: درک از فایده مندی رفتار (نگرش ابزاری) و درک از سهولت بروز آن (نگرشی احساسی) است (آیزن، ۲۰۰۵).

روش شناسی

در پژوهش حاضر روش اسنادی و کتابخانه ای برای تهیه پیشینه، مبانی نظری و چارچوب نظری؛ پرسشنامه جامع برای پیمایش و سنجش مشارکت اجتماعی که از سوی بانک جهانی به عنوان الگوی نسبتاً استاندارد در بسیاری از کشورها استفاده شده است. این پرسشنامه به همراه دیگر منابع اسنادی مرتبط مورد استفاده قرار گرفته است. واز روش پیمایشی برای مصاحبه عمیق و مصاحبه ساختمند^۲ و مشاهده استفاده شد. جامعه آماری در این پژوهش در برگیرنده کلمه شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر تهران هستند که در بازده زمانی ۱۳۹۳ مورد پژوهش قرار گرفته است. تعداد کل جمعیت در سه منطقه ۱، ۷ و ۲۰ شهر تهران براساس سرشماری سال ۱۳۹۰ عبارت است از ۱۰۴۷۳۴۴ و به تفکیک منطقه عبارت است از منطقه ۱ (یک) ۱۵۶۲۸۲ نفر، منطقه ۷ (هفت) برابر است با ۳۰۹۷۴۵ نفر و منطقه ۲۰ (بیست) برابر است با ۵۸۰۶۷۶ نفر به عبارت آماری $N = 1047344$ جمعیت کل جامعه آماری استفاده شده در این پژوهش است. به دلیل محاسبات رگرسیون تعداد جامعه زنان و مردان یکسان در نظر گرفته شده است. نمونه مورد مطالعه در این پژوهش شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال سه منطقه ۱، ۷ و ۲۰ شهر تهران درسال

۱. Parsons

۲. Rocher

۳. Fishbein & Ayzen

۱۳۹۳ می باشد. که با توجه به تفکیک جنسیت و رتبه بندی (طبقه بندی) از نظر سطح رفاه اقتصادی منطقه یک منطقه مرفه در نظر گرفته شده است که جمعیت آن عبارت است از ۷۹۷۱۹ مذکر و ۷۶۵۶۳ مؤنث، منطقه هفت به عنوان منطقه متوسط از نظر سطح رفاه اقتصادی جمعیت آن عبارت است از ۱۵۰۰۲۵ مذکر و ۱۵۹۷۲۰ مؤنث و در منطقه بیست، سطح پایین از نظر رفاه اقتصادی که جمعیت آن عبارت است از ۲۹۰۰۳۰ مذکر و ۲۹۰۶۴۶ مؤنث می باشد. شیوه نمونه گیری در این جا، نمونه گیری خوشه ای تصادفی می باشد که هر یک از این مناطق خود، دارای چندین ناحیه هستند. بدین صورت که براساس خوشه اول سه منطقه ۱، ۷ و ۲۰ شهر تهران و در خوشه دوم ناحیه های مناطق و در مرحله آخر انتخاب تصادفی بلوک های ناحیه ها است.

در این پژوهش به فراخور متغیرهای موجود از دو نوع آمار توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در قسمت آمار استنباطی که محاسبات مربوط به فرضیات پژوهش است، برای بررسی فرضیه هارابطه بین میزان مشارکت اجتماعی شهروندان و میزان زمان تماشای برنامه های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی شبکه پنج سیما به صورت مستقیم و یا غیرمستقیم و ویژگی های شهروند (جنسیت، شغل و تحصیلات) با افزایش و یا کاهش میزان مشارکت اجتماعی به دلیل آن که در سطح شبه فاصله ای هستند و به منظور مقایسه میانگین یک صفت در بین دو متغیر از آزمون t مستقل استفاده شده است. به دلیل آن که در این پژوهش از فرضیه های تفاوتی نیز استفاده شده است برای مقایسه میانگین یک صفت در بین سه گروه مستقل و بیشتر، از آزمون تحلیل واریانس یکطرفه استفاده شده است.

یافته ها

بین میزان زمان تماشای برنامه های فرهنگی شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۱-۱ خلاصه مدل رگرسیون درارتباط با برنامه های فرهنگی

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
۹,۷۶۷	.۱۴۴	.۱۴۶	.۳۸۳(a)	۱

R: میزان همبستگی بین متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های فرهنگی و متغیر وابسته مشارکت اجتماعی شهروندان به اندازه ۰/۳۸۳ نشان می دهد. ضریب تعیین (R^2) به مقدار ۰/۱۴۶ می باشد به عبارت دیگر ۱۴/۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما پوشش داده می شود.

جدول ۱-۲ آزمون ANOVA

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000(a)	۵۳,۰۲۸	۵۰۵۸,۹۱۲	۱	۵۰۵۸,۹۱۲	Regression
		۹۵,۴۰۰	۳۰۹	۲۹۴۷۸,۵۸۰	Residual
			۳۱۰	۳۴۵۳۷,۴۹۲	Total

جدول ANOVA با توجه به سطح معناداری $0/000$ که کمتر از $0/05$ است، مدل رگرسیون را تأیید می کند. سطح معناداری ارائه شده در جدول بالا با توجه به مقدار F که برابر $۵۳/۰۲۸$ و سطح معناداری کمتر از $0/01$ است که حکایت از تأیید مدل رگرسیونی است و متغیر مستقل قادر به پیش بینی تغییرات متغیر وابسته می باشد.

جدول ۱-۳ آزمون ضرایب Coefficients

سطح معناداری	t	Standardized Coefficients Beta	Unstandardized Coefficients		Model
			Std. Error	B	
.000	۲۶,۴۵۹		۱,۳۱۳	۳۴,۷۴۵	(Constant)
.000	۷,۲۸۲	.۳۸۳	.۴۸۵	۳,۵۳۴	فرهنگی های برنامه

مقدار Beta برابر $0/۳۸۳$ می باشد و قدرت تبیین آن در سطح متوسط به پایین می باشد اما تاثیر گذاری مستقیم و مثبت است و با افزایش میزان زمان تماشای برنامه فرهنگی با میزان مشارکت اجتماعی افزایش پیدا می کند به بیان دیگر می توان گفت: همبستگی بین میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی برابر با $0/۳۸۳$ و ضریب تعیین برابر با ۲۸ درصد به عبارت دقیقتر $۷/۲۸۲$ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل پوشش داده می شود. میزان بتای متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه در پیش بینی متغیر وابسته مشارکت اجتماعی به اندازه $0/۳۸$ بصورت مستقیم و مثبت می باشد به عبارتی با افزایش میزان زمان تماشای برنامه های فرهنگی شبکه ۵ سیما، مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال افزایش پیدا می کند.

بین میزان زمان تماشای برنامه های اجتماعی شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی رابطه

وجود دارد.

جدول ۱-۴ خلاصه مدل رگرسیون درارتباط با برنامه های اجتماعی

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
----------------------------	-------------------	----------	---	-------

۱	.۶۰۲(a)	.۳۶۲	.۳۶۰	۸,۵۰۷
---	---------	------	------	-------

R: میزان همبستگی بین متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های اجتماعی و متغیر وابسته مشارکت اجتماعی شهروندان به اندازه ۰/۶۰۲ نشان می دهد. ضریب تعیین (R^2) به مقدار ۰/۳۶۲ می باشد به عبارت دیگر ۳۶/۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما پوشش داده می شود. به بیان دیگر جدول بالا ضریب همبستگی ، مجذور ضریب همبستگی یا ضریب تعیین را نشان می دهد بگونه ای که میزان همبستگی بین متغیر های فوق ۰/۶۰ و در سطح بالایی می باشد همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۳۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل تبیین داده می شود.

جدول ۵-۱ آزمون ANOVA

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.۰۰۰(a)	۱۷۲,۴۱۴	۱۲۴۷۷,۶۶۸	۱	۱۲۴۷۷,۶۶۸	Regression ۱
		۷۲,۳۷۰	۳۰۴	۲۲۰۰۰,۵۶۷	Residual
			۳۰۵	۳۴۴۷۸,۲۳۵	Total

جدول ANOVA با توجه به سطح معناداری ۰/۰۰۰ که کمتر از ۰/۰۵ است، مدل رگرسیون را تأیید می کند. سطح معناداری ارائه شده در جدول بالا با توجه به مقدار F که برابر ۱۷۲/۴۱۴ و سطح معناداری کمتر از ۰/۰۱ است که حکایت از تأیید مدل رگرسیونی است و متغیر مستقل قادر به پیش بینی تغییرات متغیر وابسته می باشد.

جدول ۶-۱ آزمون ضرایب Coefficients

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.۰۰۰	۲۳,۱۱۴		۱,۲۳۶	۲۸,۵۵۷	(Constant) ۱
.۰۰۰	۱۳,۱۳۱	.۶۰۲	.۳۹۸	۵,۲۲۱	برنامه های اجتماعی

مقدار Beta برابر ۰/۶۰۲ می باشد و قدرت تبیین آن در سطح متوسط به پایین می باشد اما تاثیر گذاری مستقیم و مثبت است و با افزایش میزان زمان تماشای برنامه اجتماعی با میزان مشارکت اجتماعی افزایش پیدا می کند به بیان دیگر می توان گفت : همبستگی بین میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی برابر با ۶۰ درصد و ضریب تعیین برابر با ۳۹ درصد به عبارت دقیقتر ۳۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر

مستقل پوشش داده می شود. میزان بتای متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه در پیش بینی متغیر وابسته مشارکت اجتماعی به اندازه $0/60$ بصورت مستقیم و مثبت می باشد. به عبارتی با افزایش میزان زمان تماشای برنامه های اجتماعی شبکه ۵ سیما، مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال افزایش پیدا می کند.

بین میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی رابطه وجود دارد.

جدول ۷-۱ خلاصه مدل رگرسیون درارتباط با برنامه های سیاسی

Std. Error of the Estimate	Adjusted R Square	R Square	R	Model
۹,۰۰۰	.۲۷۱	.۲۷۳	.۵۲۳(a)	۱

R: میزان همبستگی بین متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی و متغیر وابسته مشارکت اجتماعی شهروندان به اندازه $0/523$ نشان می دهد. ضریب تعیین (R^2) به مقدار $0/271$ می باشد به عبارت دیگر ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته توسط متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما پوشش داده می شود. به بیان دیگر جدول بالا ضریب همبستگی، مجذور ضریب همبستگی یا ضریب تعیین را نشان می دهد بگونه ای که میزان همبستگی بین متغیر های فوق $0/52$ و در سطح بالایی می باشد همچنین ضریب تعیین بیانگر این است که ۲۷ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل تبیین داده می شود.

