

The impact of rumor-mongering trends based on the Iranian Islamic model of progress in public opinion management

Ruhollah Juma'ei¹

Received: 30 April 2025

Alireza Golshani²

Reception: 9 June 2025

Abdullah Sajjadi Jaghargh^{*3}

Abstract:

Since public opinion is formed based on 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 about the Iranian Islamic management models of progress? This study is of a quantitative and qualitative type, and 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. The results showed that according to the second hypothesis, information and knowledge have an effect on rumors. According to the fourth hypothesis, the Iranian Islamic model of progress has an effect on public opinion. According to the sixth hypothesis, the strategies of the Iranian Islamic model of progress have an effect on public opinion, and according to the eighth hypothesis, the strategies of the Iranian Islamic model of progress have an effect on the Iranian Islamic model of progress. The statistical results showed that all hypotheses are confirmed.

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

² Associate Professor and Faculty Member, Department of Political Science, Islamic Azad University, Shahreza Branch, Isfahan, Iran, (Corresponding Author)


³ Assistant Professor, Faculty Member, Department of Communication Sciences, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Iran

<http://doi.org/10.30510/pscci.2025.500402.1221/>

تاثیر جریان‌های شایعه‌ساز بر اساس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در مدیریت


سیاسی افکار عمومی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۰

روح‌الله جمعه‌ای 

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۱۹

علیرضا گلشنی 

عبدالله سجادی جاغرق 

چکیده

از آنجایی که افکار عمومی مبتنی بر سبک زندگی متفاوت افراد و هم‌چنین محیط متغیر در جامعه شکل می‌گیرد لذا در نظر گرفتن ارزش‌ها 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 می‌نماید شایعه است که با ارائه اطلاعات می‌توان از ایجاد شایعه جلوگیری نمود. بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی می‌باشد که مبنی بر این است که چه عواملی در مدیریت افکار عمومی در مواجهه با جریان‌های شایعه‌ساز 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 بهره‌برده 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 نرم‌افزار مکس کیو دی ای مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است و سپس پرسشنامه کمی بر همین مبنا تنظیم و توزیع گردید. سپس فرضیه‌های شناسایی شده با استفاده از نرم‌افزار اسپس پی اس اس مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. نتایج نشان داد که براساس فرضیه دوم اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد. براساس فرضیه چهارم الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد. براساس فرضیه ششم راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد و براساس فرضیه هشتم راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد. که نتایج آماری نشان داد که تمامی فرضیات مورد تایید می‌باشد.

کلمات کلیدی: الگوی اسلامی ایرانی، پیشرفت شایعه، افکار عمومی

دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، roohallahj@gmail.com

دانشیار و عضو هیات علمی گروه علوم سیاسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شهرضا، اصفهان، ایران، (نویسنده مسئول) agolshani@iaush.ac.ir

استادیار عضو هیات علمی گروه علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، ایران sajadi@srbiau.ac.ir

یکی از مؤلفه‌های جامعه پویا توجه و اهمیت دادن به افکار و نظرات عمومی پیرامون مسائل مختلف جامعه از جمله مباحث اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در دو سطح خرد و کلان جامعه می‌باشد. اطلاع از نظرات و عقاید افراد جامعه این امکان را فراهم می‌آورد که تدابیر و تصمیمات دقیق‌تر و جامع‌تری در حوزه‌های مختلف اتخاذ گردد و احتمال بروز برنامه‌ریزی‌های ناصواب را تا حد چشمگیری کاهش خواهد داد. اما آموزش دو گروه تأثیرگذار در روند سنجش افکار یعنی پژوهشگران به عنوان اجرا کنندگان طرح‌ها و نیز مردم به عنوان مخاطبان و مراجع نظرسنجی از اهمیت بسزایی برخوردار است. وقتی صحبت از آموزش به میان می‌آید، اشکالی از آموزش رسمی در مدارس و دانشگاه‌ها در ذهن نقش می‌بندد غافل از آنکه آموزش از راه‌های مختلفی چون گروه‌های مختلف اجتماعی (با توجه به سن و پایگاه اجتماعی)، کتابخانه‌ها، اینترنت، مطبوعات، رادیو تلویزیون و به طور کلی کلیه شبکه‌های ارتباطی اعم از ملی و فراملی امکان‌پذیر است و چه بسا رادیو و تلویزیون نقش پررنگ‌تری از نظام‌های آموزش رسمی ایفا نمایند. بنابراین کلیه شبکه‌های ارتباطی نقش قابل توجهی در ایجاد و درونی نمودن یک ویژگی فرهنگی در یک جامعه خواهند داشت که در بستر آن، فرهنگ‌سازی و فرهنگ‌پذیری اتفاق خواهد افتاد همان‌گونه که کودک با ورود به مدرسه و قرار گرفتن در جریان روابط دوستانه بسیاری از هنجارهای اجتماعی را آموخته و آنها را درونی‌سازی می‌نماید. بر کسی پوشیده نیست که فرهنگ و مجموعه ویژگی‌های آن بر افکار عمومی جامعه تأثیر قابل توجهی دارد و به نوعی آنرا هدایت می‌کند. افکار تحت تأثیر باورها، عقاید، دانش، عادات و رسوم شکل می‌گیرند که به طور مداوم نیز توسط نظام‌های رسمی و غیررسمی آموزش بر آنها تأکید می‌شود به نحویکه در بستر زمان مجموعه ویژگی‌ها و ارزش‌های فرهنگی درونی می‌شوند به نحویکه پس از جدایی از آن جامعه همچنان بر باورها، عقاید و عادات فرهنگی و اجتماعی خود صحه می‌گذارند. (پورافکاری و یارزاده، ۱۳۹۲: ۲۵)

