

The way of political management of public opinion in the face of rumor-mongering currents in the Iranian Islamic model of progress

Ruhollah Friday¹

Received: 13 March 2024

Alireza Golshani²

Reception: 25 April 2024

Abdullah Sajjadi Jaghargh³

Abstract

One of the most important executive and strategic documents in today's society is the Iranian Islamic model of progress, which must be evaluated in accordance with the conditions of Islamic management and public opinion management. Since public opinion is formed based on the different lifestyles of individuals and the changing environment in society, it is of great importance to consider values and beliefs along with the culture that governs society. On the other hand, one of the factors that challenges public opinion management is rumors, which can be prevented by providing information. Therefore, the present study seeks to answer this main question, which is based on what factors are effective in managing public opinion in the face of rumor-making flows on Iranian Islamic management models of progress? This study is quantitative and qualitative. To evaluate the qualitative part, interviews with experts in the field of the Iranian Islamic model of progress were used, and in the quantitative part, a questionnaire was distributed among university professors who were familiar with this subject. In the qualitative results, 626 codes were identified and analyzed in Max QDA software, and then a quantitative questionnaire was prepared and distributed on this basis. Then, the identified hypotheses were analyzed using SPSS software.

1 PhD student in Political Sociology, Islamic Azad University, Shahreza branch

2 Associate professor and member of the academic staff of the Department of Political Science, Islamic Azad University, Shahreza Branch, Isfahan, Iran.

3 Assistant professor, faculty member, Department of Communication

<http://doi.org/10.30510/pscci.2025.489599.1137>

نحوه مدیریت سیاسی افکار عمومی در مواجهه با جریان های شایعه ساز در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

روح الله جمعه ای^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۳

علیرضا گلشنی^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۲/۰۶

عبدالله سجادی جاغرق^۳

چکیده

یکی از مهم ترین اسناد اجرایی و استراتژیک در جامعه امروزی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت می باشد که می بایست منطبق با شرایط مدیریت اسلامی و هم چنین مدیریت افکار عمومی مورد ارزیابی قرار گرفته شود از آنجایی که افکار عمومی مبتنی بر سبک زندگی متفاوت افراد و هم چنین محیط متغیر در جامعه شکل می گیرد لذا در نظر گرفتن ارزش ها و باورها به همراه فرهنگ حاکم بر جامعه از اهمیت بسزایی برخوردار است و از سوی دیگر یکی از عواملی که مدیریت افکار عمومی را با چالش مواجه می نماید شایعه است که با ارائه اطلاعات می توان از ایجاد شایعه جلوگیری نمود. بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی می باشد که مبنی بر این است که چه عواملی در مدیریت افکار عمومی در مواجهه با جریان های شایعه ساز الگوهای مدیریت اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیرگذار هستند؟ این تحقیق از نوع کمی و کیفی است و جهت ارزیابی بخش کیفی از مصاحبه با خبرگان در زمینه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بهره برده شد و در بخش کمی پرسشنامه در بین اساتید دانشگاهی که به این موضوع اشراف داشتند توزیع گردید. در نتایج کیفی ۶۲۶ کد شناسایی گردید و در نرم افزار Max QDA مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است و سپس پرسشنامه کمی بر همین مبنا تنظیم و توزیع گردید. سپس فرضیه های شناسایی شده با استفاده از نرم افزار SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد

کلمات کلیدی: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، افکار عمومی، مدیریت اسلامی، جریان های شایعه ساز

^۱دانشجوی دکتری رشته جامعه شناسی سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا

^۲دانشیار و عضو هیات علمی گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، اصفهان، ایران،

^۳استادیار عضو هیات علمی گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ایران

مقدمه

تحقیق حاضر با هدف نحوه مدیریت افکار عمومی در مواجهه با جریان های شایعه ساز در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت انجام شده است در واقع افکار عمومی به آن نوع افکاری گفته می شود که بر اساس حوادث و اتفاقاتی که در جامعه روی می دهد به صورت جو مسلط جامعه بر مردم تاثیر می گذارد و از طرف دیگر شایعات به هنگام فقدان خبر ساخته می شوند. وقتی افراد، بسیار مشتاق خبرگیری و آگاهی از واقعه و موضوعی هستند اما قادر به کسب اطلاعات مورد اطمینان نباشند پذیرای شایعه می شوند و برعکس وقتی افراد جامعه از آگاهی خود بر حوادث مطمئن باشند به ارايه غير ضروري مطالب ساختگی تمایل نخواهند داشت به عبارت دیگر وقتی گروهها و افراد یک جامعه از مجاری قانونی و صحیح، اطلاعات را به دست نیاورند، زمینه برای رواج شایعه مهیا می شود. یکی دیگر از عواملی که حائز اهمیت بوده و می بایست مورد ارزیابی قرار گرفته شود الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت است که در جامعه و در وضعیت فعلی بسیار مورد توجه از طرف سازمان ها و هم چنین طبقات مختلف جامعه می باشد که مبتنی بر این اصل می باشد، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در راستای استراتژیک، بر ابعاد مختلف قانون گذاری، سیاست ها و خط مشی گذاری و برنامه ریزی های کوتاه مدت و بلند مدت ملی کشور و حتی در سطح بین المللی طبق نظر رهبری کشور تاثیر گذار خواهد بود.

از آنجایی که افکار عمومی هر جامعه ای از عوامل متعددی شکل می گیرد و از سوی دیگر منجر به تغییر محیط جامعه می شود لذا یکی از مهم ترین ابعادی که همیشه جزء دغدغه های تحقیقات مختلف بوده است ارزیابی افکار عمومی است از طرف دیگر کشور ایران که از در حال گذار از مرحله سنتی به مدرن است تحت تاثیر عوامل مختلفی قرار می گیرد و چون پایه اصلی این کشور دین مبین اسلام می باشد لذا در راستای پیشرفت از الگوهای اسلامی که منطبق با موازین ایرانی است بهره برده می شود ولی در همین حین مواردی وجود دارد که به صورت غیر واقعی مانع از این پیشرفت می شوند یکی از این عوامل شایعه است که نمی توان از آن دوری جست و در هر جامعه ای با توجه به شرایط محیطی و ارتباطی وجود دارد بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی می باشد که مبنی بر این است که چه عواملی در مدیریت افکار عمومی در مواجهه با جریان های شایعه ساز الگوهای مدیریت اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر گذار هستند؟

شایعه

از شایعه با توجه به علوم و دیدگاه های گوناگون، تعریف زیادی شده است. شایعه امروزه دیگر واژه نا آشنایی نیست. در مکالمات روزمره اگر بخواهند نادرست بودن خیر یا مطلبی را اعلام کنند، می گویند: « شایعه ای بیش نیست»، « شما در حد یک شایعه به آن توجه کنید»، «فلانی را می خواهند با شایعه سازی ترور شخصیت کنند» و مواردی از این قبیل. (کیانی، ۱۳۸۵: ۱۳۲)

«شیع» واژه ای عربی به مفهوم رواج یافتن و منتشر شدن است که واژگان «شیوع» و «شایعه» از آن مشتق شده است. بنا بر تعریف لغت نامه دهخدا، شایعه، اخبار بی پایه ای است که بین مردم بر سر زبان ها باشد. فرهنگ وبستر در باره آن می نویسد: « شایعه عبارت است از روایت یا گزارش جاری در مردم، در محدوده قدرتی شناخته شده بدون وجود مدرک مطمئن برای تأیید حقیقت آن». (مقیمی و غفاری، ۱۳۹۵: ۴)