جدول ۸-۱ ANOVA آزمون

Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.۰۰۰(a)	۱۱۶,۵۳ ۳	۹۴۳۹,۱۳۰	۱	۹۴۳۹,۱۳۰	Regression ۱
		۸۱,۰۰۰	۳۱۰	۲۵۱۰۹,۹۸۵	Residual
			۳۱۱	۳۴۵۴۹,۱۱۵	Total

جدول ANOVA با توجه به سطح معناداری $0/000$ که کمتر از $0/05$ است، مدل رگرسیون را تأیید می کند. سطح معناداری ارائه شده در جدول بالا با توجه به مقدار F که برابر $116/533$ و سطح معناداری کمتر از $0/01$ است که حکایت از تایید مدل رگرسیونی است و متغیر مستقل قادر به پیش بینی تغییرات متغیر وابسته می باشد.

جدول ۹-۱ آزمون ضرایب Coefficients

Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	۲۸,۸۴۸		۱,۱۲۸	۳۲,۵۴۰	(Constant) ۱
.000	۱۰,۷۹۵	.۵۲۳	.۳۹۵	۴,۲۶۳	سیاسی برنامه

مقدار Beta برابر ۰/۵۲۳ می باشد و قدرت تبیین آن در سطح متوسط به پایین می باشد اما تاثیر گذاری مستقیم و مثبت است و با افزایش میزان زمان تماشای برنامه سیاسی با میزان مشارکت اجتماعی افزایش پیدا می کند به بیان دیگر می توان گفت : همبستگی بین میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی برابر با ۵۳ درصد و ضریب تعیین برابر با ۷۹ درصد به عبارت دقیقتر ۷۹ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل پوشش داده می شود. میزان بتای متغیر مستقل میزان زمان تماشای برنامه در پیش بینی متغیر وابسته مشارکت اجتماعی به اندازه ۰/۵۲ بصورت مستقیم و مثبت می باشد به عبارتی با افزایش میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی شبکه ۵ سیما، مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال افزایش پیدا می کند.

نتیجه گیری

در بحث سنجش تأثیر رسانه ملی (شبکه ۵ سیما) بر مشارکت اجتماعی شهروندان ۳۰ تا ۳۰ سال شهر تهران در آزمون فرض رابطه ای بین این دو متغیر (مستقل و وابسته) ، از رگرسیون چند متغیری استفاده شده است ، همبستگی بین رسانه ملی و مشارکت اجتماعی شهر وندان برابر ۰/۳۸۳ و ضریب تعیین برابر ۰/۱۴ است به عبارت دقیق تر ۱۴ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل پوشش داده می شود. میزان بتای متغیر سرمایه اجتماعی در پیش بینی متغیر وابسته به اندازه ۰/۳۸ به صورت مستقیم و مثبت می باشد . به بیان دیگر با افزایش متغیر میزان زمان تماشای برنامه های شبکه ۵ سیما ، میزان مشارکت اجتماعی شهر وندان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر تهران افزایش پیدا می کند.(باافزایش متغیر مستقل ، متغیر وابسته نیز افزایش می یابد .)

بین میزان زمان تماشای برنامه های اجتماعی شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی شهر وندان ۳۰ تا ۳۰ سال شهر تهران از رگرسیون چند متغیری استفاده شده است . همبستگی بین برنامه های اجتماعی و مشارکت اجتماعی شهروندان برابر ۰/۶۰۲ و ضریب تعیین برابر ۰/۳۶ است . به عبارت دقیق تر ۳۶ درصد از تغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل پوشش داده می شود . میزان بتای، متغیر میزان زمان تماشای برنامه های اجتماعی در پیش بینی متغیر وابسته مشارکت اجتماعی ۰/۶۰ به صورت مستقیم و مثبت می باشد به عبارت دیگر با افزایش متغیر مستقل در فرضیه دوم ، متغیر وابسته نیز افزایش می یابد .

در آزمون فرض رابطه ای بین میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی شبکه ۵ سیما و میزان مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر تهران از رگرسیون استفاده شده است . همبستگی بین میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی و میزان مشارکت اجتماعی شهر وندان ۲۰ تا ۳۰ سال شهر تهران برابر ۰/۵۲۳ و ضریب تعیین برابر ۰/۲۷ است به عبارت دقیق تر ۲۷ درصد اتغییرات متغیر وابسته مشارکت اجتماعی توسط متغیر مستقل پوشش داده می شود . میزان بتای متغیر مستقل (میزان زمان تماشای برنامه های سیاسی شبکه ۵ سیما) در پیش بینی متغیر وابسته به اندازه ۰/۵۲ به صورت مستقیم و مثبت می باشد به عبارت دیگر با افزایش متغیر مستقل متغیر وابسته افزایش می یابد. با توجه به چارچوب نظری مطرح شده در این پژوهش در مورد سرمایه اجتماعی از نظریه پاتنام در مورد بروز رفتار مشارکت جویانه واعتماد اجتماعی که یکی از وجوه بارز آن است و همچنین اعتقاد وی به وجود مناطقی که فاقد هنجارها و شبکه های مشارکت مدنی و چشم انداز عمل جمعی در آنان تیره است ، وجود دارد ممکن است تعادل اجتماعی در آینده بخش اعظم جهان را که از سرمایه اجتماعی محدودی برخوردارند ، بر هم بزند، و همچنین با توجه به نظریه پارسونز در قالب نظام کنشی و چها پیش نیازی که برای بقای هر نظامی در هر سطحی که در آن قرار دارد مطرح می کند و از نظر وی برای دستیابی به هدف ، هر نظامی باید وسایلی برای بسیج منابع خود داشته باشد تا بتواند به هدف های خود دست یابد و رضایت حاصل کند ؛ تلویزیون (رسانه ملی) می تواند وسیله مناسبی برای حصول نظر پارسونز و پاتنام باشد . از آنجایی که محتوای برنامه های رسانه ملی در قالب برنامه های اجتماعی ، اقتصادی ، سیاسی و فرهنگی مطرح ودر اختیار مصرف کنندگان تلویزیون قرار می گیرد می تواند فرضیه اول مطرح شده در این پژوهش که عبارت است از : بین میزان زمان تماشای برنامه های فرهنگی شبکه ۵ سیما و مشارکت اجتماعی شهروندان ۲۰ تا ۳۰ سال رابطه وجود دارد؛ را با توجه به میزان همبستگی حاصل از داده های آماری به اندازه ۰/۳۸۳ و مقدار F حاصل شده در جدول ANOVA که برابر با ۵۳/۰۲۸ نشان دهنده تأیید فرض اول و متغیر مستقل قادر به پیش بینی تغییرات متغیر وابسته است .

باتوجه به داده های حاصله نظریه هابرماس که سه نوع کنش را تفکیک پذیر می داند و به کنش ابزاری ، کنش راهبردی و کنش ارتباطی اشاره می کند و از نظر وی کنش راهبردی دارای موقعیت اجتماعی برای مبادله معانی بین افراد و گروه ها است و نظریه پاتنام در مورد بروز رفتار مشارکت جویانه و نظریه پارسونز و نظام کنشی آن ویکی از اعتقادات وی برای دستیابی به هدف ، هر نظامی باید وسایلی برای بسیج منابع خود داشته باشد ؛ این فرضیه با نظر این نظریه پردازان همسو و مورد تأیید قرار می گیرد .

براساس نظریه پارسونز در خصوص کنش اداری و رفتار کنشگر به واسطه ارزش ها ، نرم ها و دیگر باورها در انتخاب هدف و ابزار شکل داده می شود ؛ و تصویر ذهنی کنشگر او را در انتخاب ابزار ، جهت دستیابی به هدف هدایت می کند ، از این رو کنشگر در انتخاب ابزار جهت دستیابی

به اهداف متأثر از شرایط محیطی و عقاید و باورها و نرم‌های جاری در جامعه است. زیرا کنشگر در خلاء زندگی نمی‌کند و زندگی کنشگر متأثر از محیط است همانگونه که خود بر محیط تأثیر می‌گذارد. همچنین برای حفظ بقای نظام می‌بایست انسجام و یکپارچگی در جامعه حفظ گردد که از طریق رسانه‌های ملی و بر اساس نظریه تزریقی مک کوئیل که می‌گوید می‌توان پیام را به نحوی تزریق کرد که در قالب ذهن افراد نفوذ کند و رفتار مورد نظر را در مخاطبان ایجاد نمود تأثیرات هرچند کوتاه مدت و آنی مورد توجه است در حقیقت ویژگی این نظریه بدین صورت است که ۱- مخاطبان به طور مستقیم و بدون میانجی ساختار اجتماعی یا گروهی با رسانه‌ها در ارتباط هستند ۲- مخاطبان به صورت مجموعه همسان و یکپارچه و از نظر وزن و ارزش برابر فرض می‌شوند و سرانجام قدرت تأثیر گذاری بالایی دارند.

منابع

۱. اسدی، علی؛ مهرداد، هرمز. نقش رسانه‌ها در پشتیبانی توسعه فرهنگی؛ انتشارات پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه ایران.
۲. آزادارمکی، تقی. (۱۳۸۳). نظریه‌های جامعه‌شناسی، تهران: انتشارات سروش، چاپ سوم.
۳. آلبر، پیر؛ ژان تودسک، آندره. تاریخچه رادیو و تلویزیون (از مجموعه چه می‌دانم)؛ ترجمه جمشید ارجمند.
۴. باتامور، تی بی. (۱۳۶۸). جامعه‌شناسی سیاسی، ترجمه صبوری کاشانی، تهران: انتشارات کیهان.
۵. باتامور، تی بی. جامعه‌شناسی، سیدحسن منصور، سیدحسن حسینی کلجاهی، (۱۳۵۷)، تهران: شرکت سهامی کتاب‌های جیبی، چاپ سوم.
۶. بشیریه، حسین. (۱۳۷۸). جامعه مدنی و توسعه سیاسی در ایران، تهران: مؤسسه نشر علوم نوین.
۷. پیر، آلبر؛ ژان تودسک، آندره. (بی‌تا). تاریخچه رادیو و تلویزیون (از مجموعه چه می‌دانم)، ترجمه جمشید ارجمند، ۱۳۶۸.
۸. خرازی، رها. (۱۳۸۵). سایبر دیپلماسی. مجموعه مقالات، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
۹. دواس، دی، اس. (۱۳۷۶). پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایبی، تهران: نشر نی.
۱۰. رشیکانی، مهدی. طراحی الگوی مطلوب نظام مدیریت رسانه ملی از دیدگاه متخصصان رسانه ای کشور، فصلنامه رسانه‌ها، معاونت مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شماره ۲، تابستان ۱۳۸۶.
۱۱. رفیع پور، فرامرز. (۱۳۸۱). کندوکاوها و پنداشته‌ها، تهران: شرکت سهامی انتشار.
۱۲. ریتزر، جورج. (۱۳۷۸). نظریه‌های جامعه‌شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: انتشارات علمی، چاپ سیزدهم.

