



Research Article

Media Theology, (Discourse Analysis of Religious Messages in the Media Age, Antipathy or Tolerance; A Case Study on Instagram)

Hassan Masoudi ¹

Ebtesam Razavi Dinani ²

Vahid Aqili ³

Using the method of critical discourse analysis, this article examines the contrast between the two approaches of "antipathy and tolerance" in the religious messages of two famous Iranian religious figures, Ali Reza Panahian and Hassan Aghamiri, on the social network Instagram. The theoretical basis of the research is the theory of the religious message market, according to which, in the field of religion, like in other fields, there is a market of supply and demand. In order to gain a greater share of this competitive audience market, suppliers adopt strategies to differentiate their messages from those of their competitors. One of these strategies is to emphasize antipathy or tolerance in the message in order to be more popular with the target audience. The question now is whether the formation of a competitive market for religious messages on this social network has led to the strengthening of either the antipathy or the tolerance approach. The findings of this study show that in this competitive market, both antipathy and tolerance approaches have supporters, but Aghamiri's tolerance-oriented discourse has attracted a much larger audience with a 41% reach. Therefore, it seems that in this particular case, the competitive market for religious messages on Instagram has led to the strengthening of the tolerance approach. This study can help to better understand the impact of the competitive market for religious messages on the formation of different religious discourses in Iran.

Keywords: discourse analysis, antipathy, tolerance, religious message market, Ali Reza Panahian, Hasan Aqamiri.

1. Ph.D. Student in Culture and Communication, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, I.R.Iran.
hadimasoudi1366@gmail.com 0009-0003-8410-0000

2. Assistant Professor Department of Communication, Islamic Azad University of Arak.
razavidinani@yahoo.com 0009-0004-6222-4621

3. Associate Professor, Department of Communication, Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Tehran, I.R.Iran.
seyed_vahid_aqili@yahoo.com 0000-0001-8956-5574



حسن مسعودی^۱

ابتنسام رضوی دینانی^۲

سید وحید عقلی^۳

الهیات رسانه

(تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۱/۰۸/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۷/۱۰ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۱۱/۲۳

چکیده

این مقاله با استفاده از روش تحلیل گفتمان انتقادی، به بررسی تقابل میان دو رویکرد «ضدیت و تساهل» در پیام‌های دینی دو شخصیت مذهبی مشهور ایرانی، علیرضا پناهیان و حسن آقامیری در شبکه اجتماعی اینستاگرام می‌پردازد. مبنای نظری تحقیق، نظریه بازار پیام دینی است که براساس آن، در عرصه دین هم مانند دیگر عرصه‌ها، یک بازار عرضه و تقاضا وجود دارد. عرضه‌کنندگان برای کسب سهم بیشتر از این بازار رقابتی مخاطبان، راهبردهایی اتخاذ می‌کنند تا بتوانند پیام خود را از رقبای متمایز سازند. یکی از این راهبردها تأکید بر ضدیت یا تساهل‌گرایی در پیام است تا بیشتر موردپسند مخاطبان هدف قرار گیرد. حال پرسش این است که شکل‌گیری بازار رقابتی پیام دینی در این شبکه اجتماعی، به تقویت کدام یک از دو رویکرد ضدیت یا تساهل منجر شده است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد در این بازار رقابتی، هر دو رویکرد ضدیت و تساهل طرفدارانی دارند، اما گفتمان تساهل‌گرایی آقامیری با ۴۱ درصد فراگیری به مراتب مخاطب بیشتری جذب کرده است. بنابراین به نظر می‌رسد در این مورد خاص، بازار رقابتی پیام دینی در اینستاگرام بیشتر به تقویت رویکرد تساهل‌گرایی منجر شده است. این پژوهش می‌تواند به درک بهتر تأثیر بازار رقابتی پیام‌های دینی بر شکل‌گیری گفتمان‌های متفاوت دینی در ایران کمک کند.

واژگان کلیدی: تحلیل گفتمان، ضدیت، تساهل، بازار پیام دینی، محمدرضا پناهیان، حسن آقامیری.

۱. دانشجوی دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران مرکزی، تهران، ایران. hadimasoudi1366@gmail.com
 ۲. استادیار گروه ارتباطات، دانشگاه آزاد اراک، اراک ایران (نویسنده مسئول). razavidinani@yahoo.com
 ۳. دانشیار گروه ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی تهران مرکزی، تهران، ایران. seyed_vahid_aqili@yahoo.com
- استناد به این مقاله: رضوی دینانی، ابتنسام؛ عقلی، سیدوحید، مسعودی، حسن. (۱۴۰۴). «الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)». فصلنامه علمی پژوهشی پژوهش‌های عقلی نوین. ش ۱۹. صص ۱۹۱-۲۱۴.

doi 10.22081/nir.2025.67910.1426





بیان مسئله

بازاندیشی الهیات رسانه‌ای یکی از شاخه‌های الهیات کاربردی و مطالعات دینی است که پژوهش درباره تأثیر رسانه‌ها بر گفتمان پیام‌های دینی یکی از پرسامدترین موضوعات آن به‌شمار می‌رود. پیام‌های دینی همواره بخشی مهم از فرهنگ و هویت جوامع بشری بوده‌اند. در عصر کنونی، با ظهور انقلاب اطلاعات و گسترش فناوری‌های نوین ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی، انتشار و دریافت پیام‌های دینی به‌نحوی بی‌سابقه تسهیل شده است. این امر به ظهور پدیده‌ای به نام بازار آزاد پیام‌های دینی منجر شده است که الزامات و پیامدهای ویژه‌ای برای خالقان و مبلغان پیام‌های دینی دارد.

شرایط بازار آزاد پیام دینی اساساً در فرهنگ انتشار پیام‌های دینی انقلابی ایجاد کرده است که نمونه‌های آن را می‌توان آشکارا در پیام‌رسان‌های جهانی مانند تلگرام و اینستاگرام مشاهده نمود. به باور صاحب‌نظران حوزه اقتصاد دین، بازار آزاد پیام‌های دینی همچون هر بازار دیگری تابع قواعد و فرمول‌های اقتصادی است، از جمله فرمول مصرف‌کننده‌محوری. این فرمول بر بسیاری از معادلات و روابط بازار پیام‌های دینی تأثیری تعیین‌کننده دارد، از جمله بر خالقان و مبلغان دینی و نیز شکل‌گیری الگوهای نوین پیام‌های دینی و نحوه ارائه و انتقال آنها (Iannaccone, 1997 a).

شبکه اجتماعی اینستاگرام به‌عنوان یکی از پرطرفدارترین شبکه‌های اجتماعی، امروزه بستری برای انتشار انواع محتواهای دینی فراهم کرده است. در این میان، شخصیت‌های دینی و روحانیون شیعه با تولید محتوا در اینستاگرام، نقشی مهم در شکل‌دهی به گفتمان دینی - اسلامی دارند. به نظر می‌رسد گسترش رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی در کنار فرصت‌ها، چالش‌هایی همچون تبدیل شدن دین به بازاری برای رقابت میان عرضه‌کنندگان پیام‌های دینی را نیز به همراه آورده است. در این بازار پیام دینی، عرضه‌کنندگان مختلف از جمله روحانیون و مبلغان برای جلب مخاطب بیشتر، راهبردهایی را اتخاذ می‌کنند که یکی از آنها می‌تواند تشدید رویکردهای سخت‌گیرانه یا مداراجویانه باشد. تأکید بر سخت‌گیری و مؤلفه ضدیت در مقابل تساهل به این معناست که یک گفتمان یا مکتب تربیتی - انسانی، چقدر مرزبندی‌ها، قطب‌بندی‌ها و ضدیت‌هایی محکم و رادیکال بر محور خیر - شر، ظلم - عدل و درست - نادرست



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

را در میان اجتماعات انسانی ترسیم و پررنگ می‌کند و یا چقدر با پرهیز از این ترسیم‌ها، به تساهل و مدارا و هم‌زیستی سازش‌گرانه و عمل‌گرایانه و منعطف‌جماعت‌ها و عقاید و سبک‌های زندگی گوناگون معتقد است (احمدی، ۱۳۸۲، ص ۱۴۵).