شایعه موضوع ظاهراً مهمی است که بدون اینکه صحت و سقم آن معلوم باشد انتشار می یابد. تاموتسو شیبتانی شایعه را « خبر ساختگی» می داند؛ زیرا شایعات عمدتاً از جمعی علاه مند به اخبار ساختگی سرچشمه می گیرد. به هر حال شایعه، خبر یا اطلاع غیر موثقی است که مبتنی بر مشهودات یا قول اجماع است؛ یعنی اعتبار خود را تواتر و شیوع خود می گیرد؛ یعنی از هر کس بپرسیم که علت صحت این خبر چیست، پاسخ می دهد: « چون همه می گویند، پس صحت دارد.» شنونده نیز برای پذیرش آن مطلب کمتر به دنبال دلیل و مدرک واقعی است؛ بلکه بیشتر به شیوع و تواتر آن بسنده می کند. (کیانی، ۱۳۸۵: ۱۳۳)

در حقیقت شایعه، که خبری دروغین است، بخشی از محاورات عادی اجتماع را تشکیل می دهد. شایعه پراکنی، یکی از واقعیت های فراگیر اجتماعی و در واقع نابهنجاری اجتماعی است که حوزه های روانی و امنیتی اشخاص و اجتماعی را هدف قرار می دهد و همواره در همه جوامع و در بازه های زمانی مختلف، وجود داشته است، اما تفاوت در گستردگی و میزان نفوذ آن است که بستگی به شرایط و سطح آگاهی افراد از وقایع جاری در جامعه دارد. در جامعه ای که مردم با فقر اطلاع رسانی سریع و صحیح مواجه اند و در بین گروه ها و جمعیت هایی که به لحاظ ساده اندیشی و زودباوری، تأثیرپذیری بیشتری دارند، شایعه متداول تر است. شایعه گرچه همیشه نامطلوب بوده اما در زمان های بحرانی مانند جنگ ها، آثار مخرب تری از خود برجای گذاشته است، به طوری که نتیجه جنگ را کاملاً تحت الشعاع خود قرار داده است. (غروی نائینی و همکاران، ۱۳۹۱: ۲)

شایعه خبر یا اطلاعات تأیید نشده ای است که مورد توجه گروه یا جمعیت خاصی بوده و برای ایجاد باور نزد دیگران معمولاً از فردی به فرد دیگر به طور شفاهی بدون هیچگونه اطمینان و دلیل و مدرک کافی انتقال می یابد. به عبارت دیگر شایعه طرح و شیوع دادن خبر یا ادعایی است که همواره هاله ای از شک و تردید آن را پوشانده است. (افروز و همکاران، ۱۳۹۵: ۳)

شایعه بیان نگرانی ها و اضطراب های بخشی از مردم در برابر فریب اطلاعاتی است. شایعه در ردیف پیام های است که برای تحریک هیجانی، ترس را فریاد می کشد. شایعه کسی را قانع نمی کند، چیزی را به زبان می آورد که عموم حاضرند آن را باور کنند (دهقان شاد، ۱۳۹۰: ۳۴).

شایعه واژه ای است که شاید کمتر کسی است که نام آن را شنیده باشد. در یک روز عادی سخنانی که شنیده می شود و نمی توان درست یا اشتباه بودن آن را تشخیص داد و یا منبع موثقی از آن پیدا نشود منجر به ایجاد و انتشار اخباری می گردد که زمینه ساز شایعه می شود. بنابراین شایعه به عنوان یک رفتار غیراخلاقی در سازمان، موضوع خاصی است که برای باور همگان مطرح می شود، از فردی به فرد دیگر منتقل می گردد و معمولاً این انتقال به طور شفاهی صورت می گیرد، بدون آنکه شواهد مطمئنی در میان باشد. بر این اساس مدیران سازمانی می توانند با مدیریت شایعات، پیامدهای مثبت را قوت بخشیده و پیامدهای منفی را تقلیل دهند. (خنیفیر و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۲)

مدیریت افکار عمومی

در ارتباط با نحوه مدیریت افکار عمومی دو الگوی اصلی را می توان شناسایی نمود:

اول) الگوی مدیریت دولتی: واقع گرایان همچون مورگنتا و کنت والس معتقدند دولت ها بازیگران اصلی معادلات سیاسی و امنیتی هستند، لذا می تواند از آن ها عنوان مرجع امنیت یاد نمود. با پذیرش چنین فرضی مشخص می شود که امنیت مردم منفک از امنیت دولت بوده و زیرمجموعه آن به شمار می آید. به زعم ایشان برای مدیریت نمودن پدیده های ناامنی و تهدید که در ساخت هرج و مرج گونه نظام بین الملل وجود دارد، تنها دولت است که صلاحیت اقدام دارد و حوزه اجتماعی باید در اختیار و زیر سلطه مدیریت سیاسی قدرت حاکم قرار گیرد. نتیجه آن که: افکار عمومی باید مطابق با سیاست دولت، شکل داده و ساخته شود.

دوم) الگوی مدیریت اجتماعی: بر این اساس افکار عمومی موضوع اراده دولت دانسته نمی شود بلکه این دولت است که باید افکار عمومی را در تحلیل و اقدام خود لحاظ نماید و به گونه ای تابع آن باشد. در این رویکرد افکار عمومی ساخته

نمی شود بلکه توسط قدرت اجتماعی به درون قدرت سیاسی، منتقل می شود. (افتخاری و قدرت آبادی، ۱۳۹۵: ۶)

مدیریت عمومی، قوانین، سیاستها، تکنیک های نوین را اجرا می کند. این کار نوعی مدیریت منابع انسانی و مدیریت حفظ منابع کلی کشور محسوب می شود. (Kai rouz et al, 2016, P. 379) نوآوری در سطح ملی منجر به بالا رفتن استلنداردهای زندگی افراد در جامعه می گردد. (Giglio rt al, 2018, P.2) با توجه به پیچیدگی سیستم های مدیریت، امروزه رفتارهای نوین در سیستم های مدیریتی مورد بررسی قرار گرفته می شوند. (Matei and Antonie, 2014, P1126)

الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت

از آنجایی که تغییر در فرهنگ، نوع ارتباطات را تغییر می دهد (cheng et al, 2016, P.4) در این بخش از پژوهش در ابتدا هر یک از ابعاد الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت به صورت مجزا تجزیه و تحلیل شده و سپس، مفهوم کلی این بعد مورد ارزیابی قرار گرفته می شود.