۱۳. ساروخانی، باقر. (۱۳۸۷). روش های تحقیق در علوم اجتماعی. جلد اول (اصول و مبانی)، تهران: انتشارات پژوهشگاه و مطالعات فرهنگی.
۱۴. سازگار، ژیللا. (۲۳۵۶). کارنامه ای از رادیو و تلویزیون در ایران. تهران: انتشارات رادیو و تلویزیون ملی ایران.
۱۵. ساعی، ایرج. روش های پژوهش در علوم اجتماعی (ابزارها و فنون کمی پژوهش). انتشارات بهمن برنا.
۱۶. سمیرا کلهر، عباس عبدی؛ میزان اعتماد مردم به بخش خبری رسانه ها؛ طرح پژوهشی، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه ها.
۱۷. سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. نظریه های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، (۱۳۸۱). تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ اول.
۱۸. شبستری، محمد. (۱۳۷۶). ایمان و زندگی، تهران: نشر طرح نو، چاپ اول.
۱۹. طلوعی، علی. (۱۳۸۲). در آمدی بر جامعه پذیری سیاسی مشهد، انتشارات ایواره، چاپ اول.
۲۰. عباسی آرام، مهدی. (بی تا). مقاله نقش و اهمیت رسانه ها در جامعه، دانشگاه علمی کاربردی کرمانشاه.
۲۱. عزیزآبادی، فاطمه. طراحی مدل اندازه گیری تأثیر رسانه ملی در توسعه فرهنگی، پایانه نامه دکتری، رشته مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی، دانشگاه علوم و تحقیقات.
۲۲. فاتحی، فاطمه. (۸۸-۱۳۷۸). بررسی میزان مشارکت سیاسی دانشجویان و عوامل مؤثر بر آن، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن.
۲۳. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات (سه جلد)، ترجمه چاووشیان، احمد علیقیان و افشین خاکباز، تهران: انتشارات طرح نو.
۲۴. کاظمی پور، شهلا. (۱۳۸۱). مجموعه مقالات مشارکت سیاسی زنان در کشورهای اسلامی، انتشارات علامه طباطبایی.
۲۵. کرایب، یان. (۱۳۷۸). نظریه اجتماعی مدرن از پارسونز تا هابرماس، ترجمه عباس مخبر، تهران: انتشارات آگاه.
۲۶. کرلینجر، فردان؛ پدهاوزر، لازارجی. (۱۳۸۳). رگرسین چند متغیری در پژوهش رفتاری، ترجمه حسین سرایی، تهران: نشر دانشگاهی.
۲۷. کفاشی، مجید. (۱۳۹۱). کاربرد آمار استنباطی در پژوهش اجتماعی، انتشارات جامعه شناسان.
۲۸. کفاشی، مجید. (۱۳۹۱). کاربرد آمار توصیفی در پژوهش اجتماعی، انتشارات جامعه شناسان.

۲۹. کوئن، بروس. (۱۳۸۲). مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه غلامعباس توسلی، تهران: انتشارات سمت.
۳۰. گیدنز، آنتونی. (۱۳۸۱). جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران: نشر نی، چاپ هفتم.
۳۱. محسنی، منوچهر. (۱۳۴۹). ارتباطات، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۳۲. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۵۷). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشکده علوم ارتباطات، جلد یکم.
۳۳. معتمدنژاد، کاظم. (۱۳۷۱). وسایل ارتباط جمعی، تهران: انتشارات دانشگاه علامه طباطبایی.
۳۴. میل، جان استوارت. (۱۳۸۶). حکومت انتخابی، ترجمه علی رامین، تهران: نشر نی.
۳۵. نصیحت کن، سیدبهرز. (بی‌تا). آشنایی با طرز کار سیستم های ویدئویی و تلویزیونی، دانشکده مهندسی و علوم کامپیوتر. دانشگاه شیراز.
۳۶. وبر، ماکس. (۱۳۸۴). اقتصاد و جامعه، ترجمه عباس منوچهری، مهرداد ترابی نژاد، مصطفی عمارزاده، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول.
۳۷. هابرماس، یورگن. (۱۳۸۴). دگرگونی ساختاری حوزه عمومی. ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر افکار، چاپ اول.
۳۸. هانتینگتون، ساموئل. (۱۳۷۰). سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: نشر علم.

جامعه‌شناسی مفاهیم اجتماعی در اندیشه‌های جلال‌الدین محمد بلخی (مولانا)

امیر رحیمی دادم‌رزی^۱، دکتر حبیب‌الله آقابخشی^۲

چکیده

در سال‌های اخیر مسائل اجتماعی جامعه به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های متون ادب فارسی مورد توجه قرار گرفته است و آثار ارزشمندی در این زمینه نگاشته شده است. هدف از این پژوهش تحلیل جامعه‌شناختی مفهوم عشق در اندیشه‌های جلال‌الدین محمد بلخی (مولانا) است. در تحقیق حاضر از تکنیک تحلیل محتوا برای تجزیه و تحلیل اطلاعات استفاده شده است. روش اجرا در این تحقیق به این صورت انجام شده است که پس از بررسی آثار مولانا، اندیشه‌های وی را به لحاظ جامعه‌شناختی با نظر سایر جامعه‌شناسان مورد تطبیق و تحلیل قرار گرفت. جمعیت آماری این تحقیق را آثار معروف مولانا تشکیل داده است که به صورت روش نمونه‌گیری هدفمند سه اثر مهم مولانا (مثنوی معنوی، دیوان شمس تبریزی و فیه مافیه) به عنوان نمونه آماری در نظر گرفته شده است. تحلیل‌های صورت گرفته بیان‌کننده این مطلب است که مولانا به ما می‌گوید بدون عشق زندگی اجتماعی ما به مقصود و سرانجامی نخواهد رسید.

واژگان کلیدی: عشق، جلال‌الدین محمد بلخی (مولانا)، مثنوی معنوی، دیوان شمس تبریزی، فیه مافیه

An Analysis of the Sociological Concept of Love in Jalāl ad-Dīn Muhammad Balkhī's thoughts (Mowlānā)

Amir Rahimi Dadmarzi^۱, Habibollah Ahaghabakhsi^۲

Abstract

In recent years, the study of social problems have been seen as one of the most important parts of Persian literature texts which culminated in valuable works written in this field. The aim of this study was to analyze the sociological concept of love in Jalāl ad-Dīn Muhammad Balkhī's thoughts (Mowlānā). In this study, content analysis was used to analyze the data compiled. The research method involved analyzing the works of Mowlānā and his thoughts were then compared and contrasted in terms of sociological viewpoints with other sociologists' comments. The statistical population consisted of famous works of Mowlānā from which three important works (Masnavi, Divan-e Shams-e Tabrizi and Fihi Ma-Fihi) were selected as this study's sample through targeted sampling. The results of the analysis suggests that Mowlānā is informing us that without love our social life would have no purpose or destination.

Keywords: love, Jalāl ad-Dīn Muhammad Balkhī (Mowlānā), Masnavi, Divan-e Shams-e Tabrizi, Fihi Ma-Fihi

^۱ گروه پژوهش اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودهن، تهران، ایران (مسئول مکاتبات)، ایمیل: amirrahimidadmarzi@yahoo.com

^۲ گروه پژوهش اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، واحد رودهن، تهران، ایران. ایمیل: haghabakhsiv@gmail.com

^۳ Department of Social Research, Faculty of Social Sciences, Roudehen Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding Author), Email: amirrahimidadmarzi@yahoo.com

^۴ Department of Social Research, Faculty of Social Sciences, Roudehen Islamic Azad University Tehran, Iran. Email: ahaghabakhsi7@gmail.com

مقدمه

اندیشه اجتماعی مولوی کمال‌گرا و ستایش‌گراست، او انسان را مانند قرآن و عصای موسی و نفس عیسی، مجموعه‌ای از حقایق متعالی و رمز اندر رمز می‌داند: مرغ باغ ملکوتش می‌خواند که چند روزی در کنده و زنجیر تن گرفتار آمده است: اما آنگاه که انسان را در موجودیت اجتماعی‌اش مورد ارزیابی قرار می‌دهد، او را موجود مسخ شده‌ای می‌یابد که از فطرت قدسی و عرشی خود خارج شده و به صورت دیو و دد و گرگ آدمخوار، درآمد و جواب خوبی را با بدی می‌دهد. عشق و شوریدگی مولوی و گستردگی و ژرفای اندیشه عرفانی او سبب می‌شود که برخی از خوانندگان آثارش به این نتیجه برسند که در دریای طوفانی عشق مولوی و یا در جهان سراسر سوز و گداز معنوی شاعر، به دنبال مباحث اجتماعی گشتن، و یا از مسائل ترتیبی و فکری و فرهنگی بحث کردن خطاست. مولوی به هر حال خواه به عنوان شاعری شوریده، خواه به عنوان اندیشمندی ژرف، در تمام احوال انسانی است. جامعه‌زاد و جامعه‌زی، که به گستردگی از دست آوردهای فکری و فرهنگی جامعه و علوم و معارف آن بهره‌مند شده و خود نیز، به سهم خویش، بر غنای این میراث فرهنگی افزوده است (به نقل از ستوده و همکاران، ۱۳۸۶: ۱۲۶).