نویسندگان پژوهش پیش‌رو در نظر دارند با رویکرد تحلیل گفتمان انتقادی، به بررسی تقابل میان دو رویکرد «ضدیت و تساهل» در پیام‌های دینی منتشرشده در اینستاگرام دو شخصیت مشهور دینی بپردازند. علیرضا پناهیان و حسن آقامیری از جمله شخصیت‌های محبوب و پرطرفدار در فضای مجازی فارسی‌زبانان ایرانی هستند که فعالیت‌هایی گسترده در اینستاگرام در زمینه پیام‌رسانی دینی دارند. با وجود شباهت‌هایی که در فعالیت این دو شخصیت وجود دارد، تفاوت‌هایی نیز در نوع نگرش و رویکرد آن‌ها نسبت به موضوعات و مسائل دینی مشاهده می‌شود. بررسی دقیق‌تر فعالیت‌های این دو شخصیت کلیدی، می‌تواند به درک بهتر تأثیر بازار رقابتی پیام‌های دینی در اینستاگرام بر شکل‌گیری گفتمان‌های مختلف دینی در ایران اسلامی کمک شایانی نماید.

سؤال اصلی پژوهش این است که آیا گسترش اینستاگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی، موجب شکل‌گیری بازار رقابتی برای پیام‌های دینی در ایران اسلامی شده است؟ آیا عرضه‌کنندگان پیام دینی در این بازار برای کسب مخاطب بیشتر از راهبردهایی مبتنی بر ضدیت یا تساهل استفاده می‌کنند؟ هدف نهایی بررسی این است که شکل‌گیری بازار پیام دینی در اینستاگرام، بیشتر به تقویت کدام یک از دو رویکرد ضدیت و تساهل در میان گفتمان‌های دینی موجود در ایران اسلامی منجر شده است.

مبانی نظری

مبنای نظری این پژوهش، نظریه بازار پیام دینی است. براساس این نظریه در عرصه دین نیز همانند دیگر عرصه‌ها، بازاری رقابتی برای عرضه و تقاضای پیام‌های دینی وجود دارد. در این بازار، عرضه‌کنندگان مختلف برای کسب سهم بیشتر از بازار، راهبردهایی برمی‌گزینند که یکی از آنها می‌تواند تأکید بر ضدیت یا تساهل باشد (Rezai, 2006). از این نظریه به‌عنوان مبنای نظری پژوهش پیش‌رو استفاده شده است تا مشخص شود شکل‌گیری بازار پیام دینی در



اینستاگرام به تقویت بیشتر کدام یک از رویکردهای ضدیت یا تساهل منجر شده است. در ادامه به تشریح جزئیات این نظریه و چرایی کاربرد آن در این پژوهش خواهیم پرداخت.

۱-۱. نظریه بازار پیام دینی

جهانی شدن به عنوان یک فرایند گسترده اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، تأثیراتی عمیق بر حوزه‌های مختلف زندگی بشر از جمله دین گذاشته است. ظهور و گسترش رسانه‌های جمعی و فناوری‌های نوین ارتباطی موجب شده است عرصه انتشار و مخاطب‌یابی پیام‌های دینی متحول شود. در این زمینه، نظریه پردازانی چون نوبوتاکا^۱، کلارک^۲ و ترنر^۳ به برخی از مهم‌ترین تأثیرات جهانی شدن بر حوزه دین اشاره کرده‌اند.

نوبوتاکا معتقد است جهانی شدن سه تغییر اساسی در ادیان ایجاد می‌کند: تغییرات اجتناب‌ناپذیر، پیدایش ویژگی‌های جدید در آموزه‌ها و مناسک و تحول در دیدگاه‌های فکری ادیان (Nobutaka, 1997, p. 9). از نظر وی، جهانی شدن موجب تبدیل شدن ادیان به شرکت‌های چندملیتی، تغییر در باورهای دینی سنتی و تحول در نظام مبادلات بازار پیام دینی می‌شود (نوبوتاکا، ۱۳۷۶، ص ۱۳۶). پیتر کلارک معتقد است جهانی شدن در محتوا و رویکردهای شناختی نسبت به حقیقت معنوی در جنبش‌های دینی نوپدید تغییر ایجاد می‌کند (Clarke, 2006, p. 125). ترنر نیز معتقد است جهانی شدن ارتباطات، با ایجاد فاصله میان انسان‌ها و باورهای سنتی دینی‌شان، موجب رشد تسامح و تساهل می‌شود. به بیان دیگر، هرچه ارتباطات و تعاملات انسانی گسترش می‌یابد، زمینه برای پذیرش دیدگاه‌ها و شیوه‌های زندگی متفاوت فراهم می‌شود. البته ترنر خاطر نشان می‌کند که این امر ممکن است از سوی دیگر، با واکنش‌های تعصب‌آمیزی همراه باشد و تا حدودی به تشدید رویکردهای ضدیت نیز دامن بزند (Turner, 1994). نمونه آن را می‌توان در رشد جریان‌های تکفیری و سلفی در واکنش به اقتضانات مدرنیته و جهانی شدن مشاهده کرد. برخی دیگر از صاحب‌نظران مانند هانتینگتون معتقدند واکنش‌های تعصب‌آمیز به معنای تشدید گفتمان‌های دینی مبتنی بر ضدیت و دشمنی با دیگران است تا از این طریق بتوان به باورها و ارزش‌های سنتی تهدیدشده از سوی

1 Nobutaka

2 Clarke

3 Turner



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

نوگرایی‌های فرهنگی پاسخ داد (Huntington, 1996, pp. 56-78). اما اندیشمندان همچون گیدنز، واکنش‌های تعصب‌آمیز را بیشتر ناشی از ترس و ناامنی هویتی می‌دانند که در اثر تغییرات اجتماعی سریع ایجاد می‌شود (Giddens, 1999, pp. 45-67). با این حال، به نظر بیشتر این صاحب‌نظران جهانی شدن ارتباطات در مجموع به سمت تساهل‌گرایی حرکت می‌کند. از این رو این دیدگاه می‌تواند چارچوب مفهومی مناسبی برای بررسی تأثیر گسترش ارتباطات و شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری گفتمان‌های دینی مبتنی بر تساهل یا ضدیت فراهم کند.

نوبوتاکا و ترنر، هر دو بر تقویت جایگاه افراد در برابر نهادهای سنتی و تغییر رابطه سنتی تولیدکننده - مصرف‌کننده پیام دینی تحت تأثیر جهانی شدن تأکید دارند. آنها همچنین معتقدند افزایش رسانه‌ها و مسائل نوظهور موجب شده است روش‌های متفاوتی برای جلب توجه مخاطبان پیام دینی به کار گرفته شود که خود به محدودیت‌هایی برای پیام دینی و اتخاذ راهبردهایی مانند تأکید بر بخشی از پیام یا بازتفسیر آن منجر شده است (نوبوتاکا، ۱۳۷۶، ص ۱۳۶؛ Turner, 1994, p. 75). از این رو به نظر می‌رسد در عصر حاضر با گسترش رسانه‌های جمعی و ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، عرصه انتشار و مخاطب‌یابی پیام‌های دینی دستخوش تحولات اساسی شده است. ظهور و گسترش روزافزون انواع رسانه‌ها از جمله اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، موجب شده است پیام‌های دینی به راحتی در اختیار عموم مردم قرار گیرد. این امر ضمن ایجاد فرصت‌هایی برای نهاد دین، چالش‌ها و پیامدهایی نیز به همراه داشته است که پدیده بازار پیام دینی یکی از مصادیق بارز آن به‌شمار می‌آید. براساس این نظریه در عرصه دین هم مانند دیگر عرصه‌ها، یک بازار عرضه و تقاضا وجود دارد که در آن عوامل مختلف برای کسب سهم بیشتر با یکدیگر رقابت می‌کنند. در سمت عرضه این بازار، عرضه‌کنندگان پیام دینی از جمله روحانیون، مبلغان، نهادهای دینی و مذهبی قرار دارند که می‌کوشند پیام‌ها و محتوای خود را به مخاطبان برسانند. در سمت تقاضا نیز مخاطبان و مصرف‌کنندگان پیام دینی با نیازها و خواسته‌هایی متفاوت قرار دارند. عرضه‌کنندگان برای کسب سهم بیشتری از بازار رقابتی مخاطبان، دست به اتخاذ استراتژی‌هایی می‌زنند تا بتوانند پیام خود را از رقبای متمایز کنند. یکی از این راهبردها تأکید بر ضدیت یا تساهل‌گرایی در پیام است تا بیشتر موردپسند مخاطبان هدف قرار گیرد. بنابراین بازار رقابتی پیام دینی می‌تواند انگیزه‌ای برای جهت‌دهی گفتمان به سمت ضدیت یا تساهل باشد.



