

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

ابوالفضل احمدی^۱

مهرداد نوابخش^۲

عبدالرضا ادهمی^۳

تاریخ وصول: ۹۸/۰۴/۲۲

تاریخ پذیرش: ۹۸/۱۱/۰۸

چکیده

این مقاله پژوهشی اکتشافی است که درصدد تبیین نقش ذوق یا سلیقه در اعمال و رفتارهای دینی مردم در جامعه می‌باشد؛ به این منظور، ضمن مطالعه‌ی اسنادی، با استفاده از نمونه‌گیری غیراحتمالی هدف‌مند و گزینشی، با ۱۵ نفر از اساتید میرز حوزه‌های علمیه‌ی تهران و قم نیز مصاحبه‌ی عمیق و نیمه ساخت‌یافته به عمل آمده و داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد واکاوی قرار گرفته است. برخی از یافته‌های این پژوهش عبارتست از: آداب و رفتار اسلامی، مشحون از سلیقه‌ی دین‌داران است، به گونه‌ای که افراد با توجه به ذوق و تمایلات درونی خود، در فضا و اجتماعات دینی قرار گرفته و ضمن افزایش سرمایه‌ی دینی خود، بتوانند با انتخاب اعمال و رفتار دینی که با ذوق و ترجیحات درونی آنان نیز تناسب دارد، تکالیف دینی خود را با خرسندی اداء نموده و ارزش‌های دینی را در جامعه منعکس نمایند. بنابراین، رفتاری که در حیطه‌ی مستحبات و اعمال دینی افراد می‌گنجد، همان آداب اسلامی است که نمودی اجتماعی داشته و از منظر جامعه‌شناختی نیز عینیت یافته‌ی ذوق و سلیقه‌ی افراد می‌باشد. از دیگر یافته‌های این پژوهش نیز می‌توان به شناسایی ویژگی‌ها، الزامات، عوامل مؤثر در شکل‌گیری و تقویت سلیقه‌ی دینی و همچنین، شناسایی مصادیق سلیقه‌ی دینی برتر در قرآن کریم اشاره نمود.

واژگان کلیدی: دین، ذائقه‌ی دینی، ذوق و سلیقه، اجتماعات دینی، رفتار دینی.

۱- دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی فرهنگی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- استاد گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

mehرداد_navabakhsh@yahoo.com

۳- دانشیار گروه علوم اجتماعی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

مقدمه

دین یکی از عناصر مهم در جامعه‌ی ایران می‌باشد؛ به طوری که تا به امروز نیز عاملی مؤثر در کنش و رفتار فردی و اجتماعی به شمار می‌آید؛ از این رو، مطابق فضای اجتماعی مورد نظر بوردیو - که بستر شکل‌گیری سرمایه‌هاست- در ایران نیز یک فضای دینی ایجاد شده که در تشکیل سرمایه‌ی دینی افراد مؤثر می‌باشد و با تشکیل حکومت اسلامی در ایران، این فضای دینی تقویت و تثبیت شده است که در تشکیل سرمایه‌ی دینی افراد مؤثر واقع گردید؛ بنابراین، به تدریج، دین به عنوان یک نهاد، ارزش و ویژگی مهم فرهنگی در جامعه‌ی ایرانی وارد شد که خود به خود صورت‌های رفتاری منطبق با ارزش‌های دینی را ایجاد نمود؛ بدین ترتیب، دین هم‌چون یک سرمایه، نقشی تأثیرگذار بر کنش، رفتار و نحوه‌ی مصرف فرهنگی و مادی افراد گردید؛ هر چند با توجه به بستر تعاملات جهانی، در دو دهه‌ی اخیر، زمینه‌هایی هم‌چون رشد کمی نیروهای جوان در جامعه و اهمیت یافتن فراغت برای این قشر، رشد طبقه‌ی متوسط (فرهنگی) به واسطه‌ی توسعه‌ی آموزش، افزایش تحرک اجتماعی و جغرافیایی، گسترش رسانه‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی، ارزش‌ها و آرمان‌ها و نگرش‌های مصرفی و هویتی ایرانیان را دچار تحول و بازاندیشی نموده است؛ از طرفی، با توجه به اهمیت یافتن مصرف به عنوان یک معیار هویت بخش و تمایزبخش، می‌تواند در ذائقه و سلیقه‌های دینی کنشگران جامعه نیز تأثیر گذاشته و تغییراتی در آن ایجاد نماید (ترنر، ۱۳۸۷: ۷) به گونه‌ای که در دنیای امروز، فرهنگ مصرف طیف وسیعی از انتخاب‌ها را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌دهد و انتخاب نیز بیانگر ارزش‌ها، نگرش‌ها و ذائقه‌هایی است که مفهوم مصرف به هویت اجتماعی مربوط می‌شود.

