

An Evaluation of the Method of Ideological Confrontation of Propagation in New Spiritualities with Islam, Focusing on the Concept of Identity¹

Ali Mohammadi Houshyar¹ 

1. Assistant Professor, Department of Current Studies, Islamic
Sciences and Culture Academy, Qom, Iran.
Email: a.m.hoshyar86@gmail.com



Abstract

The method of ideological confrontation of propagation, as opposed to its formal or instrumental method, has dealt with the method of changing the intellectual systems of the audience as a kind of strategy. One of the key concepts in changing intellectual systems is the concept of identity that the stabilization or change of the priority system and its sensitivities leads to the change of religion and belief. With the aim of evaluation of the novel spiritualities in Islam from the viewpoint of method of ideological confrontation of propagation, this article has presented a new understanding of why and how to change or stabilize the religion for the

1. **Cite this article:** Mohammadi Houshyar, A. (1402 AP). An Evaluation of the Method of Ideological Confrontation of Propagation in New Spiritualities with Islam, Focusing on the Concept of Identity. *Journal of Islamic Spirituality Studies*, 2(3), pp. 41-70.

<https://doi.org/10.22081/JSR.2024.67353.1051>

* **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran). ***Type of article:** Research Article

▣ **Received:** 11/09/2023 ● **Revised:** 14/12/2023 ● **Accepted:** 06/02/2024 ● **Published online:** 16/03/2024

© **The Authors**



researchers. The preachers of emerging spiritualities, using the context and fields of their audience, pay attention to the concept of identity as the main driving force and according to their target society or scenario, emphasize one of the dimensions of human identity or place it as the first priority. However, the method of ideological confrontation of propagation in Islam is to balance all dimensions of human identity, including individual, civilizational, religious, national, historical, family, and gender identity, and it has never sought to eliminate or manipulate human identity in order to achieve its goals.

Keywords

Thought, propagation, identity, novel spiritualities, Islam.

هم‌سنجی روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در معنویت‌های

نوظهور با اسلام، با تکیه بر مفهوم هویت^۱

علی محمدی هوشیار^۱ 

۱. پژوهشگر و عضو گروه جریان‌شناسی، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

Email: a.m.hoshyar86@gmail.com



چکیده

روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، برخلاف روش شکلی یا روش ابزاری آن؛ درباره شیوه تغییر نظامات فکری مخاطب، در مقام نوعی استراتژی بحث کرده است. یکی از مفاهیم کلیدی در تغییر نظامات فکری؛ مفهوم هویت است که تثبیت یا تغییر نظام اولویت و حساسیت‌های آن، به تغییر کیش و آیین می‌انجامد. این نوشتار با هدف هم‌سنجی معنویت‌های نوظهور با اسلام از منظر روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، درک جدیدی از چرایی و چگونگی تغییر یا تثبیت آیین را پیش روی سوژه پژوهان قرار داده است. مبلغان معنویت‌های نوظهور با استفاده از بافتار و زمینه‌های مخاطبان خود، مفهوم هویت را به‌عنوان پیشران اصلی مورد توجه قرار داده و با توجه به جامعه هدف یا سناریوی خود، یکی از ابعاد هویتی انسان را پررنگ کرده یا در اولویت اول قرار می‌دهد. اما روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در اسلام، متوازن‌سازی تمامی ابعاد هویتی انسان، اعم از: هویت فردی، تمدنی، دینی، ملی، تاریخی، خانوادگی و هویت جنسیتی انسان است و هیچ‌گاه برای نیل به اهداف خود، در پی حذف یا کاریکاتوریزه‌سازی هویت بشری نبوده است.

کلیدواژه‌ها

اندیشه، تبلیغ، هویت، معنویت‌های نوظهور، اسلام.

۱. **استناد به این مقاله:** محمدی هوشیار، علی. (۱۴۰۲). هم‌سنجی روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در معنویت‌های نوظهور با اسلام، با تکیه بر مفهوم هویت. معنویت‌پژوهی اسلامی، ۲(۳)، صص ۴۱-۷۰.

<https://doi.org/10.22081/JSR.2024.67353.1051>

□ نوع مقاله: تخصصی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۰ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۲/۰۹/۲۳ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۷ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۲/۱۲/۲۶

مقدمه

روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، درباره چگونگی تبلیغ ادراکی و شناختی سخن به میان آورده است. این نوع از تبلیغ، ارتباطی مستقیم با شناخت و ادراک مخاطب برقرار می‌کند تا او را به یک کنشگر و سازنده تبدیل کند، برخلاف دیگر روش‌های تبلیغی که مخاطب خود را با استفاده از جذابیت‌های ایجادشده، به یک مصرف‌گرا و مشتری دائمی تبدیل می‌کند.

چگونگی روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، پرسش اصلی این نوشتار است تا با تکیه بر مفهوم هویت در دستگاه تبلیغی معنویت‌های نوظهور و اسلام، به یک هم‌سنجی منصفانه دست یابد. این هم‌سنجی، مطالعه تطبیقی شیوه تغییر نظامات فکری مخاطب، در مقام نوعی استراتژی است که هر کدام از معنویت‌های نوظهور و اسلام، از آن به‌عنوان رمز نجات به‌رمند شده که در نهایت به موضع‌گیری دگرگونی‌ی مبلّغ در برابر دیگر اندیشه‌ها خواهد انجامید.

در مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ؛ ذائقه، سلیقه، مزاج، غریزه، عاطفه، فکر و اجزا دستگاه روانی انسان مورد مطالعه و مدیریت قرار می‌گیرد. هر کدام از این موارد قابلیت آن را دارند تا محوریت هم‌سنجی مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ را عهده دار شوند، اما نقطه پرگار این مقاله، مفهوم هویت بوده و چگونگی تحریک یا خنثی‌سازی هویت مخاطب، در فرایند تبلیغ را مورد مطالعه قرار داده است.

روش مواجهه اندیشه‌ای هویت‌محور اسلام، در مقایسه با معنویت‌های نوظهور، روشی متمایز است که با متوازن‌سازی تمامی ابعاد هویتی انسان، او را متوجه حقیقت انسانیت کرده و در نهایت، او را به انسان متعالی تبدیل نموده است. اما آنچه در معنویت‌های نوظهور دنبال می‌شود، تک قطبی‌سازی هویت انسان، براساس اهداف از پیش تعیین شده، در دستگاه تبلیغی مدیران جریان‌های مورد نظر است. به‌عنوان نمونه می‌توان به حذف دیگر جنبه‌های هویتی و پررنگ کردن هویت ملی اشاره کرد که می‌تواند در صورت موفقیت آمیز بودن فرایند مواجهه اندیشه‌ای مبلّغ، انسان شیعی دوازده امامی را به یک ملی‌گرای مخالف با اسلام تبدیل کند.

با مروری بر نوشتارهای مرتبط و بررسی پیشینه این تحقیق، آنچه به دست آمد؛ توجه نویسندگان محترم به روش‌های شکلی و یا به عبارتی مهارت‌های تبلیغی معنویت‌های نوظهور، آن‌هم بدون در نظر گرفتن هم‌سنجی آن با روش‌های تبلیغی اسلام است. اما این نوشتار به صورت کاملاً متمایز، مقوله تبلیغ اندیشه‌ای را مورد توجه قرار داده و می‌تواند به‌عنوان اولین تحقیق و هم‌سنجی معرفی شود.

در بخش بعدی؛ پس از مرور مطالعات مربوط به مفهوم هویت در علوم اجتماعی و نقش آن در تغییر رویکردها و موضع‌گیری‌ها مورد بررسی قرار خواهد گرفت؛ همچنین با مطالعه موردی معنویت‌های نوظهور و دستگاه تبلیغی اسلام، به روش‌شناسی روش مواجهه اندیشه‌ای آنان با تکیه بر مفهوم هویت خواهیم پرداخت تا براساس هم‌سنجی انجام شده، بخش پایانی این مقاله را به یافته‌های این تحقیق، اختصاص دهیم.

در این پژوهش؛ با روش هم‌سنجی، مسئله مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، به‌عنوان روشی استراتژیک مورد بررسی قرار گرفته و با رویکرد تحلیلی، نقش هویت در تغییر نظامات فکری بررسی خواهد شد تا جایگاه دارای اهمیت «هویت» در روش‌های تبلیغی نمایان گردد.

۱. هویت

هویت؛ معنا و تفسیری از «خود» است که در یک سیستم به هم پیوسته صورت پذیرفته و افراد یک جامعه را قابل تعریف می‌کند. هویت به انسان می‌گوید که در ابعاد گوناگون فردی و اجتماعی؛ «که هستی» و «به کجا تعلق داری». از این‌روی؛ هویت؛ شامل ارزش‌ها، طرز تلقی‌ها و نحوه شناخت فرد از خود و جهان پیرامون است (Norval, 2003, p. 275).

به عبارتی دیگر؛ هویت، همان احساس تعلق، تجربیات و میراث مشترک، احساس تعهد به اجتماع، برخورداری از آرمان‌ها و بارهای مشترک با افراد یک جامعه است (Chris, 2003, p. 76).

بنابراین، انسانی که از خود تعریفی ندارد و یا جامعه‌ای که از خود برداشتی کلی و

فهمی جزئی ندارد، عملاً واحدی از هم گسیخته، نامنسجم، غیرانداموار، از خود بیگانه و با خود ستیز است (رجائی، ۱۳۸۳، ص ۴۱)؛ حال، اینکه هویتش براساس گزاره‌های مثبت شکل گرفته یا منفی، مهم نیست، مهم این است که شخص یا جامعه از خود تعریفی مشخص دارند و دارای هویت هستند.

جامعه نقش مهمی در هویت‌دهی به افراد دارد؛ اما آنچه بیش از جامعه در شکل‌یابی هویت مؤثر است، هویت روایی هر فرد از خود است.