مولوی در قلمرو عشق و عرفان به افق‌های بس وسیعی دست یافته است و افکار او در این زمینه، با وجود شور و شیدایی او، منسجم و گسترده و ژرفاند؛ اگر چه پذیرفتنی است که افکار و عقاید و نظریات اجتماعی او بویژه در قلمرو امور و مسائل زندگی عملی و اخلاق و رفتار اجتماعی به آن وسعت و عمق و نظام یافتگی افکار عرفانی او نیست؛ شاید ضرورتی هم نبوده است که در این مورد به سیستم سازی کامل دست زند. به عنوان مثال در مسائل اقتصادی تنها میتوان گفت که شاعر، زراندوزی را مانع پیشرفت و تعالی معنوی و آفت اعتلای اندیشه و سدی در برابر کمال یابی می‌شمارد:

بند بگسل باش آزاد ای پسر چند باشی بند سیم و بند زر

مسئله نظریات اجتماعی مولوی، مانند اغلب نظریات دیگر او، به اقتضای جهان‌بینی عرفانی شاعر جنبه خاص خود را حفظ می‌کنند؛ به بیان روشن‌تر، شاعر وارسته و آزاده منش، رسیدن مردم حق‌جو را به حقیقت از راه‌های گوناگون، مجاز و معتبر می‌داند و جنگ هفتاد و دو ملت را بیهوده می‌شمارد؛ و با تربیت و تهذیب اخلاقی و تزکیه معنوی و از خود گذشتگی و دوری از جهل و خود خواهی به دنبال حقیقت می‌گردد؛ حق‌جویی و حقیقت‌پژوهی نوع پروانه‌ای که اسباب محبوبیت شاعر را، حتی در میان دارندگان افکار و عقاید دیگر، فراهم آورده و سرانجام از او شاعری انسانی، و انسانی جهانی ساخته است (ترابی، ۱۳۸۵: ۱۲۶).

نکته عمده‌ای که در آثار او بویژه در مثنوی و غزلیات کاملاً مشهود است مربوط است به تجارب خاص او از مسایل اجتماعی و ادراک و احساسی عمیق از آنچه مربوط به مردم روزگارش و اجتماعی دورانش است. و او آنچه را که در زندگی همگانی به صورتی قابل طرح می‌دیده با دریافت حکیمانه در فحوای اشعارش نمایانده است. مصاحبت با مردم و بینش عمیق که ناشی از

احاطه بر جمیع علوم روزگارش است، امکان شناخت و شناساندن هنرمندانه تجارب زندگی اجتماعی را به وی بخشیده است. اغلب حکایات و تمثیلات و روایات برگرفته از مشهودات اوست و حجم عمده‌ای از آن، مسایلی است که غریزی و فطری آدمی است. وی پسندهای اجتماعی را مطلوب زمانه‌اش و متناسب با روحیه عامه بوده است، در اشعار خویش مطرح می‌کند. بسیاری از عقاید مولانا در مورد زنان، کودکان را می‌توان از مقوله برداشت‌های اجتماعی وی که متناسب با روحیه مردم معرف پسند آنان است، به شمار آورد (مباشری، ۱۳۸۹: ۱۰۷).

بیان مسئله

گسترده‌گی و عمق مضمون‌های اجتماعی و روانشناختی اندیشه‌های مولانا به گونه‌ای است که کمتر کسی ممکن است پس از مطالعه نوشته‌هایش شگفت زده نشود و به تحسین نکته بینی-های او نپردازد. امروز با پیشرفت شگفت‌انگیز مفاهیم و گونه‌شناسی‌ها و نظریه‌های رفتار و کردار اجتماعی، شاید جستجو به منظور یافتن معادل‌های مفهومی در اندیشه‌های مولانا برای علم جدید بی‌معنی به نظر آید؛ اما به یقین می‌توان گفت، آنچه مولانا در شناخت طبایع، اطوار، صورت‌ها و ابعاد وجودی انسان مطرح کرده است، فراتر از نظریه پردازی‌های علم جدید و قدرت تبیین‌کنندگی آن است (علی احمدی، ۱۳۹۰: ۲۳).

در همین احوالات سوالاتی مطرح می‌شود از جمله آنکه هنر و امور و مسائل فرهنگی و اجتماعی پیشینیان که خاص خود آنان و ویژه زمان و مکان آنان بوده‌اند چه تاثیری در احوال انسان‌های قرن حاضر می‌تواند داشته باشد؟ گزینش و سنجش یا مطالعه و ارزیابی جوهر اجتماعی و هنری آثاری که آفرینندگان آنها سده‌ها از ما فاصله دارند با معیارهای نوین متعلق به سده بیستم یا بیست و یکم تا چه اندازه می‌تواند منطقی و گره‌گشا و روشن‌گر باشد؟ (مباشری، ۱۳۸۹: ۲۴).

حال سوال این است که اندیشه‌های مولانا از دیدگاه جامعه‌شناختی چگونه تحلیل می‌شوند؟ لذا، در تحقیق حاضر به منظور تحلیل جامعه‌شناختی اندیشه مولانا، با در نظر داشتن گسترده‌گی مفاهیم اجتماعی در نوشته و آثار به جا مانده از ایشان که بازگو کننده وسعت اندیشه و درک والای مفاهیم اجتماعی از سوی ایشان است؛ تنها به بررسی و تحلیل جامعه‌شناختی برخی از مفاهیم اجتماعی از جمله عشق، با خود بیگانگی، صلح و انسان دوستی پرداخته خواهد شد. همچنین محقق در نظر دارد تا علاوه بر مسائل اجتماعی، طی بررسی جامعه‌شناختی اندیشه‌های حضرت مولانا برای هر یک از این مفاهیم، به مقایسه با نظریات برخی از جامعه‌شناسان کلاسیک و مدرن بپردازد. در ادامه جهت بررسی بهتر موضوع، به تبیین مبانی نظری پرداخته می‌شود.

مبانی نظری

عشق

عشق یکی از اصول و آموزه‌های اساسی در جهان بینی عرفانی اکثر عرفاست بسیاری از آن‌ها عشق را شرط اصلی در سیر و سلوک برای وصول به حق و رسیدن به معرفت و یقین می‌دانند زیرا اکسیر عشق، چنان قابلیت به جان انسان روا می‌دارد که می‌تواند تجلی‌گاه حسن یار شود و آدمی به وسیله آن به بارگاه اطمینان و آرامش دست یابد. در مکتب مولانا این مسئله از جایگاه والا و ارزشمندی در رسیدن آدمی به کمال و شناخت ذات احدیت برخوردار است (صیانتی و اسکو، ۱۳۹۴).

هر شاعر و عارف صاحب نظری از ظنّ خود تعریفی از عشق دارد؛ ولی همه پس از شرح فراوان همانند مولانا، به عجز خود در تعریف عشق اقرار و شرح حقیقی عشق را به عشق واگذار کرده‌اند: عشق را از من مپرس از کس مپرس، از عشق پرس عشق در گفتن چو ابر درفشان است ای پسر ترجمانی من و صد چون منش محتاج نیست در حقایق عشق خود را ترجمان است ای پسر (غزلیات مولانا، ج ۳: ۱)

مولانا در حالات انسانی، مفهوم عشق را چنین بیان می‌کند:

در ننگجد عشق در گفت و شنید عشق دریایی است عمقش ناپدید

یا

هر چه گویم عشق را شرح و بیان چون به عشق آیم خجل گردم از آن

و

چون قلم اندر نوشتن می شتافت چون به عشق آمد قلم بر خود شکافت (راسل) عشق را تجربه ای می‌داند که در آن تمام وجود آدمی مانند گیاهی که پس از دوران خشکی بر آن باران ببارد، تروتازه می‌شود. (هزلو) عشق را اشتیاق و محبت همراه با لذت، شادی، رضایت و احساس غرور و حتی وجد و شغف از برخوردار بودن از این احساس می‌داند. آنچه در قالب واژگان و عبارات از عشق بیان می‌شود، تنها انسان را از حقیقت عشق دور می‌کند. عشق لطیفه‌ای غیبی است که در مکتب و مدرسه کسب نمی‌شود؛ بلکه چشمه‌ای است که با عنایت معشوق از میان جان عاشق می‌جوشد:

ای بی خبر از ساختن و سوختنی عشق آمدنی بود نه آموختنی

(رباعیات، ج ۸: ۳۱۶)

با وجود این، انسان‌ها می‌خواهند از عشق بدانند و شنیدن حدیث عشق از زبان مولانا، سالک مقام عشق، حلاوتی دگر تصوف خراسان که از ساده ترین شکل زهد آغاز دارد؛ چون جمع بزرگی از محققان، نظیر شفیع کدکنی معتقدند: «تصوف خراسان که از ساده ترین شکل زهد آغاز می‌شود، در مولوی به اوج می‌رسد» (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۲: ۵۴۸). همچنین عشق را پایه اصلی

و طریقه عرفانی مولوی و غزلیات آتشین مولوی که را یک پارچه عشق و جذب و حال دانسته اند (همایی، ۱۳۷۶: ۸-۹).

نگاه مولانا و دیگر بزرگان اهل تصوف به عشق، همان نگاه اهل شریعت به مذهب با برخورداری از جلوه‌های عمیق احساسی است: «عرفان نگاه هنرمندانه و جمال‌شناسانه نسبت به دین است» (شفیعی کدکنی، ۱۳۹۲: ۳۸). این اندیشه، رکن اصلی سیر و سلوک عارفانه است که در تمهیدات/نیز چنین تشریح شده است: «ای عزیز به خدا رسیدن فرض است و لابد هر چه به واسطه آن به خدا رسد فرض باشد به نزدیک طالبان، عشق بنده را به خدارساند، پس عشق از بهر این معنی فرض راه آمد» (عین القضاة، ۱۳۹۲: ۹۷). مولانا نیز با چنین نگرشی در اشعار خود از عشق به عنوان مذهب و دین خود نام می‌برد:

خرد ندارد و حیران شود ز مذهب عشق اگر چه واقف باشد ز جمله مذهب‌ها

(غزلیات، ج ۱: ۱۴۶)

گر تو اندر دین عشقی، بر ملامت دل بنه و از فسوس و تسخر دشمن مکن رو را گران

(غزلیات، ج ۴: ۲۰۹)

مولانا یک بار می‌شنود که عشق به او می‌گوید که وی خود آتشی بود که یاد عشق او را افروخت. اما صورت خیال دلپسند او، این وضعیت را وارونه وصف می‌کند:

من نکردم جلدیی با عشق او کان آتشش آب کردی مر مرا گر سنگ خارا بودمی

(۲۷۸۵د)

شعله‌ی نامیرای عشق الهام بخش اوست، و این شعله مانند خورشید می‌تواند هزاران خورشید جهان مادی را بسوزاند. با این همه، مولانا از سوختن در آتش لذت می‌برد، زیرا جان او همچون سمندر است که بی‌آتش نمی‌تواند زندگی کند. درست مانند داستان ابراهیم در قرآن (سوره ۲۱ آیه ۶۱) این آتش بر عاشق «بردا و سلاما» (سرد و خوش) می‌شود، گویی در گلستان مسکن دارد. بالاتر از این عشق هر خیال و هر صورتی را می‌کشد، و به این ترتیب نقص‌ها و عیب‌های انسان را فانی می‌سازد. و در نتیجه خاری باقی نمی‌ماند، و همه چیز به گلستان تبدیل می‌شود.

