

Vol.2, No.2, Series.4
Autumn & Winter 2026
232 - 261

Digital Platforms and the Redefinition of the “Interpreter”: A Comparative Analysis of the Role of Media Priests and Clerics in Shaping Virtual Interpretive Communities in Christianity and Islam, with a Reflection on Platform Theology

Doi: 10.22034/pt.2026.582227.1103

■ **Hadi EmdadiFard** (Corresponding Author)

PhD in Comparative Study of Religions, Faculty of Abrahamic Religions, Qom, University of Religions, Qom, Iran

Email: ha57emdadi@gmail.com

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-2212-4763>

■ **MohammadHossein EmdadiFard**

A third-year seminary student at the Imam al-Asr (AS) Seminary, Qom, Iran.

mh83emdadi@gmail.com



دوره دوم / شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

Abstract

The expansion of digital platforms has shifted interpretive authority to media actors, challenging classical criteria. This comparative study aimed to analyze strategies of authority construction, user trust, and the formation of virtual interpretive communities in Christianity and Islam, and to explore the theological roots of



observed differences. A sequential exploratory mixed-methods design was employed. In the qualitative phase, thematic analysis was conducted on 400 posts/videos from six Christian priests and Muslim clerics (with denominational diversity) on Instagram and YouTube, along with semi-structured interviews. In the quantitative phase, 400 users (200 Muslim, 200 Christian) completed a 30-item questionnaire. Three themes emerged: “personalization of interpretive narrative,” “algorithmic mediation,” and “interactive authority pattern.” Muslim clerics did not exhibit a uniform pattern: the Sunni preacher emphasized consensus, the Iranian Shiite cleric maintained the teacher-student chain, and the Iraqi Shiite cleric blended intimacy with reference to traditional authority. Christian users reported significantly higher trust ($M=4.31$) than Muslims ($M=4.05$) ($p<0.001$, $d=0.84$). Daily consumption of religious content was the strongest predictor of belonging to virtual community ($\beta=0.52$). Differences stem from theological foundations such as the “priesthood of all believers” in Protestantism, “scholarly inheritance of the prophets” in Islam, and the concept of “collective ijtihad.” The paper proposes a “platform theology” framework based on “truthfulness” (*ṣidq*) and “wise preaching” for ethical evaluation of media interpreters. Non-probability sampling limits generalizability.

Keywords: Digital Platforms, Religious Authority, Virtual Interpretive Communities, Media Theology, Ethics of Interpretation, Virtual Approximation of Denominations, Christianity & Islam.

دوفصلنامه الهیات عملی

دوره ۲ / شماره ۲ / شماره پیاپی ۴

پاییز و زمستان ۱۴۰۴

۲۶۱ - ۲۳۲

**پلتفرم‌های دیجیتال و بازتعریف «مفسر»:
تحلیل تطبیقی نقش کشیشان و روحانیون رسانه‌ای
در شکل‌دهی به اجتماعات تفسیری مجازی در
مسیحیت و اسلام با تأملی در الهیات پلتفرمی**

Doi: 10.22034/pt.2026.582227.1103

■ هادی امدادی فرد

دکتری مطالعات تطبیقی ادیان، دانشکده ادیان ابراهیمی، دانشگاه ادیان و مذاهب قم، قم، ایران.

ha57emdadi@gmail.com

رایانامه:



دوره دوم / شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

■ محمدحسین امدادی فرد

طلبة پایه سوم حضرت امام عصر (عج)، قم، ایران.

mh83emdadi@gmail.com

رایانامه:

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵-۰۴-۲۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵-۰۳-۱۵

نوع مقاله: پژوهشی

چکیده

گسترش پلتفرم‌های دیجیتال فرایند تفسیر دینی را به کنش‌گران رسانه‌ای منتقل کرده و معیارهای کلاسیک اقتدار تفسیری را به چالش کشیده است. در این پژوهش تطبیقی، «مفسر دیجیتال» با سه شاخص (آموزش رسمی دینی،

فعالیت تفسیری مستمر، تعامل دوسویه، «اقتدار تفسیری» با چهار شاخص (مقبولیت رسانه‌ای، ادراک پاسخ‌گویی، ساده‌سازی مفاهیم، ارجاع به منابع سنتی) و «اجتماع تفسیری مجازی» با چهار شاخص (احساس تعلق جمعی، مشارکت در تفسیر، بازتولید محتوا، مرجعیت تفسیری ادراک‌شده) عملیاتی شد. هدف، تحلیل تطبیقی راهبردهای برساخت اقتدار، اعتماد کاربران و شکل‌گیری اجتماعات مجازی در دو بافت مسیحی و اسلامی و نیز واکاوی ریشه‌های کلامی این تفاوت‌ها و ارائه چهارچوبی اخلاقی برای کنشگری دینی در پلتفرم‌هاست. به همین دلیل، طرح آمیخته اکتشافی - متوالی اجرا شد. در فاز کیفی، شش کنشگر دینی (سه کشیش از فرقه‌های کاتولیک، پروتستان و ارتدوکس؛ سه روحانی مسلمان شامل یک شیعه ایرانی، یک سنی مصری و یک شیعه عراقی) با معیارهای حداقل ۱۰۰ هزار دنبال‌کننده، فعالیت تفسیری مستمر دوساله در اینستاگرام و یوتیوب و تنوع فرقه‌ای به صورت هدفمند انتخاب شدند. تحلیل مضمون براون و کلارک (۲۰۰۶) در شش مرحله روی ۴۰۰ واحد محتوایی و مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته انجام و پس از اشباع نظری، مضامین مبنای پرسشنامه ۳۰ گویه‌ای (CVI/۸۹، $\alpha=0.91$) قرار گرفت. در این تحلیل، الگوی هر سه روحانی مسلمان به تفکیک بررسی شد. فاز کمی با نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس و برخط ۴۰۰ کاربر (۲۰۰ مسلمان، ۲۰۰ مسیحی) اجرا و داده‌ها با آزمون t مستقل (همراه با d کوهن) و رگرسیون چندگانه تحلیل شد. سه مضمون «شخصی‌سازی روایت تفسیری»، «میانجی‌گری الگوریتمی» و «الگوی تعاملی اقتدار» استخراج گردید. تحلیل تطبیقی مذاهب اسلامی نشان داد که الگوی «صمیمیت راهبردی» در واعظ سنی مصری با ارجاع پُررنگ‌تر به سنت و اجماع، در روحانی شیعه ایرانی با حفظ زنجیره استاد - شاگردی و در روحانی شیعه عراقی با تلفیق صمیمیت و ارجاع به مرجعیت همراه است. میانگین اعتماد در کل نمونه ($M=4/18$ ، $SD=0.37$) بالاتر از حد متوسط بود. کاربران مسیحی ($M=4/31$ ، $SD=0.37$) اعتماد بیشتری نسبت به مسلمانان ($M=4/05$ ، $SD=0.35$) نشان دادند ($p<0.001$ ، $d=0.84$). «میزان مصرف روزانه محتوای دینی» قوی‌ترین پیش‌بین تعلق به جماعت مجازی بود ($\beta=0.52$ ، $Adj.R^2=0.43$). یافته‌ها از تغییر الگوی ارتباط به شبکه‌ای حمایت می‌کند، اما تفاوت‌ها صرفاً به دین مربوط نیست و ریشه در مبانی الهیاتی همچون اصل «کهنات



عمومی مؤمنان» در پروتستان، «وراثت علمی انبیا» در اسلام، و مفهوم «اجتهاد جمعی» در شیعه و سنی دارد. مقاله با طرح یک «الهیات پلتفرمی» مبتنی بر اصول «صدق» در مسیحیت و «تبلیغ حکیمانه» در اسلام، چهارچوبی برای ارزیابی اخلاقی فعالیت مفسران رسانه‌ای ارائه می‌کند. محدودیت نمونه‌گیری غیراحتمالی، تعمیم نتایج را محدود می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: پلتفرم‌های دیجیتال، اقتدار دینی، اجتماعات تفسیری مجازی، الهیات رسانه، اخلاق تفسیر، تقریب مجازی مذاهب، مسیحیت و اسلام،



مقدمه

ظهور پلتفرم‌های دیجیتال، سازوکار تولید، توزیع و مصرف تفسیر دینی را به‌شکلی بنیادین تغییر داده است. تا پیش از این، تفسیر متون مقدس عمدتاً در نهادهای رسمی مانند کلیسا و مسجد و از طریق ارتباط حضوری و سلسله‌مراتبی ارائه می‌شد. امروزه، بخش قابل‌توجهی از این فرایند به پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام و یوتیوب منتقل شده و کنشگران دینی را به تولیدکنندگان محتوای رسانه‌ای بدل کرده که فعالیت آنان تنها به اعتبار الهیاتی گره نخورده، بلکه به نرخ تعامل، الگوریتم‌های پلتفرم و قالب‌های بصری وابسته است. در این پژوهش، «مفسر دیجیتال» به‌صورت عملیاتی به کنش‌گری اطلاق می‌شود که واجد سه ویژگی باشد: (۱) برخورداری از آموزش رسمی دینی، (۲) فعالیت مستمر در پلتفرم‌های دیجیتال با محوریت تفسیر متون مقدس، و (۳) تعامل دوسویه با مخاطبان در قالب پاسخ‌گویی به پرسش‌ها و دریافت بازخورد. همچنین «اقتدار تفسیری» نه‌به‌عنوان یک مفهوم انتزاعی، بلکه در قالب چهار شاخص «مقبولیت رسانه‌ای (تعداد و نرخ رشد دنبال‌کنندگان)»، «ادراک پاسخگویی»، «ساده‌سازی مفاهیم» و «ارجاع به منابع سنتی» سنجیده می‌شود.

از منظر نظری، این تحول در چهارچوب «میانجی‌گرایی دین» (Hjarvard, 2008) قابل تبیین است که بر اساس آن، رسانه‌ها صرفاً ابزار خنثی نیستند، بلکه در شکل‌دهی به باور، مناسک و اقتدار دینی نقش مستقل ایفا می‌کنند. چیونگ (۲۰۱۶) نیز نشان داده که فناوری‌های دیجیتال، مبنای اقتدار دینی را از ساختارهای نهادی و سلسله‌مراتبی به الگوی شبکه‌ای و تعاملی تغییر داده‌اند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که رهبران دینی در اینستاگرام با



دوره دوم/ شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

تولید راهبردی صمیمیت و کاریزمای مدیریت‌شده، رابطه‌ای نزدیک و اعتمادآفرین با مخاطبان برقرار می‌کنند (Golan & Martini, 2020). محققانی نیز در بستر اسلام نشان داده‌اند که اینفلوئنسرهای دینی مسلمان با بهره‌گیری از قالب‌های بصری و لحن غیررسمی، سبکی از «اسلام عامه‌پسند» را بازتولید می‌کنند (Zaid & Fedtke, 2022). همچنین در تحقیقی نشان داده شده که اجتماعات مجازی پیرامون هشتک‌های قرائت قرآن، هویت دینی جمعی را بدون وابستگی به نهادهای رسمی شکل می‌دهند (Nisa, 2018). در بستر ایران نیز پژوهش‌هایی (برای نمونه، جعفری، ۱۳۹۹) به نقش اینستاگرام در بازتولید فرهنگ دینی عامه‌پسند اشاره داشته‌اند.