انسان ها از دیر باز الگوهای تزئینی و نمادین با اهداف مذهبی خلق می کرده اند. برخی الگوها را می توان با فرهنگ مشخصی در ارتباط دانست، در حالی که برخی دیگر جهانی اند. (خاک زند و حسینی کیا، ۱۳۹۳: ۴۶)

الگو به مجموعه نظام مندی از مفاهیم، اصول موضوعه و قوانین اطلاق می شود که در یک ساختار منطقی برای توضیح و تفسیر یک سیستم از موجودات تکوینی، پدیده ها، روش ها، فرآیندها، تئوری ها و نظریات ارائه می شود. لذا الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت به مجموعه نظام مندی از مفاهیم، اصول موضوعه، قوانین و راهبردها اطلاق می شود که در ساختاری منطقی و مبتنی بر مبانی معرفت شناختی و هستی شناختی اسلام و در چارچوب حقوق و اخلاق اسلامی به تحلیل وضعیت موجود ایران و تبیین وضعیت مطلوب آن ارائه راهبردها برای تغییر وضعیت موجود می پردازد. (حسینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰) که از آن جمله می توان به نوآوری دولت در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت اشاره نمود.

پیشرفت زندگی و طراحی الگو برای آن، از ضروریات زندگی افراد جامعه امروزی تلقی می شود. الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، از جمله موضوعات مهمی است که جزو برنامه های فکری اندیشمندان ایرانی در دهه چهارم انقلاب اسلامی قرار گرفته است. با توجه به اینکه الگوی اسلامی - ایرانی به تحلیل و وضعیت موجود ایران می پردازد، می توان گفت، الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت،

محصول اسلامی سازی علوم انسانی است و اسلامی سازی این علوم، مقدمه لازم برای تدوین این الگو است. (ایزدی فرد و حسین نژاد، ۱۳۹۶: ۸۴)

جمهوری اسلامی ایران به دنبال ایجاد جامعه مطلوب و استقرار تمدنی اسلامی ایرانی است. قطعاً الزامات چنین آرمانی، تبیین الگوی مربوطه به خود یعنی الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت است. (خوش چهره و حبیبی، ۱۳۹۰: ۲۲۰) ایران برای رسیدن به توسعه و گام برداشتن در مسیر پیشرفت در درجه نخست باید تضادهای درونی خود را حل کند. (محمدی، ۱۳۹۶: ۱) اساساً الگو طراحی می شود تا برای تحقق یک هدف راهی بنماید و مجموعه ای از دستور العمل ها را در اختیار نهد. کشف عوامل مؤثر در تحقق یک هدف و شناخت رابطه ی بین آنها شرط ضروری برای تبیین یک الگوست. (تقوی، ۱۳۸۷: ۷۴)

ضرورت تلقی مشترک از مفهوم پیشرفت از آنجا که پیشرفت یک مفهوم نسبی است. به عبارت دقیق تر حتی با دغدغه نیل به پیشرفت و توسعه با تعریف و مختصات ایرانی و اسلامی کماکان نیازمند آن است تا بتوان مدل و الگوی مطلوب خود را با مقیاس و استانداردهای بین المللی سنجیده شود. (خانی، ۱۳۹۵: ۶۵)

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در اسناد راهبردی، بر بخش های گوناگون سیاستگذاری و برنامه ریزی های ملی کشور تا سطوح گوناگون اسناد کوتاه مدت و میان مدت، تأثیرگذار خواهد بود. در این میان، اندیشه ورزی دفاعی در راستای سرمایه گذاری نرم و سخت افزاری در عرصه سیاست های امنیتی، از لوازم و ضرورت های الگوی یاد شده بوده و در عین حال نیازمند طراحی های علمی - کاربردی است. (کیوان و جمعه زاده، ۱۳۹۰: ۱) بسیاری از سازمان ها در کشورهای اسلامی از استراتژی های اسلامی برای پایداری سازمان های خود بهره می برند. (Rozzani et al, 2017, P.7)

تأکیدات مقام معظم رهبری در زمینه اجرای مصوبات شورای عالی انقلاب فرهنگی و توجه به اجرای خط مشی های فرهنگی در کشور، مؤید نبودن الگوی اجرا و نیاز کشور به مطالعات بیشتر در این حوزه است. به بعضی از این بیانات ذیلاً اشاره می شود:

- با وجود تلاشهای خوب شورا در پیگیری اولویتهای ابلاغی در سالهای گذشته، امروز اولویت اصلی شورا تحقق و اجرای سریع و کامل تصمیمات و مصوبات و پیگیری آنها تا حصول نتیجه کامل می باشد (حکم آیت الله خامنه ای به شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۹۳).

- مسئولان هم موظفند با توکل به خداوند و با تکیه بر مردم در هر دو عرصه اقتصاد و فرهنگ، مجاهدانه وارد میدان عمل شوند.
 - ضمن تأکید بر اجرای کامل توصیه های ابلاغ شده دوره گذشته، نکات دیگری به پیوست این حکم ابلاغ خواهد شد (حکم انتصاب اعضای مجمع تشخیص مصلحت نظام ۱۳۹۰/۹/۲۴).
 - مصوبات اینجا (شورای عالی انقلاب فرهنگی) بایستی اجرا بشود (بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۹۲/۰۹/۱۹).
 - این گونه نباشد که شورای عالی انقلاب فرهنگی تصمیمی را در زمینه ای بگیرد در حالی که این تصمیم در عمل معلق بماند و نتواند پیش برود (بیانات در دیدار اعضای شورای عالی انقلاب فرهنگی ۱۳۷۵/۰۹/۲۰).
 - به نظر ما هم همین خوب است که ما بتوانیم کاری بکنیم که آنچه اینجا تصویب می شود، حتماً اجرا شود. (ملا میرزایی، ۱۳۹۵: ۷۷)
- در سند چشم انداز ایران ۱۴۰۴، مجموع ای از آرمان ها و ارزش ها نهفته است که تحقق و برآوردن آنها نیازمند عبور دادن این ارزش ها از ساختارها و سازمان هایی است که صرفاً با مدیریتی برگرفته از فرهنگ و باور ملی و اسلامی ممکن می شود. حرکت به سمت تحقق اهداف سند چشم انداز نیازمند عزم ملی، آماده سازی ذهنی و روانی، فراهم سازی سازمان ها و بنگاه های کار آمد است و این اهداف جز با زمینه سازی مدیریت کارآمد امکانپذیر نیست. (ایمانی، ۱۳۹۵: ۳)
- تأکیدات اخیر مقام معظم رهبری درباره تشریح ابعاد مختلف الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت نیز گواهی بر این مدعا است؛ که فرهنگ و مسائل فرهنگی نقش عمده ای را در سیاستگذاری های کلان و طراحی اسناد بالا دستی نظام دارد. تأکیدات ایشان بر «تلفیق دو فرهنگ اسلامی و ایرانی»، «انتخاب کلمه پیشرفت به جای مفهوم توسعه»، «تأکید بر اهمیت ابزارهای فرهنگی» از جمله «آموزش و پرورش و رسانه ها»، «توجه به مسائل و خطوط اصلی زندگی مانند امنیت، عدالت، رفاه، آزادی، حکومت، استقلال و عزت ملی در بحث الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت» و تأکید بر «اهمیت علم و معنویت» از جمله رویکردهای فرهنگی مورد نظر و مؤکد معظم له در تحقق الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت به شمار می رود. (سنجولی، ۱۳۹۲: ۸۰)
- در این قسمت به بررسی الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت بر مبنای نظر رهبر معظم انقلاب در تاریخ ۱۳۸۹/۹/۱۰ پرداخته شده است که از مقاله سنجولی در سال ۱۳۹۲ اخذ شده است.