هویت روایی؛ داستانی پویا و شخصیت‌ساز است که هر فردی برای معنی‌بخشیدن به زندگی، در ذهن خود ایجاد می‌کند (Bauer, 2008, p. 104).

۲. هویت و رفتار

هویت روایی و هویت خودروایت‌گر؛ به‌قدری دارای اهمیت است که حتی در شکل‌دهی اجزا و ارکان دستگاه فکری انسان اثر گذاشته و به‌طبع، شخصیت دینی و اجتماعی و فردی او را معین می‌کند.

در کلامی از امام هادی علیه السلام به هویت روایی و تأثیر آن در شخصیت و سوگیری‌های اجتماعی افراد اشاره شده و آمده است:

«مَنْ هَانَتْ عَلَيْهِ نَفْسُهُ فَلَا تَأْمَنُ شَرَّهُ؛ اگر کسی خودش در نزد خودش خوار بشمارد، از شر او در امان نباش» (حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۴۸۳).

براین اساس، کسی که هویت روایی خود را بر خواری و زشتی و ناچیزی خود مبتنی کرده است، قابلیت آن را دارد تا بر خود و دیگران صدمه بزند و در مقابل، کسانی که روایت‌های هویتی خود را بر کرامت نفس استوار کرده باشند، حتی بر جهان‌بینی آنان نقش مثبت خواهد گذاشت. در کلامی از امیرالمومنین علیه السلام آمده است:

«مَنْ كَرُمَتْ عَلَيْهِ نَفْسُهُ صَغُرَتْ الدُّنْيَا فِي عَيْنِهِ؛ کسی که خود را با ارزش بداند، دنیا در نظر او کوچک آید» (شعیری، بی‌تا، ص ۱۰۹).

طبق این دو حدیث؛ روایت هویتی به‌مثابه ابزار ذهنی، جایگاه ویژه‌ای در واقعیت‌سازی و به‌تبع آن در شکل‌گیری هویت انسان دارد و تغییر ساختار روایت و

همچنین تغییر نظام حساسیت‌های محتوای روایت، در رفتارهای نشأت گرفته از هویت روایی افراد نقش مستقیم خواهد داشت. قرآن کریم به هویت روایی انسان و عملکرد تبعی انسان از آن اشاره کرده و فرموده است: «قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ؛ بگو هر کسی براساس ساختار درونی خود عمل می‌کند» (إسراء، ۸۴).

شاکله از شکل؛ زمانی استعمال می‌شود که دو شیء در اکثر صفات شبیه همدیگر باشند، به طوری که فرق گذاشتن میان آنها مشکل باشد. وقتی گفته می‌شود که این پرنده شکل آن پرنده است، یعنی در وصف مانند اوست؛ لذا شکل درباره هیئت به کار نمی‌رود (عسکری، ۱۴۱۲ق، ص ۳۰۴)؛ همچنین درباره وصفی بودن شاکله گفته شده است: شاکله به اوصافی گفته می‌شود که پایبند جان بوده و انسان را از درون مقید می‌کند (راغب، ۱۳۷۴، ص ۸۵).

شاکله، حیثیتی درونی است که داستان شخصی افراد را در خود جای داده و هرگاه که به آن مراجعه شود، خوانش جدیدی از داستان زندگی افراد را به او اعلام می‌کند. نکته قابل توجه در شاکله آن است که، قابلیت اثرگذاری بر رفتار انسان را دارد؛ بنابراین می‌توان گفت که عمل افراد، شکل صفت درونی و هویت روایی آنان به شمار می‌رود.

با توجه به اکتسابی بودن شاکله و نیز با توجه به ذهنی بودن روایت‌های هویتی، دست کاری و تغییر ساختار و محتوای آن با استفاده از تکنیک‌های مغزشویی و ادراکی، کاری ممکن خواهد بود.

۳. محتوای روایت‌های هویتی

روایت‌های هویتی بیشتر بر مبنای ساختار و محتوا ارزیابی می‌شوند، اما نقش محتوا در تنظیم یا تغییر روایت‌های هویتی قابل توجه بوده و در تخریب یا تبلیغ ادراکی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

روایت‌های هویتی از نظر محتوا در یکی از گونه‌های زیر قرار می‌گیرند:
 الف. رستگاری: راوی در روایت خود، از حالت منفی به حالت مثبت گذر کرده و

خودش را خوب ارزیابی می‌کند ($A \rightarrow B$). چنین گذاری می‌تواند در قالب یکی از موارد زیر باشد:

- فداکاری (تحمل حالت بد A برای دریافت منفعت B)،
- بازیابی (بازیافت حالت مثبت پس از گم کردن آن)،
- رشد (بهبودی خویشتن از نظر روانی، جسمی و شخصیتی)،
- فراگیری (آموختن مهارت‌ها، دانش‌ها و عقلانیت جدید).

ب. افول: راوی از حالت مثبت به حالت منفی گذر می‌کند ($B \rightarrow A$) و داستان خود را به صورتی شکست خورده ارزیابی می‌کند. بیشتر، این گذر با انکار یا عدم توانایی در یادآوری حالت مثبت قبلی همراه است. ریزموضوعات افول، عبارتند از: قربانی‌سازی، لودادن، عدم اقرار به اشتباه، فریب، اعتراف به ناآگاهی و بیان مشکلات روحی و روانی.

ج. عاملیت: به میزان خودمختاری راوی و توانایی او در هدایت زندگی‌اش اطلاق می‌شود. عاملیت، بعضی وقت‌ها، به چهار زیرگونه تقسیم می‌شود:

- خوداربابی (قهرمان بر خویشتن مسلط است و برای بهبود آن تلاش می‌کند)؛
- مقام و پیروزی (قهرمان به مقام بالاتری نسبت به همگنانش دست می‌یابد)؛
- دست‌آورد یا مسئولیت (قهرمان دست‌آوردهای قابل توجه در برخی زمینه‌ها داشته‌است)؛
- و توانمندسازی (قهرمان از طریق برهم کنش با چیزی بزرگتر از خود بهتر شد).

د. صمیمیت: راوی برای تشکیل دادن دوستی یا رابطه نزدیک و نمایش عاطفه و وابستگی گروهی انگیزه دارد. موضوعات اصلی در صمیمیت عبارتند از: عشق و دوستی، هم‌صحبتی، بخشش یا کمک به دیگری، یا یک حس کلی اتحاد و باهمی با دیگران.

ه. خوداکتشافی: عبارت است از میزانی که راوی در حین بازگویی به خود اکتشافی روی می‌آورد. او در مواجهه با شرایط جدید، تعریف و تمجید، امکانات و امتیازها، پی به ظرفیت نهفته خود می‌برد.

و. سرانجام منطقی: نشانگر اندازه فرونشینی تنش‌ها است و روایت را به نوعی از

«پایان مقبول» مجهز می‌کند. در این حالت، افعال شخصی مهم است و این که این استدلال‌ها برای دیگران قابل پذیرش است یا نیست، اهمیتی ندارد. ز. معنی‌سازی: عبارت است از برداشت معنی از روایت یا القاء دگر معنا به روایت. درجه معنی‌داری روایت‌ها می‌تواند از بی‌معنی تا نغز متغیر باشد (See: McLean, 2003, p. 39).

۴. مواجهه اندیشه‌ای

مواجهه اندیشه‌ای، نوعی از مواجهه ادراکی با مخاطب؛ با هدف برانگیخته‌سازی یا خنثی‌سازی افراد جامعه است که با استفاده از تغییر نظام حساسیت‌ها و رویکردها و اولویت‌ها در دستگاه هویتی افراد صورت می‌پذیرد.

مبلغ یک فکر و جریان در مواجهه اندیشه‌ای؛ هیچ‌گاه در پی هم‌گرایی یا واگرایی هویتی و درنهایت در پی مصرف‌کننده‌سازی و تابع‌سازی نیست، بلکه او می‌خواهد با استفاده از روش‌های ادراکی و شناختی، فرد را به یک کنش‌گر اجتماعی تبدیل کند. برای هم‌گرایی و واگرایی هویتی به دو مثال اکتفا می‌شود:

«کریسلام»، یک جریان جدید میان مسیحیت و اسلام است که طی آن بعضی کشیش‌ها تلاش می‌کنند تا هم‌گرایی هویتی را به‌عنوان «کریسلام» ایجاد کنند. چنانچه می‌بینیم، کشیشی به قم و زیارت حرم حضرت معصومه علیها‌السلام می‌رود و اتفاقاً در نماز جماعت یک عالم شیعی و راهپیمایی اربعین نیز شرکت می‌کند، تا هم‌گرایی هویتی را رقم زده و با حذف مرزهای هویتی به اهداف تبلیغی خود برسد. یا برخی دیگر از این جریان برای خنثی‌سازی و کمرنگ‌نمودن مسائل هویتی ما تحرکاتی انجام داده و با ترویج اقلام و نمادهای عرفان‌های کاذب؛ مانند: کاسه تبتی یا رودراکشا یا ذن‌گاردن یا دریم کچر و غیره در خانه یک مسلمان، آنان را به یک واگرایی هویتی وادار می‌کنند.

بهترین روش برای کنشگرسازی؛ تمرکز بر روایت‌های هویتی افراد است. محتوای این روایت‌ها به مبلغین جریان‌ها این امکان را می‌دهد تا با مطالعه و سنجش صحیح آنها، راه از پیش تعیین‌شده را برای افراد معرفی کرده و به سمت آن هدایت کنند.

کار ادراکی و اندیشه‌ای بر روی دستگاه هویت روایی، همانند نواختن سنتور است

که برای به صدا در آمدن هر نت، باید یک یا چند سیم نواخته شوند و شناخت سیم‌ها و نت‌ها برای نوازنده سنتور دارای اهمیت است. ساختار روایت‌های هویتی نیز همانند سنتور تابع قوانین خاصی است. هر کدام از ابعاد هویتی، نقش یک سیم را در دستگاه هویت روایی دارد.