- با توجه به موضوع این پژوهش در مورد ضدیت و تساهل در پیام‌های دینی منتشرشده در اینستاگرام، نظریه بازار پیام دینی را می‌توان به این صورت برای تحلیل به کار گرفت:
- ✓ در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی همچون اینستاگرام، بازاری گسترده از مخاطبان بالقوه وجود دارد که می‌توانند مصرف‌کننده پیام‌ها و محتواهای دینی باشند.
 - ✓ عرضه‌کنندگان پیام دینی اعم از روحانیون، مبلغان، نهادهای دینی و غیره، می‌کوشند سهم بیشتری از این بازار پرطرفدار را به دست آورند و مخاطبان بیشتری را جذب کنند.
 - ✓ آنها برای کسب سهم بازار بیشتر، دست به استراتژی‌هایی اتخاذ می‌زنند که یکی از آنها می‌تواند تأکید بر ضدیت یا تساهل در پیام‌ها باشد.
 - ✓ می‌توان بررسی کرد آیا میان میزان طرفداران و دنبال‌کنندگان یک صفحه دینی با میزان تأکید آن بر ضدیت یا تساهل، تناسب وجود دارد یا خیر.

۲. روش‌شناسی

مقاله پیش‌رو با استفاده از روش تحلیل گفتمان، موضوع مورد مطالعه را بررسی می‌کند. تحلیل گفتمان، ارتباط بین کاربرد زبان و بافت‌های اجتماعی، ساختار معنا و روابط قدرت را مورد مطالعه قرار می‌دهد. این رویکرد، هم یک نظریه برای درک نقش گفتمان‌ها و معنای آنها و هم یک روش برای بررسی زبان در بافت است. تعاریف متعددی از گفتمان وجود دارد؛ به عنوان مثال، فرکلاف تمام گفتار و متون نوشتاری را دارای ماهیت اجتماعی می‌داند (فرکلاف، ۱۳۸۰، ص ۴۵). پاکتچی بر ویژگی ارتباطی گفتمان تأکید دارد. گفتمان بستری فراهم می‌کند که ارتباط را معنادار می‌سازد (پاکتچی، ۱۳۹۲، ص ۶۵). گفتمان‌ها نقشی محوری در ترجیح برخی ایده‌ها بر دیگر ایده‌ها دارند. لاکلاو معتقد است گفتمان‌ها، گزاره‌های درست و نادرست را تولید می‌کنند و عاملان و نهادهای اجتماعی را وامی‌دارند بر اساس آن‌ها عمل کنند. در فرایند تولید گفتمان، معنا و فرایند معناسازی برای تحقق هژمونی گفتمانی اهمیت دارد. گفتمان‌ها، نقشی کلیدی در تثبیت معنا دارند. دستیابی به هژمونی از طریق تثبیت معنا ممکن می‌شود (Fairclough, 2003, p. 25).



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

روش عملیاتی تحلیل گفتمان (PADM) رویکردی نوین برای تحلیل گفتمان به‌شمار می‌آید.^۱ این روش بر مبنای فرایند معناسازی استوار است. PADM یک تحلیل چند سطحی دربردارنده پنج سطح یا مرحله تحلیل معنایی است که از لایه سطحی متن تا سطوح عمیق‌تر بینامتنی و بیناگفتمانی پیش می‌رود تا معنای متن غنی و جامع‌تر شود (بشیر، ۱۴۰۰، ص ۳۹).

۲-۱. روش گردآوری اطلاعات، جامعه هدف و نمونه

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها، افزون بر استفاده از منابع کتابخانه‌ای، از داده‌های حاصل از خزش و داده‌کاوی شبکه اجتماعی اینستاگرام نیز بهره گرفته شده است. این داده‌ها با هدف شناسایی پرتعدادترین حساب‌های فعال در

۱. روش عملیاتی تحلیل گفتمان (PADM) رویکردی نوین برای تحلیل گفتمان به‌شمار. این روش بر مبنای فرایند معناسازی استوار است، به‌گونه‌ای که معنا بر پایه ارتباطات و تحولات ارتباطی شکل می‌گیرد و بر متن و تفسیر آن تأثیر می‌گذارد. گفتمانی است تمام روش‌های تحلیل گفتمان دارای همپوشانی‌هایی هستند. بنابراین روش PADM نیز از دیدگاه‌های فوکو، فرکلاف، لاکلاو و موفه الهام گرفته است. هدف اصلی این روش، عملیاتی کردن تحلیل گفتمان و ارائه یک رویکرد کاربردی در این زمینه است که به صورت فرایندی در ساخت معنا و دستیابی به نقشه معنایی مبتنی بر شناسایی دال‌های کلیدی عمل می‌کند. فرایندسازی معنا در سه مرحله کلی و پنج سطح انجام می‌شود که عبارتند از:

✓ مرحله پیش‌تحلیل: بررسی بافت و زمینه متن

✓ مرحله تحلیل: شامل پنج سطح تحلیل معنایی

✓ مرحله پس‌تحلیل: ترسیم نقشه معنایی و تحلیل یافته‌ها

هدف نهایی، درک فرایند ساخت معنا و ارتباط آن با بافت و دیگر گفتمان‌هاست.

۲. روش پدام یک تحلیل چندسطحی است که دربردارنده پنج سطح یا مرحله است. سطوح فرایندسازی معنایی در چند ستون طراحی شده‌اند که حرکت از هر ستون به ستون دیگر، یک حرکت فرایندی است که معنا را غنی‌تر می‌کند تا به سطح نهایی برسد. این ستون‌ها عبارتند از:

✓ ستون اول: سطح-سطح - متن انتخاب شده همسو برای تحلیل

✓ ستون دوم: عمق-سطح - رابطه/مفصل‌بندی کلمات/مفاهیم/جملات/مشابه/مترادف

✓ ستون سوم: سطح-عمق - رابطه/مفصل‌بندی نتایج ستون دوم (محصول ستون اول) با جملات دیگر در داخل متن

✓ ستون چهارم: عمق-عمق/عمیق - فرایندسازی معنایی بینامتنی؛ تفسیر روابط بینامتنی نتایج ستون سوم با معنای فرامتنی (بشیر،

۱۴۰۰، ص ۴۰-۴۵)

✓ ستون پنجم: عمیق‌تر - فرایندسازی معنایی بیناگفتمانی. این ستون‌ها نشان‌دهنده مراحل تحلیل از سطح سطحی متن تا سطوح عمیق‌تر بینامتنی و بیناگفتمانی هستند تا معنای متن غنی و جامع‌تر شود.



حوزه محتوای دینی در اینستاگرام جمع‌آوری شده‌اند.^۱ بررسی نتایج نشان می‌دهد علیرضا پناهیان و حسن آقامیری به ترتیب با ۱۲ و ۵ حساب مرتبط و بیش از ۳ و ۵ میلیون دنبال‌کننده، پرنفوذترین حساب‌های اینستاگرام را در حوزه محتوای دینی در اختیار دارند. به‌منظور تحلیل، حساب‌های اصلی آنها انتخاب شده است. همچنین بررسی اولیه نشان‌دهنده تفاوت در رویکرد این دو شخصیت به موضوعات و مسائل دینی است که با توجه به هدف این پژوهش، دلیل انتخاب آنها به عنوان مورد مطالعه بوده است.