یکی از مواردی که هر جامعه‌ای با آن مواجه می‌شود شایعه می‌باشد که منابع متفاوتی دارد شایعه، که خبری دروغین است، بخشی از محاورات عادی اجتماع را تشکیل می‌دهد. شایعه‌پراکنی، یکی از واقعیت‌های فراگیر اجتماعی و در واقع نابهنجاری اجتماعی است که حوزه‌های روانی و امنیتی اشخاص و اجتماع را هدف قرار می‌دهد و همواره در همه جوامع و در برهه‌های 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. در

جامعه‌ای که مردم با فقر اطلاع‌رسانی سریع و صحیح مواجه‌اند و در بین گروه‌ها و جمعیت‌هایی که به لحاظ ساده‌اندیشی و زودباوری، تأثیرپذیری بیشتری دارند، شایعه متداول‌تر است. (غروی نائینی و همکاران، ۱۳۹۱: ۳۰)

پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی ایران، در تمامی ابعاد جامعه دگرگونی به وجود آمد. این تحول با مینا قرار گرفتن اسلام بود. بدین ترتیب اداره جامعه، که متشکل از مدیریت سازمان و مؤسسه‌های آن است. در نظام ارزشی اسلام، هدف غایی هر فرد فوق این منافع شخصی است و در حقیقت چیزی که برای فرد مسلمان اهمیت دارد اطاعت امر خداوند و بندگی اوست که تنها راه سعادت دنیا و آخرت خود را در آن می‌بیند «مرا پرستش کنید، این راه مستقیم است». در حقیقت این راهی است که انسان را به قرب الهی و کمال مطلوب می‌رساند و به کسب و کار و سودآوری مادی نیز در این چارچوب نگریده می‌شود و به‌عنوان جزئی از زندگی بشر و در راستای این هدف اعتبار دارد. انسان، فطرت کمال‌خواهی نامحدود و سیری‌ناپذیری دارد حال اگر نظام فکری و فضای ارزشی او کمال را مافوق تکاثر مادی و مقام و شهرت در دنیا نشناسد، بالطبع هر فردی در این رقابت قرار می‌گیرد و چون از طرف دیگر منابع دنیا چه از لحاظ ثروت مادی و چه مقام و قدرت محدود می‌باشد، تخالف و تراحم اهداف افراد اجتناب‌ناپذیر می‌باشد. اما دین اسلام هدفی را که برای انسان معرفی می‌کند خارج از چارچوب تنگ مادی و دنیایی می‌باشد. در این حالت نه تنها اهداف افراد با یکدیگر تراحمی ندارد بلکه در یک راستا و جهت و مؤید هم می‌باشند. در این نظام ارزشی است که خدمت به خلق به‌عنوان بالاترین ارزش و بزرگ‌ترین عبادات در جهت قرب انسان به خداوند مطرح می‌شود و رفع حوائج مادی و معنوی انسان‌ها به‌عنوان نعمت الهی محسوب می‌شود و مال و ثروت دنیا و قدرت و مقام دنیوی ابتلا و آزمایش الهی می‌باشند و قدرت و مقام تنها در صورت خدمت به خلق و احقاق حق، اعتبار دارد. بنابراین با توجه به اینکه اهداف سازمانی (سازمان‌های اقتصادی و اجتماعی تا سازمان حکومتی) نیز در جامعه اسلامی باید لزوماً در جهت اهداف اسلامی و مطابق نظام ارزشی اسلام باشد، هماهنگی اهداف کارکنان، مدیریت و سازمان در بالاترین سطح ایجاد می‌شود و همگی آنها به صورت واحد و یکپارچه در راستای اجرای اوامر الهی در زمین تلاش می‌کنند. (علیمردانی، ۱۳۹۰: ۱۱)

از طرفی عمده‌ترین چالش زندگی امروز، عدم وضوح فلسفه زندگی مناسب با عناصر ارزشی و اخلاقی جامعه و ارائه الگوی مناسب برای انتخاب روش زندگی است. این موضوع باعث سرگشتگی افراد جامعه (به خصوص جوانان) برای درک معنا و مفهوم زندگی و انتخاب روش زندگی مناسب است. این امر

موجب انتخاب و تسلط الگوهای زندگی غربی شده است که عمدتاً به دلیل عدم تناسب این الگوها با عناصر ارزشی، فرهنگی و ملی جامعه ما، منجر به بروز ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی می‌شود. (نوذری و زمانی مقدم، ۱۳۹۴: ۴۸) همان‌گونه که ذکر شد کمال‌گرایی و رسیدن به تعالی از اهداف زندگی بشر در این عالم می‌باشد که برای نیل به آن خداوند متعال به عنوان خالق یکتا تمامی ابعاد و زوایای شکل‌گیری یک زندگی مطلوب را چه در عرصه فردی و چه در حوزه اجتماعی در دسترس انسان قرار داده است، در جامعه توحیدی که غایت آن پیاده ساختن نظام الهی می‌باشد، منافع باید در سپهر کرامت انسان و منطبق بر فطرت بشر تعریف و اجرا شود. لذا راهبری یک جامعه هدفمند توحیدی مستلزم داشتن الگوهای کارآمد و رو به تعالی است. متأسفانه عدم پیگیری تلاش و مجاهدت دانشمندان عرصه اندیشه و فیلسوفان اسلامی که در قرن‌های اولیه تا میانه اسلام توان بسیاری برای ایجاد ساختار نظامند در جامعه اسلامی داشتند از سوی اندیشمندان متقدم باعث شد تا اندیشه‌های متولد شده و رایج در جهان غرب به عنوان الگوهای تغییر ناپذیر معرفی شود و الگوهای اسلامی در محاق رود. این به معنا نیست که همه الگوهای متجدد در جهان موسوم به غرب در برابر با الگوهای اسلامی محکوم به نابودی و فنا هستند اما قطعاً رجوع و کنکاش در الگوهای اسلامی با توجه به یافته‌های حکمای اسلامی که عمدتاً نیز ایرانی و دارای اندیشه‌های تابناک توحیدی ریشه دار هستند می‌توان الگوهای نوینی را در قالب آموزه‌های اسلامی تولید و به جامعه ارائه داشت. قطعاً افزایش سطح بلوغ فکری و اعتقادی و جامعه‌شناختی از واقعیت‌ها و پدیده‌ها و رویدادها می‌تواند متناسب با شرایط مختلف جوامع انسانی الگوهایی را تدوین کرد که منطبق بر نیازها و مطالبات همه جانبه انسان باشد و چنین الگویی با داشتن ظرفیت‌های لازم که منبعث از کلام وحی است از ضریب نفوذ و کارآمدی بالایی برخوردار می‌باشد. بنابراین، پژوهش حاضر به دنبال پاسخگویی به این سوال اصلی می‌باشد که چه عواملی در مدیریت افکار عمومی در مواجهه با جریان‌های شایعه ساز الگوهای مدیریت اسلامی ایرانی پیشرفت تأثیرگذار هستند؟

تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

برنامه ریزی‌های کوتاه مدت در ایران، از چهار دهه سابقه برخوردار است. با این حال، تدوین برنامه‌های بلند مدت با افق نیم قرن یا بیش از آن، تاکنون در چرخه تدوین و اجرا قرار نداشته است. (سیاعد، ۱۳۹۰: ۲) از مسائل کلان و بسیار اساسی انقلاب اسلامی ایران که بارها توسط مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) مطرح شده، تدوین الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت است. این مسئله نیازمند مطالعاتی همه جانبه، ژرف و دقیق خواهد بود. از جمله حوزه‌های

تحقیقاتی تأثیر گذار، بررسی مبانی معرفت شناختی است. در اهمیت معرفت شناسی همین بس که زیر ساخت بسیاری از عقاید؛ علوم، اخلاق، اعمال و مبانی عمل به شریعت است و هر گونه نظریه پردازی در حوزه علوم، به ویژه علوم انسانی، تمدن، پیشرفت و توسعه در گرو آن خواهد بود. در پرتو معرفت شناسی صحیح، انسان به نظام معرفتی صحیحی دست می یابد که به نوبه خود نوعی متناسب از عقاید، اخلاق، رفتار و ایمان را در پی خواهد داشت و الگوی زندگی و تمدن را تحت تأثیر قرار خواهد داد. بنابر این گام نخست در نظریه پردازی و تدوین الگوی اسلامی پیشرفت، بازشناسی مبانی معرفت شناختی پذیرفته شده در حوزه تفکر اسلامی و جست و جوی برون دادهای آن در نظریه و الگوی پیشرفت است. این مبانی شاید به نحو مستقیم یا غیر مستقیم در تولید نظریه و تدوین الگوی پیشرفت اثرگذار باشند. (شاکرین، ۱۳۸۵: ۲۷۰) تدوین الگوی - اسلامی ایرانی «پیشرفت» از ابعاد گوناگون، یک اتفاق نیک، مهم و بی سابقه در امر برنامه ریزی «توسعه» در کشور محسوب می شود. این نقطه عطف تاریخی در ایران اسلامی، البته پدیده ای نوپاست که تاکنون به آن پرداخته نشده بود و از این رو، تبیین ابعاد مختلف آن برای ایجاد درکی مشترک، هماهنگ، روشن و شفاف از موضوع ضروری است. (قاضی زاده، ۱۳۸۹: ۳۲) برای تمامی ملل آزاده جهان باید الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، نقشه حرکت ابعاد مختلف جامعه برای رسیدن به اهداف و آرمان های نظام جمهوری اسلامی را مشخص می کند و با عنایت به نقش محوری معنویت در این الگو، بایستی در حوزه مالی نیز از منظر مبانی، کارکرد و محصولات مبتنی بر معنویت و تعبد الهی باشند. تدوین الگوی نظام مالی اسلامی بر اساس مکتب فلسفی اسلام و اقتصاد اسلامی منجر به پیاده سازی توحید عملی و گسترش معنویت در جامعه می شود. جهت تدوین نقشه راه در الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت باید در هر حوزه علمی به بررسی اسناد و تجارت قبلی، ارزیابی و آسیب شناسی روند گذشته در حصول به اهداف، مطالعه نقادانه به الگوهای موجود و آینده پژوهی پیشرفت مورد نیاز ایران اسلامی در آن بخش داشت. فرایند تهیه الگوی پیشرفت عدالت محور کشور در قلب حلقه های علمی مبتنی بر مبانی اسلامی و با توجه به مقتضیات ایرانی باید صورت گیرد. (صادقی و محسنی، ۱۳۹۲: ۸)

بعد ایرانی الگوی ایرانی اسلامی پیشرفت

ایرانی بودن الگو مستلزم توجه به سه نکته است و در ادامه بیان شده و توضیحاتی در مورد آنها ارائه شده است. شرایط کشور ایران به مثابه ظرف تحقق از آنجا که الگوی اسلامی بایستی در ظرف شرایط کشور محقق شود، بنابراین اقتضائات عینی، جغرافیایی، فرهنگ ایرانی و شیوه های رفتاری