با وجود این مطالعات، یک شکاف پژوهشی مهم باقی مانده است: فقدان مطالعه‌ای تطبیقی که هم‌زمان، راهبردهای برساخت اقتدار تفسیری در میان کشیشان و روحانیون رسانه‌ای را به‌صورت نظام‌مند مقایسه کند و ویژگی‌های اجتماعات تفسیری مجازی شکل‌گرفته پیرامون آن‌ها را با ابزار کمی بسنجد. مفهوم کلاسیک «اجتماعات تفسیری» (Fish, 1980) که معنا را نه در متن، بلکه در مفروضات مشترک یک جماعت جست‌وجو می‌کند، در بستر پلتفرم‌ها نیازمند بازتعریف است. در این پژوهش، «اجتماع تفسیری مجازی» با چهار شاخص عملیاتی «احساس تعلق جمعی»، «مشارکت در تفسیر»، «بازتولید محتوای تفسیری» و «مرجعیت تفسیری ادراک‌شده» سنجیده می‌شود تا از سطح مفهومی صرف به سطح تحلیل تجربی ارتقا یابد. اما شکاف دیگری نیز وجود دارد که پژوهش حاضر می‌کوشد آن را پر کند: تحلیل این تحولات صرفاً در سطح جامعه‌شناختی و رسانه‌ای کافی نیست، بلکه باید ریشه‌های الهیاتی و کلامی تفاوت‌های میان دو سنت و نیز تفاوت‌های درونی مذاهب اسلامی را آشکار ساخت. برای نمونه، چرا یک کشیش پروتستان به‌راحتی نمادهای نهادی را کنار می‌گذارد، اما یک روحانی سنی مصری همچنان بر حفظ آن‌ها اصرار دارد؟ پاسخ این پرسش را نه صرفاً در فرهنگ پلتفرمی، بلکه در مبانی الهیاتی مانند «کهنات عمومی مؤمنان» یا «وراثت علمای ربانی» باید جست.

پرسش‌های اصلی پژوهش عبارت‌اند از:

۱. کشیشان و روحانیون رسانه‌ای از چه راهبردهایی برای برساخت و حفظ اقتدار تفسیری در اینستاگرام و یوتیوب استفاده می‌کنند و این راهبردها در مذاهب مختلف اسلامی و فرقه‌های مسیحی چه تفاوت‌هایی دارد؟
۲. سطح اعتماد کاربران به این مفسران دیجیتال در دو گروه مسیحی و مسلمان چگونه است و چه تفاوتی بین آن‌ها مشاهده می‌شود و ریشه‌های کلامی این تفاوت چیست؟
۳. اجتماعات تفسیری مجازی شکل‌گرفته پیرامون این کنش‌گران چه ویژگی‌هایی دارند و با



اجتماعات سنتی تفسیری چه نسبتی برقرار می‌کنند و چگونه می‌توان فعالیت مفسران را در چهارچوب یک «الهیات پلتفرمی» یا «فقه رسانه» ارزیابی کرد؟ اهمیت این پژوهش در دو سطح نظری و کاربردی قابل طرح است. در سطح نظری، این مطالعه با تلفیق سه حوزه میانجی‌گرایی دین، اقتدار دینی برخط و اجتماعات تفسیری و افزودن لایه تحلیل الهیاتی، چهارچوبی تطبیقی و میان‌رشته‌ای برای تحلیل دین در فضای پلتفرمی ارائه می‌دهد. در سطح کاربردی، یافته‌ها نه تنها برای سیاست‌گذاران نهادهای دینی بینش راهبردی فراهم می‌آورد، بلکه امکان تدوین یک «منشور اخلاق تفسیر دیجیتال» بر اساس اصول اصیل اسلامی و مسیحی را مطرح می‌کند. به لحاظ روش‌شناختی نیز انتخاب طرح آمیخته اکتشافی-متوالی این امکان را فراهم می‌کند که هم تجربه زیسته کنشگران دینی (از مسیر تحلیل محتوای کیفی و مصاحبه) و هم نگرش کاربران (از طریق پرسشنامه کمی) به‌طور هم‌زمان مورد واکاوی قرار گیرد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱) مبانی نظری

چهارچوب نظری پژوهش از چهار مفهوم به‌هم‌پیوسته تشکیل شده که از سطح کلان رابطه دین و رسانه تا سطح خرد خوانش متن مقدس و زیرساخت فنی پلتفرم‌ها را پوشش می‌دهند. سپس، برای پاسخ به الزامات یک مجله الهیات عملی، یک لایه تحلیل کلامی نیز به این چهارچوب افزوده می‌شود.

۱-۱) نظریه میانجی‌گرایی دین

با طرح نظریه میانجی‌گرایی، استدلال شده است که رسانه‌ها صرفاً کانال‌های خنثی برای انتقال پیام دینی نیستند، بلکه به عاملی مستقل در شکل‌دهی به تخیل دینی، مناسک و ساختار اقتدار تبدیل می‌شوند (Hjarvard, 2008, p. 11). به بیان دیگر، ورود کنش‌گر دینی به پلتفرم‌هایی چون اینستاگرام و یوتیوب، مستلزم انطباق با منطق آن پلتفرم‌هاست: ایجاز، جذابیت بصری، و الگوریتم توصیه‌گر، هم محتوا و هم نحوه ارائه تفسیر را تحت تأثیر قرار می‌دهند. هیورث این وضعیت را «استقلال رسانه از نهاد دین» می‌نامد و تصریح می‌کند که در جوامع متأخر، بخشی از کارکردهای سنتی نهاد دین -از قبیل تأمین اخلاقیات و ایجاد هم‌بستگی جمعی- به رسانه‌ها منتقل شده است (Ibid, 2008, p. 15). این چهارچوب برای مطالعه حاضر دلالت روشنی دارد: پلتفرم‌های دیجیتال نه تنها دسترسی به مخاطب را افزایش می‌دهند، بلکه معیارهای «مفسر خوب» بودن را نیز بازتعریف می‌کنند.

۲-۱) اقتدار دینی در رسانه‌های دیجیتال



چیونگ (Cheong, 2013) با مرور پژوهش‌های مربوط به اقتدار دینی در رسانه‌های دیجیتال نشان می‌دهد که اقتدار دینی در فضای برخط، از انحصار نهادهای رسمی خارج شده و به‌طور فزاینده‌ای به کنش ارتباطی، پذیرش کاربران و منطق فناورانه پلتفرم‌ها وابسته شده است (صص ۷۲-۸۷). در این نگاه، اقتدار نه صرفاً برآمده از جایگاه سازمانی یا متن مقدس، بلکه محصول تعامل مداوم با مخاطب و توانایی کنشگر دینی در جلب اعتماد و مشارکت در شبکه‌های اجتماعی است. پلتفرم‌ها نیز با معماری و الگوریتم‌های خود، نقش فعالی در توزیع و بازتولید اقتدار دینی ایفا می‌کنند.

تحلیل چیونگ، ابزار مناسبی برای فهم چگونگی برجسته‌شدن ابعاد تعاملی اقتدار دینی در محتوای پلتفرم‌ها و مصاحبه‌ها فراهم می‌کند.

۳-۱) نظریهٔ اجتماعات تفسیری و بازتعریف آن در بستر پلتفرم‌ها

در تحقیقی با طرح مفهوم «اجتماعات تفسیری»، استدلال شده است که معنای متن نه در خود متن، نه در نیت مؤلف، بلکه در «استراتژی‌های تفسیری» مشترک میان اعضای یک جماعت قرار دارد (Fish, 1980, p. 171). این جماعت، قواعد خوانش، پیش‌فرض‌ها و سنت‌هایی را به اعضا می‌آموزد و تفسیرهای مقبول را از نامقبول متمایز می‌کند.

اما جماعت تفسیری سنتی مبتنی بر سه ویژگی اصلی بود: هم‌حضور فیزیکی (در کلیسا، مسجد، یا حوزهٔ علمیه)، اقتدار سلسله‌مراتبی (استاد-شاگردی)، و ثبات نسبی عضویت. پرسشی که پژوهش حاضر با آن مواجه است این است که جماعت تفسیری در بستر پلتفرم‌های دیجیتال چه ویژگی‌هایی پیدا می‌کند. شواهد اولیه حاکی از آن است که این جماعت‌ها پراکنده از نظر جغرافیایی، فاقد سلسله‌مراتب رسمی، و سیال از نظر عضویت‌اند. در این پژوهش، این صورت‌بندی جدید با عنوان «اجتماعات تفسیری مجازی» مفهوم‌پردازی می‌شود. برای سنجش تجربی این مفهوم، چهار شاخص در نظر گرفته شده است: «احساس تعلق جمعی»، «مشارکت در فرایند تفسیر»، «بازتولید محتوای تفسیری»، و «مرجعیت تفسیری ادراک‌شده». این شاخص‌ها در بخش روش و یافته‌ها عملیاتی خواهند شد.

۴-۱) نظریهٔ پلتفرم‌زدگی

در پژوهشی «پلتفرم‌زدگی» نفوذ منطق و زیرساخت پلتفرم‌های دیجیتال در حوزه‌های مختلف حیات اجتماعی تعریف شده است (Helmond, 2015, p. 3). در این تحقیق استدلال شده که پلتفرم‌ها از طریق طراحی واسط کاربری، الگوریتم‌های توصیه‌گر و مدل کسب‌وکار مبتنی بر اقتصاد توجه، کنش کاربران را به سوی خاصی جهت‌دهی می‌کنند (Ibid, 2015, p. 4).

در حوزهٔ دین، پلتفرم‌زدگی بدین معناست که پلتفرم‌ها، نحوهٔ تولید و مصرف تفسیر دینی را



با الزامات فنی خود منطبق می‌کنند. برای نمونه، تأکید اینستاگرام بر تصویر و ویدئوی کوتاه، تفسیر را به قالب‌های بصری و نقل قول‌های مختصر سوق می‌دهد؛ و الگوریتم یوتیوب که «زمان تماشا» را بهینه می‌کند، مفسران را به تولید محتوای داستانی و عاطفی ترغیب می‌کند. همچنین الگوریتم‌های توصیه‌گر می‌توانند با نمایش محتوای مشابه به کاربران، نوعی مواجهه محدود و متمرکز با طیف خاصی از تفسیرها ایجاد کنند. نظریه پلتفرم‌زدگی کمک می‌کند تا از دو تقلیل اجتناب شود: «جبرگرایی فنی» (اینکه پلتفرم‌ها به‌طور کامل کنش را تعیین می‌کنند) و «عاملیت مطلق کنش‌گر» (اینکه کنش‌گران کاملاً مستقل از زیرساخت فنی عمل می‌کنند).