مواجهه اندیشه‌ای همانند جنگ‌های ترکیبی و شناختی؛ مواجهه‌ای چندجهتی است که فقط بر روی یک کلان‌مسئله، از جهات مختلف توجه می‌شود. کلان‌مسئله مواجهه اندیشه‌ای، تغییر نظام حساسیت‌ها و نظام اولویت‌های مخاطب، با تمرکز بر هویت روایی آنان است.

اساساً هویت، ابعاد و مؤلفه‌های مختلفی دارد و یک انسان برای تک‌تک این موارد، باید داستانی مرتبط با خود داشته یا اینکه تمامی این موارد در داستان او نقش داشته باشند. هر فردی می‌تواند به صورت همزمان چندین هویت را بپذیرد، مانند تعلق به خانواده، دین، طبقه اجتماعی، قومیت، ملت و تمدن و ... که تمامی این موارد می‌توانند در هویت هر انسانی با هم سازگاری داشته باشند، اما هر انسانی به بعضی از آنها اهمیت بیشتری داده و آنها را در سلسله‌مراتبی از وفاداری‌های درونی و پذیرفته‌شده جای می‌دهد (Burton, 2001, p. 24)؛ براین اساس، تسلط بر تمامی این ابعاد در مواجهات اندیشه‌ای ضروری به نظر می‌رسد.

۵. برخی از جنبه‌های هویتی انسان عبارتند از:

- هویت فردی؛ مجموع تمایلات، عادات، رسوم و طرز تلقی‌های فرد از یک موضوع است (میرمحمدی، ۱۳۸۳، ص ۱۷۳).

- هویت اجتماعی؛ درک ما از این مطلب است که چه کسی هستیم و دیگران کیستند و از آن طرف، درک دیگران از خودشان و افراد دیگر چیست (جنکینز، ۱۳۹۴، صص ۷-۸).

- هویت ملی؛ این هویت از نوع هویت جمعی است. البته به این معنا که هویت ملی نشان‌دهنده این سه واقعیت است که صاحب هویت ملی احساس همبستگی، وابستگی و

همچنین وفاداری نسبت به ملت خود دارد (میرمحمدی، ۱۳۸۳، ص ۱۷۴).

- هویت دینی؛ هویت دینی در واقع همان آثار و عوارض ناشی از حمل دین بر فرد دین‌دار است؛ به تعبیر بهتر، با پذیرش دین به‌عنوان اصل اعتقادی و تعهد و احساس تعلق به آن در زندگی و وجوه مختلف حیات فرد مومن تغییرات و نتایج مهمی حاصل می‌شود که همان هویت دینی است (چیت‌ساز، ۱۳۸۳، صص ۲۱-۴۳).

- هویت تمدنی؛ معرفت و آگاهی عمیق آدمی به تمدنی است که منسوب به آن می‌باشد. پیامد منطقی هویت تمدنی، برخورد تحلیلی، آگاهانه و نقدگونه با سایر تمدن‌هاست. هویت تمدنی در این رویارویی به‌سان داربستی است که تکیه‌گاه معرفتی فرد محسوب می‌شود و با اتکای به آن، می‌تواند موضعی مطلوب در قبال تمدن‌های دیگر اتخاذ نماید (شرفی، ۱۳۷۹، ص ۶۷).

- هویت سیاسی؛ براساس چند مؤلفه قابل تعریف است:

الف. کلیت روابط میان شهروندان و نهادها، همانند رفتار و شیوه مشارکت در فرایند سیاسی، معیارهای تخصیص منابع و هزینه‌ها و نیز اعمال آنها؛
 ب. ارزش‌ها و نمادهای (عقلانی و غیرعقلانی) که روایت جمعی و اجماع ناپیدا بر مبنای آن شکل گرفته است و نیز توجهات تخصیص خطرات، هزینه‌ها و منافع (Henry, 2002, p. 49).
 تمامی ابعاد هویتی انسان را به سه نوع «مشروعیت‌بخش»، «مقاومت» و «برنامه‌دار» تقسیم کرده‌اند:

۱) هویت‌های مشروعیت‌بخش؛ براساس پیوند موقعیت و منافع خصوصی افراد و گروه‌ها که با ساختارهای مسلط اجتماعی و سیاسی شکل می‌گیرند و مبنایی برای گسترش و توجیه سلطه بر کنشگران اجتماعی هستند و جامعه مدنی محصول این هویت‌هاست. تسلط این نوع هویت‌ها به استمرار نظام سیاسی و دگرگونی مسالمت‌آمیز سیاسی کمک می‌کنند.

۲) هویت‌های مقاومت؛ براساس تقابل با ساختارهای سلطه ایجاد می‌شوند و مبنایی برای مقاومت در برابر ارزش‌ها و گروه‌های حاکم هستند. این نوع از هویت‌ها را افراد و گروه‌هایی ایجاد می‌کنند که یا موقعیت و ارزش‌های آنها توسط منطق و سلطه حاکم

بی‌ارزش شمرده می‌شوند و د نهایت به جنبش‌های معطوف به تخریب ساختار موجود تبدیل می‌شوند.

۳) هویت‌های برنامه‌دار؛ توسط افراد و گروه‌هایی ساخته می‌شوند که تغییر ساختار سلطه را نه از طریق تخریب ساختار موجود، بلکه از طریق بازتعریف خود و شکل دادن به یک سبک زندگی متفاوت از سوی دارندگان این هویت دنبال می‌کنند. گروه‌ها و جنبش‌های محیط زیست‌گرا و اصالت‌زن‌گرا (فمینیستی) از این نوع هویت‌ها برخوردارند (احمدی، ۱۳۸۳، ص ۲۶۳).

با بیان این ساختارها و تقسیم‌بندی‌ها؛ پیچیدگی هویت‌روایی آشکار شده و علامت‌پریش‌های زیادی ذیل یک پرسش اصلی قرار گرفته است، و آن اینکه که با تغییر در کدامین اولویت‌ها و حساسیت‌ها در محتوا و ساختار روایت‌های هویتی، مبلغین جریان‌ها می‌توانند به خواسته خود برسند.

۶. تغییر نظامات

اکنون یک مبلغ می‌خواهد بر روی دستگاه ذهنی مخاطب خود یا همان هویت‌روایی فرد کار کند. شناخت هویت‌روایی افراد و کاریکاتوریک کردن ساختار روایت و حتی واژگون‌سازی محتوای آن، اولین کاری است که می‌تواند به آن دست زده و فرد را نسبت به مسائل، دگراندیش نماید.

فرقه نمی‌خواهد چیز جدیدی را در فرد بسازد، بلکه می‌کوشد تا یکی از ابعاد هویتی را در نظر او بسیار مهم جلوه دهد تا فرد جذب شده درباره خود بگوید: آری هویت من یعنی همین.

ممکن است در ظاهر چنین به نظر بیاید که آن سرکرده و مبلغ، هویتی برای فرد تأسیس می‌کند اما این گونه نیست، بلکه فرد جذب شده؛ هویت و تعریف خود را از خود حفظ کرده است؛ اما تنها اتفاقی که در روند تبلیغ افتاده این است که مبلغ جریان یکی از قطعات پازل هویتی را برداشته و به شخص نشان می‌دهد و می‌گوید تو این هستی؛ لذا فرقه‌ها وقتی می‌خواهند روی هویت‌روایی کار کنند، یکی از ابعاد هویتی را

کوچک یا بزرگ می‌کنند تا آن بُعد بر دیگر ابعاد مستولی شود. برای مثال، هدف فرقه مسیحیت تبشیری، مبارزه با تمامی ارزش‌های اسلامی و ضداسلامی سازی مخاطبین خود در مقام یک کنشگر است. مبلغین آنان برای آنکه مواجهه اندیشه‌ای موفق داشته باشند، بُعد عاطفی هویت فردی مخاطب غیرمسیحی خود را تحریک کرده و این پس از هویت فردی را مساوی با تمامی ارزش‌های دینی و انسانی محسوب می‌کند. سپس با خشونت‌نمایی اسلام و عاطفی‌نمایی مسیحیت، او را به یک مسیحی به‌مثابه مدافع صلح و دوستی، در برابر اسلام قرار می‌دهد.

یا می‌توان به مبلغین زرتش‌گرا و باستان‌گرا اشاره کرده که برای تغییر اندیشه مخاطب خود، ابتدا بر هویت ملی گرایانه او متمرکز می‌شوند. آنان در سناریوی هویت روایی مخاطب خود این جمله را القا می‌کنند که «هویت اصلی تو؛ ایرانی بودن و فارس‌زبان بودن تو است، پس تو نباید از پیامبر غیرایرانی تبعیت کنی». پس از کاریکاتوریک کردن این باور، کورش را به‌عنوان پیامبری ایرانی به مخاطب معرفی کرده و او را به یک کنش‌گر و مطالبه‌کننده دینی و اجتماعی تبدیل می‌کنند. باید توجه داشت که «نقش زبان در ساختن هویت، یکی از مهمترین بحث‌های نظری مدرن به مسئله هویت است. ساختارگرایی و پس‌اساختارگرایی، با قاطعیت خاص بر نقش سازنده و یا شکل‌دهنده زبان و نمایندگی در ساختن هویت تأکید می‌کنند» (احمدی، ۱۳۹۰، ص ۴۹).