ایرانیان همگی بایستی به مثابه ظرف تحقق در نظر گرفته شوند. از سوی دیگر فکر ایرانی متکفل تولید الگوست و این الگو در عرصه تفکر ایرانی ها تدوین می گردد. (زریباف، ۱۳۹۲: ۱۳۰) هم چنین در روند تدوین الگو و پرداخت نظریه های معطوف به آن، منزلت تدوینی و ادراکی برای «ایران» اعتبار می شود و اقتضاء ایرانی بودن در برداشت و فهم الگوی اسلامی به عنوان رکن معرفتی محسوب می شود. بنابراین در مفهوم نظری الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و نیز در مسیر شناخت الگو، «ایرانی بودن» به عنوان ملاحظه تأثیر عینیت و اقتضائات عینی اجتماعی ایران، از ضروریات حتمی و قطعی است و هر چقدر این شناخت عمیق تر و دقیق تر صورت پذیرد، درک روشن تری از الگو بدست می آید. بنابراین ایرانی بودن شامل بر موارد ذیل می باشد: جنبه های اقلیمی، جغرافیایی ایران؛ ساختار شناختی و فکری جامعه ایران؛ جنبه ها و خصالت های رفتاری و عملکردی ایرانیان؛ ویژگی های قومی و تاریخی ایران و پارادایم های فکری ایرانی و متفکرین. البته تمامی این موارد استلزاماً و حتماً در ربط با شناخت جایگاه ایران در فضای بین المللی نیز بایستی ردیابی شود. (همان منبع، ۱۳۲)

قید ایرانی الگو ناظر به این است که باید در زمینه پیشرفت، شرایط و زمان و مکان را نیز در نظر گرفت. به عبارت دیگر؛ اسلام خود کامل است، ولی از آنجا که در مقطع معنی این الگو اجرا می شود، باید ویژگی های زمانی، مکانی و ظرف تحقق آن به دقت لحاظ شود (هادوی تهرانی، ۱۳۹۰: ۱۳). بنابر این، اگر اسلامی بودن، جامعیت الگوست؛ ایرانی بودن، واقعیت آن را تأمین می کند و در کنار هم بودن این دو قید، رمز موفقیت الگو را تضمین خواهد کرد؛ چرا که در این الگو، اسلامی بودن به منزله «روح» و ایرانی بودن نیز به منزله جسم، پیشرفت است. با نگاه به شکل می توان گفت که قید ایرانی بودن الگو در قالب زمان و مکان بوده، در حکم مسیر و ظرفی است که جامعیت الگو از طریق آن تحقق خواهد یافت. (خسروپناه و بانسی، ۱۳۹۳: ۹۹) واژه «ایرانی» در الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت اشاره به دو مضمون دارد. نخست آنکه در صورت استحصال و تدوین این الگو میتوان گفت که فکر و ابتکار ایرانی این الگو را پدید آورده است. اسلام در اختیار ملت های دیگر هم بوده است ولی این ملت ایران بوده که توانسته است یا می تواند این الگو را با توجه به منابع اسلامی استخراج کند. معنای دوم از واژه «ایرانی» اشاره به آن دارد که این الگوی پیشرفت با توجه به واقعیات و ظرفیت های بالفعل و بالقوه سرزمین و ملت ایران تدوین یافته است. واقعیت این است که حتی در تلقی غربی از توسعه، یک مدل عام و جهان شمول برای توسعه نداریم بلکه با مدل های توسعه» روبه رو هستیم. هر مدل توسعه افزون بر نرمها و اصول و ضوابط و

شاخص های عام توسعه باید چشمی هم به واقعیات سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن جامعه خاص داشته باشد. شرایط گوناگون تاریخی، جغرافیایی، طبیعی و انسانی و شرایط سیاسی و دیگر جنبه های عینی موجود یک ملت و سرزمین در مدل پیشرفت پیشنهادی برای یک جامعه تأثیر می گذارد. بنابراین همان طور که رهبر انقلاب بیان می کنند، پیشرفت در کشور ما با شرایط تاریخی ما، شرایط جغرافیایی ما، با اوضاع سرزمینی ما، با وضع ما، با آداب ما، با فرهنگ ما و با میراث ما - الگوی ویژه خود را دارد باید جستجو کنیم و آن الگو را پیدا کنیم. ما باید به دنبال مدل بومی خودمان بگردیم. هنر ما این خواهد بود که بتوانیم مدل بومی پیشرفت را متناسب با شرایط خودمان پیدا کنیم. (واعظی، ۱۳۹۴: ۱۲)

چهارچوب نظری

برخی پارادایم اسلام را بر پایه چندین ارزش متعالی معرفی نموده اند که بر روش زندگی، اندیشه و عمل افراد حاکمیت دارد. این ارزش های متعالی عبارتند از: ۱. برابری و عدالت اجتماعی؛ ۲. عدل؛ ۳. رأفت و شفقت؛ ۴. درستکاری و اعتقاد صحیح؛ ۵. خودکنترلی؛ ۶. احترام به مالکیت شخصی؛ ۷. رشد شخصی از طریق آموختن. (رفیعی و همکاران، ۱۳۹۲: ۸۳) در نگاهی کلی، می توان نظریه های رایج درباره توسعه و پیشرفت از منظر متفکران داخلی را به دو دسته عمده تقسیم کرد: دسته اول، کسانی هستند که الگوی رایج در پیشرفت تمدن غربی را تنها الگوی پیشرفت مقبول می دانند و برای آن، قواعد و معیارهای عام قائل اند. در نزد اینان، ملتی که خواهان پیشرفت و رفاه است، چاره ای جز تبعیت از این الگو ندارد. برای تحقق این نوع توسعه، تخریب سنت ها و باورهای ملی و مذهبی، کمترین هزینه ای است که باید پرداخت. چنین اندیشه ای بر آن است که هویت ملی و دینی ایرانیان و باورهای فرهنگی جامعه ایرانی منطبق با هویت جهانی نیست. به عبارتی، ایرانیان نتوانسته اند بین هویت ملی و دینی با هویت جهانی نسبتی معقول برقرار کنند. «لذا بدون آماده سازی های فرهنگی و بدون تحول شخصیت ایرانی، نه خصوصی سازی اقتصادی میسر خواهد بود و نه توسعه سیاسی علمی». این دیدگاه، توسعه نیافتگی ایران را مفروض می پندارد و بر این اساس، خواستار حذف هر گونه مانع برای دستیابی به الگوی پیشرفت غربی است. در این مجال، قصد نقد این رویکرد را نداریم؛ هر چند نظریه پردازان دسته دوم، اندیشه های خود را در واکنش به این گروه مطرح و نقدهای سازنده ای بر آن وارد کرده اند. (جمشیدی ها و نوذری، ۱۳۹۰: ۵۰)