۵-۱) مبانی الهیاتی تحلیل تطبیقی (افزوده‌شده بنا به درخواست داور)

برای فهم عمیق‌تر تفاوت‌های مشاهده‌شده میان کنش‌گران مسیحی و مسلمان و نیز تفاوت‌های درونی مذاهب اسلامی، رجوع به چند مفهوم بنیادین کلامی ضروری است. این مبانی نه صرفاً زمینه‌ای تاریخی، بلکه نیروهای فعالی هستند که نحوه پذیرش یا مقاومت در برابر پلتفرم‌زدگی را جهت‌دهی می‌کنند:

• **جایگاه سنت و مرجعیت تفسیری:** در مسیحیت پروتستان، اصل «کهنات عمومی مؤمنان»^۱ که توسط مارتین لوتر احیا شد، به هر فرد مسیحی اجازه می‌دهد که مستقیماً کتاب مقدس را بخواند و تفسیر کند (McGrath, 2016, pp. 45-48). این اصل، مرجعیت انحصاری کلیسا در تفسیر را رد می‌کند و زمینه را برای آنکه کشیش صرفاً یک «همراه معنوی» باشد، فراهم می‌آورد. در مسیحیت کاتولیک و ارتدوکس، سنت شفاهی و مرجعیت آموزشی کلیسا^۲ همچنان نقش مهمی دارد، اما در دهه‌های اخیر بر جنبه شسانی و همراهی کشیش تأکید شده است. در مقابل، در اسلام، عالمان دینی «وارثان پیامبران» (العلماء ورثة الأنبياء) محسوب می‌شوند (کلینی، ۱۴۰۷، ج ۱، ص ۳۲). این حدیث، جایگاهی ویژه و مسئولیت‌آور برای عالمان تعریف می‌کند و تفسیر بدون پشتوانه سند و روش‌شناسی معتبر را بدعت می‌انگارد. این مبنا می‌تواند مقاومت بیشتری در برابر «شخصی‌سازی» اقتدار و کنارگذاشتن کامل نمادهای نهادی ایجاد کند.

• **عصمت، خطاپذیری و اجتهاد:** در الهیات مسیحی، هیچ رهبر دینی معصوم نیست و حتی پاپ تنها در شرایط خاص و هنگام صدور احکام اعتقادی رسمی^۳ از موهبت خطاناپذیری برخوردار است. بنابراین، اذعان به خطا، تردید و ضعف شخصی برای یک



دوره دوم/ شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

1. Priesthood of All Believers

2. Magisterium

3. ex cathedra

کشیش، نه تنها تعارضی با شأن او ندارد، بلکه می‌تواند نشانه‌ای از تواضع و صداقت باشد. در اسلام، عصمت^۴ در معنای کامل، ویژه انبیا و ائمه (در اعتقاد شیعه) است. مجتهد جامع الشرایط خطاپذیر است، اما انتظار می‌رود که در مقام فتوا و تفسیر، نهایت احتیاط را به خرج دهد. فرهنگ عمومی در جوامع اسلامی، به‌ویژه در میان متدینان سنتی، ممکن است انتظار داشته باشد که روحانی در جایگاه «نماد دین»، کمتر به ضعف‌های شخصی خود بپردازد. این موضوع به‌ویژه در فقه اهل سنت که تأکید بیشتری بر اجماع و کمتر بر کاریزمای فردی دارد، پررنگ‌تر است (Sachedina, 2001, pp. 102-105).

• **مفهوم اجتهاد جمعی و تقریب:** در تشیع، نهاد مرجعیت و اجتهاد فردی زنده است، اما مفهوم «اجتهاد جمعی» (شورای فقهی) نیز در دهه‌های اخیر قوت گرفته است. در اهل سنت، پس از تثبیت مذاهب چهارگانه، اجتهاد فردی تا حدودی محدود و بر اجماع تأکید شده است. این تفاوت‌ها می‌تواند بر نحوه تعامل مفسران رسانه‌ای با مخاطبان و میزان ارجاع آن‌ها به نهادهای سنتی اثر بگذارد. برای نمونه، یک روحانی سنی ممکن است خود را بیش از آنکه «مفسری مستقل» ببیند، «حامل یک سنت فقهی-کلامی اجماعی» بداند و در نتیجه، کمتر به خودافشاگری شخصی بپردازد. این مفاهیم، بعداً در تحلیل تفکیکی مذاهب اسلامی و در بخش بحث، برای تبیین یافته‌ها به کار گرفته خواهند شد.



۲) پیشینه پژوهش

پیشینه در دو حوزه «مسیحیت دیجیتال» و «اسلام و رسانه‌های اجتماعی» مرور می‌شود.

۱-۲) مسیحیت دیجیتال

مطالعات در این حوزه سه موج را پشت‌سر گذاشته است. موج نخست (دهه ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰) بر وبگاه‌های کلیساها و اجتماعات ایمانی برخط متمرکز بود و اینترنت عمدتاً به‌مثابه تابلوی اعلانات کلیسا در نظر گرفته می‌شد (Campbell, 2020, p. 25). در موج دوم (دهه ۲۰۱۰)، با ظهور فیسبوک و توئیتر، مفهوم «شبکه‌ای شدن» دین برجسته شد. در تحقیقی نشان داده شده که کشیشان با پاسخ‌گویی مستقیم به کاربران و تعامل دوسویه، شکلی از «اقتدار تعاملی» را می‌سازند (Cheong, 2016, p. 5). موج سوم (نیمه دوم دهه ۲۰۱۰ به بعد) بر پلتفرم‌های بصری، به‌ویژه اینستاگرام، و نقش کاریزما متمرکز است. بر همین اساس، گولان و مارتینی (Golan & Martini, 2020) نشان داده‌اند که رهبران دینی در اینستاگرام با تولید راهبردی صمیمیت و کاریزمای مدیریت‌شده، رابطه‌ای نزدیک و اعتمادآفرین با مخاطبان برقرار می‌کنند.

۲-۲) اسلام دیجیتال

پژوهش‌ها در این حوزه، رشدی شتابان داشته است. محققان نشان دادند که اینفلوئنسرهای مسلمان در یوتیوب و اینستاگرام، با ارائه تفسیرهای کوتاه، کاربردی و گاه غیررسمی، گونه‌ای از «اسلام عامه‌پسند» را بازتولید می‌کنند (Zaid & Fedtke, 2022, p. 8). در مطالعه جنبش «یک روز یک جزء» در اندونزی نشان داده شد که اجتماعات خودجوش پیرامون هشتگ‌ها، بدون وابستگی به نهادهای رسمی دینی شکل می‌گیرند و اعضا به تدریج به «مفسران خرد» تبدیل می‌شوند (Nisa, 2018, pp. 24-43).

در ایران، پژوهش‌ها گذار مشابهی را ثبت کرده‌اند. رضوی دینانی و همکاران (۱۴۰۲) با تحلیل گفتمان پیام‌های دینی دو روحانی پرنفوذ ایرانی در اینستاگرام نشان دادند که پیام دینی در این فضا ماهیتی دوسویه، غیررسمی و بافت‌محور پیدا کرده و از سبک رسمی سنتی فاصله گرفته است. بیچرانلو و مؤمنی (۱۴۰۲) با سنخ‌شناسی فعالیت روحانیون شیعه ایرانی در اینستاگرام، گونه‌های مختلف کنشگری دیجیتال را شناسایی کردند. فتحی اصل (۱۴۰۴) نیز با گونه‌شناسی کنشگری بانوان طلبه، بر تنوع راهبردهای ارتباطی تأکید کرده است. این مجموعه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کنشگران دینی در بستر ایران نیز با ضرورت انطباق با منطق پلتفرم‌ها روبه‌رو هستند.

۳-۲) شکاف پژوهشی و جایگاه مطالعه حاضر

مرور پیشینه نشان می‌دهد که سه حوزه «مسیحیت دیجیتال»، «اسلام دیجیتال» و «نظریه اجتماعات تفسیری» به موازات یکدیگر توسعه یافته‌اند، اما هم‌پوشانی نظام‌مندی میان آن‌ها شکل نگرفته است. مشخصاً:

- **کمبود مطالعات تطبیقی:** بیشتر پژوهش‌ها یا به‌طور کامل بر اسلام متمرکزند یا بر مسیحیت. مطالعه تطبیقی که با روش واحد راهبردهای دو سنت دینی را در یک بستر پلتفرمی مقایسه کند، در دسترس نیست.
- **غفلت از سطح «جماعت»:** بیشتر پژوهش‌ها یا بر «مفسر» (محتوای تولیدی او) متمرکز بوده‌اند یا بر «کاربر» (نگرش فردی او)، و کمتر پژوهشی «اجتماع تفسیری» را به‌عنوان واحدی متمایز تحلیل کرده است. مفهوم فیش (1980) نیازمند به‌روزرسانی تجربی در بستر پلتفرم‌های اجتماعی است.
- **فقدان روش‌های آمیخته:** روش‌های به‌کاررفته غالباً یا صرفاً کیفی‌اند یا صرفاً کمی، و طرح‌های آمیخته که بتوانند هم عمق پدیداری و هم قابلیت تعمیم را توأمان فراهم کنند، به‌ندرت استفاده شده‌اند.
- **فقدان تحلیل الهیاتی:** اغلب پژوهش‌ها، پدیده را صرفاً در سطح جامعه‌شناختی



تحلیل کرده و از مبانی کلامی که جهت‌دهنده رفتار کنشگران و انتظارات کاربران است، غفلت کرده‌اند. این امر به‌ویژه در مجله‌ای با عنوان «الهیات عملی» یک نقص اساسی محسوب می‌شود.

مطالعه حاضر با یک طرح آمیخته اکتشافی-متوالی، در چهارچوب تلفیقی چهار مفهوم نظری تشریح‌شده و با افزودن یک لایه تحلیل الهیاتی تطبیقی، هم‌زمان به تحلیل محتوای پلتفرم‌ها، تجربه مفسران (مصاحبه)، و نگرش کاربران (پرسشنامه) در دو سنت اسلامی و مسیحی می‌پردازد و می‌کوشد الگوی «الهیات پلتفرمی» را به‌عنوان یک چهارچوب هنجاری ارائه کند.

روش‌شناسی تحقیق

طرح پژوهش: پژوهش حاضر با هدف تحلیل تطبیقی پدیده بازتعریف «مفسر» در پلتفرم‌های دیجیتال، از طرح آمیخته اکتشافی-متوالی (Creswell & Creswell, 2018, pp. 222-225) بهره گرفته است. این طرح برای پدیده‌های نوظهوری مناسب است که چهارچوب نظری تثبیت‌شده‌ای ندارند. در فاز کیفی، با تحلیل محتوا و مصاحبه، ابعاد پدیده شناسایی شد و در فاز کمی، گستردگی آن ابعاد در دو گروه کاربران مسلمان و مسیحی سنجیده شد. انتخاب این طرح، پاسخ‌گوی ماهیت دوجویی پرسش‌های پژوهش بود: نیاز به فهم عمیق راهبردهای ارتباطی مفسران (مستلزم روش کیفی) و نیاز به سنجش نگرش کاربران در سطحی وسیع‌تر و آزمون تفاوت میان دو سنت دینی (مستلزم روش کمی). همچنین، برای پاسخ به درخواست تفکیک مذاهب اسلامی، در فاز کیفی تحلیل مضمون برای هر یک از سه روحانی مسلمان به‌صورت جداگانه انجام شد.

فاز کیفی: در دو گام مکمل اجرا شد: تحلیل محتوای پلتفرم‌ها و مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته. ترتیب اجرا به‌گونه‌ای بود که تحلیل محتوا، مضمون‌های اولیه را برای تدوین پروتکل مصاحبه فراهم آورد و سپس مصاحبه‌ها به پالایش و غنای آن مضمون‌ها انجامید.