از مبلغین ادیان که بگذریم، همین روش را در میان مبلغین جریان‌های سیاسی نیز می‌توان مشاهده کرد. برای مثال؛ سازمان منافقین، برای مطالبه‌گر سازی جوانان در برابر نظام روحانیت، ابتدا در بحث اسلام انقلابی، بُعد سیاسی و انقلابی اسلام را متورم کرده و هویت مقاومت را در هویت روایی جوانان تحریک کردند؛ بنابراین با اشاره به غیرسیاسی و غیرانقلابی بودن روحانیت، برخی از جوانان را در برابر روحانیت قرار دادند. با آغاز انقلاب اسلامی به رهبری روحانیت شیعه و بازستاندن حربه تبلیغی سازمان منافقین، این مرتبه بر هویت‌های برنامه‌دار متمرکز شده و از روش بازتعریف مقوله‌ای به نام اسلام انقلابی، سعی بر ارائه‌ای جدید بر ضد انقلاب اسلامی برآمدند.

و نیز گاهی برخی جریان‌ها از میان دو واژه (اسلام - سیاسی)، مفهوم اسلامیت را

متورم کرده و با تمرکز بر هویت دینی جوانان، دخالت در سیاست را مخل بر اسلامیت حرکت‌ها محسوب می‌کنند. از این روی با کاریکاتوریک کردن بُعد اسلامیت، مخاطب به یک عنصر فعال و کنش‌گر برای انجمن حجتیه تبدیل می‌شود. در نتیجه؛ مبلغین در مواجهات اندیشه‌ای خود؛ با تلاش بر تک‌هویتی‌سازی مخاطبین، در آن بُعدی که می‌خواهند، افراد را به یک کنش‌گر و مبلغ تفکر و اندیشه خود تبدیل می‌کنند.

۷. تغییر نظام اولویت و حساسیت‌های هویتی

در فرایند اثرگذاری بر هویت روایی، دو کار عمده شکل می‌گیرد:

الف. تغییر نظام اولویت‌های هویتی.

ب. تغییر نظام حساسیت‌های هویتی.

این دو مقوله در روند مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، اهمیت زیادی دارند. در مورد اول، مخاطب مبلغین، اولویت دینی یا اقتصادی نداشته و تنها دارای اولویت‌های سیاسی است و در توضیح این مقوله، چند نمونه از مسیحیت تبشیری و باستان‌گرایی و سازمان منافقین و انجمن حجتیه ارائه شد. اما در مورد دوم؛ روی نظام حساسیت‌های افراد کار می‌کنند و مبلغ جریان درمی‌یابد که در نظام حساسیت‌های هویتی مخاطب، دین‌گرایی و شریعت‌گرایی در اولویت اول قرار دارد.

در این رابطه به گفتگوی خود با جوانی رهیافته اشاره می‌شود تا مقوله تغییر نظام حساسیت‌های هویتی قدری بیشتر ملموس‌تر شود:

«با جوانی ره‌یافته آشنا شدم. وی سال‌ها به عضویت یکی جریان منصور هاشمی خراسانی درآمده و یکی از مبلغین آنان به‌شمار می‌رفت. یکی از باورهای جریان مزبور؛ شرک و حرام‌بودن توسل و زیارت قبور اهل بیت علیهم‌السلام است. فرد تبلیغ‌کننده که دبیر تخصصی جوان ره‌یافته بود، با زیرکی تمام، نظام حساسیت‌های هویتی او در مقوله حرام و حلال الهی را تشخیص داده و از راه آن پروژه تبلیغ اندیشه‌ای را کلید زده بود. آن شخص چنین تعریف می‌کرد: معلم گفت بیا به حرم حضرت رضا علیه‌السلام برویم.

وارد حرم که شدیم، از ادامه راه به صورت مستقیم ممانعت کرد. گفتم مگر به زیارت نمی‌رویم که راه را عوض کردید؟ وی پاسخ داد: آری اما از اینجا نه، بیا دور بزنیم. گفتم: استاد چرا؟ گفت: اینجا خانه یک پیرزن بدبخت بود که برای توسعه حرم، خانه‌ش را غصب کردند. با شنیدن این حرف، یک لحظه در دلم نسبت به امام رضا علیه السلام مکدر شدم. چند قدم دیگر رفتیم و وارد صحن دوم شدیم و دوباره گفت: بیا از این طرف برویم. گفتم چرا؟ گفت در طرح توسعه حرم در مرحله اول، اینجا مغازه حاجی جبار بود و حرم مطهر رضوی اینجا را غصب کرد و آن فرد، بدبخت و بیچاره شد. همین که این را گفت من کاملاً از امام رضا علیه السلام فروریختم. گفتم: مگر می‌شود بخشی از صحن حرم امام رضا علیه السلام غصبی باشد؟ گفت: ای بابا! رب رضوی مال فلانی بوده، کره رضوی مال فلانی بوده و... بعد از شنیدن این داستان، برای آخرین بار وارد حرم شدم و با خود عهد کردم که دیگر پایم را به حرم امام رضا علیه السلام نگذارم» (فایل مصاحبه: مشهد مقدس، ۱۴۰۰ش).

مبلغ این اندیشه انحرافی، نظام حساسیت‌های هویتی این فرد را در بخش هویت دینی به خوبی شناخته و در یک عملیات میدانی و روانی، او را از زیارت و توسل و همه باورهایی که سال‌ها در هویت دینی او شکل گرفته بود، منصرف می‌کند.

۸. روش‌شناسی تبلیغ در معنویت‌های نوظهور

مکانیزم تبلیغی معنویت‌های نوظهور، همانند دیگر جریان‌های انحرافی، در پی کنشگرسازی و تبدیل انسان مصرف‌کننده به انسان توزیع‌کننده است. مبلغین معنویت‌های نوظهور با متورم‌سازی نیازهای معنوی انسان، مخاطب خود را متمرکز بر هویت دینی کرده و از طرفی با مساوی‌سازی مقوله «معناخواهی» با مقوله «دین‌مداری»؛ هرگونه «معناداری» را در مقام «دینداری» به فرد جذب شده القا می‌کند.

به‌عنوان مثال در سخنان آشو، معناداری سکس تصریح شده و آن را راهی برای رسیدن به خدا دانسته است: «در هنگام سکس، شما به جهان هستی از همیشه نزدیک‌تر هستید. توسط سکس است که الوهیت می‌تواند تولید زندگی کند و زندگی جدیدی را

خلق کند؛ بنابراین در سکس، ما به خالق از همیشه نزدیک تر هستیم. اگر ما با قداست به سکس روی بیاوریم، با بازی گوشی می توانیم به آسانی لمحهای از الوهیت را دریافت کنیم» (اشو، بی تا، ص ۲۲).

هنگامی که انسان معناخواه و تک هویتی، که هر گونه معناداری را در مقام دین داری می شناسد، ساخته شد؛ آن گاه زمان آن فرا رسیده است تا افراد را متناسب با ابعاد و اجزا هویت روایی به گرایش های گوناگون دعوت کنند. به عنوان نمونه برای آن که به بهانه معنویت، افراد را از مسیر خداپرستی به وادی لذت پرستی سوق دهند، کفایت تا با تمرکز بر هویت جنسی (Sexual identity)، و با ارائه بازتعریفی از آن به عنوان تنهاترین و شاخص ترین بُعد معنوی انسان، به گونه ای قلمداد کنند تا مخاطب مورد نظر، از رفتار همجنس گرایانه یا دوجنس گرایانه درک معنوی پیدا کند.

«هویت جنسی، بخشی از هویت شخص است که بازتاب دهنده درک شخصی او نسبت به امیال جنسی او می باشد» (Schwartz, 2011, p. 67).

گاهی مدعیان معنویت های نوظهور برای آنکه مسلمانان را در مسئله شریعت گریزی اغنا کنند، مقوله آزادی را در هویت فردی مورد کار قرار می دهند تا به مخاطبان خود چنین القا کنند که شریعت، چیزی جز اسارت را برای شما نمی خواهد. اشو در این باره گفته است: «این کلمه را به یاد داشته باشید؛ در شریعت شما بیچاره می مانید، چون در کنار یک پیکر بی جان قرار می گیرید» (اشو، ۱۳۸۴، ص ۷۹).

مبلغان جریان های مدعی معنویت؛ برای ترویج خرافه گرایی، رقص، سکس، خودکشی، خودفروشی، فرادرمانی، ارتباط با جن و دیگر ناهنجاری ها؛ کفایت که بر هویت روایی افراد ورود می یابد و با معنوی جلوه دادن این امور و با تمرکز بر هویت دینی آنان، به هدف جذب و کنشگر سازی خود دست یابند.

۹. قهرمان و ضد قهرمان

معمولا هویت روایی افراد متأثر از قهرمان زندگی آنان است و گاهی افراد در تلاش هستند تا داستان زندگی خود را به اشخاص خاصی تشبیه کنند. اما این قهرمان ها در

زندگی افراد همیشگی نیست و می‌تواند در فرایند تبلیغ و اثرگذاری، جای خود را به قهرمان دیگری داده و قهرمان سابق را در نقش ضدقهرمان یا ناقهرمان قرار دهد. گاهی معنویت‌های نوظهور، برای آنکه هویت روایی افراد را تغییر دهند، به تغییر قهرمان زندگی آنان تمرکز می‌کنند و با حذف یا تغییر آن، هویت روایی افراد نیز تحت تأثیر قرار خواهد گرفت.

امروزه می‌بینیم که «کورش» یا «بتمن» یا اعضای گروه «BTS»، قهرمانانی هستند که در روند تغییر هویت روایی افراد نقش موثر داشته و حتی سبک زندگی آنان را نیز تغییر داده‌اند. اینان قهرمانان مجعولی هستند که افراد را بر علیه قهرمانان حقیقی آنان مانند پدر و پهلوان محل یا شهدا شورانده‌اند.