۱- الگو: چارچوب نظری و ذهنی است که پایه و معیار حرکت قرار می گیرد. الگو، نقشه راه است. رهبر معظم انقلاب اسلامی، الگو را نقشه جامع دانسته اند که به ما می گوید به کدام سمت و برای کدام هدف داریم حرکت می کنیم. بدون نقشه جامع، دچار سردرگمی خواهیم شد، همچنان که در طول این سی سال به حرکت های هفت و هشتی، بی هدف و زیگزاگ مبتلا بودیم و به این در و آن در زدیم.

برای طراحی الگو باید نهضت نرم افزاری و جنبش تولید علم را جدی گرفت، گفتمان سازی، نظریه پردازی و تئوری پردازی لازم دارد، یک شأن نخبگانی است که باید در دراز مدت تحقق پیدا کند. اتاق های فکر راه انداخت، نشست های راهبردی و همایش های تخصصی برگزار کرد و با فراخوان مقالات و میزگردهای علمی و فعال نمودن کمیته ها و کارگروه های کارشناسی به بررسی موضوع پرداخت و با تعریف و طراحی پروژه های پژوهشی و طرح های تحقیقاتی به بررسی های کارشناسی ابعاد گستره و عمق بیشتری بخشید.

۲- اسلامی: اسلامی بودن الگو، به معنای استخراج میانی، چارچوب ها و الگوی پیشرفت از منابع و مبانی اسلامی می باشد، مبتنی بر مبانی نظری و فلسفی اسلام می باشد؛ تمامی مراحل و فرایندهای طراحی و اجرای الگو باید بر خواسته از اسلام باشد. تقلید از اندیشه های غیر اسلامی و چارچوب های غربی و غیربومی در این زمینه زیانبار است اگر چه استفاده از نقاط مثبت دستاوردهای فرهنگ و تمدن بشری، پس از بومی سازی مدنظر خواهد بود.

این الگو، اسلامی است، به خاطر این که غایات، اهداف، ارزش ها و شیوه های کار، همه از اسلام مایه خواهد گرفت، یعنی تکیه ما به مفاهیم اسلامی و معارف اسلامی است.

۳- ایرانی: ولی امر مسلمین، علیرغم پذیرفتن نگاه کارشناسان و نخبگان در خصوص منظور از ایرانی بودن الگو با شاخصه هایی همچون شرایط تاریخی، شرایط جغرافیایی، شرایط فرهنگی، شرایط اقلیمی، شرایط جغرافیای سیاسی ایرانی داشتن تأکید می کنند که: الگوی ایرانی، طراحان آن متفکران ایرانی هستند. ما نمی خواهیم این الگو را از دیگران بگیریم، ما می خواهیم آنچه را که خودمان لازم می دانیم، مصلحت کشورمان می دانیم، آینده مان را می توانیم با آن تصویر و ترسیم کنیم، این را در یک قالبی بریزیم.

۴- پیشرفت: منظور از پیشرفت، وجود حرکت، تکاپو و جهش از وضع موجود به سمت رسیدن به وضع مطلوب یعنی چشم انداز با اهداف بلندمدت و میان مدت است، در این الگو، ایستایی، رکود، توقف و تردید راه ندارد و این پیشرفت باید

در مقایسه با رقبای ما مشهود و ملموس باشد، رشد و تعالی انسان محقق شود. (سنچولی، ۱۳۹۲: ۸۴)

در مدیریت نیز بکارگیری دیدگاه های اسلامی زیادی به کنترل و مدیریت جامعه می نماید. (Randeree and Faramawy, 2011, P.28) اطلاعاتی که در اصول و قوانین اسلامی مورد تبادل قرار می گیرند از اخلاقیات و ملاحظات بیشتری برخوردار است (Ahmed, 2018, P.4)

این مبحث ابتدا به بازشناسی مفهوم و ماهیت الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت می پردازد؛ سپس مفاهیمی چون عرصه های پیشرفت، مفهوم توسعه اسلامی، نقاط افتراق و اشتراک پیشرفت و توسعه و اهمیت دستیابی به الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت، الزامات، شاخصه ها و راهبردهای دستیابی به آن مورد بررسی قرار می گیرد. لذا در پرتو آرمان های اصیل انقلاب و همچنین امیدهای نهفته در سند چشم انداز جمهوری اسلامی ایران، طراحی الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت را می توان به مثابه سنگ زیرین هر تلاش عالمانه جهت رشد و تعالی همه جانبه کشور تلقی نمود. مستندات تاریخی و روند شکل گیری استعمار غرب، حاکی از آن است که استعمار، همواره به عنوان مهمترین روش تحقق اهداف خود به ایجاد تغییرات ارزشی، فرهنگی و اجتماعی در کشورهای اسلامی و تحت سلطه پرداخته است و توسعه غربی با دامن زدن به تضادها و ایجاد و تحکیم ارتباطات عمودی، الفت درونی جوامع انسانی را عملاً سست می کند. (ناصری فر و ماسوله، ۱۳۹۶: ۲۱۹)

در کنار این مسائل رهبر انقلاب اسلامی، همچنین معنویت را نیز مهمترین عرصه ای عنوان داشته اند که در کار پیچیده، دقیق و بلند مدت تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، باید به آن توجه شود، چراکه معنویت، روح پیشرفت واقعی در همه زمینه ها و مسائل است. از نگاه مقام معظم رهبری، «الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت باید به گونه ای تدوین شود که جامعه را به سمت جامعه ای متفکر سوق دهد و جوشیدن فکر و «اندیشه ورزی» به حقیقتی نمایان در جامعه تبدیل شود» مضافاً، چهار عرصه فکر و اندیشه، علم و فناوری، معنویت و زندگی، به عنوان عرصه های پیشرفت از جانب مقام معظم رهبری مورد تأکید قرار دارند. (ناصری فر و ماسوله، ۱۳۹۶: ۲۲۰)

مقام معظم رهبری معتقدند پیشرفت تمدن سازی با انقلاب اسلامی آغاز شده است. ایشان با وجود این، تحقق انقلاب اسلامی را برای ساخت تمدن اسلامی کافی نمی دانند و برای دستیابی به تمدن اسلامی راهی را ترسیم می نمایند که به جنبه های مختلف ساخت تمدن اسلامی معطوف می باشد:

۱. توجه به بنیان های ضروری ساخت تمدن اسلامی: «برای ایجاد یک تمدن اسلامی - مانند هر تمدن دیگر - دو عنصر اساسی لازم است: یکی تولید فکر، یکی پرورش انسان. فکر اسلامی مثل یک دریای عمیق است، یک اقیانوس است. تولید فکر در هر زمانی متناسب با نیاز آن زمان از این اقیانوس عظیم معارف ممکن است»

۲. ضرورت استفاده از یک الگوی مدون برای ساخت تمدن: «تکمیل شدن این حرکت تمدن سازی ناشی از انقلاب اسلامی) نیازمند الگویی بومی است».