سید حسن آقامیری خوانساری (متولد ۱۷ اسفند ۱۳۵۸، تهران) روحانی خلع لباس‌شده ایرانی است که بیشتر به دلیل سخنرانی‌های جنجالی و به چالش کشیدن مسائل فرهنگی و حاکمیت مستقر در ایران شناخته می‌شود. منبرهای سید حسن آقامیری معمولاً به صورت زنده از صفحه‌اش پخش می‌شوند.^۲

علیرضا پناهیان (متولد ۲۸ فروردین ۱۳۴۴) روحانی شیعه ایرانی است. وی در سال ۱۳۸۹ در سمت‌های نایب‌رییس قرارگاه عمار و عضو هیئت امنای دانشگاه هنر انتخاب شد. معاونت فرهنگی نهاد رهبری در دانشگاه‌ها و مسئول نهاد رهبری دانشگاه هنر از دیگر مسئولیت‌های وی بوده‌اند. او در تحصیلات حوزوی خود شاگرد علمایی چون مقام معظم رهبری، حسین وحید خراسانی و جوادی آملی بوده است. وی از سخنرانان مراسم رسمی است که در حضور رهبر معظم انقلاب برگزار می‌شود.^۳

در این مقاله آخرین پست‌ها (دربدارنده پخش زنده سخنرانی که در پست اصلی بارگذاری شده است، ویدئوهای تولیدی و عکس نوشت‌ها به همراه متن توضیحات هر پست) در بازه زمانی سه ماهه آخر سال ۱۴۰۰ و سه ماهه اول سال ۱۴۰۱ که وقایع مختلف فرهنگی و اجتماعی را دربرمی‌گیرد، بررسی و تحلیل می‌شوند. تعداد نمونه پست‌ها به اندازه‌ای است که بتوان در هر اکانت به اشباع نظری رسید.

۳. یافته‌ها

۱. داده‌های یادشده از طریق ابزارهای خزش و داده‌کاوی مانند Octoparse توسط شرکت ره‌شب جمع‌آوری شده‌اند. این شرکت با به‌کارگیری این ابزارها، امکان جمع‌آوری و تحلیل داده‌های عمومی شبکه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام را فراهم می‌کند.

۲. fa.wikipedia.org/wiki/سید_حسن_آقامیری

۳. fa.wikipedia.org/wiki/علیرضا_پناهیان



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

۳-۱. تحلیل سه سطح اول

سطح اول (برداشت از اصل متن) شناسایی کلمات و جملات کلیدی مرتبط با اهداف تحقیق، سطح دوم (گرایش و جهت گیری متن) تحلیل معانی صریح و ضمنی و جهت گیری های متن و سطح سوم (تحلیل توجیهی با توجه به دیگر گرایش های متن) تحلیل ارتباط متن با بافت و زمینه خلق آن در مجموع است. این سه مرحله به شناسایی معانی آشکار و پنهان متن در ارتباط با اهداف تحقیق می پردازد. به عنوان مثال در ردیف اول در جدول ۱، ستون اول دقیقاً بخشی از سخنرانی حسن آقا میری است که در پست اینستاگرام وی منتشر شده است. محقق با بررسی همه پست های اکانت اینستاگرام وی در بازه ۶ ماهه پژوهش، بخش هایی را که از بُعد نظری با هدف تحقیق هم خوانی دارد انتخاب می کند و عیناً در ستون اول (کمی ممکن است خلاصه شود) می آورد. در اینجا از حسن آقا میری ۸ پست و از محمدرضا پناهیان ۹ پست انتخاب شده است. البته تعداد پست های مرتبط بیشتر از این هم می تواند باشد، ولی از نظر محقق، ما در اینجا به یک اشباع نظری رسیده ایم و بقیه پست ها عملاً زمینه گفتمانی تکراری دارند. ستون سوم صرفاً خلاصه ای از گرایش متن است، در حالی که ستون چهارم با در نظر گرفتن دیگر بخش های متن و زمینه آن، تحلیل توجیهی و عمیق تری ارائه می دهد. بنابراین ستون چهارم نگاهی فراتر از صرف خلاصه کردن گرایش های متن دارد و با اتصال متن به بافت و زمینه آن، می کوشد تحلیلی عمیق تر و جامع تر ارائه. البته گاهی در متونی که گرایش مشخص و روشنی دارند، این دو ستون ممکن است تا حدودی به هم نزدیک شوند.

جدول ۱. جمع بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان صفحه اینستاگرام آقامیری

برداشت از اصل متن (محتوای پست های اینستاگرام)	تاریخ انتشار و میزان واکنش	گرایش و جهت گیری متن	تحلیل توجیهی با توجه به دیگر گرایش های متن
-----------------------------------------------	----------------------------	----------------------	--------------------------------------------

<p>تأکید بر پذیرش تأکید بر همزیستی مسالمت‌آمیز ادیان</p>	<p>تأکید بر پذیرش تکثرگرایی، انتقاد از تعصب و خشونت، و تأکید بر اشتراکات انسانی</p>	<p>پست حذف شده است بازدید بالای یک میلیون</p>	<p>من می‌گویم اسلام یعنی پذیرش حق، حق هرکسی بگوید من نوکرشم چه زرتشت بگوید چه بودا.... چرا بزرگان ادیان را توی سرهمدیگر می‌زنیم. حرف حساب هرکسی بگوید من قبول دارم، من تبلیغ دین نمی‌کنم من انسانیت تبلیغ می‌کنم من دنبال تقویت هیچ فرقه‌ای نیستم من طرفدار انسانیت ما همدیگر را اذیت می‌کنیم، ما باهم دعوا داریم</p>	<p>۱</p>
<p>نقد شدید به سخت‌گیری‌های مذهبی</p>	<p>اشاره به عدم شباهت مذهبیون کنونی با پیامبر و ناکارآمدی آنها در جذب مردم با توجه به خشونت‌ها و سخت‌گیری‌های مذهبی</p>	<p>اردیبهشت ۱۴۰۱ ۱/۵م بازدید ۵۹۰۰ کامنت</p>	<p>یه خدایی هست، که ما رو خلق کرده، یه خدایی هم هست، که ما خلقت کردیم! ما یه خدایی درست کردیم که باید دورش بزنین چون همیشه دوستش داشت. خدایی که تو کشور ما خلق کردن قابل پرستش نیست. شما هیچیتون مثل پیغمبر نیست. به خاطر همین مردم کافر میشن اونو میدیدن مسلمون میشدن (تصویری از آقای ماندگاری در شبکه تلویزیونی ایران) تو دنیای مسلمونا تو عبادت میبینی؟ چه خدای عوضی ایه که خون بچه رو ازت میخوره بهت بهشت میده (اشاره به کشتار کودکان دبستانی در کابل و مرگ کودکان در جنگ یمن)</p>	<p>۲</p>
<p>ایدئولوژی زدگی</p>	<p>مقایسه عملکرد برخی مسئولین با داعش و انتقاد شدید از آنها</p>	<p>فرودین ۱۴۰۱ ۳م بازدید ۱۲۳۰۰ کامنت</p>	<p>سیستم آموزشی غلطه یه عده رو گفتین اینا باهوش‌ترین فهمیده ترن اونا رشد کردن حالا ببینین همونا چه بلایی دارن سرتون میارن...چه جورری اختیارات به کسی میدین ببینین اصلاً اندازش هست (نمایش تصویر برخی شخصیت برجسته ی مکتبی و...) عکس داعش رو گذاشته می‌گه فلانه، جرات داشته باش اونی که داعشی عمل میکنه انتقاد کن (تصاویر روحانیون برجسته ی مکتبی و...)</p>	<p>۳</p>