در تصویر زیبایی، مولانا عشق را به برق تشبیه می‌کند که بارقه‌ی آن ابری را که چهره‌ی ماه را پوشانده است می‌سوزاند، و هر حجاب و پرده‌ای که چهره‌ی ماه‌وش معشوق را پوشانده باشد از میان می‌برد. مولانا هر مقدار صور خیال متنوع برای «بیان» عشق به کار می‌برد، این صورت یک وجه مشترک دارند: همه کارها و اعمالی که توصیف می‌شود از جانب عشق، از منبع الهی شروع می‌شود، عشق بازی است که طعمه را می‌رباید، شیر درنده است، موج است، شاه است که شهر را در حصار می‌گیرد، مطرب است، ساقی است، آتش او با رنده است و مادر مهربان و شفیق است. مولانا که خویشتن را یکسره به این قوه و نیروی الهی سپرده است. عشق خدا را در ظرف شکونده دل احساس می‌کند:

ای عشق که از زفتی در چرخ نمی‌گنجی چون است که می‌گنجی اندر دل مستورم

درخانه دل در جستی، در را ز درون بستی
مشکات و زجاجم من یا نور علی نورم
عاشق که با این نور روشنی و فروغ یافته در می‌یابد که همه چیز به جمال و جلال اشاره دارد.
جلالی و جمالی که چشم آدمی قادر به رویت آن نیست و اندیشه آدمی به درک آن نائل
نمی‌شود، زیرا غیرت عشق ذات را در پشت حجاب گل‌ها و بلبل‌ها پنهان می‌کند.

با خودبیگانگی

عشق انسان را از خود بیگانه می‌کند. از خود بیگانگی حالتی است که در آن شخصیت بیگانه‌ای
(انسان یا مشی) در آن حلول می‌کند و انسان (غیر) را (خود) احساس می‌کند. مولوی در ابیات
زیر از خود بیگانگی انسان را در قالب (پری) ترسیم می‌کند و می‌فرماید:

چون پری غالب شود بر آدمی
گم شود از مرد وصف مردمی
"اوی" او رفته پری خود او شده
تُرک، بی الهام تازی گو شده
(در اینجا نشان داده شده است که وقتی انسان از انسانیت دور شود پری درون او حلول می‌کند.)
گاهی در اشعار مولانا از خود بیگانگی تا آنجا پیش می‌رود که دیگر فرد چیزی جز دیگری را نمی
بیند و «خود» را «او» می‌داند.

ای زندگی تن و توانم همه تو
جانمی و دلی ای دل و جانم همه تو
تو هستی من شدی از آنی همه تو
من نیست شدم در تو از آنم همه تو
گاهی در اشعار مولانا شخصی همه چیز را مشخص می‌بیند در ابیات زیر زلیخا همه چیز را
یوسف می‌بیند:

آن زلیخا از سپندان تا به عود
نام او در نامها مکتوم کرد
صد هزاران نام گر بر هم زدی
گرسنه بودی چو گفتمی نام او
تشنگیش از نام او ساکن شدی
نام جمله چیز یوسف کرده بود
محرمان را سر آن معلوم کرد
قصد او و خواه او یوسف بدی
می شدی او سیر و سرمست جام او
نام یوسف شربت باطن شدی

یا در جایی دیگر وقتی مجنون از رنج و دوری لیلی، رنجور شده و طبیب برای دارو کردنش آمد
دستور رگ زدن داد. مجنون به فصاد (رگ زن) گفت، مزد فصد گیر و د زیرا:

ترسم ای فصاد گر فصدم کنی
داند آن عقلی که او دل روشنی‌ست
نیش را ناگاه بر لیلی زنی
در میان لیلی و من فرق نیست

در تاریخچه^۱ استفاده از اصطلاح الیناسیون^۱ برای این منظور از هگل (۱۷۷۰-۱۸۳۱ م) به عنوان
نخستین کسی یاد شده که از این واژه استفاده و آن را وارد فلسفه نموده است (آرون، ریمون،
۱۸۸). پس از وی با تغییر معنا در رشته‌های گوناگونی چون اقتصاد، جامعه‌شناسی، و روان‌شناسی
استفاده شد (دریابندری، ۳۴۱). این واژه در زبان فارسی غالباً به کلماتی همچون «از خود

^۱ Alienation

بیگانگی»، «بی‌خویشی»، «نتاخویشتنی» ترجمه شده است. چنانکه گفته شد در غرب ادعا می‌شود که مشکل "از خود بیگانگی" برای بار اول بوسیله خردمندان همچون: فریدریش هیگل، فویرباخ، ژان ژاک روسو، کارل مارکس، ماکس ویبر و دیگران مطرح گردیده است. لیکن، پیدایی اندیشه مسخ انسان یا از خودبیگانگی را می‌توان یک هزار و چند صد سال پیشتر از غربیان، در روند رویکردهای فکری عارفان و صوفیان سرزمین خود ما اعم از: بایزید بسطامی، ابراهیم ادهم، ابوسعید ابوالخیر، خواجه عبدالله انصاری، سنایی غزنوی، مولانای بلخی ... ، مطالعه کرد.

وقوع حالت "از خود بیگانگی" در تغییر شخصیت حقیقی انسان به شبه‌اش زمانی آشکار می‌گردد که جسم ناتوان وی به نسبت موقعیت زیست اجتماعی و خانوادگی او بصورت مستقیم و غیرمستقیم زیر فشارهای موجود اشکال شعور اجتماعی و جبر جامعه قرار می‌گیرد، و انسان به گونه‌ای در دایره لجن زار "از خود بیگانگی" اسیر می‌شود. در آن مرتبه چیزی را که انسان خود خلق کرده و یا جز شایستگی‌های شخصیت وی می‌باشد، به گونه‌ای از آن دور می‌گردد. بین فیلسوفان و متفکران در تاریخ و مفهوم از خود بیگانگی اختلاف نظر وجود دارد. برخی مانند: آدریو و میلز معتقدند که الیناسیون پدیده‌ای خاص جوامع صنعتی و فوق صنعتی است. اریک فردم معتقد است تاریخ بیگانگی به دوره پیامبران عهد عتیق، زمانی که بت پرستی رایج بود و مردم مجسمه‌های ساخته دست خویش را می‌پرستیدند، بر می‌گردد. با وقوع نهضت پروتستان، بیگانگی معنای جدیدی به خود گرفت و مترادف با مرگ روحی یا معنوی، به معنای جدایی انسان از خدا به کار برده شد. روسو معتقد است طبیعت آنان آزاد توسط جامعه و نهادهای اجتماعی وجود در آن به غل و زنجیر کشیده می‌شود او معتقد است انسان آزاد است ولی به محض ورود به جامعه دچار نوعی از خود بیگانگی می‌شود هگل جهان هستی را با همه جدایی‌ها و پراکندگی‌هایش، جلوه‌ای از یک حقیقت می‌داند و بر این باور است که انسان و جهان خارج در اصل از یک گوهرند، ولی انسانی که از این معنی آگاه نباشد، جهان را مجموعه‌ای از چیزهای بیگانه از خود می‌پندارد (پلامناتز). تحلیل و تبیین مفهوم از خود بیگانگی بعد از هگل توسط هگلین چپ مثل هس و مارکس ادامه پیدا کرده است. اینان بر خلاف هگل، کانون توجه خود را از دنیای ذهنی به دنیای عینی تغییر داده و کوشیدند از خود بیگانگی را به جنبه‌های اقتصادی و زندگی اجتماعی تعمیم دهند.

پدیده از خود بیگانگی به معنای از دست دادن هویت و گسستگی شخصیت در دنیای امروز از موضوعات مورد توجه اندیشمندان چون هگل، مارکس و کافکا بوده است. برخی نیز چون هایدگر بیم اسارت انسان مدرن در چنگال تکنولوژی و باختن هویت در برابر آن را داشته‌اند. البته این امر تنها به کتاب‌ها منحصر نماند و در همان دهه‌های آغازین مدرنیته به سینما و فیلم نیز کشیده شد. فیلم تمثیل از خودباختگی انسان در برابر تکنولوژی است؛ حکایت «عصر جدید» کمدی کارگری که شخصیت خود را در پی بستن پیچ در کارخانه می‌بازد و دنیای مدرن از او موجودی می‌سازد که از خود جز بستن پیچ و مهره نمی‌شناسد.