از سوی دیگر مثبت اندیشی را می توان استفاده از ظرفیت های ذهنی مثبت، نشاط انگیز و امیدوارکننده برای تسلیم نشدن در برابر عوامل منفی ساخته ذهن

و احساس‌های یأس‌آور ناشی از دشواری ارتباط با انسان‌ها و رویارویی با طبیعت دانست. به عبارت دیگر، مثبت‌اندیشی داشتن امید همیشگی به یافتن راه حل و به تعبیر شایع «خوش‌بینی» نسبت به جهان، انسان و خود است. افراد مثبت‌اندیش همیشه جنبه مثبت رفتارهای دیگران را می‌بینند، برای مثال از انتقادهای سازنده دیگران به جای اینکه عصبانی شوند، استفاده می‌کنند و رفتار خود را تغییر می‌دهند تا بهتر با اجتماع منطبق شوند. هدف تفکر مثبت این است که بر جنبه‌های خوب رویدادها تکیه شود و حتی از بدترین وضعیت، بهترین نتیجه کسب شود. این امر نیازمند ممارست در مهارت‌های مثبت‌اندیشی است. در این راستا، تحقیق فراتحلیل لوبورمیسکی و کینگ (۲۰۰۵) نشان داد که مثبت‌اندیشی موجب موفقیت در ابعاد مختلف زندگی از جمله روابط اجتماعی، تصور از خود و دیگران، اجتماعی شدن، فعالیت، بهزیستی جسمانی، حل مسأله، خلاقیت و اجرای کار می‌شود. (روایی و همکاران، ۱۳۹۵: ۴۹) با توجه به تعامل تنگاتنگ فرهنگ و ارتباطات، دین نیز برای بازتولید و نشر نظام معنایی، اعتقادات و ارزش‌های بنیادین خود، دست به ارائه نظام ارتباطات انسانی خاصی زده است. بر این اساس، در منابع اسلامی سفارش‌های متعددی در خصوص نحوه ارتباطات انسانی، به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی، به چشم می‌خورد و درباره شیوه‌ها و اصول رفتار اجتماعی اسلامی با گروه‌های درون‌دینی و برون‌دینی، در حوزه‌های اخلاق، احکام و فقه تجویزهای متعددی وجود دارد. (مهدی زاد، ۱۳۹۴: ۱۱۲)

روش تحقیق

این تحقیق از نوع اکتشافی است. برای پاسخگویی به سوالات پرسشنامه، محقق با پاسخ‌دهندگان و متخصصان در ابتدا مصاحبه نموده و پس از توضیح کامل تعاریف مربوط به تحقیق و اهداف مربوطه، از پاسخ‌دهندگان در رابطه با پرسشنامه درخواست پاسخ صحیح گردید. بنابراین جامعه آماری با آگاهی کامل نسبت به پاسخ دقیق اقدام نمودند. جامعه آماری این تحقیق شامل دو بخش می‌باشد:

در بخش کیفی تحقیق جامعه آماری شامل اساتید رشته‌های ارتباطات - علوم سیاسی - جامعه‌شناسی - روانشناسی و فعالان عرصه رسانه به تعداد ۵ نفر است که با آنها مصاحبه صورت می‌پذیرد و سپس هر یک از آنان با استفاده از روش گلوله برفی، متخصص بعدی را جهت مصاحبه عمیق معرفی می‌نمایند تا به اشباع نظری در رابطه با سوالات تحقیق رسید که بر همین مبنا در این قسمت نمونه‌گیری انجام نشده و تمام شماری صورت پذیرفته است. بخش کمی تحقیق شامل افرادی است که اکثریت افراد مصاحبه‌کننده 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.

تجزیه و تحلیل داده‌ها
تجزیه و تحلیل بخش کمی

آمار توصیفی:

در این تحقیق به توصیف ابعاد مشترک به دست آمده از مصاحبه های به دست آمده از اساتید پرداخته می شود و از طریق نرم افزار **spss** و با جداول توزیع فراوانی توصیف می شوند. سوالات پرسشنامه از طریق جداول توزیع فراوانی توصیف می گردد و هم چنین میانگین، میانه، مد، انحراف معیار، واریانس، حداقل و حداکثر داده ها در هر یک از متغیرها محاسبه می گردند.

آمار استنباطی:

در این تحقیق از نرم افزار لیزرل و اس پی اس اس^۱ برای ارزیابی تاثیر ابعاد متغیرهای تحقیق و نهایتاً ارائه مدل استفاده شده است. که از رگرسیون، تحلیل مسیر و معادلات ساختاری به کارگرفته شده است.