<p>مخالفت با دو قطبی سازی جامعه به خودی و غیر خودی</p>	<p>انتقاد از تحریک مردم علیه یکدیگر و مقابله با اظهارات تفرقه انگیز</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۱/۵ بازدید ۳۵۰۰ کامنت</p>	<p>امام جمعه اصفهان می‌گه بیاین جمع شیم بساط روزه‌خواران رو بهم بزنینم، شما داری مردم رو روبه‌روی مردم می‌ذاری، مردم میدونن چجوری باهم حرف بزنین شما نمی‌خواد بگی، مردم که ضابط قضایی نیستن... شما برو اون گندایی که قبلاً زدی رو جمع کن که آبروی جمهوری اسلامی رو در مجامع بین الملل بردی</p>	<p>۴</p>
<p>تأکید بر آزادی‌های فردی</p>	<p>نقد محدودسازی‌ها به نام مذهب، تأکید بر نیاز به آزادی و توانایی انتخاب، گرایش به آزاداندیشی و خودباوری دینی، رد عرفان‌های محدودکننده</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۱/۵ بازدید ۳۵۰۰ کامنت</p>	<p>باید ته همه چی رو برای خودت بخوای و بتونی و بعد بگی نه... و تا به این نقطه نرسی به انسانیت قدم نمی‌ذاری، چرت و پرت گفتن به اسم عرفان مارو از آدم شدن دور کردن، راه بهشت از کجا میگذره؟ از جهنم، سوره مریم آیه ۱۷ (و هیچ یک از شما باقی نماند مگر اینکه وارد جهنم شود)، اصلاً به جهنم نرسی راه بهشت نداری... نه این خالی بندایی که مبینی اینا همش دروغ میگن، من با صدتا ازین به اصطلاح مذهبی‌ها صحبت کردم به من میگن تو اینجوری میگی مردم جری میشن میرن گناه میکنن، آدم بی‌نهایت با توان بی‌نهایت آگه به خودش بگه نه اون درسته، عرفان‌هایی که دارید ناتوانی شماست ربطی به نخواستن نداره، با محدود کردن توان تو مگه میتونی کسی رو تربیت کنی توانش رو محدود کردی نه خواسته شو.</p>	<p>۵</p>
<p>نقد محدودیت‌ها و تأکید بر اختیار و آزادی انسان</p>	<p>نقد محدودیت‌های دینی و تأکید بر آزادی و اختیار انسان در تکامل</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۱/۵ بازدید ۳۵۰۰ کامنت</p>	<p>یکی از خیالی‌ترین کارهایی که به اسم تربیت انسان انجام میشه، محدود کردن توان آدمی به جای تغییر مثبت در خواست‌های اوست. دین ادعا کرده که ما رو به سمت تکامل راهنمایی می‌کنه. تکامل تغییری است درونی، به سمت بالا، آگاهانه و در کمال آزادی و اختیار... دین نمی‌تونه حتی کمترین میزان از آزادی افراد رو از شون بگیره، این خلاف کمال و خلاف شعار و آرمان دینه اما تا دلتون بخواد به نام دین سر آزادی و آزادگان رو بریدند... متأسفانه در تاریخ به اسم آزادی هم آزادگان رو کشتند.</p>	<p>۶</p>

<p>انتقاد از ظاهرگرایی و تأکید بر معنویت</p>	<p>انتقاد از ظاهرگرایی دینی و تأکید بر لزوم تحول درونی و معنوی</p>	<p>اسفند ۱۴۰۰ ۱۳/۱م بازدید ۳۵۰۰ کامنت</p>	<p>خیلی از چیزهایی که به نام دین الان داریم انجام می‌دیم ربطی به بیرون داره نه به درون ما، برای همین روی ما تاثیری نداره، از معنا خارج شده و شده یه متن بیرونی، تکامل شرط داره، باید از درون باشه نه از بیرون، ما خواستیم از بیرون تغییر بدیم یه تمدنی ساختیم که داره به همه چی لطمه میرنه، گاهی تأثیر یک کلمه از هزار تا بمب بیشتره، آنقدر ذهنمون رو کثیف کردیم برای تصرف دنیا که این حرفا جاش خالیه</p>	<p>۷</p>
<p>مخالفت با تبعیض جنسیتی</p>	<p>نقد تبعیض جنسیتی و محرومیت زنان، تأکید بر اهمیت آگاهی و فهم زنانه در تحول‌های بزرگ</p>	<p>بهمن ۱۴۰۰ ۲۱/۱م بازدید ۲۷۰۰ کامنت</p>	<p>ما در طول تاریخ زن‌هارو از کتاب محروم کردیم، ولی غافل بودیم از اینکه آگاهی در درون اتفاق میوفته... تو جامعه ما زن به حجاب اعتراض می‌کنه ۲۰ سال می‌دازنش زندان... مرده هزاران اختلاس می‌کنه ۱۰ سال براش میبرن... معلومه تودادگاه‌ها چه خبره زن یه جور دیگه می‌فهمه باید حقوقشو در نظر بگیرین ما به اسم غیرت دخترامونو از تحصیل محروم می‌کنیم، ما در روزمره کلمات رو کشتیم، برای همین از معنا دور شدیم، اینارو گفتیم که بگم یک زنی یک کلمه درست کرد (اباعبدالله)، اون کلمه یک کربلا درست کرد که بی نهایت معارف شد تو دنیا</p>	<p>۸</p>

جدول ۲. جمع‌بندی سه مرحله اول تحلیل گفتمان صفحه اینستاگرام پنهان

<p>تحلیل توجیهی با توجه به دیگر گرایش‌های متن</p>	<p>گرایش و جهت‌گیری متن</p>	<p>تاریخ انتشار و میزان واکنش</p>	<p>برداشت از اصل متن (محتوای پست‌های اینستاگرام)</p>	<p>۱</p>
---------------------------------------------------	-----------------------------	-----------------------------------	------------------------------------------------------	----------

<p>شاخص وحدت در تقابل با دشمن</p>	<p>عرصه فرهنگی عرصه جنگ است، تأکید بر وحدت و هماهنگی در برابر "دشمن"</p>	<p>خرداد ۱۴۰۱ ۷۷۰۰۰ بازدید ۱۳۵۰ کامنت</p>	<p>هماهنگی برای جبهه در عرصه تبلیغات از اوجب واجبات است. امام فرمودند: وحدت کلمه. طرف نمیره صفحات خوب رو فالو کنه، لایک کنه، یه کامنت خوب بذاره... من خودم میرم زیر پست‌های خوب کامنت میدارم. اگر تک‌تکمان در عرصه تبلیغات حاضر نشود اراذل ضربه‌های هولناک خواهند زد. هرگونه تبلیغات سوء را از بین م‌بیرد (اشاره به سخنان امام خمینی در باب تبلیغات)، در حفظ اتحاد و هماهنگی بیروز خواهید شد.</p>
<p>تعمیم نفاق به همه رویکردهای غیرانقلابی</p>	<p>انتقاد شدید از کسانی که به "امر قدس" اهمیت نمی‌دهند و تأکید بر بردگی و نابودی آنها</p>	<p>اردیبهشت ۱۴۰۱ ۲۵۰۰۰ لایک ۳۷۳ کامنت</p>	<p>کسانی که به امر قدس و به امر فلسطین، اهتمام نمی‌ورزند، فکر نکنید که آنها فقط آدم‌های ایدئولوژیکی نیستند، نه، آنها زیاد آدم‌های وطن‌پرستی هم نیستند، پایش بیفتد بدون این بحث دین و ایمان، مملکت‌شان را هم می‌دهند، ناموس‌شان را هم می‌دهند، یعنی زیاد برای‌شان مهم نیست، خودشان هم حاضرند به بردگی کشیده بشوند. چون این مسائل از هم جدایی ندارند.</p>
<p>تبیین ماهیت سلبی دین</p>	<p>به دلیل نوع گرایشات انسان ساختار دین عموماً سلبی است</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۴۴۰۰۰ بازدید ۱۳۵ کامنت</p>	<p>تعالیم و دستورات دینی بیشتر سلبی هستند. به همین دلیل خیلی‌ها از دین خوششون نمیاد و فکر می‌کنند وضعیت تند و سردی دارد... واقعیت همین است. پیامبر هم انذار میداده هم مبشر است... چون انسان نیاز ندارد بهش بگن خوب باش، عاشق باش و... چون انسان همه ویژگی‌های مثبت را دارد. پیدا نیست پنهان است... شما اگر کمی ترک کنید، چشم ببوشید و... اون خوبی‌ها پیدا میشه. مسیر تربیتی شبیه دنبال گنج گشتن میماند، باید خاک را برداری تا به گنج برسی... ما همه عاشقیم و عاشق آفریده شده. باید موانع را برداری</p>