البته باختن اصالت نگرانی جدیدی نیست و در خود ادبیات ایران از دیرباز در آثار شعری چون ناصر خسرو، سعدی و حافظ بزم از کژ رفتن و مسخ گردیدن و دور شدن از جایگاه انسان با عبارات متفاوتی بیان شده است. اما در این میان، مولانا جلال الدین محمد اهمیت خاصی دارد؛ او که از همان آغاز مثنوی اشتیاق بازگشت به اصل دارد، سخن از «خلقت سه گونه آدم» می‌زند و آدمی را «تیم او از فرشته و نیمیش خر»، در مرز میان فرشته و حیوان «با دو مخالف در عذاب» می‌یابد که می‌تواند «مستغرق مطلق» باشد یا با «خران ملحق و شهوت مطلق». دغدغه مولانا از همین است که انسان از «فزونی در کمی افتد» و «خود باز» و سرانجام «جان او در بی آن شدن خر شود» و این دغدغه در توصیف صرف و به سوگواری خواندن «سینه‌های شرحه شرحه» خلاصه نمی‌گردد. او بی‌خویشتنی را درمان‌پذیر می‌داند و در سراسر مثنوی راهکارهای گوناگونی برای بازگرداندن انسان به خویشتن ارائه می‌کند. در این میان مولوی نگاه مثبتی به تشویق‌های وجودی و موقعیت‌های مرزی و دلهره‌زا دارد و آنها را موهبت‌های الهی و «آنسویی» می‌نامد. مولوی از نوادری بود که با دقت و ظرافت فکری و کلامی بسیار، پی برده بود که مشکل مرکزی وجودی انسان از جدایی او از طبیعت و از شخصیت متناقض او برمی‌خیزد و این امری است که مستلزم داشتن رابطه‌ی رضایت‌مندانه با جهان هستی است (آراسته، ۱۳۷۲: ۱۲). اما انسان یا به دلیل گیجی ناشی از تکثر، تعدد و تنوع سرگرمی‌ها در قالب مخدرات و مفرحات جهان حاضر یا تلاش‌های معیشتی و اشتغالات مختلف روزمره، به تمامی در پی "بیخود" کردن، یا ناهشیار نمودن هشیاری ذاتی "خود" است:

جمله عالم ز اختیار و هست خود	می‌گریزد در سر سرمست خود
تا دمی از هوشیاری وارهند	ننگ خمر و زمر بر خود می‌نهند
می‌گریزند از خودی در بیخودی	یا به مستی یا به شغل ای مهتدی
	(مولوی ۱۳۸۱/۶/۲۲۵ تا ۲۲۷)

اما در این باره، این تمام سخن مولوی نیست. از نگاه مولوی تنها توجه به عوامل بیرونی نیست که انسان را به خود مشغول داشته است، بلکه در بسیاری از موارد انسان درگیر عواملی در درون خود است که آنها به مراتب در غفلت انسان از خویشتن خویش بسیار رعب‌انگیز و قوی پنجه‌ترند. در دنیای امروز انسان از آن نظر که گرفتار عوامل بیرونی است، خویشتن را فراموش کرده است، اما اگر از این عوامل نیز رهایی یابد، باید توجه داشته باشد که عواملی در درون او هستند که وی را به خود مشغول می‌دارند و موجبات فراموشی خویشتن خویش می‌شوند. این عوامل درونی و بیرونی به نیکی در داستان شیر و نجیران به تصویر کشیده است. در این داستان، خرگوش نماد و نمونه عوامل بیرونی است. ولی برای به هلاکت کشاندن شیر، این عامل به تنهایی کفایت نمی‌کند. به همین دلیل است که در دل چاه تصویر شیر را برشیر می‌نماید تا عوامل درونی، شیر را به دام هلاکت بکشاند (مولوی، ۱۳۸۱/۱/۱۰۰۰ ابیات به بعد).

در فلسفه عرفانی جای دو من در رابطه عاشق و معشوق روا نیست. بی‌خویشتی در فلسفه اشراقی، یهودیت، مسیحیت قرون وسطایی، عرفان شرقی، و به‌طور کلی در تفکر شهودی، دارای ارزش مثبتی است. هشیاری یا "با خویشتی" حالت جدایی‌داننده و دانسته (ذهن و عین) است. اما جدا از این معنای خاص، واژه از خودبیگانگی در دنیای ما بیش از هر چیز معنا و ماهیتی دنیوی یافته و جالب توجه و تأمل‌آنکه، مولانا جلال‌الدین که در مقام عارفی کامل به بیان بی‌خویشتی عاشقانه در پای معشوق شوق‌وافر داشته و بسیار بدان پرداخته است، در معنای دنیوی بیگانگی و مسخ بشری نیز ابیات عمیق و روشنگری در مثنوی سروده است. این همان روی دیگر سکه از خودبیگانگی در نگاه عارفانه است که پیشتر بدان اشاره شد. البته در نظر او این دو معنای "از خودبیگانگی" انسان، در نقطه‌ای با هم ارتباط می‌یابند که بدان اشاره خواهد شد. به هر حال مصادیقی از کلام مولانا که در تعاریف ما با از خودبیگانگی ناشی از صورت پرستی و دوری از معنا به آن اشاره شده، با آنکه به روشنی در تعبیر آن بزرگوار نیامده است، اما بیشتر همان معنا را ایفا می‌نماید. یعنی اشاره نگارندگان به معنای از خودبیگانگی ناشی از مسخ دنیوی انسان است که در کلام وی نهفته و غرض تحلیل محتوای واژه یادشده نیست. نتیجه سخن این است که از خودبیگانگی مفهوم مشترکی است که در رویکرد عارفانه با سایر رویکردها مورد توجه قرار گرفته و رابطه آنها از نظر منطقی رابطه عام و خاص مطلق است. بدین معنی که در نگاه عارفانه از خودبیگانگی معنا و مفهومی وسیع‌تر دارد، در حالی که در رویکردهای فلسفی، جامعه‌شناختی و روانشناختی دایره مفهومی از خودبیگانگی بسیار محدودتر از نگاه عارفانه است.

صلح و انسان دوستی

انسان دوستی از جمله ویژگی‌ها و صفاتی است که انسان را از تنگ نظری و حصار خودمحوری خارج ساخته، موجب می‌شود تا در برابر دیگران، از خود ایثار، فداکاری و گذشت نشان دهد و با آنها پیوند صمیمانه برقرار کند. در علم روانشناسی اجتماعی، که در پی دستیابی به علل پدید آمدن رفتار، احساسات و افکار افراد در موقعیت‌های اجتماعی و نیز شناخت چگونگی هر یک از آنهاست، اینگونه رفتارها را رفتارهای معین اجتماعی یا حمایتی (Prosocially) می‌نامند و مراد، دسته‌ای از رفتارهای اجتماعی است که ماهیت تعاون دارند؛ مثل دوستی، همدلی، فداکاری و غیره. این رفتارها اغلب به عنوان رفتاری داوطلبانه در جهت منافع دیگری، مانند کمک، همکاری و دلجویی کردن تعریف می‌شود (آیزنبرگ، ۱۳۸۴: ۹).

برخی روانشناسان اجتماعی، نوع دوستی را منشأ بروز رفتارهای حمایتی می‌دانند و برخی دیگر، آن را یکی از انواع این رفتارها می‌شمرند. به هر حال، آنچه مسلم است، نوع دوستی به عنوان یک رفتار اجتماعی پسندیده، مورد تأیید همه انسان‌های بهنجار، در هر زمان و با هر ملیتی می‌باشد. هر چند علم روانشناسی اجتماعی حدود یکصد سال اخیر مورد توجه قرار گرفته، ولی نمی‌توان نظر بزرگان و اندیشمندان گذشته را که درباره رفتارهای اجتماعی آثاری از خود برجای گذارده‌اند نادیده

گرفت؛ بنابراین، یکی از موضوعاتی که می‌توان در این رشته مورد توجه قرار داد، بررسی مسائل اجتماعی از دیدگاه این اندیشمندان، از زاویه روان‌شناسی و با تحلیل علمی است. مولانا از جمله این اندیشمندان است که گرچه، هدف او پرداختن به مسائل اجتماعی نبوده و به طور مستقیم آرای مشخصی در امور اجتماعی ابراز نکرده است، ولی از آنجا که اساس نگرش اجتماعی، توجه به رابطه متقابل انسان‌ها و رفتارهای اجتماعی آنهاست؛ پس می‌توان گفت که چنین نگرشی در آثار وی به خوبی مشهود است؛ به طوری که در ابیات بسیاری از مثنوی، ذهن آدمی متوجه بنیان‌های اجتماعی پاره‌ای از اندیشه‌ها و خلق و خواها می‌شود.

نگاه مولانا به مقوله‌ی صلح، نگاهی عرفانی و اجتماعی است. صلح و آشتی در مثنوی معنوی از سازگاری و تناسب میان اضداد عالم آغاز می‌شود و تا وحدت ادیان و صلح و آشتی میان تمامی ابناء بشر پیش می‌رود و در نهایت، والاترین مرتبه‌ی آن که رابطه‌ی میان بنده و خداوند است، می‌رسد. زمینه‌های عرفانی اندیشه‌ی مولانا، تأثیر او از عرفا، مسلماً در شکل‌گیری و تقویت دیدگاه‌های مولانا درباره‌ی صلح و آشتی مؤثر بوده است. همچنین تأثیر روزگار آشفته و پر جنگ و ستیزی را که مولانا در آن به سر می‌برد و جنگ‌های صلیبی و حملات مغول را نباید از یاد برد.

روش‌شناسی تحقیق

از آنجا که تحقیق حاضر به دنبال تحلیل جامعه‌شناختی اندیشه‌های مولاناست؛ لذا به لحاظ کمی یا کیفی بودن از زمره تحقیقات کیفی به شمار می‌رود. تحقیق حاضر نیز به لحاظ اجرا از نوع تحلیل محتوا به شمار می‌رود. روش اجرا در این تحقیق بدین گونه است که پس از بررسی آثار مولانا، اندیشه‌های وی را به لحاظ جامعه‌شناختی مورد تحلیل قرار داده و با نظر سایر جامعه‌شناسان مورد تطبیق و تحلیل قرار داده شوند. گردآوری اطلاعات در این تحقیق به شیوه کتابخانه‌ای- اسنادی صورت پذیرفت. جمعیت آماری تحقیق حاضر را آثار معروف مولانا تشکیل می‌دهد. از آنجا که این تحقیق کمی- کیفی می‌باشد، روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند در نظر گرفته شد. سعی شد، اشعار و نوشته‌های مرتبط با مفاهیم اجتماعی مورد نظر مورد بازبینی و تحلیل قرار گیرند. از اینرو سه اثر مهم مولانا (مثنوی معنوی، دیوان شمس تبریزی و فیه مافیه) بعنوان نمونه آماری در نظر گرفته شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات همزمان با آغاز گردآوری اطلاعات صورت پذیرفت. همچنین برای تحلیل اندیشه‌های مولانا، از نظر اساتید و صاحب‌نظران و مولاناشناسان استفاده شد. تحلیل اندیشه‌ها با استناد به اسناد و مدارک موجود، همفکری با اساتید و مولاناشناسان، مقایسه با اندیشه‌های سایر جامعه‌شناسان و ادراک و قوه تحلیل خود محقق انجام شد.