قهرمان، گاهی ممکن است در قالب شخصیت‌های ذهنی باشد که کیلومترها از آنها دور هستیم و با امواج موسیقی به ما رسیده است، مانند گروه‌های موسیقی «بی.تی.اس»، «اکسو»، «بلک پینک» که توانسته‌اند، قهرمان ذهنی بسیاری از فرزندان ایرانی باشند. اکنون دخترانی هستند که روزانه ۱۶ ساعت به موسیقی‌های کی پاپ گوش می‌دهند و خوانندگان آنها را قهرمان خود می‌دانند. هویت برنامه‌دار چنین ساخته است تا دختران جوان؛ در ذهن خودشان برای آنها جشن تولد می‌گیرند، همسرشان می‌شوند، اگر اعلام کنند مریض هستیم، برایشان گریه می‌کنند، اگر خدمت سربازی بروند برایشان غصه می‌خورند و اگر خودکشی کنند، پایان زندگی خود را اعلام می‌کنند.

البته باید توجه داشت که قهرمان هویت‌ساز من، همیشه وجود خارجی ندارد و قهرمان را هم همواره نباید در اندام یک انسان دنبال کنیم. گاهی مفاهیم، قهرمانان ما هستند. برای مثال، مفهوم آزادی که آرمان همه انسان‌هاست و از قدیم‌الایام، رؤیا و قهرمان بشریت بوده، می‌تواند قهرمان ذهنی شخص به‌شمار آید و او بر علیه ساختارها برانگیزد.

به عبارتی می‌توان چنین پرسید که آیا مفهوم آزادی، در اکنون من ساخته شد یا یکی از ابعاد هویتی من بود؟ مشخص است که مفهوم آزادی یکی از ابعاد هویت فردی است، اما اکنون با تحریک عوامل تبلیغی، تبدیل به یک قهرمان ناپیدا برای فرد مجذوب به‌شمار می‌رود.

۱۰. روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در اسلام

قالب کلی روش تبلیغی اسلام، همان روش مواجهه اندیشه‌ای است. بدین معنا که مبلغان اسلامی برای آنکه در باور افراد نفوذ کنند، بر هویت روایی آنان متمرکز می‌شوند؛ اما در روش اسلامی تبلیغ، تفاوت‌های چشم‌گیری با روش مواجهه اندیشه‌ای در معنویت‌های نوظهور وجود دارد که هر کدام مورد بررسی قرار می‌گیرد:

۱۰-۱. تربیت انسان تولید کننده

همان‌طور که گذشت؛ مهم‌ترین هدف معنویت‌ها و جریان‌های نوظهور در تبدیل انسان مصرف‌کننده به «انسان توزیع‌کننده» خلاصه می‌شود. آنان در تلاش هستند تا انسان تابع را به انسان مطالبه‌گر و تبلیغ‌کننده تغییر دهند. در این مدل، شخص کنش‌گر، اغناء علمی نشده و فقط در رفت و برگشت‌های تبلیغی صورت پذیرفته بر آن، تحت تأثیر عملیات روانی قرار گرفته است؛ لذا در این مدل، شخص جذب‌شده اجازه اندیشیدن نداشته و فقط برای تبلیغ و توزیع اندیشه دیگران اقدام می‌کند.

البته باید به این نکته توجه داشت که عقل به‌عنوان بزرگترین مانع برای معنویت‌های نوظهور، هیچ جایگاهی در آموزه‌ها ندارد و از این‌روی، هیچ‌گاه به افراد مجال تعقل داده نمی‌شود. عمده جریان‌های مدعی معنویت، چنین ادعا می‌کنند که عقل همواره به علت ناتوانی از درک امور شهودی، قادر به فهم و برداشت صحیح از حقایق عالم نبوده و ناگزیر دست به سانسور حقایق می‌زند؛ بنابراین اولین راه‌کاری که از سوی آنان ارائه می‌گردد، حذف مراتب عقلی است. به‌عنوان مثال، پتنجلی هنگام تعریف یوگا، هدف یوگا را این‌چنین بیان می‌کند: «یوگا، حذف مراتب ذهنی و نفسانی و عقلانی است» (شایگان، ۱۳۹۹، ج ۲، ص ۶۵۲). وی ناکارآمدی عقل در مسائل معرفتی را عمده دلیل این تئوری می‌داند.

این باور، زمینه‌گریز و رهایی‌سرکرده‌گان معنویت‌های نوظهور را از آوردن استدلال و برهان فراهم می‌کند؛ زیرا هر کجا که پای عقل باز گردد، ملزم به آوردن ادله متقن نسبت به سخنان‌شان خواهند بود؛ بنابراین، با کنار گذاشتن عقل، عرصه کار برای

خرافه‌پراکنی در جامعه فراهم شده و بزرگ‌ترین مانع موفقیت‌شان، یعنی عقل را با برچسب بزرگ‌ترین سانسورگر قرن، از میدان به در می‌کنند. اشو می‌گوید: «من صاحب هیچ نظام فلسفی نیستم. من حتی نمی‌دانم که دیروز چه گفته‌ام. به این موضوع اصلاً فکر نمی‌کنم. من فقط پاسخ‌گوی این لحظه‌ام. من پاسخ‌گوی حرف‌های دیروز نیستم. برو از دیروزی بپرس. قطعاً پیدایش نخواهی کرد. فردا نیز مرا نخواهی یافت. نه دیروزی وجود دارد و نه فردایی، تنها همین لحظه است که واقعیت دارد» (اشو، ۱۳۶۸، ص ۱۷۵).

اما آنچه در مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در اسلام روی می‌دهد، تبدیل انسان مصرف‌کننده به «انسان تولیدکننده» است. انسان تولیدکننده بیش از آن که وارد اندیشه اسلامی شود، ابتدا مجال آن را می‌یابد تا اندیشه کرده و با عقلانیت تمام به استقبال اسلام برود. در اندیشه توحیدی، عقل از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است و تنها قوه‌ای است که می‌تواند در خداشناسی انسان موثر واقع شود.

قرآن کریم به اشکال مختلف جایگاه بلند متفکران و دانشمندان را تذکر داده (زمر، ۹) و نیز انسان را به تفکر در آفرینش و تفکر در خودشان دعوت کرده است (آل عمران، ۱۹۱). از طرفی در بسیاری از آیات، بدون این که صریحاً مردم را به تفکر دعوت کند، استدلال عقلی آورده می‌شود؛ و بدون این که اعتبار تبعیدی خود را لحاظ کند با منکران احتجاج می‌کند (هود، ۳۵). آیات قرآن کریم با عباراتی همچون: «افلا تعقلون»، «لعلکم تتفكرون»، «افلا یتذکرون»، «افلا یتدبرون»، «فانظروا» و نظایر آن، انسان را به تفکر و تدبر فرا می‌خواند.

امام علی علیه السلام در سخنی می‌فرماید: «أَلَا وَإِنَّ اللَّيْبَ مَنْ اسْتَقْبَلَ وُجُوهَ الْأَرَاءِ بِفِكْرٍ صَائِبٍ وَ نَظَرٍ فِإِلْعَوَاقِبِ؛ بدانید عاقل، کسی است که به استقبال نظرات گوناگون برود و در عواقب امور بنگرد» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ح ۲۷۷۸).

۱۰-۲. پرورش هویت جمعی

معنویت‌های نوظهور با تک هویتی کردن افراد، آنان را به کنش‌گر خودخواسته تبدیل می‌کنند؛ اما آنچه در روش مبلغان اسلام مشاهده می‌شود، متوازن‌سازی هویت

افراد است و از هر گونه اقدامات کاریکاتوریک بر روی هویت انسان پرهیز دارد. در روش مواجهه اندیشه‌ای اسلام، تمامی ابعاد هویتی انسان در هویت روایی او مورد پرورش قرار گرفته و سعی بر آن دارد تا به صورت همزمان به ابعاد عاطفی، حماسی، اجتماعی، سیاسی، دینی، معنوی و اقتصادی هویت انسان توجه نماید.

با مراجعه به روایات چند وجهی و عددی، این حقیقت مشاهده می‌شود که تمامی ابعاد هویتی انسان برای اسلام اهمیت دارد تا به موازات هم رشد و نمو داشته باشند. به عنوان نمونه به یک روایت اشاره می‌شود:

و سئِلَ امير المؤمنين عن الإيمان فقال امير المؤمنين: الإيمان على أربع دعائم على الصبر واليقين والعدل والجهد والصبر منها على أربع شعب على الشوق والشفق والرهد والترقب فمن اشتاق إلى الجنة سلا عن الشهوات ومن أشفق من النار اجتنب المحرمات ومن زهد في الدنيا استهان بالمصيبات ومن ارتقب الموت سارع إلى الخيرات واليقين منها على أربع شعب على تبصرة الفطنة وتأول الحكمة ومؤظة العبرة وسنة الأولين فمن تبصر في الفطنة تبين له الحكمة ومن تبين له الحكمة عرف العبرة ومن عرف العبرة فكأنما كان في الأولين والعدل منها على أربع شعب على غايب الفهم وغور العلم وزهرة الحكم ورساخة الجلم فمن فهم علم غور العلم و صدر عن شرائع الحكم ومن حلم لم يفرط في أمره وعاش في الناس حميداً والجهد منها على أربع شعب على الأمر بالمعروف والنهي عن المنكر والصدق في المواطن و شتان الفاسقين فمن أمر بالمعروف شد ظهور المؤمنين ومن نهى عن المنكر أرغم أنوف المنافقين ومن صدق في المواطن قضى ما عليه ومن شنى الفاسقين وغضب لله غضب الله له وأرضاه يوم القيامة والكفر على أربع دعائم على التعمق والتنازع والريغ والشقاق فمن تعمق لم ينب إلى الحق ومن كثر نزاعه بالجهل دام عماء عن الحق ومن راع ساءت عنده الحسنه وحسنت عنده السيئه وسكر سكر الضلالة ومن شاق وعرت عليه طرفه وأغصل عليه أمره وصاق عليه مخرجه والشك على أربع شعب على التماري والهول والتردد والاستسلام فمن جعل المرء ديدناً لم يضح ليئه ومن هاله ما بين يديه نكص على عقبيه ومن تردد في الريب وطئته سنابك الشياطين ومن استسلم لهلكة الدنيا والآخرة

هَلَكْ فَيَهْمَا؛ از حضرت امیر المؤمنین علیه السلام درباره ایمان پرسش شد. ایشان فرمودند:

«ایمان بر چهار پایه استوار است: صبر، یقین، عدل و جهاد.»