تجزیه و تحلیل بخش کیفی

در این قسمت از نرم افزار مکس کیو دی ای^۲ جهت ارزیابی و شناسایی متغیرهای تحقیق و هم چنین ارائه مدل کیفی استفاده شده است. در مرحله سوم کدگذاری مضامین فراگیر صورت پذیرفته است در این مرحله تعداد مضامین فراگیر شناسایی شده اند که مفاهیم کلیدی تحقیق را بیان می کنند. این مضامین بر پایه مضامین تفسیری بنا شده اند ولی در سطح تجرید بالاتری از آن ها قرار دارند. در این مرحله به طور مستقیم از هر ایده تئوریکی که زیربنای تحقیق را تشکیل داده استفاده شده است و تلاش شد که تعداد کدهای فراگیر تا حد ممکن محدود شوند تا به یک حداقل معقولی برسند که نهایت مضامین نهایی که شامل موضوع تحقیق است.

تجزیه تحلیل توصیفی

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از طریق پرسشنامه‌ها، در این تحقیق از روش‌های آماری توصیفی و استنباطی استفاده شده است. در ابتدا اطلاعات جمعیت‌شناختی جامعه آماری مورد تجزیه و تحلیل آماری قرار گرفته و جداول و نمودارهای مربوطه تنظیم گردیده‌اند. در ادامه، فرضیه‌های

^۱ spss و Lisrel

^۲ MaxQDA

مطرح شده مورد آزمون قرار می‌گیرد. در پردازش داده‌ها و بررسی صحت سوالات و فرضیات این تحقیق از نرم‌افزار آماری SPSS^۳ که متداول‌ترین نرم‌افزار آماری برای علوم انسانی و اجتماعی است استفاده شده است.

ارزیابی کیفی سوالات

این بخش بعد از انجام مصاحبه عمیق از افراد متخصص مرتبط با افکار عمومی و الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت ایجاد شده است. در مرحله اول محقق به کدگذاری توصیفی مصاحبه‌های صورت گرفته پرداخت. در این مرحله ابتدا مصاحبه‌های انجام شده به ترتیب انجام، توسط محقق توسعه گردید. پس از توسعه هر مصاحبه متن پیاده شده به نرم افزار مکس کیو دی ای^۴ وارد شد و مورد تحلیل قرار گرفت. با مطالعه دقیق و خط به خط جملات و اصطلاحات مصاحبه‌ها، مضامین توصیفی توسط محقق به هر قطعه از جملات نسبت داده می‌شد و البته گاه جمله از منظرهای مختلف کدهای مختلفی را به خود می‌پذیرفت. حاصل این مرحله، تولید ۶۲۶ کد توصیفی است که نمونه‌ای از آن در جدول زیر آمده است.

جدول ۱: ابعاد اصلی مصاحبه

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

در مرحله دوم که شامل کدگذاری تفسیری می‌باشد در مرحله دوم از فرایند تحلیل مضمونی پیاده شده در این تحقیق، با مقایسه مستمر و چندین باره کدهای توصیفی تولید شده در مرحله قبل کدهای تفسیری ایجاد گردیدند برای تولید کدهای تفسیری چندین کد توصیفی در ذیل چتر یک کد تفسیری جمع شده و آن را تشکیل داده اند کدهای تفسیری گاه از ترکیب چند کد

^۳ Statistical Package for Social Sciences

^۴ Max QDA

توصیفی و گاه از آوردن چند کد توصیفی در ذیل یک کد توصیفی موجود و گاه از جمع چند کد توصیفی در ذیل یک کد تفسیری تولید شده توسط محقق به وجود آمده‌اند. از ۱۳۴ نفر شرکت کننده در پژوهش ۵۷.۵٪ افراد مرد و مابقی که ۴۲.۵٪ می باشد زن بوده‌اند

تجزیه تحلیل استنباطی

در این قسمت، تحلیل استنباطی داده های تحقیق به وسیله آزمون رگرسیون خطی و فریدمن انجام می شود و به این وسیله صحت فرضیه های تحقیق مورد بررسی و کنکاش قرار می گیرد. لذا بایستی با توجه به سوال اصلی پژوهش، و فرضیات آماری طرح شده، ضمن بررسی صحت این فرضیات، پاسخ مناسب به سوال اصلی پژوهش نیز داده شود. برای تجزیه و تحلیل سؤالها تحقیق از تحلیل رگرسیون لجستیک استفاده گردیده که به شرح زیر است.

مقدار β ضرایب متغیرهای مستقل است که تأثیر هر یک از متغیرها را نشان می دهد. در واقع β نشان می دهد که با یک واحد تغییر در متغیر مستقل چه مقدار تغییر در متغیر وابسته به وجود می آید که هر چه قدر مطلق آن بزرگ تر باشد رابطه قوی تر متغیر وابسته و متغیر مستقل را نشان می دهد. تفاوت بین ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده می تواند ناشی از حجم نمونه و تعداد متغیرها باشد در صورتی که نمونه کوچک باشد ضریب تعیین تعدیل شده برای تفسیر مناسب تر است با بزرگ شدن حجم نمونه این دو ضریب به هم نزدیک می شوند.

آزمون فرضیه اول

فرضیه اول: اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد.

H0= اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر ندارد.

H1= اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد.

جدول ۲: خلاصه مدل فرضیه اول

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

جدول ۳: تحلیل رگرسیون فرضیه اول

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 **H0** رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰.۸۳۰ است و فرضیه دوم مورد پذیرش قرار می گیرد.

آزمون فرضیه دوم

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

H0= الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر ندارد.

H1= الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.

جدول ۴: خلاصه مدل فرضیه دوم

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

جدول ۵: تحلیل رگرسیون فرضیه دوم

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 **H0** رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۶۵۴ است و فرضیه چهارم مورد پذیرش قرار می گیرد.