یافته‌ها

تحلیل مفهومی بیشتر به فراوانی مفهوم‌ها در متن که اغلب به صورت واژه‌ها مطرح می‌شوند می‌پردازند. در تحلیل مفهومی یک مفهوم یا مفهوم‌هایی برای بررسی انتخاب می‌گردند و وجود آنها

به صورت کمی بررسی می‌گردند. در این جا تمرکز روی وجود یا رخداد اصطلاحات انتخاب شده در متن یا متن‌ها چه به صورت صریح و چه به صورت ضمنی است. در ادامه نتایج حاصل از بررسی تحلیلی مفهومی مفاهیم مورد بررسی عنوان می‌شود.

بر اساس بررسی انجام شده در متون آثار مولانا جلال‌الدین رومی از جمله مثنوی معنوی، دیوان شمس و فیه مافیه، و مراجعه به متون آنها، می‌توان نتیجه گرفت، که در آنها مصادیق عشق در دو اثر مثنوی معنوی، دیوان شمس از مترادفات بیشتری برخوردار بوده و در اثر فیه مافیه این مترادفات کمتر است. مترادفات با خود بیگانگی نیز در دو اثر مثنوی معنوی و دیوان شمس، بکار رفته اما در فیه ما فیه به چشم نمی‌خورد. همچنین مترادفات صلح و انسان دوستی، در دو اثر مثنوی معنوی و دیوان شمس، به صورت مشابه کاربرد داشته است، اما در فیه ما فیه تنها به کلمه اصلاح اکتفا شده است.

بحث و نتیجه‌گیری

اجتماعیات و مسائل مختلف جامعه یکی از بارزترین بخش‌های متون ادب فارسی است که در سالهای اخیر مورد توجه قرار گرفته و آثار ارزشمندی در این زمینه نگاشته شده است، همچنین راستای عنوان این پژوهش تحقیقات زیادی صورت گرفته است، برای نمونه محمدی در سال ۲۰۱۵ در تحقیقی با عنوان مفهومی پروچکشن یا تجسم و تبلور در آثار رومی و نتایج اجتماعی آن به بررسی تحلیلی اندیشه‌های اجتماعی مولانا پرداخته است. این پژوهش به مانند پژوهش حاضر به بحث در خصوص اهمیت اجتماعی آموزه‌های اجتماعی مولانا در جهان معاصر می‌پردازد، در همین راستا خلجی در سال ۱۳۹۳ در مطالعه‌ای تحت عنوان «جامعه‌شناسی در مثنوی معنوی مولانا»، دوره زمانی قرن هفتم را مورد نظر داشت، او در این پژوهش به مانند پژوهش حاضر کوشیده است تا تصویری جامعه‌شناختی از مثنوی ارائه شود. همچنین مجوزی و همکاران در همان سال به مطالعه درمان بی‌خویشتنی انسان معاصر از نگاه مولوی پرداختند. در این تحقیق فقط به مفهوم با خود بیگانگی آن هم از جنبه روانشناسی و جامعه‌شناسی پرداخته است. در ادامه صداقتی فرد و ابی زاده در همان سال در جستاری در رویکرد مولوی به از خودبیگانگی انسان، با نگرشی به انسان معاصر، پرداختند، این تحقیق به شیوه‌ای نزدیک به این پژوهش به تبیین مفهوم با خود بیگانگی پرداخته است. همچنین فتح‌اللهی و صحرايي در سال ۱۳۹۲ ابعاد اجتماعی مهارت‌های زندگی از دیدگاه مولوی را مورد مطالعه قرار دادند. این تحقیق در صد یافتن نگرش اجتماعی مولوی و یافتن راهبردهای وی در برقراری ارتباط انسانی مؤثر، ایجاد همدلی و جرأت مندی آدمی برای توفیق در زیست اجتماعی است، این پژوهش به مولفه صلح و انسان دوستی به شیوه‌ای متفاوت با پژوهش حاضر پرداخته است. در ادامه طهماسبی در سال ۱۳۸۸ طی مطالعه‌ای تحت عنوان «بازتاب مسایل اجتماعی-فرهنگی در مثنوی معنوی مولانا»، نگاهی جامعه‌شناسانه به مثنوی داشتند، نتیجه بدست آمده، جامعه عصر شاعر را گرفتار آداب و رسوم تقلیدی، ستم، فساد، دروغ و ریاکاری، بلاهت و جهل، سطحی‌نگری، ستیز، قتل، دزدی و

... نشان می‌دهد، که بر خلاف تحقیق حاضر بیشتر جنبه مردم شناسی جامعه مولانا لحاظ
گردیده است تا جنبه جامعه شناسی.

دیوان شمس تبریزی											کتاب مورد بررسی			
صلح و انسان دوستی					با خود بیگانگی		عشق				محورها			
دوست	انسان	دوستی			صلح	بیگانگی	وداد	محبت	مهر	علاقه	دوستی	کلمات		
۱۱۲	۲۸	۱۷			۴۲	۷	۰	۸	۱۵۵	۲	۱۷	تعداد		
		صفا	سازش	اصلاح									آشتی	آرامش
		۱۰	۶	۱									۳۲	۳
آرامش از نتایج رازداری است و آشتی و سازش میان اضداد با عشق مسیر می‌شود. عشق رازی است که اگر حفظ شود. سالک در مسیر صلح و آشتی میان اضداد شهرت و خود پرستی را کنار می‌گذارد.					فنا و از با خود بیگانگی در نتیجه شناخت معارف الهی		بیان تقابل عشق و عقل عشق به عنوان عاملی برای کشف رموز.				مضامین			
استفاده از استعاره‌های مختلف در راستای بیان عشق و در ادامه آن از خود بیگانه شدن، و تضاد میان امیال انسانی از جمله دالها ومدلول‌های این اثر می‌باشد.											دال و مدلول			
در دیوان شمس، مفهوم با خود بیگانگی به صورت «غربت» و «غربت وجودی» بیان گردیده و شرح غربت عارفانه «مولوی» و تطبیق حکایات مثنوی با غربت وجودی و با خود بیگانگی از جمله مفاهیمی است که به چشم می‌خورد. لذا، خاستگاه‌های غربت وجودی با توجه به ابیات مثنوی تشریح شده و این از با خود بیگانگی به عنوان نتیجه غربت عاشقانه و وصال عارفانه در نزد «مولانا» بیان گردیده است.											نحوه گفتار			
در دیوان شمس بیان مضامینی که مولانا در مؤلفه‌های اصلی‌اش، همچون عشق، با خود بیگانگی و صلح و انسان دوستی، تغییراتی می‌نماید. چنانچه کلمه مهر در این کتاب بیشتر به چشم خورده و مفهوم با خود بیگانگی نیز کاربرد بیشتری می‌یابد. در کنار این مفاهیم کلماتی که در بردارنده صلح و انسان دوستی هستند نیز کاربرد بیشتری می‌یابند.											نحوه بیان	برجسته سازی		
مولانا در دیوان شمس علت با خود بیگانگی خود را عشق به شمس تبریزی می‌داند. و همان شمس را کسی که می‌تواند موجب صلح و آشتی میان اضداد درونی شود دانسته است.											منظور از بیان			

تقدم و تأخر	<p>بر خلاف دیدگاه مولانا در مثنوی که شروع همه چیز را از عشق می داند در دیوان شمس همه چیز را برگرفته از با خود بیگانگی و فنا شدن و از خود بی خود شدن می داند.</p>
تفسیر	<p>مولانا درباره تقابل عقل و عشق در مثنوی وحتى در غزلیات شمس ابیات زیادی دارد. مولانا عقل را در مقابل عشق ناچیز می شمارد و می گوید جایی که عشق فرود آید محل جان نیست و آنجا که عشق خیمه زند بارگاه عقل نیست و معتقد است که عقل در شرح و بیان عشق همچون خری است که در گل و لای گیر کرده، چراکه عشق است که می تواند پرده از اسرار عشق و عاشقی بردارد و رموز آنرا بر ملا سازد، همان طور که حکایت شبانه، انسان را به خواب فرو می برد، سایه عقل و استدلال نیز انسان را به غفلت و بی خبری وارد می سازد و چون شمس حقیقت بتابد قمر عقل و استدلال زایل شود و نور و جذابت خود را از دست بدهد.</p> <p>مولانا در مثنوی معنوی و دیوان شمس در بیان جلوه های صلح و آشتی، از تناسب و سازگاری اضداد موجود در عالم شروع کرده و به صلح و آشتی انسان ها با یکدیگر و با خداوند که کاملترین و بارزترین نمونه ی آن است اشاره می کند. آشتی اضداد در عالم برای ادامه ی حیات موجودات امری لازم و ضروری است. البته آشتی اضداد نشانه ی نفی تأثیر آنها نیست. بلکه تمام اضداد در یک نظام هماهنگ به نام کائنات حرکت می کنند. در مرتبه ی بالاتر که عالم وحدت و الوهیت است دیگر نشانی از اضداد نیست و یکی رنگی حاکم است. عرفان او عرفانی است که در بطن و متن جامعه جریان دارد، دلیل تعامل و ارتباط تنگاتنگ طبقات جامعه با مولانا هم از همین جا نشأت می گیرد. «مولوی دارای سه شخصیت ممتاز بود، مقصود سه شخصیت طولی نه عرضی، یعنی سه مرحله ی بزرگ علمی و عرفانی را که خود او از آنها به خامی و پختگی و سوختگی عبارت کرده است طی کرد تا به آخرین مدارج ممکن کمال بشری که مرتبه ی اولیای خاص خداست واصل گردید. پس علت اصلی گرایش مولانا به صلح و آشتی، تفکرات و اندیشه ی عرفانی است، تفکراتی که به مرور و به تدریج و تحت تربیت سه مرشد (پدرش، برهان الدین محقق ترمذی و شمس تبریزی) شکل گرفته است، شاید اگر مولانا استادان دیگری داشت و در محیط دیگری تربیت شده بود، از این روحیه ی تسامح و تساهل برخوردار نمی شد. پس محیط اجتماعی هم نقش عمده و تعیین کننده ای در استحکام مبانی صلح و آشتی دارد. مولانا بیشتر به جلوه های عرفانی صلح و آشتی پرداخته که شامل آشتی اضداد در عالم و آشتی سالکان با عقل کل و نظریه ی صلح کل می شود. در دیوان شمس، شمس از نظر مولانا، مردیست که از دنیای محدود قیل و قال به جهان پهناور و گسترده وجد و حال، پای نهاده است. محضر متکلمان، فقیهان و عارفان پرشماری را درک کرده است و گمشده اش را نیافته است تا این که شهرها و بیابان های دراز را می کوید که گمشده اش را در قونیه باز یابد.</p>

از میان آثار مولانا، غزلیات شمس، حاصل تجربه‌ی والای عشق، زیبایی و هنر مولوی است؛ در حالی که مثنوی معنوی، محصول تجربه‌ی خودیابی، خودشناسی و معرفت الهی اوست. در واقع پس از تجربه‌های عملی و ذوقی، مثنوی، تجلی گاه تلاش آگاهانه‌ی مولوی برای رسیدن به من برتر و رشد هر چه بیشتر جهان بینی و گسترش فلسفه‌ی خود است و آنچنان که مزلو بر این تجربه پافشاری دارد، در آن راستا می‌کوشد تا صافی‌تر، کل‌گراتر، یگانه‌تر و ... شود. هرچه غزلیات، نمودار عملی در رشد نیازهای مولوی است، مثنوی، مبین نگرش نظری او نسبت به موضوع است و میتوان آن را به اشکال گوناگون بروز کلامی صریح یا در تمثیلات و شخصیت پردازی قصه‌ها سراغ گرفت. اگر مجموعاً به حیات فکری معنوی مولانا بنگریم، تجربه‌ی عرفانی و فلسفی، زیربنا، و تجربه‌ی زیبایی شناختی شعر و قصه، روبنای کمال طلبی اوست.