نمونه‌گیری و گردآوری محتوای پلتفرم‌ها

جامعه آماری این گام، کلیه حساب‌های عمومی اینستاگرام و کانال‌های یوتیوب متعلق به کشیشان مسیحی و روحانیون مسلمان با محتوای تفسیری بود. به دلیل گستردگی جامعه، از نمونه‌گیری هدفمند با سه معیار ورود استفاده شد: (۱) حداقل ۱۰۰ هزار دنبال‌کننده / مشترک، (۲) انتشار محتوای تفسیری (نه مناسکی یا خبری) با میانگین حداقل دو بار در هفته، و (۳) تعلق سازمانی به یکی از دو سنت مسیحی یا اسلامی.



بر این اساس، شش کنشگر برگزیده شدند که تنوع فرقه‌ای و بستر پلتفرمی را پوشش دهند:

- سه کشیش مسیحی: یک پروتستان انجیلی از آمریکای شمالی (تمرکز بر اینستاگرام)، یک ارتدوکس از اروپای شرقی (تمرکز بر یوتیوب)، و یک کاتولیک از آمریکای لاتین (فعال در هر دو پلتفرم).

- سه روحانی مسلمان: یک شیعه از ایران (تمرکز بر اینستاگرام)، یک سنی از مصر (تمرکز بر یوتیوب)، و یک شیعه از عراق (فعال در هر دو پلتفرم).

حجم نمونه محدود (۶ نفر) متناسب با هدف فاز کیفی یعنی «تحلیل عمیق و مقایسه تطبیقی» است، نه تعمیم آماری. این نمونه، مبنای ساخت ابزار کمی را فراهم آورد و یافته‌های آن در قالب فرضیه‌هایی برای آزمون در فاز کمی به کار رفت. برای پاسخ به درخواست داور، در تحلیل یافته‌ها، الگوی هر یک از سه روحانی مسلمان به‌طور جداگانه استخراج و با یکدیگر و با کشیشان مقایسه شد.

محتوای منتشرشده در بازه سه‌ماهه دی ۱۴۰۴ تا اسفند ۱۴۰۴ گردآوری شد. این بازه پس از تثبیت الگوهای رسانه‌ای کنشگران (در دوران پساکرونا) انتخاب شد. در مجموع، ۴۰۰ واحد محتوا (۲۲۰ پست اینستاگرام و ۱۸۰ ویدئوی یوتیوب) وارد تحلیل شد. حجم نهایی داده‌ها با منطق اشباع نظری تعیین گردید: تحلیل هم‌زمان با گردآوری پیش رفت و هنگامی که کد تازه‌ای به چهارچوب اضافه نشد، گردآوری متوقف شد. متن کپشن‌ها، صوت پیاده‌شده ویدئوها، و متن درون تصاویر (تشخیص نوری کاراکتر) استخراج و پیکره‌ای متنی با حدود ۱۲۰ هزار واژه تشکیل شد.

تحلیل مضمون: تحلیل پیکره متنی با روش تحلیل مضمون بازتابی در شش مرحله انجام شد (Braun & Clarke, 2006). این روش به‌دلیل انعطاف‌پذیری و عدم تقید پیشینی به نظریه خاص انتخاب گردید، هرچند در مرحله تفسیر، چهارچوب نظری پژوهش به‌عنوان ابزار تحلیلی به کار گرفته شد.

مراحل اجرا:

۱. آشنایی با داده‌ها: خوانش مکرر پیکره و ثبت یادداشت‌های اولیه.
۲. کدگذاری اولیه: اختصاص برچسب توصیفی به بخش‌های معنادار. در این مرحله ۲۳۰ کد تولید گردید.
۳. جست‌وجوی مضمون‌ها: دسته‌بندی کدها بر اساس شباهت مفهومی و تشکیل مضمون‌های نامزد.
۴. بازبینی مضمون‌ها: بررسی انسجام درونی و بیرونی.
۵. نام‌گذاری و تعریف مضمون‌ها: انتخاب عناوین دقیق و تدوین تعریف عملیاتی.



۶. نگارش گزارش: تدوین روایت تحلیلی همراه با نقل قول‌های شاهد. در تمام مراحل، یک دفترچه بازاندیشی برای مستندسازی پیش‌فرض‌ها و تصمیم‌های تحلیلی (به‌ویژه در پژوهش تطبیقی بینادینی) نگهداری شد. نکته مهم آنکه برای تفکیک مذاهب، در مرحله کدگذاری، مضمون‌های مربوط به هر یک از سه روحانی مسلمان به طور جداگانه برچسب خورد تا امکان مقایسه تطبیقی درونی فراهم شود.

مصاحبه‌های نیمه‌ساخت یافته

پس از تحلیل محتوا، پنج مصاحبه نیمه‌ساخت یافته با کنشگرانی که اعلام آمادگی کردند (سه روحانی مسلمان و دو کشیش مسیحی) انجام شد. انتخاب مشارکت‌کنندگان بر اساس «نمونه‌گیری با حداکثر تنوع» (از محافظه‌کار تا نوگرا، از پرمخاطب‌ترین تا کم‌مخاطب‌تر) صورت گرفت.

پروتکل مصاحبه شامل ۱۲ پرسش اصلی در چهار محور «انگیزه و آغازگری»، «راهبردهای ارتباطی»، «منبع اقتدار»، و «رابطه با نهاد سنتی» بود. پرسش‌های پی‌گیرانه متناسب با پاسخ‌ها طرح می‌شد. مصاحبه‌ها از طریق تماس تصویری (اسکایپ و واتس‌آپ) با رضایت آگاهانه کتبی انجام و مدت آن بین ۲۵ تا ۴۵ دقیقه بود. متن پیاده‌شده مصاحبه‌ها نیز با همان روش شش مرحله‌ای تحلیل مضمون بررسی شد.

فاز کمی: مضمون‌های استخراج‌شده از فاز کیفی، مبنای ساخت ابزار کمی قرار گرفت.

ابزار: پرسشنامه محقق‌ساخته

فرایند تبدیل مضامین به گویه‌ها به صورت نظام‌مند انجام شد. برای هر مضمون اصلی، تعدادی گویه پیشنهادی نوشته شد که بازتاب جنبه‌های مختلف آن مضمون بود. سپس در نشست‌ها با دو تن از متخصصان، گویه‌ها از نظر وضوح و ارتباط با مضمون بازبینی و موارد مبهم یا هم‌پوشان حذف گردید. در نهایت، پرسشنامه‌ای ۳۰ گویه‌ای در سه خرده‌مقیاس طراحی شد:

۱. اعتماد به مفسر دیجیتال (۱۲ گویه): نمونه گویه: «وقتی این روحانی/کشیش را در اینستاگرام می‌بینم، حس می‌کنم با یک دوست معنوی روبه‌رو هستم».
 ۲. مقایسه با نهاد سنتی (۱۰ گویه): نمونه گویه: «تفسیرهای این پلتفرم برای زندگی روزمره‌ام کاربردی‌تر از سخنرانی‌های مسجد/کلیساست».
 ۳. احساس تعلق به جماعت مجازی (۸ گویه): نمونه گویه: «وقتی کامنت‌های زیر پست‌ها را می‌خوانم، حس می‌کنم بخشی از یک جماعت ایمانی هستم».
- تمامی گویه‌ها با مقیاس لیکرت پنج‌درجه‌ای (۱ = کاملاً مخالفم تا ۵ = کاملاً موافقم) نمره‌گذاری



شدند. برای روایی صوری و محتوایی، پرسشنامه به سه داور متخصص (ارتباطات، جامعه‌شناسی دین، الهیات) ارسال و اصلاحات اعمال گردید. سپس در یک مطالعه آزمایشی با ۳۰ کاربر فعال (۱۵ مسلمان و ۱۵ مسیحی)، ضریب آلفای کرونباخ کل ۸۹/۰ و برای خرده‌مقیاس‌ها به ترتیب ۹۱/۰، ۸۵/۰ و ۸۷/۰ به دست آمد که حاکی از پایایی درونی مطلوب است.

نمونه‌گیری و گردآوری داده‌ها

جامعه آماری فاز کمی، کاربران فعال اینستاگرام و یوتیوب بود که به‌طور منظم محتوای تفسیری دینی را دنبال می‌کنند. به دلیل عدم دسترسی به فهرست کامل، از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس و گلوله برفی مجازی استفاده شد. لینک پرسشنامه (گوگل‌فرم) در کانال‌های تلگرامی، گروه‌های فیسبوکی دینی و بخش کامنت‌های پست‌های کنشگران منتخب توزیع گردید. این روش سوگیری خودانتخابی در پی دارد و پاسخ‌گویان احتمالاً کاربرانی با درگیری بالا با محتوای دینی هستند؛ در نتیجه، میانگین نمرات (از جمله اعتماد) ممکن است بالاتر از جامعه کلی کاربران باشد. این محدودیت در تفسیر نتایج لحاظ شده و در بخش محدودیت‌های پژوهش بسط داده شده است.

حجم نمونه با فرمول کوکران برای جوامع نامحدود (سطح اطمینان ۹۵٪، خطای ۵٪) معادل ۳۸۴ نفر محاسبه و برای اطمینان، ۴۰۰ پرسشنامه تکمیل شد (۲۰۰ مسلمان و ۲۰۰ مسیحی). تفکیک گروه‌ها با پرسش فیلتر هویت دینی انجام گردید. شایان ذکر است که در پرسشنامه، مذهب کاربران مسلمان (شیعه/سنی) نیز پرسیده شد، اما به دلیل تعداد اندک پاسخگویان سنی در نمونه (عمدتاً از منطقه خاورمیانه)، امکان تحلیل کمی تفکیکی مذاهب میسر نشد و این تحلیل به فاز کیفی محدود ماند.

تحلیل آماری: داده‌ها پس از پالایش (حذف پرسشنامه‌های ناقص) در نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۶ تحلیل شدند:

- آمار توصیفی: محاسبه میانگین، انحراف معیار و توزیع فراوانی.
- آمار استنباطی: برای مقایسه میانگین اعتماد بین دو گروه، آزمون t برای گروه‌های مستقل همراه با اندازه اثر d کوهن اجرا گردید. برای بررسی قدرت پیش‌بینی «میزان مصرف روزانه محتوای دینی»، «مدت دنبال کردن مفسر» و «ادراک پاسخگویی» بر «احساس تعلق به جماعت مجازی»، رگرسیون چندگانه خطی به روش هم‌زمان اجرا و شاخص R^2 تعدیل‌شده گزارش شد. پیش‌فرض‌های آزمون‌ها (نرمالیتی، هم‌گنی واریانس‌ها، هم‌خطی چندگانه) بررسی و تأیید گردید.



تلفیق یافته‌های کیفی و کمی

تلفیق در مرحله تفسیر با رویکرد «هم‌آوری» انجام شد: مضمون‌های کیفی و نتایج آماری در کنار یکدیگر قرار گرفتند و هم‌گرایی‌ها و واگرایی‌های آن‌ها تحلیل گردید. برای نمونه، مضمون «شخصی‌سازی اقتدار» با میانگین بالای گویه «حس دوستی معنوی» هم‌آوا بود. در موارد ناهم‌خوان (مانند تأکید مصاحبه‌شوندگان مسلمان بر ارجاع به نص با وجود تفاوت کم‌تر کمی میان دو گروه)، این ناهم‌خوانی خود به موضوع تحلیل انتقادی و الهیاتی بدل شد.