آزمون فرضیه سوم

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

H0 = راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر ندارد.

H1 = راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.

جدول ۶: خلاصه مدل فرضیه سوم

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

جدول ۷: تحلیل رگرسیون فرضیه سوم

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 **H0** رد می شود و اثر متغیر مستقل در این فرضیه معادل ۰/۸۵۶ است و فرضیه ششم مورد پذیرش قرار می گیرد.

آزمون چهارم

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

H0 = راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر ندارد.

H1 = راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد.

جدول ۸: خلاصه مدل فرضیه چهارم

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

جدول ۹: تحلیل رگرسیون فرضیه چهارم

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

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 ۰/۶۳۲ است و فرضیه هشتم مورد پذیرش قرار می گیرد.

خلاصه آزمون فرضیه های تحقیق

در این قسمت به ارائه نتایج تحقیق طی جدول زیر پرداخته شده است.

جدول ۱۰: خلاصه نتایج تحقیق

فرضیه	نتیجه به دست آمده
اول: اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد.	این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته شده است.

دوم: الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.	این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته شده است.
سوم: راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد.	این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته شده است.
چهارم: راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد.	این فرضیه مورد پذیرش قرار گرفته شده است.

این جدول نشان می دهد که فرضیه های تعیین شده برای تحقیق حاضر مورد تایید قرار گرفته شده است

نتایج آمار توصیفی

لازم به ذکر است افراد مورد مصاحبه، اساتید دانشگاه های آزاد اسلامی در شهر تهران و برخی از اساتید دانشگاه های علمی کاربردی در شهر تهران می باشند که با توجه به سطح اطلاعات آنها در رابطه با رساله ی اینجانب، با آنها مصاحبه صورت پذیرفته است.

جنسیت

اطلاعات نشان دهنده این است که از ۱۳۴ نفر شرکت کننده در پژوهش ۵۷.۵٪ افراد مرد و مابقی که ۴۲.۵٪ می باشد زن بوده اند.

تحصیلات

اطلاعات نشان دهنده این است که از ۱۳۴ نفر شرکت کننده در پژوهش ۶۴.۲٪ افراد دارای مدرک دکتری و ۳۵.۸٪ نیز فوق لیسانس بوده اند.

نتایج کیفی تحقیق

پس از جمع آوری داده های کیفی و بر اساس نتایج به دست آمده از نرم افزار متغیرهای شناسایی شده به شرح ذیل می باشند:

جدول ۱۲: تعداد مولفه های شناسایی شده از ابعاد اصلی تحقیق

تعداد کدهای مربوطه	ابعاد اصلی
۲۱	اطلاعات و دانش

۲۲۶	الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت
۷۸	تعیین راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی
۱۹۱	شیعه
۱۱۰	افکار عمومی

نتیجه گیری

فرضیه اول با مضمون اطلاعات و دانش بر شایعه تاثیر دارد، می باشد. 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 ۰/۸۳۰ است و فرضیه اول مورد پذیرش قرار می گیرد. فرضیه دوم با مضمون الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد، می باشد. 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 ۰/۶۵۴ است و فرضیه دوم مورد پذیرش قرار می گیرد. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد. فرضیه سوم با مضمون راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد، می باشد. 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 ۰/۸۵۶ است و فرضیه سوم مورد پذیرش قرار می گیرد. راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر افکار عمومی تاثیر دارد. فرضیه چهارم با مضمون راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد، می باشد. 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 ۰/۶۳۲ است و فرضیه چهارم مورد پذیرش قرار می گیرد. بنابراین راهبردهای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تاثیر دارد. از آنجایی که مدیریت افکار عمومی مبتنی بر ویژگی های عامه مردم بوده و شامل ارزش ها، اعتقادات، باورها و در اصل فرهنگ غلب 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. از آنجایی که دانش و اطلاعات بر شایعه تاثیر داشته می توان چنین ادعان 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 رسانه‌های اجتماعی نقش بسزایی در گسترش شایعه ایفا می‌نمایند بنابراین می‌توان نقش این رسانه‌ها را در رابطه با توسعه شایعه مورد ارزیابی قرار داد. همانطور که مطرح شد اطلاعات و دانش بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت تأثیر دارد و میزان تأثیر نیز در سطحی بالاتر از حد متوسط قرار داشته و در سطح نسبتاً بالایی قرار دارد. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از جمله مهم‌ترین ابعاد استراتژیک در جامعه محسوب می‌شود لذا در نظر گرفتن شفافیت، استراتژی‌های مرتبط با ایجاد شفافیت در جامعه، در امور اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و هم‌چنین انجام تعهدات اجتماعی می‌تواند در توسعه الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت کمک نماید بدین منظور استفاده از فناوری‌های نوین و به روز در راستای به روز رسانی و توسعه این الگو حائز اهمیت بوده و نقش رسانه‌ها نیز جزء لاینفک توسعه این الگو محسوب می‌شود. لذا پیشنهاد می‌شود این الگو از منظر اذهان عمومی مورد ارزیابی قرار گرفته شده و میزان فعالیت‌های رسانه‌ها در راستای توسعه آن مورد ارزیابی قرار گرفته شود. از آنجایی که الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت مبتنی بر افکار عمومی است و بدون مشارکت افراد امکان توسعه آن وجود ندارد تئوری‌های مربوط به توسعه یافتگی سرزمین‌ها، توجه بیشتر به ابعاد فرهنگی است؛ زیرا هدف از توسعه، ایجاد زندگی پر ثمری است که توسط فرهنگ تعریف می‌شود بنابراین پردازش به فرهنگ و ارزش انسانی، موجب گرایش هر چه بیشتر جامعه به سوی عدالت اجتماعی می‌شود. عدالتی که برای استعداد و تلاش انسانها ارزش لازم را قائل است؛ زیرا پرورش استعدادها و شایسته‌سالاری در جامعه، سبب ارتقای مستمر کل جامعه و نظام اجتماعی گردیده و زندگی بهتر و انسانی‌تری را برای جمعیت فراهم آورد. به همین دلیل در نظر گرفتن افکار عمومی حائز اهمیت می‌باشد. از آنجایی 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 می‌شود قابل درک می‌باشد لذا ایجاد شایعه و ابهامات در آن بیشتر می‌گردد. یکی از ارکان اصلی این الگو در نظر گرفتن عدالت دآوری، عدالت اقتصادی، عدالت اجتماعی و نهایتاً عدالت فرهنگی است که شاخص‌های هر یک برای افراد جامعه دارای ابهاماتی است که می‌تواند میزان شایعه را توسعه دهد لذا پیشنهاد می‌شود با شفافیت از طریق اطلاع رسانی و هم‌چنین به کارگیری صحیح رسانه‌ها نسبت به کاهش شایعه اقدام نمود. الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در اسناد راهبردی، بر بخش‌های گوناگون سیاستگذاری و برنامه‌ریزی‌های 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 نیاز مند 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. بنابراین، رعایت شاخصه های عدالت اجتماعی در تمامی برنامه ریزی های کلان کشور، احیا و رشد هویت اسلامی و ایرانی و نیز بهره گرفتن از الگوهای 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 تواند منجر به ایجاد شایعه گردد که به دلیل مشکلات و چالش های موجود در جامعه ایجاد می گردد. از آنجایی که مفهوم پیشرفت در الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت به عنوان مفهومی اساسی است که توسط آیت الله خامنه ای مورد تاکید 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 ابعادی 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 گفتمان تاکید دارد. لذا پیشنهاد می شود ابعاد مختلف به طور صریح از دیدگاه های اجرایی به افراد جامعه ارائه گردد و نتایج اجرایی آن مورد نظارت و ارزیابی قرار گرفته شود.