۳. ترسیم فرایند ساخت تمدن نوین اسلامی: مرحله اول، ایجاد انقلاب اسلامی: قدم اول که پرهیجان تر و پر سر و صدا تر از همه است، ایجاد انقلاب اسلامی است؛ کار آسانی نبود، لیکن این آسان ترین بود در این مرحله دوران حاکمیت ارزش های معنوی آغاز و یک تحول بنیادین بر اساس یک سلسله ارزش ها صورت می گیرد مرحله دوم، تأسیس نظام اسلامی: یعنی اینکه هندسه عمومی جامعه اسلامی بشود که این هم شد. تدوین منشور اصلی جمهوری اسلامی که قانون اساسی مترقی و جامع ماست. مرحله سوم، ایجاد دولت اسلامی: قدم بعدی که از اینها دشوارتر است، ایجاد دولت اسلامی است. مرحله چهارم، ایجاد کشور اسلامی: بعد از این مرحله، مرحله تالانو و تشعشع نظام اسلامی است؛ یعنی مرحله ایجاد کشور اسلامی. اگر این مرحله به وجود آمد، آنگاه برای مسلمان های عالم، الگو و اسوه می شویم. مرحله پنجم، ایجاد دنیای اسلامی: از کشور اسلامی می شود دنیای اسلامی درست کرد. الگو که درست شد، نظایرش در دنیا به وجود می آید. (فیروز، ۱۳۹۱: ۶۷)

تعاریف متغیرهای اصلی تحقیق
شایعه:

شایعه، که خبری دروغین است، بخشی از محاورات عادی اجتماع را تشکیل می دهد. شایعه پراکنی، یکی از واقعیت های فراگیر اجتماعی و در واقع نابهنجاری اجتماعی است که حوزه های روانی و امنیتی اشخاص و اجتماع را هدف قرار می دهد و همواره در همه جوامع و در برهه های زمانی مختلف، وجود داشته است، اما تفاوت در گستردگی و میزان نفوذ آن است که بستگی به شرایط و سطح آگاهی افراد از وقایع جاری جامعه دارد (غروی نائینی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۴). شایعه انتقال دهان به دهان حکایت های و اخبار غیر موثق است. این حکایتها ابتدائی ترین نوع اخبار است و به همان اندازه که ابتدایی است، ناقص و غیر دقیق نیز هست. (نوبخت، ۱۳۸۴: ۲۷۷)

مدیریت اسلامی:

اصطلاح مدیریت اسلامی از دو واژه مدیریت و اسلام ترکیب یافته است. مدیریت در ترکیب با اسلام خصوصیتی می یابد که با دیگر ویژگیهای مدیریت متفاوت است. برای بررسی انطباق پذیری دیدگاه های اسلامی بر مفاهیمی چون مدیریت باید به پیشینه و سیر تکوین و رشد آن توجه داشت. (چاوشی، ۱۳۸۸: ۴۴)

افکار عمومی:

افکار عمومی فرآیند پیچیده ای است که از ترکیب و تلفیق دیدگاه های فردی و گروهی در بافت فرهنگی یک جامعه ی مشخص به دست می آید به عبارت دیگر افکار عمومی به آن نوع افکاری گفته می شود که بر اساس حوادث و اتفاقاتی که در جامعه روی می دهد به صورت جو مسلط جامعه بر مردم تاثیر می گذارد. (دیندار فرکوش و همکاران، ۱۳۹۰: ۶۶)

الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت:

الگو به مجموعه نظام مندی از مفاهیم، اصول موضوعه و قوانین اطلاق می شود که در یک ساختار منطقی برای توضیح و تفسیر یک سیستم از موجودات تکوینی، پدیده ها، روش ها، فرآیند ها، تئوری ها و نظریات ارائه می شود. لذا الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت به مجموعه نظام مندی از مفاهیم، اصول موضوعه، قوانین و راهبردها اطلاق می شود که در ساختاری منطقی و مبتنی بر مبانی معرفت شناختی و هستی شناختی اسلام و در چارچوب حقوق و اخلاق اسلامی به تحلیل وضعیت موجود ایران و تبیین وضعیت مطلوب آن ارائه راهبردها برای تغییر وضعیت موجود می پردازد. این الگوها نهایتاً رستگاری مورد نظر حاکمیت اسلامی - ایرانی را معرفی می کند. در الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، در وهله نخست به آرمان ها توجه می شود، آنگاه پس از تعریف آرمان ها، واقعیات، مورد توجه قرار می گیرد یعنی آرمان های اسلامی با عمل ایرانی معرفی و پیگیری می شود. (حسینی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۰)

روش تحقیق

این تحقیق از نوع اکتشافی است. تحقیق یک روند هوشمندانه، هوشیارانه، خلاقانه و سامان مند برای یافت، بازگویی و بازنگری پدیده ها، رخدادها، رفتارها و انگاشته هاست. پژوهش همچنین برای استفاده از پدیده های موجود برای دست یافتن به راهکارهای عملی و فناوری ها به کار می رود. برای پاسخگویی به سوالات پرسشنامه، محقق با پاسخ دهندگان و متخصصان در ابتدا مصاحبه نموده و پس از توضیح کامل تعاریف مربوط به تحقیق و اهداف مربوطه، از پاسخ دهندگان در

رابطه با پرسشنامه درخواست پاسخ صحیح گردید. بنابراین جامعه آماری با آگاهی کامل نسبت به پاسخ دقیق اقدام نمودند.

روش های گردآوری اطلاعات و ارزیابی روایی و پایایی تحقیق برای جمع آوری اطلاعات در رابطه با نظریه ها از روش کتابخانه ای بهره مند خواهیم شد که از کتب و مقالات علمی داخلی و خارجی استفاده خواهد شد و از طرف دیگر برای جمع آوری اطلاعات از روش میدانی استفاده شده است. از آنجایی که برای جمع آوری اطلاعات از روش میدانی استفاده شده است و روش میدانی نیز دارای ابزار مختلفی از جمله مشاهده، مصاحبه و پرسشنامه می باشد، در تحقیق از پرسشنامه استفاده خواهد شد. پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات است که می بایست پایایی و روایی آن مورد بررسی قرار گیرد مگر آنکه از پرسشنامه استاندارد استفاده شود به همین منظور برای تعیین روایی از نظر اساتید و متخصصان مطبوعات و رسانه بهره برده شده است و CVI به دست آمده معادل ۰.۹۸۱ می باشد که مورد تایید قرار گرفته است. بنابراین پرسشنامه دارای روایی بوده و برای پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ استفاده گردید. این روش برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه گیری از جمله پرسشنامه به کار می رود و عددی بین ۰ و ۱ است که هر قدر این عدد به ۱ نزدیکتر باشد نشان دهنده پایایی بیشتر پرسشنامه می باشد که از طریق فرمول زیر محاسبه می گردد. در این تحقیق پایایی به دست آمده معادل ۰.۹۸۱ به دست آمده است که نشان دهنده پایایی بالای این پرسشنامه می باشد.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.981	59

جامعه آماری، حجم نمونه و روش نمونه گیری
جامعه آماری این تحقیق شامل دو بخش می باشد :

در بخش کیفی تحقیق جامعه آماری شامل اساتید رشته های ارتباطات - علوم سیاسی - جامعه شناسی - روانشناسی و فعالان عرصه رسانه به تعداد ۵ نفر است که با آنها مصاحبه صورت می پذیرد و سپس هر یک از آنان با استفاده از روش گلوله برفی، متخصص بعدی را جهت مصاحبه عمیق معرفی می نمایند تا به اشباع نظری در رابطه با سوالات تحقیق رسید که بر همین مبنا در این قسمت نمونه گیری انجام نشده و تمام شماری صورت پذیرفته است.