یافته‌های پژوهش

یافته‌ها در دو بخش اصلی ارائه می‌شوند: نخست، تحلیل مضمون محتوای پلتفرم‌ها و مصاحبه‌ها (فاز کیفی) با تأکید بر تفکیک مذاهب اسلامی، و دوم، نتایج تحلیل آماری پرسشنامه‌ها (فاز کمی). تلفیق این دو دسته یافته به بخش «بحث» واگذار می‌شود.

یافته‌های فاز کیفی

تحلیل مضمون ۴۰۰ واحد محتوا و پنج مصاحبه نیمه‌ساخت یافته به شناسایی سه مضمون سازمان‌دهنده و هشت مضمون فرعی انجامید. جدول ۱ نمای کلی این ساختار را نشان می‌دهد.

جدول ۱- مضمون‌های سازمان‌دهنده و فرعی برآمده از فاز کیفی

مضمون‌های فرعی	مضمون سازمان‌دهنده
۱-۱. نمایش زندگی روزمره و تعامل غیررسمی	۱. شخصی‌سازی روایت تفسیری
۲-۱. اذعان به محدودیت‌ها و خطاپذیری شخصی	
۳-۱. کنارگذاشتن نمادهای ظاهری مقام نهادی	
۱-۲. انطباق قالب محتوا با الزامات پلتفرم (ایجاز و ضرب‌آهنگ)	۲. میانجی‌گری الگوریتمی
۲-۲. بازخورد مثبت الگوریتمی به محتوای دارای بار عاطفی بالا	
۳-۲. محدودشدن مواجهه مخاطب به طیف هم‌گرای تفسیری	
۱-۳. کسب مشروعیت از طریق پاسخگویی مستقیم به مخاطب	۳. الگوی تعاملی اقتدار
۲-۳. فاصله‌گیری از نهاد سنتی و تجربه تنش با هم‌قطاران	



در ادامه، هر مضمون سازمان‌دهنده با استناد به شواهد تشریح می‌شود. اما پیش از آن، بر اساس درخواست داور، به تحلیل تطبیقی و تفکیکی الگوی سه روحانی مسلمان در ذیل مضمون اول (شخصی‌سازی) پرداخته می‌شود، چراکه بیشترین تمایز در این مضمون رخ داد.

تحلیل تفکیکی الگوی «صمیمیت راهبردی» در سه روحانی مسلمان

الگوی شخصی‌سازی و صمیمیت راهبردی در میان سه روحانی مسلمان به یک اندازه مشاهده نشد. تحلیل جداگانه محتوای هر یک، سه گونه متمایز را آشکار ساخت:

الف) روحانی شیعه ایرانی (اینستاگرام): او در بسیاری از پست‌ها بدون عمامه ظاهر می‌شد و با لحن دوستانه از چالش‌های روزمره مانند خستگی یا دل‌مردگی معنوی سخن می‌گفت. باین‌حال، این صمیمیت همواره در چهارچوب مشخصی ارائه می‌شد. او به کرات از تعبیری مانند «استادمان می‌گفت...» یا «در روایات ما از اهل بیت (ع) آمده...» استفاده می‌کرد تا نشان دهد که برداشت شخصی‌اش بی‌پشتوانه نیست. به عبارت دیگر، او «صمیمیت» را به کار می‌گرفت، اما همزمان زنجیره «استاد-شاگردی» حوزوی را بازتولید می‌کرد. اذعان به ضعف شخصی نیز معمولاً با ارجاع به مصائب ائمه (ع) همراه می‌شد و بدین ترتیب، رنگ و بوی «الگودهی» می‌گرفت، نه صرفاً خودافشاگری.



دوره دوم/ شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

ب) واعظ سنّی مصری (یوتیوب): کمترین میزان «شخصی‌سازی» در محتوای او مشاهده شد. او تقریباً در تمام ویدئوها با لباس رسمی (عمامه و قبا) حاضر می‌شد و دکور برنامه‌اش یک کتابخانه کلاسیک بود. صمیمیت او نه از طریق نمایش زندگی شخصی، بلکه از مسیر «قصه‌گویی» از زندگی صحابه و پیامبر (ص) و تطبیق آن با مسائل روز جریان داشت. او خود را به صراحت «حامل امانت سلف صالح» معرفی می‌کرد و در مصاحبه گفت: «من یک شخص نیستم، یک حلقه از زنجیر علمای امتم». ارجاع به «اجماع» (اتفاق علمای مذهب) در تفسیرهایش بسیار پررنگ بود و این دقیقاً با الهیات اهل سنت که بر اجماع پس از تثبیت مذاهب تأکید دارد، هم‌خوانی دارد.

ج) روحانی شیعه عراقی (هر دو پلتفرم): الگوی او تلفیقی بود. در اینستاگرام، تصاویر شخصی از خانواده و فعالیت‌های روزمره منتشر می‌کرد و اغلب بدون عمامه بود. او آشکارا از «شکاف نسلی» و «دوری جوانان از روحانیت» می‌گفت و خود را «پل ارتباطی» معرفی می‌کرد. اما در یوتیوب، جلسات تفسیر طولانی برگزار می‌کرد که سرشار از ارجاع به منابع کلاسیک شیعه (مانند تفسیر المیزان و نظرات مراجع تقلید) بود. او در مصاحبه تصریح کرد: «اگر جوان احساس کند که من یکی از خودشان هستم، حرفم را می‌شنود. اما اگر عمامه را کنار بگذارم، از آن طرف بام می‌افتم؛ باید نشان دهم که هنوز به آن مرجعیت علمی متصلم».

این سه الگو نشان می‌دهد که «صمیمیت راهبردی» یک پدیده واحد در میان روحانیان مسلمان نیست، بلکه طیفی را شکل می‌دهد که در آن، وزن «اقتدار نهادی - متنی» از سنی مصری (بیشترین) به شیعه ایرانی (متوسط) و سپس به شیعه عراقی (کمترین، اما با بازگشت به مرجعیت در بسترهای جدی‌تر) تغییر می‌کند. این تمایز، ریشه در تفاوت‌های کلامی میان جایگاه عالم سنی (حافظ جماعت و تابع اجماع) و عالم شیعی (مرجع مستقل اما در چهارچوب سنت) دارد و در بخش بحث عمیق‌تر تحلیل خواهد شد.

مضمون نخست: شخصی‌سازی روایت تفسیری (الگوی کلی)

در سطح کلی، برجسته‌ترین الگوی مشاهده‌شده، تغییر کانون اعتبار تفسیری از «پایگاه نهادی» به «شخص کنش‌گر» بود. کنشگران دینی، اقتدار خود را نه با ارجاع به مدارک رسمی، بلکه با نمایش صمیمیت، آسیب‌پذیری و زندگی غیررسمی برمی‌ساختند. این الگو در هر سه کشیش مسیحی بسیار پررنگ و یکدست بود، حال آنکه در میان روحانیان مسلمان، همان‌گونه که شرح آن گذشت، با شدت و کیفیت متفاوتی ظاهر شد.

نمایش زندگی روزمره و تعامل غیررسمی. تحلیل محتوای تصویری نشان داد که کنش‌گران بخش درخور توجهی از پست‌های خود را به فعالیت‌های روزمره (صرف غذا، خرید، وقت‌گذرانی با خانواده) اختصاص می‌دهند و در همان حال، پیام تفسیری را با لحن گفت‌وگویی ارائه می‌کنند. یک کشیش پروتستان در ویدئویی پربازدید، درحالی‌که نوشیدنی در دست داشت، اظهار داشت: «امروز حس موعظه ندارم. فقط می‌خواستم بگویم گاهی من هم از دعا خواندن خسته می‌شم». عناصر بصری (نمای نزدیک، نورپردازی گرم، پوشش غیررسمی) این لحن غیررسمی را تقویت می‌کرد. روحانی شیعه ایرانی نیز مجموعه‌ای با عنوان «زندگی با قرآن» منتشر می‌کرد که در آن هنگام قدم‌زدن یا رانندگی، برداشت شخصی خود از آیات را بازگو می‌کرد و با جمله‌ای نظیر «امروز یه آیه‌ای خوندم که انگار خدا با خودم حرف زد» آغاز می‌نمود.

ادعان به محدودیت‌ها و خط‌پذیری شخصی. فراتر از نمایش زندگی روزمره، الگوی تکرارشونده دیگری عبارت بود از اعتراف کنشگران به ناتوانی، تردید یا اشتباه. یک کشیش کاتولیک در لایوی اینستاگرامی با چشمان اشک‌آلود به تنش با فرزندش اشاره کرد و پرسید: «چطور می‌تونم آدم‌ها رو به محبت دعوت کنم، وقتی خودم تو خونه کم می‌آم؟» واکنش‌های کاربران به این‌گونه اظهارات عمدتاً حاکی از افزایش اعتماد بود. در بستر اسلامی، واعظ سنی مصری در یوتیوب، هنگام تفسیر آیه «لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا»، به تجربه شخصی خود از احساس ناتوانی اشاره کرد، اما بلافاصله آن را با روایتی از صبر پیامبر (ص) تکمیل کرد و هرگز



ضعف شخصی را محور قرار نداد، بلکه از آن به عنوان پلی برای رساندن پیام اصلی استفاده کرد. این دقیقاً همان نقطه تمایزی است که در تحلیل تفکیکی بالا به آن اشاره شد.

کنار گذاشتن نمادهای ظاهری مقام نهادی. یافته دیگر، کاهش حضور نمادهای سنتی مقام دینی (ردای کشیشی، یقه سفید، عمامه، عبا) در پست‌های پربازدید بود. یک کشیش انجیلی حدود ۸۰ درصد محتوای خود را با تی شرت و شلوار جین منتشر می‌کرد و در مصاحبه دلیل آن را چنین توضیح داد: «مخاطبان می‌خوان بدونن زیر اون ردا، یک آدم واقعی هست یا فقط یک نهاد». روحانی شیعه عراقی نیز در بسیاری از ویدئوهای اینستاگرامی اش بدون عمامه ظاهر می‌شد، اما در یوتیوب آن را حفظ می‌کرد. واعظ سنی مصری اما در تمام پلتفرم‌ها با پوشش کامل رسمی حاضر بود. این تنوع در میان مسلمانان، گویای تنش میان اقتضائات پلتفرم و هویت نهادی است که ریشه در مبانی کلامی متفاوت دارد و بعداً بیشتر بحث خواهد شد.

مضمون دوم: میانجی‌گری الگوریتمی

مضمون سازمان‌دهنده دوم، نقش فعالانه سازوکارهای پلتفرم‌ها در شکل‌دهی به محتوای تفسیری را نشان می‌داد. کنشگران به‌روشنی از تأثیر الگوریتم‌ها بر انتخاب موضوع، قالب و لحن محتوای خود آگاه بودند.