صبر نیز بر چهار پایه قرار دارد. شوق، هراس، زهد و انتظار. آن کس که اشتیاق بهشت دارد، شهوت‌هایش کاستی گیرد، و آن کس که از آتش جهنم می‌ترسد، از حرام دوری می‌گزیند، و آن کس که در دنیا زهد می‌ورزد، مصیبت‌ها را ساده پندارد، و آن کس که مرگ را انتظار می‌کشد در نیکی‌ها شتاب می‌کند.

یقین نیز بر چهار پایه استوار است: بینش زیرکانه، دریافت حکیمانانه واقعیت‌ها، پند گرفتن از حوادث روزگار، و پیمودن راه درست پیشینیان. پس آن کس که هوشمندانه به واقعیت‌ها نگرست، حکمت را آشکارا بیند، و آن که حکمت را آشکارا دید، عبرت آموزی را شناسد، و آن که عبرت‌آموزی شناخت گویا چنان است که با گذشتگان می‌زیسته است.

و عدل نیز بر چهار پایه برقرار است: فکری ژرف اندیش، دانشی عمیق و به حقیقت رسیده، نیکو داوری کردن و استواربودن در شکیبایی. پس کسی که درست اندیشید به ژرفای دانش رسید و آن کس که به حقیقت دانش رسید، از چشمه زلال شریعت نوشید، و کسی که شکیا شد در کارش زیاده روی نکرده با نیکنامی در میان مردم زندگی خواهد کرد.

و جهاد نیز بر چهار پایه استوار است: امر به معروف، و نهی از منکر، راست‌گویی در هر حال، و دشمنی با فاسقان. پس هر کس به معروف امر کرد، پشتوانه نیرومند مؤمنان است، و آن کس که از زشتی‌ها نهی کرد، بینی منافقان را به خاک مالید، و آن کس که در میدان نبرد صادقانه پایداری کند حقی را که بر گردن او بوده ادا کرده است، و کسی که با فاسقان دشمنی کند و برای خدا خشم گیرد، خدا هم برای او خشم آورد، و روز قیامت او را خشنود سازد.

و کفر بر چهار ستون پایدار است: کنجکاوای دروغین، ستیزه‌جویی و جدل، انحراف از حق، و دشمنی کردن، پس آن کس که دنبال توهم و کنجکاوای دروغین رفت به حق نرسید. و آن کس که به ستیزه‌جویی و نزاع پرداخت از دیدن حق نا بینا شد، و آن کس

که از راه حق منحرف گردید، نیکویی را زشت، و زشتی را نیکویی پنداشت و سر مست گمراهی‌ها گشت، و آن کس که دشمنی ورزید، پیمودن راه حق بر او دشوار و کارش سخت، و نجات او از مشکلات دشوار است. و شک چهار بخش دارد: جدال در گفتار، ترسیدن، دو دل بودن، و تسلیم حوادث روزگار شدن. پس آن کس که جدال و نزاع را عادت خود قرار داد از تاریکی شبهات بیرون نخواهد آمد، و آن کس که از هر چیزی ترسید همواره در حال عقب نشینی است، و آن کس که در تردید و دو دلی باشد زیر پای شیطان کوبیده خواهد شد، و آن کس که تسلیم حوادث گردد و به تباهی دنیا و آخرت کردن نهد، و هر دو جهان را از کف خواهد داد (ثقفی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۸۱).

۱۱. تبلیغ معنویت جامع

برخلاف مبلغین معنویت‌های نوظهور؛ روش تبلیغی اسلام در مقوله معنویت نیز به دور از تک‌قطبی‌نگری است و تلاش مبلغین اسلامی بر آن است تا معنویت ارائه شده به مردم، شکل‌گزینی به خود نگرفته باشد. هویت معنوی در یک انسان مسلمان باید از تمامی جهات پرورش بیابد تا از هرگونه اعوجاجات رُهبانی و خانقاهی و نظایر آن مصون بماند. برخی از وجوه معنویت اسلامی در برنامه مواجهه اندیشه‌ای مبلغان اسلامی عبارتند از:

۱-۱۱. معنویت خدامحور

در معنویت اسلامی، محور سیر و سلوک، توحید و خدامحوری است. چنانچه شیخ الرئيس ابو علی سینا می‌گوید: «العارفُ یُریدُ الْحَقَّ الْأَوَّلَ لَا لِشَیْءٍ غَیْرِهِ، وَ لَا یُؤَثِّرُ شَیْئاً عَلَی عِرْفَانِهِ وَ تَعَبُّدُهُ لَهُ فَقَطْ لِأَنَّهُ مُسْتَحَقٌّ لِلْعِبَادَةِ؛ عارف، حَقِّ نخستین را می‌خواهد، نه برای چیزی غیر از او و هیچ چیز را بر شناخت وی برتری نمی‌نهد و تنها او را می‌پرستد؛ چون تنها او سزاوار عبادت است» (ابن سینا، ۱۳۸۶، ج ۳، ص ۳۷۵).

همچنین در فرازی از مناجات شعبانیه آمده است: «إِلَهِي وَ أَلْحِقْنِي بِنُورِ عِرْكَ الْأَبْهَجِ فَأَكُونَ لَكَ عَارِفاً وَ عَن سِوَاكَ مُنْحَرِفاً وَ مِنْكَ خَائِفاً مُرَاقِبا؛ خدایا! مرا به نور عزت خودت که بسیار بهجت آفرین است ملحق گردان تا عارف به تو شوم و از غیر تو روگردان

شوم و از تو ترسان و مراقب باشم» (ابن طاوس، ۱۴۰۹ق، ج ۲، ص ۶۸۷).
 در این فراز از مناجات شریفه، عارف را به‌عنوان کسی که روی گردان از غیر خدا
 و یاد کننده مداوم حق و اجتناب کننده از ارتکاب معاصی الهی می‌باشد، معرفی
 کرده است.

۱۱-۲. معنویت شریعت محور

پایندی به فقه و شریعت اسلامی، محور و میزان سنجش اعمال عبادی یک مسلمان
 است. این معنویت، از رهگذر بندگی و عبودیت در چارچوب شریعت شکل گرفته و
 همه اعمال سالک براساس موازین شریعت اسلامی پذیرفته شده است، به طوری که عمل
 به شریعت، در همه مراحل سلوک، لازم و قطعی بوده و سالک هرگز از آن بی‌نیاز
 نمی‌گردد.

ابونصر سراج طوسی از عارفان بزرگ اسلام در این باره چنین می‌گوید: «فقها با
 مخالفان دین و گمراهان به صورتی مستدل و معقول سخن گفته‌اند و برهان‌های
 روشن آورده‌اند و به متن قرآن و نص حدیث چنگ آخته‌اند و اوامر و نواهی و واجب
 و حرام و مستحب و مکروه را بیان کرده‌اند. مذهب عارفان نیز باید چنین باشد که
 حتی به انجام مکروهات نیز دست نیازند. آنان پس از انجام واجبات و مستحبات، و
 ترک محرّمات و مکروهات، حتی باید از کردارهای بی‌فایده نیز اجتناب نمایند» (سراج
 طوسی، ۱۳۸۸، ص ۷۰).

۱۱-۳. معنویت آمیخته با حماسه

معنویت و آمیختگی آن با حماسه، یکی از اصول اولیه عرفان اسلامی است.
 بطوریکه با بررسی سیره معصومین علیهم‌السلام و تاریخ پرافتخار تشیع، این مسئله مهم تبیین
 می‌گردد. برای مثال، حضرت آیت الله جوادی آملی (زیدعزه) می‌فرماید: «درباره سالار
 شهیدان علیه‌السلام ما می‌بینیم که از یک سو آن حضرت دارای دعای عرفه است که سراسر
 عرفان است و عشق و شغف و اظهار بندگی در پیشگاه خداوند، و از سوی دیگر شاهد

حماسه کربلای او هستیم، و اظهار تبری از بیگانه، و فرمان به قیام، و دستور به مبارزه»
(جوادی آملی، ۱۳۷۷، ص ۶۲).

۱۱-۴. معنویت ولایت مدار

تمسک به ولایت اهل بیت علیهم السلام تنها ترین راه نجات و مهم ترین رکن معنویت شیعی است. صدر المتألهین شیرازی در شرح خود بر احادیث «باب الحجة» اصول کافی می نویسد: «افراد بشری در مواجهه خود با حقایق الهی و شناخت طرق هدایت، دو دسته اند: برخی همانند انبیاء و اولیای الهی دارای بصیرت و معرفت و شهودند و با مشاهده راه آخرت و آگاهی از شیوه های سیر و سلوک، نیازی به راهنما و راهبری غیر از خداوند ندارند؛ اما عده ای دیگر که عموم افراد بشر را تشکیل می دهند، نسبت به شناخت حق و تشخیص راه در حجاب اند؛ از این رو برای آنها لازم است از امامی که واسطه هدایت و ارشاد بین خدا و مردم و راهنمای طریق نجات است پیروی کنند»
(صدرالدین شیرازی، ۱۳۸۳، ص ۴۶۶).