عشق، صلح و انسان دوستی و با خود بیگانگی از جمله مسایلی است که در عرفان ارائه شده از طرف مولانا دارای اهمیت بسیار است؛ به طوریکه جای جای آثار مولانا پر از مطالبی در مورد عشق، صلح و انسان دوستی و با خود بیگانگی است. به گونه‌ای که با حذف عشق از عرفان مولوی شیرازه عرفان او از هم پاشیده می‌شود و به تعبیر خود مولوی با حذف عشق، شیرازه خلقت و عالم هستی از هم پاشیده خواهد شد. وجوه مشترکی میان دیدگاه‌های مولانا با کریشنا مورتی در مورد حقیقت عشق وجود دارد. از جمله اینکه هیچ یک عشق را مساوی با هوا و هوس نمی‌دانند، زندگی بدون عشق را بی معنا و تهی می‌دانند و نیز عشق را عامل سرزندگی و شادمانی معرفی کرده‌اند. در واقع مولانا انسان را موجودی آزاد و مختار می‌داند؛ امکان تغییرات اساسی در طول زندگی را در نظر می‌گیرد و اگرچه به تاثیر عوامل عینی و بیرونی، تجربیات ذهنی و به خصوص خیال بر رفتار آدمی اشاره می‌کند ولی معتقد است که زبان که امری بین‌الادّهانی است، تعیین کننده اصلی رفتار به شمار می‌آید؛ زیرا اساساً ذهن آدمی از زبان او جدا نیست و تجربه ذهنی و اندیشه او در قالب زبان شکل می‌گیرد و عوامل محیطی - بیرونی نیز پس از تفسیر و معنا بخشی در قالب زبان موثر واقع می‌شوند مولانا به گرایش اصیل آدمی به رشد و کمال اشاره داشته و آن را طریق رسیدن به سلامت و نشاط حقیقی می‌داند. او عمدتاً بر آسیب‌شناسی وضعیت وجودی انسان تمرکز دارد و معتقد است انسان‌ها عموماً در وضعیت آسیب قرار دارند؛ مردم اغلب وجود اصیل و واقعی خویش را به اشتباه می‌گیرند و گرفتار تعلقات بدنی، گرایشهای نفسانی و برساختن خویشتن کاذب شده و با فرو غلتیدن در دام خیالات که صفای روحی آنها را از بین می‌برد، دچار غم و پریشانی و در نتیجه نوعی با خود بیگانگی می‌شوند زبان در نگاه مولانا نقش برجسته‌ای در ساخت‌دهی به معنا و ادراک و رفتار آدمی دارد. سخن میتواند نقش اساسی در ایجاد آسیب روانی و درمان داشته و به تعبیر مولانا عالمی را ویران سازد و یا روباه وجود آدمی را شیر و جان مرده انسان را زنده کند. در باب با خود بیگانگی باید عنوان کرد، با خود بیگانگی به معنی دور شدن از ارزش‌ها و فضائل اخلاقی و نسانی و فراموش کردن کمالات و غفلت از خود اصیل و واقعی و گم کردن مسیر درست هدایت است. این موضوع که امروزه با

تعبیرات متفاوت و به طور ویژه ای مورد توجه دانشمندان و بزرگان علم و ادب بوده و هریک به نوعی به آن پرداخته اند. مولوی در دیوان مثنوی بارها، آدمی را مخاطب خویش قرار داده و او را از غفلت و بی خبری نسبت به جایگاه خویش، بر حذر می دارد و با معرفی نمودن موانع و آفات خودشناسی چون بیماری خودشیفتگی، خود کم بینی، حسد، عیب جویی و... آدمی را متوجه خود واقعی و ارزش های اصیل خویش می گرداند.

هگلیان «از خود بیگانگی» را حالتی تعریف می کنند که بر اساس آن، در برخی تمامیت ها، یک حایل شناختی بین آگاهی انسان و جهان اجتماعی عینیت یافته ایجاد می شود. به گونه ای که انسان آنچه را اساساً آفریده آگاهی خاص خودش هست در قالب واقعیت خشک، مسلط و بیرونی می بیند. این حایل، حایل «از خود بیگانگی» است که انسان را از خود واقعی اش جدا می کند و مانع تحقق توانایی های او به عنوان انسان می شود. در فلسفه هگل دست یافتن به دانش حقیقی (دانش مطلق) به معنای باز یافتن خویشتن است. هگل معتقد است که دانش به معنای یگانگی داننده و دانسته است، اما به اعتقاد او این یگانگی با پیوستن انسان به خویشتن خویش حاصل می شود، نه با بیرون آمدن از خویشتن. هگل بر این باور است که اندیشه باید بر پای خود بایستد و متعلق خود (دانسته عین) و در نتیجه، دانش مطلق، حاصل شود. اما جذب دانسته در داننده به این معناست که داننده ساختگار دانسته را بشناسد و از آنچه در درون آن می گذرد سر در آورد. این محور مرکزی اختلاف فلسفه هگل با تفکر شهودی است و گردش مفهوم بی-خویشتنی از قدیم به جدید و از مثبت به منفی بر این محور صورت می گیرد. بنابراین، مفهوم بی خویشتنی در عصر جدید و به ویژه در دست هگل وارونه می شود.

در پایان باید خاطر نشان کنیم تمام مطالبی که در این رساله چه در قالب بیان مسئله و مبانی نظری پژوهش و چه در راستای پاسخ به سوالات تحقیق بیان گردید در راستای آشتی انسان و جامعه بوده است، مولانا به ما می گوید بدون عشق زندگی اجتماعی ما به مقصود و سرانجامی نخواهد رسید، او به ما می گوید ذات دنیا و زندگی اجتماعی ما را با خود بیگانه می کند. از آموزه های مولانا میفهمیم که صلح و انسان دوستی کمال رشد اجتماعی و انسانیت است.

پیشنهادها

- با توجه به گستردگی مضامین اجتماعی در اندیشه های مولانا، سازمان های مختلف از جمله آموزش و پرورش می توانند از این آموزه ها و اندیشه ها در راستای آموزش اجتماعی کودکان و نوجوانان استفاده کنند.
- مسئولین و مدیران می توانند با توجه به اندیشه های اجتماعی مولانا در نحوه مدیریت و اداره سازمان ها تجدید نظر نمایند.
- پیشنهاد می گردد تا در مطالعات آتی پژوهش های مشابه در سایر مفاهیم اجتماعی شاعران و متفکران صورت گیرد.

- پیشنهاد می‌گردد تا در مطالعات آتی تاثیر مفاهیم مورد بحث در این تحقیق بر جامعه نیز مورد بررسی قرار گیرد.

منابع

۱. آراسته، رضا، ۱۳۷۲، تولدی در عشق و خلاقیت (روان‌شناسی و مولوی)، با مقدمه اریک فروم، برگردان حسین نجاتی، چ ۱، انتشارات فرا روان، تهران.
۲. آرون، ریمون، ۱۳۵۲، مراحل اساسی اندیشه در جامعه‌شناسی، ترجمه باقر پرهام، تهران، انتشارات انقلاب اسلامی.
۳. آیزنبرگ، نانسی، ۱۳۸۴، رفتارهای اجتماعی کودکان ترجمه بهار ملکی، تهران: انتشارات ققنوس.
۴. ترابی، علی اکبر، ۱۳۸۵، جامعه‌شناسی ادبیات فارسی، انتشارات فروزش، تبریز.
۵. دریابندری، نجف، ۱۳۶۹، درد بی‌خویشتنی، تهران، پرواز، بیتا.
۶. ستوده، هدایت‌الله. شهبازی، مظفرالدین، ۱۳۸۶، جامعه‌شناسی در ادبیات فارسی (اجتماعیات در ادبیات فارسی)، انتشارات ندای آریانا، تهران.
۷. شریعتی، علی، ۱۳۶۱، بازشناسی هویت ایرانی - اسلامی. تهران: الهام
۸. شفیعی کدکنی، محمد رضا، ۱۳۹۲، زبان شعر در نثر صوفیه، چاپ سوم، تهران: سخن.
۹. علی احمدی، امید، ۱۳۹۰، جامعه‌شناسی در گلستان سعدی (تحلیل محتوا و طبقه بندی مضمون‌های اجتماعی)، دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان چاپ و انتشارات، آشتیان.
۱۰. عین القضاة همدانی، ابوالمعالی عبدالله بن محمد بن علی المیانجی، (۱۳۷۳)، تمهیدات، تصحیح عقیف عسیران، ج پنجم، تهران، کتابخانه منوچهری.
۱۱. مباحثی، محبوبه، ۱۳۸۹، فرهنگ اجتماعی عصر مولانا، انتشارات سروش، تهران.
۱۲. همایی، جلال‌الدین، ۱۳۷۶، مولانانامه، تهران. انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۳. صیانتی، حسن و اسکو، مریم، ۱۳۹۴، مفهوم عشق از دیدگاه عین القضاة و مولانا، اولین همایش ملی علوم انسانی/اسلامی، بصورت الکترونیکی، موسسه آموزشی مس رایان پیشرو