بخش کمی تحقیق شامل افرادی است که اکثریت افراد مصاحبه کننده معرفی نموده و از آنها جهت پاسخگویی به سوالات پرسشنامه بهره گرفته خواهد شد و با توجه به تعداد آنان نمونه گیری و روش نمونه گیری صورت می پذیرد.

جدول متغیرهای تحقیق براساس مصاحبه کیفی

این بخش بعد از انجام مصاحبه عمیق از اساتید رشته های ارتباطات - علوم سیاسی - جامعه شناسی - روانشناسی و فعالان عرصه رسانه به تعداد ۵ نفر است که با آنها مصاحبه صورت می پذیرد و پس از اشباع نظری مبتنی بر نوع نمونه گیری متغیرهای تحقیق از مصاحبه کیفی شناسایی می گردد.

روش تجزیه و تحلیل داده ها

تجزیه و تحلیل بخش کیفی

در این قسمت از نرم افزار MaxQDA جهت ارزیابی و شناسایی متغیرهای تحقیق و هم چنین ارائه مدل کیفی استفاده شده است.

بخش دوم: روش تجزیه و تحلیل داده ها

ارزیابی کیفی

لازم به ذکر است که مبنای تحلیل در این بخش محتوایی است.

جدول ۱: تعداد مولفه های شناسایی شده از ابعاد اصلی تحقیق

ابعاد اصلی	تعداد کدهای مربوطه
اطلاعات و دانش	۲۱
الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت	۲۲۶
تعیین راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی	۷۸
شایعه	۱۹۱
افکار عمومی	۱۱۰

فرضیه های تحقیق

فرضیه های به دست آمده بر مبنای بخش کیفی به شرح ذیل می باشد:

فرضیه اول: اطلاعات و دانش بر افکار عمومی تاثیر دارد.

فرضیه دوم: اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد.

فرضیه سوم: اطلاعات و دانش بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد.

فرضیه چهارم: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.

فرضیه پنجم: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر شایعه تاثیر دارد.

فرضیه ششم: راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.

فرضیه هفتم: راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر شایعه تاثیر دارد.

فرضیه هشتم: راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد.

تجزیه تحلیل آماری فرضیه های تحقیق

در این قسمت، تحلیل استنباطی داده های تحقیق به وسیله آزمون رگرسیون خطی انجام می شود و به این وسیله صحت فرضیه های تحقیق مورد بررسی و کنکاش قرار می گیرد.

جدول ۲: خلاصه مدل فرضیه اول

خلاصه مدل			
انحراف از خطای استاندارد	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	R
۰.۳۸۳۵	۰.۳۸۵	۰.۳۸۱	۰.۶۲۱

جدول ۳: تحلیل رگرسیون فرضیه اول

نام متغیرها	ضرایب		t	Sig
	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		
	Beta	خطای استاندارد		
اطلاعات و دانش	۰.۶۲۱	۰.۱۳۱	۱۳.۷۵۰	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵

می باشد پس فرض H0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰.۶۲۱

است و فرضیه اول مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۴: خلاصه مدل فرضیه دوم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۸۳۰	۰.۶۸۱	۰.۶۸۷	۰.۳۸۴۳

جدول ۵: تحلیل رگرسیون فرضیه دوم

نام متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	T	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
اطلاعات و دانش	۰.۸۴۳	۰.۰۴۹	۰.۸۳۰	۱۷.۱۰۱	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده Sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰.۸۳۰ است و فرضیه دوم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۶: خلاصه مدل فرضیه سوم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۷۳۲	۰.۵۳۵	۰.۵۳۲	۰.۲۹۸۶

جدول ۷: تحلیل رگرسیون فرضیه سوم

نام متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
اطلاعات و دانش	۰.۴۷۲	۰.۰۳۸	۰.۷۳۲	۱۲.۳۳۲	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۷۳۲ است و فرضیه سوم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۸: خلاصه مدل فرضیه چهارم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۶۵۴	۰.۴۲۸	۰.۴۲۴	۰.۳۶۹۸

جدول ۹: تحلیل رگرسیون فرضیه چهارم

نام متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت	۰.۷۳۱	۰.۰۷۳	۰.۶۵۴	۹.۹۴۲	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۶۵۴ است و فرضیه چهارم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۱۰: خلاصه مدل فرضیه پنجم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۷۵۷	۰.۵۷۳	۰.۵۷۰	۰.۴۵۰۴

جدول ۱۱: تحلیل رگرسیون فرضیه پنجم

نام متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
الگوی اسلامی	۱.۱۹۱	۰.۰۸۹	۰.۷۷	۱۳.۳۰۸	۰.۰۰

ایرانی پیشرفت					
---------------	--	--	--	--	--

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰.۷۷ است و فرضیه پنجم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۱۲: خلاصه مدل فرضیه ششم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۸۵۶	۰.۷۳۲	۰.۷۳۰	۰.۲۵۳۰

جدول ۱۳: تحلیل رگرسیون فرضیه ششم

نام متغیرها	ضرایب غیراستاندارد		ضرایب استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
راهبردهای الگوی اسلامی پیشرفت	۰.۶۷۹	۰.۰۳۶	۰.۸۵۶	۱۹.۰۰۷	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۸۵۶ است و فرضیه ششم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۱۴: خلاصه مدل فرضیه هفتم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۹۱۱	۰.۸۲۹	۰.۸۲۸	۰.۲۸۴۹

جدول ۱۵: تحلیل رگرسیون فرضیه هفتم

	ضرایب	ضرایب		
--	-------	-------	--	--

نام متغیرها	غیراستاندارد		استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت	۱.۰۱۷	۰.۰۴۰	۰.۹۱۱	۲۱.۳۰۹	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰.۹۱۱ است و فرضیه هفتم مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول ۱۶ : خلاصه مدل فرضیه هشتم

خلاصه مدل			
R	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	انحراف از خطای استاندارد
۰.۶۳۲	۰.۴۰۰	۰.۳۹۵	۰.۳۳۹۴

جدول ۱۷ : تحلیل رگرسیون فرضیه هشتم

نام متغیرها	غیراستاندارد		استاندارد	t	Sig
	β	خطای استاندارد	Beta		
راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت	۰.۴۴۹	۰.۰۴۸	۰.۶۳۲	۹.۳۷۸	۰.۰۰

بر اساس نتایج به دست آمده sig معادل ۰/۰۰ است و کمتر از ۰/۰۵ می باشد پس فرض H_0 رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۶۳۲ است و فرضیه هشتم مورد پذیرش قرار می گیرد.