<p>امر به معروف شاخص مسئولیت اجتماعی است</p>	<p>لزوم مقابله با سیستم‌های مافیایی از طریق مسئولیت پذیری و تعهد به امر به معروف و نهی از منکر</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۳۱۰۰۰ بازدید ۱۰۰ کامنت</p>	<p>وقتی ما دنبال مدل برای جامعه اسلامی می‌گردیم خودبه خود به ساختار امر به معروف و نهی از منکر می‌رسیم، امام علی ^ع به خاطر پیاده کردن اون سیستم کشته شدند، می‌خواهیم بدانیم پیامبر اسلام دنبال پیاده کردن چه سیستمی بودند؟ اگر شما نخواهید در عرصه مسئولیت اجتماعی حاضر شوید این دین به درد شما نمی‌خورد، اگر نخواهید این سیستم را پیاده کنید باندهای مافیایی شما را کنترل می‌کنند، قدرت و ثروت...</p>	<p>۴</p>
<p>تعمیم نفاق به همه رویکردهای غیرانقلابی</p>	<p>طرح دوگانگی دو دسته "مستکبرین" و "مستضعفین" تلتقی "مرعوبین" به عنوان "سیاهی لشکر" برای "مستکبرین" تعمیم "منافق بودن" به هر دو دسته</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۴۱۰۰۰ بازدید ۱۰۰ کامنت</p>	<p>رسول خدا با دو جریان مبارزه می‌کرد: ۱. جریان مستکبرین و مرعوبین ۲. جریان مستضعفین و مرعوبین جریان کسانی که به ظاهر آرام و کتک خورده‌اند، خیلی خطرناک هستند... مرعوبین خطرشان این است که سیاهی لشکر می‌شوند برای مستکبرین... اینها استکبار را قوی می‌کنند و جامعه را ضعیف می‌کنند. اسم مشترک هر دو طیف منافقین هستند.</p>	<p>۵</p>
<p>تقابل با خودباختگی و سازش‌کاری غیرانقلابی</p>	<p>خودانتقادی نسبت به عملکرد گذشته در تبیین دین و ضرورت "جهاد تبیین" به‌عنوان یک الزام دینی به جهت عدم گسترش سکولاریسم</p>	<p>فروردین ۱۴۰۱ ۵۲۰۰۰ بازدید ۲۴۲ کامنت</p>	<p>حضرت آقا از جهاد تبیین به‌عنوان یک ضرورت نام برده‌اند... ما در تبلیغ و تبیین دین ضعیف هستیم. یک مبلغ دین می‌تواند با هنرش مردم را سرگرم کند، نتیجه چیست؟ بعد از ۴۰ سال به جهاد تبیین دین رسیدیم... پس درست عمل نکردم نتیجه این شده که در جامعه، انواع سکولاریزم غلبه دارد. حتما ما درست حرف نزدیم</p>	<p>۶</p>



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

<p>تأکید بر غرب ستیزی</p>	<p>ضدیت با نظم موجود جهانی در تمدن غرب، و طرح ایده اسلام آینده تمدن بشر است</p>	<p>اسفند ۱۴۰۰ ۶۳۰۰۰ بازدید ۴۱۳ کامنت</p>	<p>ما در خاتمه یک قرن قرار گرفتیم و آغاز جدید، تاریخ نشان دهنده تحولات اساسی است... قرن آینده را چی پیش بینی می کنید و نامش را چه پیشنهاد می دهید... بنده نامی را برای قرن آینده پیشنهاد می دهم. قرن آینده قرن تمدن جایگزین تمدن غرب است، که به اذعان بسیاری از اندیشمندان که تمدن جایگزین آن تمدن اسلامی و تمدن مهدوی خواهد بود... چون هیچکس هیچ طرحی ندارد. اداره جهان از دست هیچ کس برنماید، و سازمان ملل نمیتواند نظم جهان را تامین کند... ما تنها کسانی که هستیم که درباره آینده حرف می زنیم، چهل سال است ما در مجامع دینی جواب ادعاهای باطل را دادیم، جواب شبهه دادیم، الان دیگه ادعای باطلی نیست که جواب دهیم... فقط از مسجدهای ما صحبت از امید به آینده است.</p>	<p>۷</p>
<p>سیاست گذاری فرهنگی به جای زور</p>	<p>سیاست نرم در برخورد با منکرات فرهنگی</p>	<p>اسفند ۱۴۰۰ ۶۴۰۰۰ بازدید ۲۲۸ کامنت</p>	<p>امام موسی بن جعفر دیدند از خانه ای صدای ساز و آواز و بدمستی می آید، از کنیزی که دم در بود پرسیدند صاحب این خانه برده است یا آزاد؟ گفت آری اگر عبد بود اینگونه نبود... امام اینگونه شیرین توبیخ می کردند</p>	<p>۸</p>
<p>ضدیت با سکولاریسم</p>	<p>مقابله با سکولاریزم از طریق دخالت دادن دین در تمامی شئون زندگی</p>	<p>دی ۱۴۰۰ ۵۸۰۰۰ بازدید ۲۶۲ کامنت</p>	<p>دین در صحنه ابتلا وظایفی رو تعیین می کند که جزو حلال و حرام گل درشت نیست و می تونیم زیر سیبیلی رد کنیم. نه این نیست تو اگر دین را پذیرفتی در هنگام درگیری با یک موقعیت خاص باید دین دار باشی، بله این وضعیت عادی زندگی را بهم می ریزد. اینجا معلوم می شود که تو سکولار هستی ... آنجا که موقع عمل اجتماعی تمام زندگی ام تحت تأثیر قرار می گیرد و من باید شغلم را عوض کنم و از برنامه های عادی زندگی ام فاصله بگیرم</p>	<p>۹</p>

۲-۳. تحلیل عمیق



در مرحله عمیق تلاش می‌شود محورهای اساسی آنچه که در سه ستون اول به دست آمده است، کشف و درج شود. بدیهی است این مرحله، نگاهی عمیق‌تر به معانی است که در حقیقت به شکل فرایندی از متن مورد تحلیل به دست آمده‌اند. با توجه به این نکات می‌توان دلالت‌های اصلی گفتمان پناهیان و آقامیری را در چند محور اصلی دسته‌بندی کرد:

۳-۲-۱. علیرضا پناهیان

۱. غرب ستیزی: تأکید بر غرب به عنوان دشمن و طرح ایده تمدن اسلامی به عنوان جایگزین تمدن غرب (ردیف ۷).

۲. سیاست‌گذاری فرهنگی بر مبنای ارزش‌های دینی: تأکید بر نقش دین در تمام شئون زندگی و ضرورت جلوگیری از سکولاریسم با اتخاذ سیاست‌های فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های دینی (ردیف‌های ۱، ۳، ۴، ۶، ۹).

۳. انتقاد از رویکردهای غیرانقلابی: تعمیم نفاق به همه رویکردهای غیراصولی و غیرانقلابی و انتقاد شدید از آنها (ردیف‌های ۲، ۵).

۴. تأکید بر مسئولیت اجتماعی مردم: تأکید بر امر به معروف و نهی از منکر و مشارکت مردم در عرصه تبلیغات و فرهنگ به عنوان ملزومات حکومت اسلامی (ردیف‌های ۱، ۴).

۵. خودانتقادی نسبت به عملکرد گذشته در حوزه فرهنگ: پذیرش ضعف‌های گذشته در تبیین دین و ضرورت جبران آنها با جهاد تبیین (ردیف ۶).

۶. مخالفت با سیاست‌های سخت‌گیرانه و زورمدارانه در برخورد با منکرات فرهنگی: تأکید بر سیاست‌های نرم و ملایم در برخورد با منکرات فرهنگی (ردیف ۸).