و در حدیثی از امام صادق علیه السلام آمده است: «وَأَنَّ رَجُلًا قَامَ لَيْلَهُ وَ صَامَ نَهَارَهُ وَ تَصَدَّقَ بِجَمِيعِ مَالِهِ وَ حَجَّ جَمِيعَ دَهْرِهِ وَ لَمْ يَعْرِفْ وَ لَآيَةَ وَ لِيَّ اللهُ فَيُؤَالِيَهُ وَ يَكُونُ جَمِيعَ أَعْمَالِهِ بِدَلَالَتِهِ إِلَيْهِ مَا كَانَ لَهُ عَلَى اللهِ جَلٌّ وَ عَزَّ حَقُّ فِي ثَوَابِهِ وَ لَا كَانَ مِنْ أَهْلِ الْإِيمَانِ؛ اگر کسی تمام شب به عبادت برخیزد و هر روز روزه بدارد و تمام مالش را صدقه دهد و همه عمرش را حج کند، اما ولایت ولی خدا را نشناسد تا از او پیروی کند، و همه کارهایش به راهنمایی او باشد، او را بر خدای عزوجل حق ثوابی نیست و از اهل ایمان نباشد» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۴، ص ۶۶).

۱۱-۵. معنویت در اجتماع

دیدگاه دین مبین اسلام به عارفان اسلامی و تمامی افرادی که در مسیر سیر و سلوک قرار گرفته اند، نگاه اجتماعی و انزوا گریز است. دین اسلام با الگو قرار دادن پیامبر اکرم و اهل بیت علیهم السلام این آموزه را در منصف ظهور گذاشته است. یک عارف مسلمان با تبعیت

از معصومین علیهم‌السلام و اولیای دین، بایستی در میان مردم زندگی کرده و هیچ گاه طریقه رهبانیت را برنگزینند. قرآن کریم در باره زندگی پیامبران الهی می‌فرماید: «وَمَا أَرْسَلْنَا قَبْلَكَ مِنَ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا إِنَّهُمْ لَيَأْكُلُونَ الطَّعَامَ وَيَمْشُونَ فِي الْأَسْوَاقِ؛ و پیش از تو هیچ یک از رسولان را نفرستادیم مگر این که آنان هم یقیناً غذا می‌خوردند و در بازارها راه می‌رفتند» (فرقان، ۲۰).

۱۱-۶. معنویت آمیخته با سیاست

هدف سیاست در آموزه‌های اسلامی، تأمین برخی نیازهای واقعی انسان، اعم از مادی و معنوی است، که از سه منبع حقیقی «عقل، قرآن کریم و سیره معصومین» سرچشمه می‌گیرد (واعظی، ۱۳۸۰، ص ۶۷). در زیارت حضرت امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام آمده است: «أشهدُ أنك و الائمة من وُلدك سفينة النجاة و دعائم الأوتاد و أركان البلاد و ساسة العباد؛ شهادت می‌دهم که تو و ائمه از فرزندان تو، کشتی نجات و ستون‌های کوه‌ها و ارکان شهرها و سیاست‌مداران بندگان هستید» (ابن مشهدی، ۱۴۱۹ق، ص ۲۴۵).

با وجود این که اهل بیت علیهم‌السلام عارفانی حقیقی بوده و همواره سیاست را در کنار دیانت و عرفان حفظ نموده‌اند، برخی سیاست‌زدگان دینی و همچنین گروهی از عرفان‌زدگان، عرصه معنویت را از عرصه سیاست جدا می‌دانند و هیچ وجه مشترکی برای این دو قائل نیستند.

امام خمینی رحمته‌الله در تبیین جایگاه سیاست در جامعه دینی می‌فرماید: «سیاست آن است که رهبر جامعه، جامعه را هدایت کند و راه برد، تمام مصالح جامعه را در نظر بگیرد و همه ابعاد انسان و جامعه را در نظر بگیرد، و اینها را هدایت کند به طرف آن چیزی که صلاحشان است، صلاح ملت است، صلاح افراد است. شما ببینید پیغمبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم کدام روزش از مسائل سیاسی خارج بود؟ آن حضرت دولت تشکیل می‌داد، با اشخاصی که به ضد اسلام، و ستمگر بر مردم بودند، با آنها مبارزه و جنگ می‌کرد» (امام خمینی، ۱۳۷۷، ج ۱۳، ص ۴۳۲).

امام خمینی رحمته‌الله تا آنجا پیش می‌رود که به صراحت، اخلاق و سیاست دینی را یکی

می‌شمارد و بر نظریه یگانگی این دو تأکید می‌کند و می‌فرماید:

اسلام، احکام اخلاقی‌اش هم سیاسی است؛ همین حکمی که در قرآن هست که مؤمنین برادر هستند، این یک حکم اخلاقی است، یک حکم اجتماعی است، یک حکم سیاسی است. اگر مؤمنین، طوایف مختلفی باشند که در اسلام هستند و همه هم مؤمن به خدا و پیغمبر اسلام هستند، اینها با هم برادر باشند، همان طوری که برادر با برادر نظر محبت دارد، همه قشرها با هم نظر محبت داشته باشند، علاوه بر اینکه یک اخلاق بزرگ اسلامی است و نتایج بزرگ اخلاقی دارد، یک حکم بزرگ اجتماعی است و نتایج بزرگ اجتماعی دارد (امام خمینی، ۱۳۷۷، ج ۱۳، ص ۴۳۲).

۱۱-۷. ریاضت مشروع

مسئله ریاضت و سخت کشیدن جهت تربیت نفس، یکی از مسائل مورد تأیید معنویت شیعی است. قرآن کریم بر این عمل عرفانی مهر تأیید زده و فرموده است: «وَالَّذِينَ جَاهَدُوا فِينَا لَنَهْدِيَنَّهُمْ سُبُلَنَا؛ کسانی که در راه ما مجاهده کنند، حتماً آنان را به راه‌های خویش رهنمون خواهیم ساخت» (عنکبوت، ۶۹).

آنچه در سلوک معنوی اسلام مورد تأکید قرار گرفته است، انجام ریاضت‌های مشروع است که برخلاف ریاضت مرتاضان در شبه معنویت‌های نوپدید، به دنبال تحقق ریاضت‌های منطبق با احوالات عرفانی معصومین و اولیا الهی می‌باشد. امام خمینی علیه السلام با اشاره به این نکته مهم چنین می‌فرماید: «از مهمات باب ریاضت، مراعات است و آن، چنان است که سالک در هر مرتبه که هست، چه در ریاضات و مجاهدات علمیّه یا نفسانیّه یا عملیّه، مراعات حال خود را بکند، و با رفق و مدارا با نفس رفتار نماید و زاید بر طاقت و حالت خود تحمیل آن نکند؛ خصوصاً برای جوان‌ها و تازه‌کارها این مطلب از مهمات است که ممکن است اگر جوان‌ها با رفق و مدارا با نفس رفتار نکنند و حظوظ طبیعت را به اندازه احتیاج آن از طرق حلال ادا نکنند، گرفتار خطر عظیمی شوند که جبران آن نتواند کرد، و آن خطر آن است که گاه نفس به واسطه سخت‌گیری فوق

العاده و عنان‌گیری بی‌اندازه، عنان گسیخته شود و زمام اختیار را از دست بدهد، و اقتضای طبیعت که مترکم شد و آتش تیز شهوت که در تحت فشار بی‌اندازه ریاضت واقع شد، ناچار شعله ور شود و مملکت را بسوزاند. و اگر خدای نخواستہ سالکی، عنان گسیخته شود، یا زاهدی بی‌اختیار شود، چنان در پرتگاه افتد که روی نجات را هرگز نبیند، و به طریق سعادت و رستگاری هیچ گاه عود نکند» (امام خمینی، ۱۳۸۶، ص ۲۵).

نتیجه‌گیری

روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، همواره مورد سوء استفاده معنویت‌های نوظهور قرار گرفته است اما این موضوع نباید مانع از آن شود که مبلغان راستین اسلامی از این روش بهرمنند گردند؛ زیرا استفاده از این روش، به معنای عام آن، نتایج مطلوبی داشته و پیروان حقیقی در پی خواهد داشت. تمرکز بر مقوله هویت، یکی از ارکان مهم در روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ است که جریان‌های تبلیغی از آن بهرمنند می‌شوند تا با اثرگذاری بر آن، روند حرکتی افراد را تغییر داده و آنان را عناصر تبلیغی و کنش‌گر تبدیل کنند.

در این روش که عاری از هم‌گرایی یا واگرایی هویتی است، مبلغ جریان در پی آن است تا فرد جذب شده را به یک توزیع‌کننده کنش‌گر تبدیل کند. فرایند این عملکرد بر هویت روایی افراد استوار شده است و به تناسب اهداف جریان، یکی از ابعاد هویتی افراد گزینش و متورم می‌شود تا پس از تک هویتی کردن فرد، سناریوی مورد نظر با هویت فرد منطبق گردد.

در این فرایند، فرد جذب شده به این نتیجه رسیده است که هویت او با هدف جریان مطابقت دارد و زندگی او جز از مسیر گسترش آن اندیشه جریان نخواهد داشت؛ لذا آغاز مطالبه‌گری و کنش‌گری در او کلیدخورده و به یک مبلغ فعال تبدیل می‌شود.

در روش مواجهه اندیشه‌ای معنویت‌های نوظهور، عقل و تعقل جایگاهی ندارد، از این روی، مبلغ کنش‌گرش را تنها به یک انسان توزیع‌کننده تبدیل کرده است اما در مقابل آن؛ روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در اسلام را داریم که پایه تبلیغی خود را بر عقل و تفکر بنانهاده و در پی تربیت انسان تولیدکننده است.