نتیجه گیری

از آنجایی که مدیریت افکار عمومی مبتنی بر ویژگی های عامه مردم بوده و شامل ارزش ها، اعتقادات، باورها و در اصل فرهنگ غالب بر جامعه می باشد لذا در نظر گرفتن تغییرات محیطی و هم چنین تغییر ابعاد مذکور در راستای مدیریت افکار عمومی حائز اهمیت می باشد از آنجایی که یکی از عوامل اصلی در راستای توسعه در هر جامعه ای اطلاعات و آگاهی می باشد لذا در نظر گرفتن شرایطی که بتوان دانش و سطح اطلاعات افراد در جامعه را توسعه داد از جمله عواملی است که می تواند در مدیریت افکار عمومی یاری رسان باشد. از سوی دیگر استفاده از رسانه ها نیز در این زمینه حائز اهمیت است لذا پیشنهاد می شود ابعاد مرتبط با انواع رسانه ها در مدیریت افکار عمومی مورد ارزیابی قرار گرفته شود. در رابطه با فرضیه دوم، از آنجایی که دانش و اطلاعات بر شایعه تاثیر داشته می توان چنین اذعان داشت که با افزایش آگاهی و اطلاعات میزان شایعه و شایعه

پراکنی کاهش می یابد و از آنجایی که شایعه یک خبر ساختگی است لذا با شفافیت در مسائل مختلف در جامعه می توان از اهمیت اخبار ساختگی کاسته و به میزان خبرهایی با منبع موثق افزود این موضوع به عوامل مختلفی هم چون میزان آگاهی و اطلاعات افراد، تجربیات گذشته، فرهنگ و شرایط حاکم بر جامعه بستگی دارد. امروزه رسانه های اجتماعی نقش بسزایی در گسترش شایعه ایفا می نمایند بنابراین می توان نقش این رسانه ها را در رابطه با توسعه شایعه مورد ارزیابی قرار داد. در خصوص فرضیه سوم، همانطور که مطرح شد اطلاعات و دانش بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد و میزان تاثیر نیز در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار داشته و در سطح نسبتا بالایی قرار دارد. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از جمله مهم ترین ابعاد استراتژیک در جامعه محسوب می شود لذا در نظر گرفتن شفافیت، استراتژی های مرتبط با ایجاد شفافیت در جامعه، در امور اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و هم چنین انجام تعهدات اجتماعی می تواند در توسعه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت کمک نماید بدین منظور استفاده از فناوری های نوین و به روز در راستای به روز رسانی و توسعه این الگو حائز اهمیت بوده و نقش رسانه ها نیز جزء لاینفک توسعه این الگو محسوب می شود. لذا پیشنهاد می شود این الگو از منظر اذهان عمومی مورد ارزیابی قرار گرفته شده و میزان فعالیت های رسانه ها در راستای توسعه آن مورد ارزیابی قرار گرفته شود. در رابطه با فرضیه چهارم، از آنجایی که الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت مبتنی بر افکار عمومی است و بدون مشارکت افراد امکان توسعه آن وجود ندارد تئوری های مربوط به توسعه یافتگی سرزمین ها، توجه بیشتر به ابعاد فرهنگی است؛ زیرا هدف از توسعه، ایجاد زندگی پر ثمری است که توسط فرهنگ تعریف می شود بنابراین پردازش به فرهنگ و ارزش انسانی، موجب گرایش هر چه بیشتر جامعه به سوی عدالت اجتماعی می شود. عدالتی که برای استعداد و تلاش انسانها ارزش لازم را قائل است؛ زیرا پرورش استعدادها و شایسته سالاری در جامعه، سبب ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی گردیده و زندگی بهتر و انسانی تری را برای جمعیت فراهم آورد. به همین دلیل در نظر گرفتن افکار عمومی حائز اهمیت می باشد. در خصوص فرضیه پنجم پیشنهاد می شود که الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت دارای شرایطی است که برای اکثریت افراد در جامعه دارای ابهاماتی است و فقط مواردی که به صورت قانونی اجرا می شود قابل درک می باشد لذا ایجاد شایعه و ابهامات در آن بیشتر می گردد. یکی از ارکان اصلی این الگو در نظر گرفتن عدالت داوری، عدالت اقتصادی، عدالت اجتماعی و نهایتا عدالت فرهنگی است که شاخص های هر یک برای افراد جامعه دارای ابهاماتی است که می تواند میزان شایعه را توسعه دهد لذا پیشنهاد می شود با شفافیت از طریق اطلاع رسانی و هم چنین به کارگیری صحیح

رسانه ها نسبت به کاهش شایعه اقدام نمود. برای فرضیه ششم، الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در اسناد راهبردی، بر بخش های گوناگون سیاستگذاری و برنامه ریزی های ملی کشور تا سطوح گوناگون اسناد کوتاه مدت و میان مدت، تأثیرگذار خواهد بود. در این میان، اندیشه ورزی دفاعی در راستای سرمایه گذاری نرم و سخت افزاری در عرصه سیاست های امنیتی، از لوازم و ضرورت های الگوی یاد شده بوده و در عین حال نیازمند طراحی های علمی - کاربردی است. بنابراین ارائه برنامه ها و استراتژی های الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از طریق رسانه ها و هم چنین با ارائه پیشنهادات عملی حائز اهمیت می باشد و می تواند به توسعه آن کمک نماید. در خصوص فرضیه هفتم، رعایت شاخصه های عدالت اجتماعی در تمامی برنامه ریزی های کلان کشور، احیا و رشد هویت اسلامی و ایرانی و نیز بهره گرفتن از الگوهایی متناسب با واقعیت های جامعه اسلامی ایران، از نخستین الزامات طراحی و تبیین الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت است و باید الگویی کاملاً بومی و مختص به ملت ایران طراحی کرد. در این کار ضمن استفاده از تجارب سایر کشورها، باید پیروی کورکورانه از آن الگوها را کنار گذاشت و الگوی پیشرفتی برای ایران اسلامی با توجه به معیارهای ویژه جمهوری اسلامی و قوانین اسلام در زمینه های اخلاق، معنویت، معرفت الهی، انسان دوستی و ارتباطات و عواطف بشری ترسیم و تعیین کرد. لذا پیشنهاد می شود استراتژی هایی در زمینه توسعه و شناخت الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت ارائه گردد تا از میزان شایعه کاسته شده و انگیزه شایعه در بین افراد کاهش یابد چرا که بخش عمده ای از این الگو مبتنی بر ارزش هاست و می تولد منجر به ایجاد شایعه گردد که به دلیل مشکلات و چالش های موجود در جامعه ایجاد می گردد. در رابطه با فرضیه هشتم، از آنجایی که مفهوم پیشرفت در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت به عنوان مفهومی اساسی است که توسط آیت الله خامنه ای مورد تأکید قرار گرفته شده و جزئی از اندیشه و الگوی اقتصاد اسلامی، متضمن معنایی عمیق است. این مضمون مشتمل بر محورهایی جامع (به لحاظ مادی و معنوی) و ابعدی از جمله تولید ثروت ملی، پیشرفت در دانش و فناوری، اقتدار ملی و عزت بین المللی، رشد اخلاق و معنویت، ارتقای امنیت اجتماعی و اخلاقی، ارتقای بهره وری، قانون گرایی و انضباط اجتماعی، رشد سیاسی، مسئولیت پذیری، رفاه عمومی، حفظ و ارتقای وحدت و انسجام ملی و ... است و به سبک زندگی و تعهد اجتماعی، اعتماد و ایجاد فضای گفتنمان تأکید دارد. لذا پیشنهاد می شود ابعاد مختلف به طور صریح از دیدگاه های اجرایی به افراد جامعه ارئه گردد و نتایج اجرایی آن مورد نظارت و ارزیابی قرار گرفته شود.