دوره دوم/ شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

انطباق قالب محتوا با الزامات پلتفرم. الگوریتم اینستاگرام محتوای کوتاه‌تر را بیشتر در معرض دید قرار می‌دهد. یک روحانی مسلمان (شیعه ایرانی) در مصاحبه گفت: «من عادت داشتم نیم‌ساعت درباره یک آیه حرف بزنم. اینجا باید در ۶۰ ثانیه پیامم رو برسونم. اولش فکر می‌کردم سطحی می‌شه، اما کم‌کم یاد گرفتم چطور پیام اصلی را فشرده کنم». این انطباق به قالب‌های جدیدی انجامیده بود: تفسیرهای تک‌آیه‌ای، پرسش و پاسخ‌های کوتاه و مرورهای فشرده از زندگی پیامبران.

بازخورد مثبت الگوریتمی به محتوای عاطفی. تحلیل کمی شاخص‌های تعامل (لایک، کامنت، بازدید) درون همان ۴۰۰ واحد محتوا نشان داد پست‌ها و ویدئوهایی که بار عاطفی بالاتری داشتند (ابراز شادی، اندوه، خشم یا شگفتی)، به‌طور میانگین ۸/۲ برابر بیش از محتوای تحلیلی-آموزشی مورد تعامل قرار گرفته بودند. یک کشیش ارتدوکس این الگو را چنین توصیف کرد: «وقتی یک ویدئوی ۱۰ دقیقه‌ای درباره الهیات تثلیث می‌دارم، ۲۰ هزار بازدید می‌گیره. وقتی یک دقیقه از درد تنهایی خودم حرف می‌زنم و بعد یک آیه می‌خونم، ۲۰۰ هزار».

محدود شدن مواجهه مخاطب به طیف هم‌گرای تفسیری. شواهد حاکی از آن بود که الگوریتم یوتیوب با توصیه‌های متوالی، مخاطب را در معرض محتوای هم‌گرا با الگوی مصرف

قبل‌ی‌اش قرار می‌دهد. مصاحبه‌شوندگان گزارش کردند که مخاطبانشان اظهار می‌کنند «ما فقط تفسیر شما رو می‌بینیم، چون یوتیوب همش ویدئوهای شما رو پیشنهاد می‌ده». این سازوکار، شرایطی را ایجاد می‌کند که در آن کاربر با طیف محدودتری از دیدگاه‌های تفسیری مواجه می‌شود و این می‌تواند به تقویت تعصبات فرقه‌ای بینجامد.

مضمون سوم: الگوی تعاملی اقتدار

سومین مضمون سازمان‌دهنده به تغییر مبنای اعتبار تفسیری از «جایگاه نهادی» به «تعامل با مخاطب» و پیامدهای آن برای رابطه کنش‌گران رسانه‌ای با نهادهای سنتی اشاره داشت. **کسب مشروعیت از طریق پاسخگویی مستقیم.** در پلتفرم‌های مورد بررسی، اعتبار کنشگر بیش از آنکه به تأیید نهاد رسمی متکی باشد، به تعامل مستقیم با مخاطبان وابسته بود. یک روحانی شیعه عراقی این وضعیت را چنین توصیف کرد: «اینجا هیچ‌کس از من نمی‌پرسه استادت کی بود یا چند سال خارج فقه خوندی. می‌پرسن حرفت به دلم می‌شینه یا نه.» یک کشیش انجیلی نیز با لحنی مشابه گفت: «من توی کلیسا زیر نظر اسقف هستم. توی اینستاگرام، اسقف من الگوریتم و جماعتم.» این اظهارات نشان‌دهنده جابه‌جایی مرجع اعتبار از نهاد به مخاطب و پلتفرم است.

فاصله‌گیری از نهاد سنتی و تجربه تنش. مصاحبه‌شوندگان از فشارها و انتقادهای هم‌قطاران سنتی خود سخن گفتند. واعظ مصری اشاره کرد: «بعضی از علمای الازهر به من می‌گن دین رو ارزون می‌فروشی. من می‌گم دین رو به زبونی ترجمه می‌کنم که نسل جدید بفهمه.» کشیش کاتولیک نیز تجربه‌ای مشابه را بازگو کرد: «وقتی گفتم می‌خوام درباره سلامت روان و افسردگی خودم حرف بزنم، بعضی از کشیش‌های قدیمی گفتند این کار یک کشیش نیست. اما من می‌خواستم به مردم نشون بدم که ایمان، به معنای انکار رنج نیست.» این تنش‌ها بازتاب‌دهنده فاصله میان الگوی ارتباطی پلتفرم‌محور و انتظارات نهادهای سنتی است.

یافته‌های فاز کمی

داده‌های ۴۰۰ پرسشنامه (۲۰۰ مسلمان، ۲۰۰ مسیحی) تحلیل شد. پایایی خرده‌مقیاس‌ها در نمونه اصلی مجدداً تأیید گردید: اعتماد به مفسر دیجیتال (۰/۸۹ =)، مقایسه با نهاد سنتی (۰/۸۶ =)، احساس تعلق به جماعت مجازی (۰/۸۸ =).



آمار توصیفی

جدول ۲- میانگین و انحراف معیار خرده‌مقیاس‌ها در دو گروه

خرده‌مقیاس	کل نمونه (N=۴۰۰)	مسلمانان (n=۲۰۰)	مسیحیان (n=۲۰۰)
M (SD)	M (SD)	M (SD)	
اعتماد به مفسر دیجیتال	4/18 (0/37)	4/05 (0/35)	4/31 (0/31)
مقایسه با نهاد سنتی	3/72 (0/47)	3/48 (0/48)	3/96 (0/41)
احساس تعلق به جماعت مجازی	3/89 (0/44)	3/80 (0/45)	3/98 (0/41)

میانگین نمرات در هر سه خرده‌مقیاس در گروه مسیحیان بالاتر از مسلمانان بود. شایان ذکر است که نمره اعتماد در هر دو گروه بالاتر از نقطه میانی نظری مقیاس (۳) قرار دارد. با این حال، با توجه به روش نمونه‌گیری غیراحتمالی، این میانگین‌ها صرفاً توصیف‌کننده نمونه مطالعه‌اند و تعمیم آن‌ها به کل جامعه کاربران باید با احتیاط صورت گیرد.

آزمون t برای گروه‌های مستقل

پیش‌فرض‌های آزمون شامل نرمالیتی توزیع (بررسی با چولگی و کشیدگی در دامنه ± 2) و هم‌گنی واریانس‌ها (آزمون لَوْن با $p > 0.05$ برای هر سه متغیر) تأیید شد.

نتایج آزمون t برای «اعتماد به مفسر دیجیتال» تفاوت معناداری میان دو گروه نشان داد: $df = 398$, $t = 3.9$, $p < 0.01$. اندازه اثر بزرگ بود ($d = 0.84$). کوهن، ۹۵٪ فاصله اطمینان: 0.32 تا 0.20). به بیان دیگر، در این نمونه، کاربران مسیحی به‌طور معناداری نمرات اعتماد بالاتری گزارش کرده‌اند.

برای «مقایسه با نهاد سنتی» نیز تفاوت معنادار بود: $df = 398$, $t = 6.7$, $p < 0.01$ ، $d = 1.07$ (۹۵٪ فاصله اطمینان: 0.57 تا 0.39).

در «احساس تعلق به جماعت مجازی» نیز تفاوت معنادار، ولی با اندازه اثر کوچک‌تر به‌دست آمد: $df = 398$, $t = 2.2$, $p < 0.01$ ، $d = 0.42$ (۹۵٪ فاصله اطمینان: 0.27 تا 0.10).

تحلیل رگرسیون چندگانه

برای بررسی قدرت پیش‌بینی متغیرها بر «احساس تعلق به جماعت مجازی»، رگرسیون



چندگانه خطی به روش هم‌زمان اجرا شد. متغیرهای پیش‌بین: (۱) میزان مصرف روزانه محتوای دینی (دقیقه)، (۲) اعتماد به مفسر دیجیتال، (۳) مقایسه با نهاد سنتی. پیش‌فرض هم‌خطی چندگانه با شاخص VIF (کمتر از ۲ برای هر سه متغیر) تأیید گردید.

جدول ۳- ضرایب رگرسیون برای پیش‌بینی احساس تعلق به جماعت مجازی

متغیر پیش‌بین	B	SE	t	p
(ثابت)	1/21	0/18	-	0/001 >
میزان مصرف روزانه	0/02	0/002	0/52	10/14
اعتماد به مفسر دیجیتال	0/31	0/05	0/30	6/55
مدل کلی معنادار بود: $R^2 = 0.53$ تعدیل شده، $= 0.54$ R^2 ، $F(3, 396) = 82$ ، $p > 0.001$. قوی‌ترین پیش‌بین، «میزان مصرف روزانه محتوای دینی» بود. ($= 0/52$) «اعتماد به مفسر دیجیتال» ($= 30.0$) و «مقایسه با نهاد سنتی» ($= 0/21$) در رتبه‌های بعدی قرار گرفتند.				



خلاصه یافته‌ها

تحلیل کیفی سه مضمون سازمان‌دهنده را آشکار ساخت: شخصی‌سازی روایت تفسیری، میانجی‌گری الگوریتمی، و الگوی تعاملی اقتدار. تحلیل تفکیکی مذاهب اسلامی نشان داد که الگوی صمیمیت راهبردی در واعظ سنی (با حفظ کامل نمادها و ارجاع به اجماع) کمترین، در روحانی شیعه ایرانی (با صمیمیت کنترل‌شده و حفظ زنجیره استاد-شاگردی) در میانه، و در روحانی شیعه عراقی (با تلفیق صمیمیت و مرجعیت) بیشترین نزدیکی را به الگوی کشیشان مسیحی دارد، اما در نهایت از آن متمایز است. تحلیل کمی نشان داد که در نمونه مطالعه، میانگین اعتماد به مفسران دیجیتال بالاتر از حد وسط مقیاس است و نمرات گروه مسیحی در هر سه خرده‌مقیاس بالاتر از گروه مسلمان است. «میزان مصرف روزانه محتوای دینی» قوی‌ترین پیش‌بین احساس تعلق به جماعت مجازی بود. این یافته‌ها در بخش بحث در چهارچوب نظری و الهیاتی تحلیل خواهد شد.

بحث و تحلیل تطبیقی (با افزودن تحلیل الهیاتی - کلامی)

پژوهش حاضر با هدف تحلیل تطبیقی بازتعریف «مفسر» در پلتفرم‌های دیجیتال و چگونگی شکل‌گیری اجتماعات تفسیری مجازی در دو بافت مسیحی و اسلامی انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهد که پلتفرم‌های دیجیتال، فراتر از کانال انتقال پیام، با منطق درونی خود - ایجاز، نمایش صمیمیت، بار عاطفی، الگوریتم توصیه‌گر - معیارهای ارزیابی مفسر و تفسیر را تغییر می‌دهند. اما آنچه این پژوهش را از مطالعات پیشین متمایز می‌کند، تحلیل ریشه‌های الهیاتی این تفاوت‌ها و ارائه چهارچوبی هنجاری بر اساس اصول کلامی دو دین است. در این بخش، یافته‌ها در پنج محور تحلیل می‌شوند.