در مجموع، محورهای اصلی گفتمان آقای پناهیان ترکیبی از سخت‌گیری در برخی حوزه‌ها و انعطاف‌پذیری نسبی در برخی دیگر است.

۳-۲-۲. حسن آقامیری



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

۱. تأکید بر آزادی‌های فردی و اختیار انسان: انتقاد از محدودیت‌های دینی و تأکید بر حق انتخاب و آزادی عمل افراد (ردیف‌های ۵ و ۶).
 ۲. مخالفت با تبعیض جنسیتی: انتقاد از محرومیت زنان و تأکید بر ضرورت توجه به دیدگاه‌ها و حقوق زنان (ردیف ۸).
 ۳. انتقاد از ظاهرگرایی دینی: تأکید بر لزوم تحول درونی و معنوی به جای التزام به ظواهر دینی (ردیف ۷).
 ۴. تأکید بر هم‌زیستی مسالمت‌آمیز ادیان: پذیرش تکررگرایی دینی و تأکید بر اشتراکات انسانی به جای تعصبات مذهبی (ردیف ۱).
 ۵. انتقاد از سخت‌گیری‌های مذهبی: نقد شدید خشونت‌ها و محدودیت‌های افراطی به نام دین (ردیف‌های ۲ و ۳).
 ۶. مخالفت با دوقطبی‌سازی جامعه: مقابله با تحریک مردم علیه یکدیگر از سوی مسئولین (ردیف ۴).
- در مجموع، محورهای اصلی گفتمان آقامیری ترکیبی از آزاداندیشی و تساهل نسبت به برخی مسائل و انتقاد شدید از سخت‌گیری‌های دینی است.

۳-۳. تحلیل مرحله عمیق‌تر

در این مرحله رابطه متن با فرامتن برقرار و در حقیقت نوعی از مفصل‌بندی بین این دو برای کشف دال‌های اساسی ایجاد می‌شود. دال‌های اساسی به دست آمده، بیانگر عمق معنایی مورد هدف در ایجاد متن است که به صورت گفتمان صورت‌بندی می‌شود.

۳-۳-۱. علیرضا پناهیان

گفتمان وی با تأکید بر بازگشت به اسلام ناب محمدی و پاک‌سازی آن از التقاطات، جهت‌گیری سنت‌گرایانه دارد. همچنین با تلقی تمدن غرب به عنوان منبع فساد و انحطاط و طرح ایده تمدن اسلامی به عنوان جایگزین آن، رویکردی ضدغربی را دنبال می‌کند. از سوی دیگر، تأکید ایشان بر ضرورت نفوذ و نظارت گسترده دین و دولت بر عرصه فرهنگ، نشان‌دهنده گرایش به سیاست‌گذاری فرهنگی مبتنی بر ارزش‌های دینی است. با این حال، تأکید وی بر



مسئولیت‌پذیری اجتماعی مردم و لزوم سیاست‌های فرهنگی ملایم‌تر، حاکی از وجود انعطاف‌پذیری نسبی در کنار سخت‌گیری‌هایی است که در برخی حوزه‌ها وجود دارد.

۳-۲. حسن آقامبری

گفتمان وی با تأکید بر آزادی فردی و اختیار انسان در برابر محدودیت‌های اجتماعی و دینی، گرایش فردگرایانه دارد. همچنین با انتقاد از سنت‌گرایی مذهبی و جزم‌اندیشی، رویکردی انتقادی نسبت به برخی سنت‌های دینی را اتخاذ کرده است. از سوی دیگر، تأکید وی بر حقوق شهروندی، عدالت اجتماعی و آزادی‌های یکپارچه بشری، نشان‌دهنده جهت‌گیری‌های سکولار و انسان‌گرایانه است. البته مخالفت ایشان با دوقطبی‌سازی‌های اجتماعی و تبعیض‌های جنسیتی، از وجود عناصری از اعتدال‌گرایی و میانه‌روی نیز در کنار آزاداندیشی نشان دارد.

۳-۴. محاسبه فراگیری پست‌های تحلیل‌شده

برای پاسخ‌گویی به این پرسش که شکل‌گیری بازار پیام‌دینی در اینستاگرام، بیشتر به تقویت کدام یک از دو رویکرد ضدیت و تساهل منجر شده است؟ پس از تحلیل گفتمان افراد نیازمند محاسبه فراگیری آنها نیز هستیم؛ زیرا با مقایسه فراگیری پست‌ها می‌توان الگوهای را شناسایی کرد و دریافت که چه نوع محتواهایی بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرند. فراگیری در اینستاگرام به معنای درصد کاربرانی است که پست شما را مشاهده می‌کنند. اگر فقط تعداد بازدید پست^۱ را در اختیار داشته باشیم، فرمول محاسبه فراگیری به این صورت است که فراگیری = (تعداد بازدید پست / تعداد فالوور) * ۱۰۰. در این حالت فرض بر این است که تمام بازدیدها از کاربران منحصر به فرد بوده است. البته این روش دقیق نیست چون ممکن است برخی کاربران چندین بار پست را بازدید کرده باشند. ولی در غیاب آمار دقیق^۲ Reach، می‌توان از

1. View

2 ریچ (Reach) در اینستاگرام به معنای تعداد کاربران منحصر به فردی است که پست شما را دیده‌اند. وقتی یک پست در اینستاگرام منتشر می‌شود، تعدادی از فالوورهای صفحه آن را مشاهده می‌کنند. اما ممکن است برخی افراد چندین بار آن پست را بازدید کنند. پس اگر فقط آمار بازدید (View) پست را داشته باشیم، نمی‌توانیم بفهمیم چند نفر منحصر به فرد آن را دیده‌اند. آمار ریچ همان تعداد کاربران منحصر به فرد است که پست شما را دیده‌اند.

بنابراین ریچ نشان‌دهنده فراگیری واقعی یک پست است، در حالی که View تنها نشان‌دهنده مجموع بازدیدهاست که می‌تواند بازدیدهای مکرر را نیز دربرگیرد.



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

این فرمول استفاده کرد (محمدی، ۱۳۹۷، ص ۲۵). با توجه به اطلاعاتی که در مورد تعداد دنبال کنندگان علیرضا پناهیان (۱/۳ میلیون)^۱ و حسن آقامیری (۴/۷ میلیون)^۲ داریم، می توانم میانگین فراگیری پست های آنها را به شرح زیر محاسبه و مقایسه کنیم:

علیرضا پناهیان

میانگین بازدید پست: ۵۰۵۵۵

تعداد دنبال کنندگان: ۱/۳ میلیون

فراگیری = (میانگین بازدید پست / تعداد دنبال کنندگان) * ۱۰۰

$$= (50555 / 1300000) * 100 =$$

$$= 3.88\%$$

حسن آقامیری

میانگین بازدید پست: ۱۹۲۸۵۷۱

تعداد دنبال کنندگان: ۴/۷ میلیون

فراگیری = (میانگین بازدید پست / تعداد دنبال کنندگان) * ۱۰۰

$$= (1928571 / 4700000) * 100 =$$

$$= 41\%$$

نتیجه: میانگین فراگیری پست های حسن آقامیری حدود ۱۰ برابر بیشتر از علیرضا پناهیان است. یعنی درصد بسیار بالاتری از دنبال کنندگان حسن آقامیری پست های او را نسبت به دنبال کنندگان علیرضا پناهیان مشاهده می کنند.

۱. پناهیان، علیرضا. ۱۴۰۱. صفحه اینستاگرام علیرضا پناهیان. دسترسی در ۱۴۰۱/۳/۱۴.

<https://www.instagram.com/alirezapanahian>

۲. آقامیری، حسن. ۱۴۰۱. صفحه اینستاگرام حسن آقامیری. دسترسی در ۱۴۰۱/۳/۱۴.