منابع

- ۱- افتخاری، اصغر، قدرت آبادی، علیرضا، (۱۳۹۵). سازمان های اطلاعاتی و افکار عمومی؛ راهبردی برای امنیت سازی، پژوهش های حفاظتی و امنیتی، شماره ۱۹.
- ۲- افروز، غلامعلی؛ روایی، فریبا، حسینان، سیمین؛ خداپاری فرد، محمد؛ فرزاد، ولی الله. (۱۳۹۵). اثربخشی برنامه روانشناختی خانواده محور بر پایه الگوی اسلامی ایرانی - بر مثبت لندیسی زوجین. پژوهش نامه اسلامی زنان و خانواده. سال چهارم، شماره ششم
- ۳- ایزدینفرد، علی اکبر؛ حسینزاد، سیدمجتبی. (۱۳۹۶). فقه الکترونیک در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی. شماره ۹: ۸۳-۱۰۵
- ۴- ایمانی حسنلوئی، مهدی. (۱۳۹۵). الگوی اسلامی ایرانی مدیریت و رهبری براساس شیوه مدیریت و رهبری امام خمینی (ره)، مقام معظم رهبری (مدظله) و فرماندهان دفاع مقدس. مدیریت و پژوهش های دفاعی. شماره ۸۳: ۱-۳۱
- ۵- تقوی، مصطفی. (۱۳۸۷). درآمدی مبنایی و راهبردی بر الگوی اسلامی - ایرانی توسعه علم و فناوری. روش شناسی علوم انسانی. شماره ۵۶: ۷۳-۹۸
- ۶- چاوشی، سیدکاظم. (۱۳۸۸). بررسی رویکردهای نظری به مدیریت اسلامی. پژوهشهای میان رشته ای قرآنی. شماره
- ۷- حاجی ملامیرزایی، حمید. (۱۳۹۵). ارائه الگوی اسلامی ایرانی اجرای خط مشی های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. مدیریت اسلامی. شماره ۱۵: ۷۳-۹۲
- ۸- حسینی، سید احمد؛ عباسی، رسول؛ رضایی، رؤیا. (۱۳۹۴). شناسایی عوامل مؤثر بر مشارکت نخبگان در تدوین الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت. مطالعات راهبردی بسیج. شماره ۶۷: ۲۵-۴۶
- ۹- خاک زند، مهدی؛ حسینی کیا، سیدمحمد مهدی. (۱۳۹۳). دستیابی به زبان الگوی اسلامی ایرانی طراح محیط و منظر. شهر ایرانی اسلامی. شماره هفدهم: ۴۵-۵۲
- ۱۰- خانی، محمدحسن. (۱۳۹۵). الزامات سیاسی خارجی الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت. دانش سیاسی. سال دوازدهم، شماره ۱: ۶۱-۷۲
- ۱۱- خنیفر، حسین، بردبار، حامد، زارعی، ریحانه، (۱۳۹۱)، بازکاوی روان شناختی شایعات سازمانی و ارائه راه کارهای کاربردی جهت کاستن آن، مدیریت راهبرد (دانشگاه تهران)، شماره ۷.

- ۱۲- خوش چهره، محمد؛ حبیبی، نیک بخش. (۱۳۹۱). اصول پای های و عناصر کلیدی الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت از منظر اسناد فرادستی نظام ج.ا.ایران. راهبرد. شماره ۶۲: ۲۱۹-۲۴۴
- ۱۳- دهقان شاد، حوری، (۱۳۹۰)، چگونگی گردش شایعات سیاسی در فضای اینترنت، مطالعات رسانه ای، سال ششم، شماره چهاردهم.
- ۱۴- دیندار فرکوش، فیروز؛ احمدزاده کرمانی، دروچ الله؛ لوندی، هومن. (۱۳۹۱). شفافیت اطلاعاتی، کارویژه اصلی رسانه های جمعی در برابر افکار عمومی. مطالعات رسانه ای. شماره ۶۶-۷۸
- ۱۵- سنچولی، زینب. (۱۳۹۲). تبیین ماهیت الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت. مطالعات الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی. شماره ۳: ۷۹-۱۰۴
- ۱۶- غروی نائینی، نهله؛ نیل ساز، نصرت؛ پنبه دانه زاده، فاطمه. (۱۳۹۱). شایعه در قرآن و روایات و امنیت جامعه.
- ۱۷- کیانی، رسول، (۱۳۸۵)، شایعه و امنیت عمومی. فصلنامه دانش انتظامی. سال هشتم، شماره سوم.
- ۱۸- کیوان حسینی، سیداصغر؛ جمعه زاده، راحله. (۱۳۹۰). پیوندبخشی میان رویکرد دفاع همه جانبه و الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت؛ چارچوب پیشنهادی. راهبرد دفاعی. شماره ۳۴: ۱-۲۵
- ۱۹- معرفی محمدی، عبدالحمید. (۱۳۹۶). نقدی روش شناختی به الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت. راهبرد. شماره ۸۵: ۱۹۱-۲۱۸
- ۲۰- مقیمی، سیدمحمد و غفاری، رحمان. (۱۳۹۵). پابندی مدیران به اخلاق، و مدیریت شایعه در سازمانهای دولتی ایران، مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره ۱۴، شماره ۱.
- ۲۱- ناصحی فر، وحید؛ عسکری ماسوله، سعید. (۱۳۹۶). تبیین مدل توسعه منابع انسانی مبتنی بر الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت. مدیریت فردا. شماره ۵۱: ۲۱۸-۲۳۹
- ۲۲- نو بخت، امید. (۱۳۸۴). شایعه در روابط عمومی. بصیرت و تربیت اسلامی. شماره ۳: ۲۷۷-۲۸۵
- ۲۳- نوروزی فیروز، رسول. (۱۳۹۱). نقش انقلاب اسلامی و الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در ایجاد تمدن اسلامی ایرانی. علوم سیاسی. شماره ۶۰: ۵۵-۸۱

- 24- Ahmed WMA(2018)., Islamic and conventional equity markets: Two sides of the same coin, or not?, Quarterly Review of Economics and Finance.
- 25- Akl Kairouza, Jihad El Hokayemb, Ursula El Hagec. (2016). Sustainability of Public Management in the

- Developing Countries: the Case of Lebanon. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 221
- 26- Ani Mateia, Cătălina Antonieb.(2014). The New Public Management within the Complexity Model. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 109
- 27- Cheng, Y., Huang, Y., Chan, C.M.,(2016). Public Relations, Media Coverage, and Public Opinion in Contemporary China: Testing Agenda Building Theory in a Social Mediated Crisis, *Telematics and Informatics*
- 28- Joseph M. Giglio, John H. Friar, William F. Crittenden.(2018). Integrating lifecycle asset management in the public sector. *Business Horizons*
- 29- Kasim Randeree , Awsam Taha El Faramawy.(2011). Islamic perspectives on conflict management within project managed environments. *International Journal of Project Management* 29
- 30- Rozzani, Nabilah, Mohamed, Intan Salwani, Yusuf, Sharifah Norzehan Syed,(2016). Risk Management Process: Profiling of Islamic Microfinance Providers. *Research in International Business and Finance*