۱. از «مفسر نهادی» به «همراه معنوی»: هم‌سویی با مدل چیونگ و تحلیل الهیاتی تفاوت‌ها

مضمون «شخصی‌سازی روایت تفسیری» با تحلیل چیونگ (Cheong, 2013) درباره اقتدار دینی در رسانه‌های دیجیتال هم‌خوانی دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که در هر دو گروه، جذابیت شخصی و ارتباط صمیمانه به‌عنوان بُعد تعاملی اقتدار برجسته است، اما شدت و کیفیت آن تحت تأثیر مبانی کلامی متفاوت است. برای کشیش پروتستان، کنار گذاشتن ردا و سخن گفتن از ضعف شخصی، تجسیم عملی اصل «کهنات عمومی مؤمنان» و الهیات صلیب است که در آن، قدرت خدا در ضعف انسان کامل می‌شود (دوم قرنتیان ۱۲: ۹). در نتیجه، نمایش ضعف، نه تنها تهدیدی برای اقتدار نیست، بلکه آن را تقویت می‌کند. در مسیحیت کاتولیک نیز، اگرچه نهاد کلیسا اهمیت بیشتری دارد، اما از شورای دوم واتیکان به بعد، بر نقش «شبانی» و «همراهی» کشیش تأکید شده است.

در مقابل، در اسلام، عالم دینی «وارث پیامبران» است. این وراثت، صرفاً یک عنوان تشریفاتی نیست، بلکه باز «امانت‌داری علمی» را به همراه دارد. بالاترین سطح اعتماد در مسیحیان (۳۱/۴) و پایین‌ترین آن در مسلمانان (۵/۴) را می‌توان تا حدی با این تفاوت تبیین کرد: کاربر مسلمان، حتی در فضای مجازی، از مفسر انتظار دارد که حامل آن امانت باشد و شاید اذعان بیش از حد به ضعف شخصی، به‌طور ناخودآگاه، با این انتظار در تنش باشد. این تنش در تحلیل تفکیکی روحانیان مسلمان به‌روشنی دیده شد: واعظ سنی که بیشترین تأکید را بر شأن عالم به‌عنوان «حافظ جماعت» و تابع «اجماع» داشت، کمترین تن‌دادگی را به صمیمیت راهبردی نشان داد. در الهیات اهل سنت، به‌ویژه پس از تثبیت مذاهب، «اجتهاد فردی» تا حدودی محدود و بر «اجماع» تأکید شده است (Sachedina, 2001, p. 105). در نتیجه، عالم



سنی بیش از آنکه یک «مفسر خلاق و شخصی» باشد، یک «ناقل امین» سنت جمعی است و به همین دلیل، کمتر حاضر است «شخصیت فردی» خود را محور قرار دهد. در تشیع، نهاد «مرجعیت» و «اجتهاد» فردی زنده است و این فضا، تا اندازه‌ای به روحانی اجازه می‌دهد که بر اساس برداشت شخصی خود (البته در چهارچوب اصول) سخن بگوید. روحانی شیعه ایرانی با وجود نمایش صمیمیت، همواره خود را به زنجیره استاد-شاگردی متصل می‌کند. این رفتار، بازتابی از مفهوم «اجتهاد» در شیعه است که توأمان فردی و متصل به سنت است. روحانی شیعه عراقی نیز آگاهانه میان «صمیمیت پلتفرمی» و «مرجعیت علمی» در نوسان بود و این نشان می‌دهد که او الزام پلتفرم را درک کرده، اما از قطع کامل ریشه‌های کلامی خود بیم دارد. بنابراین، تفاوت میانگین اعتماد، بیش از آنکه نشانه برتری ذاتی یک دین بر دیگری باشد، انعکاس انتظارات کلامی متفاوتی است که کاربران با خود به پلتفرم می‌آورند.

۲. میانجی‌گری الگوریتمی و چالش «اخلاق تفسیر»

دومین مضمون، یعنی «میانجی‌گری الگوریتمی»، با نظریه پلتفرم‌زدگی هلموند (2015) هم‌خوانی دارد و نشان می‌دهد که الگوریتم، یک میانجی تأثیرگذار است. باین‌حال، تحلیل الهیاتی این پدیده، ابعاد تازه‌ای می‌گشاید. الگوریتمی که به محتوای عاطفی سطحی پاداش می‌دهد و تفسیرهای طولانی و مستدل را در حاشیه قرار می‌دهد، عملاً با اصول اخلاقی هر دو دین در تنش است. در مسیحیت، اصل «صدق»^۵ مستلزم آن است که مفسر، حقیقت را به‌طور کامل بیان کند، نه روایتی تحریف‌شده و صرفاً جذاب. در اسلام، فرمان به «تبلیغ حکیمان» (ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ؛ نحل، ۱۲۵، ۱۴۴۵ق.) ایجاب می‌کند که دعوت دینی با «حکمت» و «پند نیکو» همراه باشد. «حکمت» در این آیه، صرفاً به معنای سخن زیبا نیست، بلکه دانش استوار و ارائه مستدل را نیز در بر می‌گیرد. بنابراین، از منظر یک «الهیات پلتفرمی»، مفسر دیجیتال در برابر این چالش اخلاقی قرار دارد: آیا می‌تواند برای کسب لایک و بازدید، حکمت را فدای ایجاز کند؟ پاسخ الهیاتی این است که انطباق با الگوریتم، تا جایی مجاز است که «امانت در ابلاغ پیام» مخدوش نشود. این گزاره، سنگ بنای یک «فقه رسانه» است که در ادامه بسط داده خواهد شد.

۳. اجتماعات تفسیری مجازی: بازتعریف مفهوم فیش و نقد الهیاتی «حباب تفسیری»

یافته‌ها نشان داد که الگوریتم، کاربر را به سمت محتوای هم‌گرا سوق می‌دهد. این پدیده که می‌توان آن را «حباب تفسیری»^۶ نامید، از منظر الهیاتی بسیار مسئله‌ساز است. در سنت



اسلامی، مفهوم «تقریب مذاهب» و تأکید بر وحدت امت، مستلزم آگاهی از دیدگاه‌های مختلف فقهی و کلامی است. در مسیحیت نیز، جنبش «اکومنیزم»^۷ بر گفت‌وگو میان کلیساها تأکید دارد. اگر پلتفرم‌ها صرفاً کاربر را با تفسیرهایی همسو با باورهای پیشینش مواجه کنند، این امر به تعصب فرقه‌ای و طایفه‌گرایی دینی دامن می‌زند. لذا، یک «فقه رسانه تعاملی» باید به دنبال طراحی سازوکارهایی باشد که «تقریب مجازی مذاهب» را محقق سازد، نه آنکه با الگوریتم‌های تشدیدکننده هم‌گرایی، شکاف‌ها را عمیق‌تر کند. این ایده، ریشه در آیه «لِتَعَارَفُوا» (حجرات، ۱۳، ۱۴۴ق.) و آموزه مسیحی «محبت به همسایه» دارد و می‌تواند به‌عنوان یک اصل هنجاری در «الهیات پلتفرمی» پذیرفته شود.

۴. هم‌گرایی‌ها و واگرایی‌های دو بافت از منظر کلامی

تحلیل تطبیقی دو گروه، هم‌گرایی‌های درخور توجهی را در کنار چند واگرایی آشکار ساخت. **هم‌گرایی‌ها:** در هر دو بافت، کنشگران از «صمیمیت راهبردی» استفاده می‌کنند، اما با کیفیت متفاوت. الگوریتم در هر دو فضا یک میانجی قدرتمند است.

واگرایی‌ها: تفاوت بنیادین در ریشه‌های کلامی است. الهیات مسیحی، به‌ویژه در شاخه پروتستان، به دلیل اصل کهانت عمومی مؤمنان و تأکید بر جنبه انسانی ایمان، بستر مساعدتری برای مدل «همراه معنوی» فراهم می‌کند. در اسلام، جایگاه عالم به‌عنوان وارث پیامبر و حافظ شریعت، یک «کف انتظار» حداقلی از متانت و استناد ایجاد می‌کند که صمیمیت راهبردی باید در آن چهارچوب مهار شود. این به معنای نفی تحول نیست، بلکه به معنای لزوم ارائه «الگوی بومی الهیاتی» برای این تحول است.



دوره دوم / شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

۵. به‌سوی «الهیات پلتفرمی» / «فقه رسانه»: یک چهارچوب هنجاری

بر اساس آنچه گذشت، به‌جای ارائه صرف پیشنهاد‌های سیاستی کلی، می‌توان یک چهارچوب نظری - عملی مبتنی بر اصول اخلاقی مشترک و متمایز دو دین برای ارزیابی فعالیت مفسران رسانه‌ای تدوین کرد. این الگو که می‌توان آن را «الهیات پلتفرمی» نامید، دارای چهار اصل است:

اصل اول: صدق و حکمت در ارائه محتوا^۸

مفسر دیجیتال متعهد است که محتوای خود را صادقانه و بدون تحریف ارائه دهد. انطباق با قالب‌های پلتفرم (ایجاز، تصویر، داستان‌گویی) نباید به قیمت قربانی شدن «حکمت» تمام

7. Ecumenism

8. Truthfulness & Wisdom

شود. اصل «صدق» در مسیحیت (افسیسیان ۴: ۲۵) و «تبلیغ حکیمانه» در اسلام، مبنای این تعهد است. برای نمونه، یک ویدئوی ۶۰ ثانیه‌ای که صرفاً با تحریک عواطف، تفسیری ناقص از یک آیه ارائه می‌دهد، از منظر این اصل، نیازمند بازنگری است.

اصل دوم: حفظ زنجیره سنت^۹

مفسر، حتی در غیررسمی‌ترین قالب‌ها، باید پیوند خود را با سنت تفسیری قطع نکند. این اصل در اسلام، با مفهوم «اتصال سند» و «وراثت علمی» و در مسیحیت با تأکید بر «تداوم سنت رسولی» توجیه می‌شود. بر اساس این اصل، یک روحانی می‌تواند بدون عماله نیز سخن بگوید، اما باید نشان دهد که آنچه می‌گوید، ریشه در سنت معتبر دارد. تحلیل کنشگران نشان داد که حفظ این زنجیره، سبب افزایش اعتماد پایدار می‌شود.

اصل سوم: تعامل هم‌دلانه و متوازن^{۱۰}

صمیمیت و خودافشاگری راهبردی، تا جایی مجاز است که به خودنمایی (نارسیسیسم رسانه‌ای) یا نقض حریم شخصی منجر نشود و هدف آن صرفاً تسلی و هدایت باشد. مفسر باید بداند که مخاطب او را به‌عنوان «نماد دین» می‌نگرد و افراط در نمایش ضعف‌های شخصی، ممکن است به‌جای همراهی، دل‌سردی ایجاد کند. این اصل، حد وسطی میان الگوی کشیش پروتستان و واعظ سنی مصری را پیشنهاد می‌کند.

اصل چهارم: تقریب و پرهیز از حباب‌های تفسیری^{۱۱}

مفسران و پلتفرم‌ها باید به‌گونه‌ای عمل کنند که کاربر، علاوه بر محتوای هم‌گرا، با تفاسیر معتبر از سایر مذاهب اسلامی (برای مسلمانان) یا سایر فرق مسیحی (برای مسیحیان) و نیز در سطحی بالاتر، با تفسیرهای بینادینی مواجه شود. این اصل، ریشه در مفاهیم «تقریب مذاهب اسلامی» و «گفت‌وگوی بینادینی» دارد و می‌تواند پادزهری در برابر قطبی‌شدگی تفسیری در پلتفرم‌ها باشد.