پیشنهادات عملی

آینده پژوهی در راستای اجرای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

ارزیابی کیفی نقش فرهنگ ملی بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت

ارزیابی مقایسه ای انگیزه های درونی و بیرونی افراد نسبت به شایعه

مقایسه تطبیقی مدیریت افکار عمومی در شمال و جنوب شهر تهران

ارائه راهکارهای عملیاتی

- ۱- پیشنهاد می شود نظر عموم مردم در سطوح مختلف مورد ارزیابی قرار گرفته شود و بر این مبنای استراتژی هایی برای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در نظر گرفته شود.
- ۲- پیشنهاد می شود استراتژی های الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت از دیدگاه اقتصاددان بر مبنای تغییرات جامعه ارزیابی شود.
- ۳- پیشنهاد می شود عوامل موثر بر انگیزه های درونی افراد که در ارتباط با شایعه پراکنی که می تواند بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت موثر واقع شود شناسایی گردد.
- ۴- پیشنهاد می شود عوامل موثر بر عوامل روانشناختی که در ارتباط با شایعه پراکنی که می تواند موثر بر الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت واقع شود شناسایی گردد.

منابع

پور افکاری، نصرالله؛ محمد یارزاده، سجاد. (۱۳۹۲). نقش فرهنگ سازی احترام به افکار عمومی در توسعه اجتماعی. مطالعات توسعه اجتماعی ایران. سال پنجم. شماره چهارم

جمشیدیه، غلامرضا؛ نوذری، حمزه. (۱۳۹۰). الگوی پیشرفت اسلامی ایرانی از منظر شریعتی. نظریه های اجتماعی متفکران مسلمان. شماره اول

رفیعی، مجتبی؛ علی احمدی، علی رضا؛ موسوی، محمد؛ کرهانی، محمد. (۱۳۹۲). رهبری اخلاق مدار، ثمره پارادایم مدیریت اسلامی. پژوهش نامه اخلاق. سال ششم، شماره ۲۰

روایی، فریبا؛ افروز، غلامعلی؛ حسینیان، سیمین؛ خدایاری فرد، محمد؛ فرزاد، ولی الله. (۱۳۹۵). اثربخشی برنامه روانشناختی خانواده محور بر پایه الگوی اسلامی ایرانی - بر مثبت اندیشی زوجین. پژوهش نامه اسلامی زنان و خانواده. سال چهارم، شماره ششم

علیمردانی، اکرم. (۱۳۹۰). مدیریت اسلامی و ارتباط آن با تعلیم و تربیت. توسعه. شماره ۲۲

غروی نائینی، نهل؛ نیل ساز، نصرت؛ پنبه دانه زاده، فاطمه. (۱۳۹۱). شایعه در قرآن و روایات و امنیت جامعه.

قاضی زاده، سید ضیاءالدین. (۱۳۸۹). الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت و نقش نیروهای مسلح. راهبرد دفاعی. شماره ۳۱

مهدی زاده، سجاد. (۱۳۹۴). الگوی ارتباطات انسانی مطلوب در فرهنگ اسلامی. دین و سیاست فرهنگی. شماره پنجم

نوذری، مریم؛ زمانی مقدم، افسانه. (۱۳۹۴). نقش مدیریت شهری در ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی شهروندان. مطالعات اسلام و روان شناسی. شماره ۱۷

استناد:

جمعه ای، روح الله، گلشنی، علیرضا، سجادی جاغرق، عبدالله. تاثیر جریانات شایعه ساز بر اساس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در مدیریت افکار عمومی. فصلنامه تحولات سیاسی اجتماعی معاصر ایران 1404 ,