<https://www.instagram.com/aghahassan>



نتیجه‌گیری

در مقایسه گفتمان علیرضا پناهیان و حسن آقامیری، هر دو در گفتمان عمومی دین بر ارزش‌های مشترکی چون وحدت، عدالت، اخلاق و معنویت تأکید دارند. هر دو گفتمان در بُعد کلان بر ارزش‌های مشترک دینی حرکت می‌کنند، اما در جزئیات و کاربرد عملی این ارزش‌ها تفاوت‌هایی وجود دارد. به‌ویژه در پیوند گفتمان دین با گفتمان حاکم نظام مقدس جمهوری اسلامی، تفاوت‌های جدی مشاهده می‌شود. گفتمان پناهیان با تأکید بر سنت‌گرایی، اقتدارگرایی و غرب‌ستیزی، گرایش بیشتری به ضدیت و دوقطبی‌سازی خیر و شر دارد. او در پیوند با گفتمان رسمی نظام، بر محورهایی مانند امنیت ملی، نظام ارزشی انقلاب اسلامی و مردم‌سالاری دینی تأکید می‌کند. اما گفتمان آقامیری با تأکید بر آزاداندیشی، تساهل و انتقاد از سنت‌گرایی سخت‌گیرانه، گرایش بیشتری به تساهل دارد. او در پیوند با گفتمان رسمی، بر مفاهیمی مانند حقوق شهروندی، آزادی‌های یکپارچه بشری، عدالت اجتماعی و کرامت انسانی تأکید می‌کند. این دو گفتمان در دو سوی یک طیف قرار دارند که یک سر آن ضدیت و انحصارگرایی دینی و سوی دیگر آن تساهل و کثرت‌گرایی دینی است. هر چند هیچ گفتمانی به‌طور مطلق در یک سوی این طیف قرار نمی‌گیرد و عناصری از هر دو سمت را در خود دارد، اما می‌توان گفت که گفتمان پناهیان نسبتاً به سمت ضدیت و گفتمان آقامیری نسبتاً به سمت تساهل سنگینی بیشتری دارد.

در پاسخ به سؤالات اصلی پژوهش مبنی بر شکل‌گیری بازار رقابتی پیام دینی در اینستاگرام و کاربرد راهبردهای ضدیت یا تساهل توسط عرضه‌کنندگان پیام دینی، می‌توان با استناد به مبانی نظری نظریه بازار پیام دینی و یافته‌های تحقیق، به نکات زیر اشاره کرد:

- ✓ گسترش شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های نوین به‌طور کلی موجب شکل‌گیری بازار رقابتی برای پیام‌های دینی شده است. در این بازار رقابتی، عرضه‌کنندگان پیام دینی برای کسب سهم بیشتر از بازار و جلب مخاطب بیشتر، از راهبردهای مختلفی استفاده می‌کنند.
- ✓ تأکید بر ضدیت یا تساهل دو نمونه از راهبردهایی است که عرضه‌کنندگان پیام دینی ممکن است برای متمایزسازی پیام خود و جلب مخاطبان هدف به کار گیرند.



الهیات رسانه (تحلیل گفتمان پیام دینی در عصر رسانه، ضدیت یا تساهل؛ یک بررسی موردی در اینستاگرام)

- ✓ وجود این دو رویکرد متفاوت و موفق در کنار هم نشان‌دهنده آن است که در بازار رقابتی پیام دینی اینستاگرام، هر دو گرایش ضدیت و تساهل وجود دارد و مخاطبانی را به خود جلب می‌کنند.
 - ✓ با توجه به تحلیل گفتمان و میزان فراگیری پست‌های پنهان و آقامیری، در این مورد مشخص، باید گفت گفتمان تساهل‌گرای آقامیری مخاطب بیشتری جذب کرده است. بنابراین به نظر می‌رسد در این مورد خاص، بازار رقابتی پیام دینی در اینستاگرام بیشتر منجر به تقویت رویکرد تساهل‌گرایی شده است.
- در مجموع، شواهد نشان می‌دهد که در بازار رقابتی پیام دینی اینستاگرام در فضای فرهنگی ایران اسلامی، گرایش به تساهل کمی بیشتر از گرایش به ضدیت است، هرچند هر دو رویکرد طرفدارانی دارند. البته نمی‌توان این نتیجه را به کل بازار پیام دینی تعمیم داد. برای رسیدن به یک نتیجه کلی‌تر نیاز است موارد بیشتر و متنوع‌تری مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی



منابع و مآخذ

- احمدی، بابک. (۱۳۸۲). «مدرنیته و اندیشه انتقادی». نامه علوم اجتماعی. ش ۱۶. صص ۱۳۲-۱۵۶.
- بشیر، حسن. (۱۴۰۰). «فرایند ساخت معنا در تحلیل گفتمان با روش پدام با مطالعه موردی بیداری اسلامی». روش شناسی علوم انسانی. ش ۲۷ (۱۰۶). صص ۳۱-۴۸.
- شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۲). «دین و پدیده جهانی». فصلنامه علوم اجتماعی. ش ۱۰ (۲۱). صص ۱-۵۱.
- فرکلاف، نورمن. (۱۳۸۰). تحلیل گفتمان انتقادی (مترجم: فاطمه شایسته پیران و دیگران). تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- نوبوتاکا، اینوئه (۱۳۷۶). «اطلاعات و جهانی شدن دین» (مترجم حسن افشار). نامه پژوهش فرهنگی. ش ۵ و ۶. صص ۱۲۷-۱۴۲.
- Clarke, P. (2006). *New Religious Movement In Global Perspective: A Study Of Religious Change In The Modern World*. Routledge.
- Fairclough, N. (2003). *Analysing discourse: Textual analysis for social research*. Psychology Press.
- Giddens, A. (1999). *Runaway World: How Globalization is Reshaping our Lives*. New York: Routledge. pp. 45-67.
- Huntington, S. P. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. New York: Simon & Schuster. pp. 56-78.
- Nobutaka, I. (1997). "The Information Age and the Globalization of Religion". In INOUE Nobutaka (General Editor), (1997). *Globalization and Indigenous Culture*. Originally published by the Institute for Japanese Culture and Classics, Kokugakuin University.
- Iannaccone, Laurence R. (1997 a): "Rational Choice: Framework for the Social Scientific Study of Religion" in *ERel Archive*, from: http://www.religionomics.com/erel/S2-Archives/S21_Publications.htm
- Rezai, M. (2006) "The Structure of Religious Market and its Role in Producing Violence". A paper presented at the 2006 CESNUR International Conference; *Globalization, Religion and Conflict*, in San Diego, California.
- Turner, B. S. (1994). *Orientalism, Postmodernism and Globalism*. London: Routledge.



Scientific-Research Bi-Annual Jou

NEW INTELLECTUAL RESEARCH
(Pazhuheshha-ye Aqli-ye Nuvin)

Vol. 10, No. 19, Spring & Summer 2025

Publisher: Islamic Propagation Office of Qum Seminary
Islamic Sciences and Culture Academy (Civilizational Islam Research Center)

Director-in-Charge: Dr. Sayyid Abbas Salehi

Editor-in-Chief: Dr. Jahangir Mas'oudi

Executive Director: Oveys Ostadi

Editor: Oveys Ostadi

Cover Designer: Ali Towfiq

English Abstracts Translator: Ahmad Rezwani

Layout Editor: Oveys Ostadi

Address: Civilizational Islam Research Center, Islamic Propagation Office
of Khurasan Razavi, Aytollah Khaz'ali Ave. Khusravi Intersection,
Mashhad, Iran

Postal Code: 9134683187

Tel: (98) (51) 3223350-56

Email: Novin@isca.ac.ir

Website: Novin.isca.ac.ir

Scientific-Research Bi-Annual Journal of New Intellectual Research achieved the Scientific-Research ranking from the very first issue by virtue of the decree 585 dated September 15, 1999 (24/06/1378) ratified by High Council of Islamic Seminaries and as per the evaluation of Islamic Seminary Scientific Journals Commission, the Permits Grants Council, and the scientific credits in session 90 dated March 12, 2018 (06/12/1396).

This journal is also indexed in the following websites: Noormags, ISC, SID, Magiran, Civilica.



Prepared and Edited in:
Islamic Propagation Office of Khurasan Razavi