این چهارچوب چهاروجهی، یک «منشور اخلاق تفسیر دیجیتال» را شکل می‌دهد که هم برای ارزیابی عملکرد کنشگران موجود و هم برای سیاست‌گذاری نهادهای دینی قابل استفاده است.

محدودیت‌های پژوهش و مسیرهای آتی

پیش از نتیجه‌گیری، توجه به چند محدودیت ضروری است.

9. Chain of Tradition

10. Empathetic Engagement

11. Approximation & Avoiding Echo Chambers



نخست، حجم نمونه کیفی (شش کنش گر) با هدف تحلیل عمیق و ساخت ابزار کمی تناسب داشت، اما اجازه تعمیم مضمون‌ها را به کل کنشگران رسانه‌ای در دو سنت نمی‌دهد. تفکیک مذاهب اسلامی در فاز کیفی انجام شد، اما به دلیل تعداد کم پاسخگویان سنی در فاز کمی، امکان تحلیل آماری تفکیکی وجود نداشت. مطالعات آتی می‌توانند با نمونه‌های بزرگ‌تر و متوازن از مذاهب مختلف، تحلیل کمی دقیق‌تری ارائه دهند.

دوم، استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس و توزیع برخط پرسشنامه در فاز کمی، به سوگیری خودانتخابی انجامیده است: احتمالاً کاربرانی با درگیری بالاتر با محتوای دینی، بیش از سایرین به پرسشنامه پاسخ داده‌اند. این سوگیری می‌تواند میانگین نمرات اعتماد و تعلق را در نمونه، بالاتر از جامعه کلی کاربران نشان دهد.

سوم، انتخاب کنش گرانی از بافت‌های فرهنگی-جغرافیایی متفاوت (امریکای شمالی، اروپای شرقی، امریکای لاتین، ایران، مصر، عراق) تنوع مطلوبی برای مقایسه فراهم کرد، اما هم‌زمان این پرسش را پیش می‌کشد که آیا تفاوت‌های مشاهده‌شده میان دو گروه، ریشه در سنت دینی دارد یا در زمینه فرهنگی - پلتفرمی هر منطقه. پژوهش‌های آتی می‌توانند با کنترل آماری متغیرهایی نظیر منطقه جغرافیایی، سطح دینداری و نوع پلتفرم، سهم هر یک از این عوامل را با دقت بیشتری برآورد کنند.



دوره دوم/ شماره ۲
پاییز و زمستان ۱۴۰۴

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف تحلیل تطبیقی بازتعریف «مفسر» در پلتفرم‌های دیجیتال و چگونگی شکل‌گیری اجتماعات تفسیری مجازی در دو بافت مسیحی و اسلامی، با افزودن لایه تحلیل الهیاتی، سه پرسش اصلی را دنبال کرد.

پرسش نخست به راهبردهای برساخت اقتدار تفسیری اختصاص داشت. یافته‌ها نشان داد که کنش‌گران از «صمیمیت راهبردی» استفاده می‌کنند، اما این راهبرد در میان روحانیان مسلمان یکدست نیست: از واعظ سنی که کمترین فاصله را از نهاد سنتی دارد تا روحانی شیعه عراقی که بیشترین تلفیق را میان صمیمیت و مرجعیت ایجاد کرده، طیفی شکل گرفته است. این طیف، ریشه در مبانی کلامی مانند «وراثت پیامبران»، «اجماع» و «اجتهاد» دارد. پرسش دوم به سطح اعتماد کاربران می‌پرداخت. اعتماد در مسیحیان بالاتر بود. این تفاوت را نمی‌توان صرفاً به دین نسبت داد، بلکه باید در پرتو الهیات پروتستان (کهنات عمومی مؤمنان) و انتظارات تاریخی کاربران مسلمان از عالم دینی تحلیل کرد.

پرسش سوم به ویژگی‌های اجتماعات مجازی مربوط می‌شد. این اجتماعات، سیال، الگوریتم‌محور و متمرکز بر محتوای هم‌گرا هستند. این وضعیت، از منظر الهیاتی، خطر ایجاد

«حباب‌های تفسیری» را به همراه دارد که با اصول «تقریب» در اسلام و «اکومنیسم» در مسیحیت در تعارض است.

نتیجه بنیادین پژوهش آن است که پلتفرم‌ها، اقتدار تفسیری را بازتعریف می‌کنند، اما این بازتعریف در خلأ رخ نمی‌دهد، بلکه با مقاومت یا پذیرش سنت‌های کلامی مواجه می‌شود. برای مواجهه فعال با این وضعیت، این مقاله الگوی «الهیات پلتفرمی» را پیشنهاد کرد که می‌تواند شالوده یک «فقه رسانه» برای ارزیابی اخلاقی کنشگری دینی در عصر دیجیتال باشد.

پیشنهادهای سیاستی و الهیاتی

بر مبنای یافته‌ها و چهارچوب الهیات پلتفرمی، پیشنهادها جایگزین توصیه‌های کلی مدیریتی پیشین می‌شود:

۱. تدوین «منشور اخلاق تفسیر دیجیتال»: نهادهای دینی (حوزه‌های علمیه، شوراهای کلیسایی، الازهر) با همکاری متخصصان رسانه، بر اساس اصول چهارگانه «صدق و حکمت»، «حفظ زنجیره سنت»، «تعامل هم‌دلانه» و «تقریب مجازی»، منشوری برای ارزیابی و حمایت از مفسران رسانه‌ای تدوین کنند.

۲. حمایت از الگوی متوازن: به جای طرد کامل مفسران پلتفرمی یا تأیید بی‌قیدوشرط آنان، از مفسرانی که توانسته‌اند میان منطق پلتفرم و عمق سنتی تعادل برقرار کنند (مانند الگوی تلفیقی روحانی شیعه عراقی) به‌عنوان نمونه‌های موفق تجلیل و حمایت شود.

۳. طراحی پلتفرم‌های دینی «حکمت‌محور»: فعالان فناوری در جهان اسلام و مسیحیت می‌توانند با الهام از «فقه رسانه»، پلتفرم‌ها یا الگوریتم‌هایی را طراحی کنند که به‌جای پاداش‌دهی صرف به محتوای عاطفی و کوتاه، به تنوع تفسیری، ارجاع‌دهی به منابع معتبر و تعامل میان‌مذهبی پاداش دهند و زمینه «تقریب مجازی» را فراهم آورند.

۴. آموزش «سواد رسانه‌ای الهیاتی»: برای طلاب و کشیشان آینده، دوره‌های آموزشی طراحی شود که در آن‌ها ضمن آموزش مهارت‌های پلتفرمی، مبانی «اخلاق تفسیر دیجیتال» بر اساس سنت‌های کلامی خودشان تدریس گردد.

پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

۱. مطالعه تطبیقی با کنترل متغیر فرهنگ و مذهب: پژوهش‌های آتی با نمونه‌گیری از مسلمانان یک کشور (مثلاً شیعه و سنی در عراق) یا مقایسه کاتولیک‌های یک کشور با مسلمانان همان کشور، می‌توانند سهم مذهب و فرهنگ را دقیق‌تر تفکیک کنند.

۲. مطالعه طولی: بررسی روند تغییر محتوای تفسیری و راهبردهای اقتدار در یک دوره پنج‌ساله.



۳. بررسی تأثیر هوش مصنوعی مولد بر تفسیر دینی: با ظهور چت‌بات‌ها، این پرسش که نقش مفسر انسانی در برابر مفسر هوش مصنوعی چه تغییری می‌کند، یک افق پژوهشی بکر است.

۴. مطالعه کیفی بر کاربران خارج‌شده: بررسی دلایل الهیاتی و روان‌شناختی افرادی که آگاهانه از اجتماعات مجازی فاصله گرفته و به نهادهای سنتی بازگشته‌اند.

سخن پایانی

این پژوهش نشان داد که عصر پلتفرم‌ها، با همه چالش‌هایش، دوران «پایان اقتدار» نیست، بلکه دوران «بازتوزیع اقتدار» در بستر شبکه‌هاست. مفسران دیجیتال، چه در قامت یک کشیش با تی‌شرت و چه در هیئت یک روحانی با عمامه، سفیران سنت‌های کهن در قلمروی جدیدند. وظیفه الهیات عملی، نه نفی این واقعیت، که تجهیز این سفیران به نقشه راهی اخلاقی است تا در این سفر، امانت‌دار حکمت و صدق باشند و پلتفرم‌ها را به فضایی برای «تعارف» و هم‌دلی بدل کنند، نه تأیید و تشدید تعصبات.

فهرست منابع

- بیچرانلو، ع. و مؤمنی، ح. (۱۴۰۲). سنخ‌شناسی فعالیت روحانیون شیعه ایرانی در اینستاگرام. مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، ۱۲(۳)، ۴۰۹-۴۲۷.
- جعفری، م. (۱۳۹۹). اینستاگرام و بازتولید فرهنگ دینی عامه‌پسند در میان جوانان ایرانی. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۸(۲)، ۱۵۵-۱۹۰.
- رضوی دینانی، ا.؛ عقلی، و.؛ و مسعودی، ح. (۱۴۰۲). تحلیل گفتمان پیام دینی آنلاین (مطالعه موردی: صفحه‌های اینستاگرام علیرضا پناهیان و حسن آقامیری). نشریه علمی دین و ارتباطات، ۳۰(۲)، ۶۲۵-۶۵۲.
- فتحی اصل، آ. (۱۴۰۴). گونه‌شناسی کنشگری بانوان طلبه در اینستاگرام. دوفصلنامه علمی - پژوهشی دین و سیاست فرهنگی، ۱۱(۲۳)، ۷-۲۸.
- کلینی، م. (۱۴۰۷ق). الکافی. دارالکتب الاسلامیه.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

Campbell, H. A. (2020). *Digital creatives and the rethinking of religious authority*. Routledge.

Cheong, P. H. (2013). Authority. In H. A. Campbell (Ed.), *Digital religion: Understanding*



religious practice in new media worlds (pp. 72-87). Routledge.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Fish, S. (1980). *Is there a text in this class? The authority of interpretive communities*. Harvard University Press.

Golan, O., & Martini, M. (2020). The making of contemporary papacy: Manufactured charisma and Instagram. *Information, Communication & Society*, 23(12), 1712-1729. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2019.1594824>

Helmond, A. (2015). The platformization of the web: Making web data platform ready. *Social Media+ Society*, 1(2), 2056305115603080.

Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights: Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9-26.

McGrath, A. E. (2016). *Christian Theology: An Introduction* (6th ed.). Wiley.

Nisa, E. F. (2018). Social media and the birth of an Islamic social movement: ODOJ (One Day One Juz) in contemporary Indonesia. *Indonesia and the Malay World*, 46(134), 24-43.

Sachedina, A. (2001). *The Islamic Roots of Democratic Pluralism*. Oxford University Press.

Zaid, B., & Fedtke, J. (2022). Digital Islam and the Muslim millennial generation. *Religions*, 13(5), Article 421. <https://doi.org/10.3390/rel13050421>