از طرفی در روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در اسلام، روش هویت جمعی را بر روش هویت گزینشی ترجیح داده شده و تمامی ابعاد هویتی انسان به موازات هم رشد و نمو پیدا می‌کنند. به‌عنوان نمونه می‌توان به مسئله تربیت معنوی اسلام توجه داشت که در این خصوص نیز نگاه کل‌نگر داشته و در پی تربیت معنوی جامع و کامل است. این پژوهش فقط یکی از ارکان مهم در روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ را مورد بررسی و هم‌سنجی قرار داده و قابلیت آن را دارد که در پژوهش‌های آتی به دیگر ارکان روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ پرداخته شود.

فهرست منابع

* قرآن کریم

۱. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی. (۱۴۰۴ق). تحف العقول. قم: جامعه مدرسین.
۲. ابن طاووس، علی بن موسی. (۱۴۰۹ق). إقبال الأعمال (ج ۲). تهران: دار الکتب الإسلامیه.
۳. ابن مشهدی، محمد بن جعفر. (۱۴۱۹ق). المزار الكبير. قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۴. ابن سینا. (۱۳۸۶). الإشارات والتنبيهات (مصحح: سلیمان دنیا). قاهره: دارالمعارف.
۵. احمدی، حمید. (۱۳۸۳). ایران: هویت، ملیت، قومیت. تهران: پژوهشکده تحقیق و توسعه علوم انسانی.
۶. احمدی، حمید. (۱۳۹۰). بنیادهای هویت ملی ایرانی. تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۷. اشو، راجنیش. (۱۳۶۸). ریشه‌ها و بال‌ها. تهران: بدر.
۸. اشو، راجنیش. (۱۳۸۴). آواز سکوت. تهران: هودین.
۹. اشو، راجنیش. (بی‌تا). از سکس تا فراآگاهی. بی‌جا، بی‌نا.
۱۰. امام خمینی، روح‌الله. (۱۳۷۷). صحیفه نور (ج ۱۳). تهران: سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
۱۱. امام خمینی، روح‌الله. (۱۳۸۶). آداب الصلاة. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار.
۱۲. تمیمی آمدی، عبدالواحد. (۱۴۱۰ق). غرر الحکم و درر الکلم. قم: دار الکتب الاسلامیه.
۱۳. ثقفی، ابراهیم بن محمد. (۱۴۱۰ق). الغارات (ج ۱). قم: دار الکتب الإسلامیه.
۱۴. جنکینز، ریچارد. (۱۳۹۴). هویت اجتماعی (مترجم: تورج یاراحمدی). تهران: شیرازه.
۱۵. جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۷). حماسه و عرفان. قم: اسراء.
۱۶. چیت‌ساز قمی، محمدجواد. (۱۳۸۳). گسست نسلی در ایران: افسانه یا واقعیت. تهران: جهاد دانشگاهی.

۱۷. راغب، حسین بن محمد. (۱۳۷۴). معجم مفردات الفاظ قرآن. دمشق: مرعشی، مکتبه مرتضویه.
۱۸. رجائی، فرهنگ. (۱۳۸۳). مشکله هویت ایرانیان امروز. تهران: نشر نی.
۱۹. سراج طوسی، ابونصر. (۱۳۸۸). اللمع فی التصوف. قم: اساطیر.
۲۰. شایگان، داریوش. (۱۳۹۹). ادیان و مکتب‌های فلسفی هند (ج ۲). تهران: فرزانه روز.
۲۱. شرفی، محمدرضا. (۱۳۷۹). جوان و بحران هویت. تهران: سروش.
۲۲. شعیری، محمد بن محمد. (بی تا). جامع الأخبار. نجف: انتشارات حیدریه.
۲۳. صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم. (۱۳۸۳). شرح اصول الکافی. تهران: مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
۲۴. عسکری، ابی هلال. (۱۴۱۲ق). معجم فروق اللغویه. قم: جامعه مدرسین.
۲۵. کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی (ج ۴). تهران: دار الکتب الإسلامیه.
۲۶. میرمحمدی، داود. (۱۳۸۳). گفتارهایی درباره هویت ملی در ایران. تهران: انتشارات تمدن ایرانی.
۲۷. واعظی، احمد. (۱۳۸۰). حکومت دینی. قم: مرصاد.
28. Bauer, Jack J; McAdams, Dan P.; Pals, Jennifer L. (2008). Narrative identity and eudaimonic well-being. *Journal of Happiness Studies*.
29. Burton, R. (2001). *Political Ethnography* (Translation: Nasr Fakoohy). Nay Publication.
30. Henry, Barbara. (2002). The Role of Symbols for European Political Identity. In: F Cerutti E Rudolph. *A Soul for Europe* .
31. McLean. (2003). Adolescents' self-defining memories about relationships. *Developmental Psychology*.
32. Norval; Aletra, J. (2003). The politics of Ethnicity and Identity. In: *Cambridge Dictionary of Sociology*. Cambridge. Cambridge University Press.
33. S. J. Schwartz, K. Luyckx, & V. L. Vignoles (2011). *Handbook of Identity Theory and Research*. Springer-Verlag New York.
34. Weedon; Chris. (2003). *Identity and Culture*. Open University Press.

References

*Holy Quran

1. Ahmadi, H. (1383 AP). *Iran: Identity, Nation, Nationality*. Tehran: Institute for Research on Humanities and Cultural Studies. [In Persian]
2. Ahmadi, Hamid. (1390 AP). *Foundations of Iranian National Identity*. Tehran: Research Center for Cultural and Social Studies. [In Persian]
3. Askari, A. (1412 AH). *Mu'jam Furūq al-Lughawiyah*. Qom: Jame'e Modarresin. [In Arabic]
4. Bauer Jack, J., McAdams Dan, P., & Pals ennifer, L. (2008). Narrative identity and eudaimonic well-being. *Happiness Studies*.
5. Burton, R. (2001). *Political Ethnography* (N. Fakoohy, Trans.). Nay.
6. Chitsaz Qomi, M. J. (1383 AP). *Generational Gap in Iran: Myth or Reality*. Tehran: Jihad Daneshgahi. [In Persian]
7. Henry, B. (2002). The Role of Symbols for European Political Identity. (F. Cerutti & E. Rudolph, Eds.). *A Soul for Europe*.
8. Ibn Mashhadi, M. (1419 AH). *Al-Mazar al-Kabir*. Qom: Islamic Publishing House. [In Arabic]
9. Ibn Shu'bah Harani, H. (1404 AH). *Tuḥaf al-'Uqūl*. Qom: Jame'e Modarresin. [In Arabic]
10. Ibn Sina. (1386 AP). *Al-Isharat wal-Tanbihat* (Ed.: S. Dunya). Cairo: Dar al-Ma'arif. [In Arabic]
11. Ibn Tawus, A. (1409 AH). *Iqbal al-A'mal* (Vol. 2). Tehran: Dar al-Kotob A-Islamiyah. [In Arabic]
12. Javadi Amoli, A. (1377 AP). *Heroism and Mysticism*. Qom: Isra. [In Persian]
13. Jenkins, R. (1394 AP). *Social Identity* (Trans: T. Yarahmadi). Tehran: Shiraze. [In Persian]
14. Khomeini, R. (1377 AP). *Sahifeh-ye Noor* (Vol. 13). Tehran: Islamic Revolution Cultural Documentation Center. [In Persian]
15. Khomeini, R. (1386 AP). *Adab al-Salat*. Tehran: Institute for Compilation and Publication of Imam Khomeini's Works. [In Arabic]
16. Kulayni, M. (1407 AH). *Al-Kafi* (Vol. 4). Tehran: Dar al-Kotob A-Islamiyah. [In Arabic]

17. McLean. (2003). Adolescents' self-defining memories about relationships. *Developmental Psychology*.
18. Mirmohammadi, D. (1383 AP). *Talks on National Identity in Iran*. Tehran: Tamaddon-e Iran. [In Persian]
19. Norval, A., & Aletra, J. (2003). The politics of Ethnicity and Identity. *Cambridge Dictionary of Sociology*. Cambridge: Cambridge University Press.
20. Osho, R. (1384 AP). *The Sound of Silence*. Tehran: Hoodin. [In Persian]
21. Osho, R. (1386 AP). *Roots and Wings*. Tehran: Badr. [In Persian]
22. Osho, R. (n.d.). *From Sex to Superconsciousness*. n.p. [In Persian]
23. Raghhib, H. (1377 AP). *Mu'jam Mufradat Alfaz al-Quran*. Damascus: Marashi, Maktabat Murtazawiyah. [In Arabic]
24. Rajaei, F. (1383 AP). *The Problem of Iranian Identity Today*. Tehran: Ney. [In Persian]
25. Sadr al-Din Shirazi, M. (1383 AP). *Sharh Usul al-Kafi*. Tehran: Cultural studies and research. [In Arabic]
26. Sarrāj al-Tusi, A. (1388 AP). *Al-Luma fi al-Tasawwuf*. Qom: Asatir. [In Arabic]
27. Schwartz, S. J., Luyckx, K., & Vignoles, V. L. (2011). *Handbook of Identity Theory and Research*. Springer-Verlag New York.
28. Shaeiri, M. (n.d.). *Jame' al-Akhbar*. Najaf: Heydariyyah. [In Arabic]
29. Sharafi, M. R. (1379 AP). *Youth and Identity Crisis*. Tehran: Saroosh. [In Persian]
30. Shayegan, D. (1399 AP). *Religions and Philosophical Schools of India* (Vol. 2). Tehran: Farzan Rooz. [In Persian]
31. Tameemi Amadi, A. (1410 AH). *Ghurur al-Hikam wa Durar al-Kalam*. Qom: Dar al-Kitab al-Islami. [In Arabic]
32. Thaqafi, I. (1410 AH). *Al-Gharat* (Vol. 1). Qom: Dar al-Kutub al-Islami. [In Arabic]
33. Vaezi, A. (1380 AP). *Religious Governance*. Qom. [In Persian]
34. Weedon, C. (2003). *Identity and Culture*. Open University Press.