علی‌رغم این که مردم ایران دارای باورها و اعتقادات دینی می‌باشند، و دین و ارزش‌های دینی نیز در تمامی شئون زندگی آنان نقش‌آفرینی کرده و ملاک و معیار عمل آنان می‌باشد؛ ولیکن چگونگی تأثیرگذاری دین در زندگی مردم، از ذائقه‌ها و سلیقه‌های جدیدی پیروی می‌کند؛ به عبارت دیگر، ذائقه و سلیقه‌های دینی‌شان دستخوش این دگرگونی‌ها شده و شیوه و سبک زندگی، مصرف، اوقات فراغت و نوع پوشش آنان را تحت تأثیر خود قرار داده است؛ از این رو، به نظر می‌رسد، در دهه‌های اخیر، عوامل متعددی باعث شده ذائقه‌ی دینی مردم دچار تغییر و تحول گردد که این تغییرات را می‌توان به وضوح در نوع انتخاب مردم در مصرف مادی و غیرمادی در زندگی روزمره‌شان به وضوح مشاهده نمود.

به پیروی از چارچوب فکری و نظری بوردیو، پیرامون تغییرات ذائقه‌های کنش‌گران جامعه، می‌توان بررسی کرد که چگونه شیوه‌های مختلف تملک سرمایه (از جمله سرمایه‌ی مذهبی) در داخل گروه‌هایی از مردم، منظومه‌های متفاوتی از ذوق و قریحه به بار می‌آورد که همراه است با توقعات متفاوت بسیار تمایز یافته‌ای نسبت به مصرف هنری، اثاثیه، دکوراسیون منزل، فعالیت‌های فراغتی، مدیریت بدن و ... که در واقع مؤلفه‌های سبک زندگی به شمار می‌روند. بنابراین، افراد و گروه‌ها بر حسب موقعیت‌های متمایز و متفاوتی که در فضای اجتماعی دارند که برگرفته از تملک سرمایه‌های گوناگون است و در

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

نتیجه با درونی کردن این وضعیت و نمادهای آن (عادت‌واره‌ها) موضع و نظام طبقه‌بندی اجتماعی مشخصی را کسب می‌کنند. از قبال این نظام، ترجیحات و ذائقه‌هایی در ذهن و اعمال شخص ایجاد می‌شود که در تمایز و گاهی در تضاد با افراد و گروه‌های دیگر است. این ترجیحات و ذائقه‌ها در محدوده‌ی سرمایه‌های فرد (فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و نمادین) در قالب کنش‌ها و اعمالی بروز می‌یابد که سبک‌های زندگی متمایز و متنوعی می‌آفریند (بورديو، ۱۹۸۴ به نقل از مهدوی کنی: ۱۶۵-۱۶۴) بنابراین، افراد مختلف با سرمایه‌های متفاوت مذهبی (میزان پایین یا بالای دین‌داری) دارای ترجیحات و ذائقه‌های متمایز و تاحدی متضاد در مصرف، اوقات فراغت، مدیریت بدن و ... می‌شوند؛ بدین ترتیب، نه فقط در مصرف مادی آنان تأثیر گذاشته، بلکه در مصرف فرهنگی و دینی آنان نیز مؤثر بوده و به عبارت دیگر ذائقه یا سلیقه‌ی دینی دین‌داران را نیز دچار دگرگونی کرده و تغییر داده است.

بورديو در کتاب تمایز، با فلسفه‌ی زیبایی‌شناختی کانت و این ادعای وی که ذائقه‌های ما ذاتی و ناب و خالص هستند و ذائقه را متنوع از حیات اجتماعی می‌داند، به مخالفت پرداخته و براین باور است که ذوق و سلیقه افراد شدیداً به موقعیت فرد در فضای اجتماعی که در آن قرار دارد بستگی دارد؛ بنابراین، طبقات مختلف جامعه، ذائقه‌ها و سلیقه‌های فرهنگی متفاوتی دارند. از دید کانت، همه‌ی موجودات معقول صرفاً به اعتبار معقول بودنشان می‌توانند احکامی زیبایی‌شناختی صادر کنند. آن‌ها در مواجهه با یک شیء به لذت دست می‌یابند که بلاواسطه است، ولیکن بورديو که می‌خواهد تحلیل ساختاری یا رابطه‌ای را جانشین خوانش ذات‌گرا کند، به تبیین رابطه‌ی ذائقه‌ی زیبایی‌شناختی و زمینه‌ی اجتماعی آن می‌پردازد؛ بنابراین، از منظر بورديو، تفاوت‌های ذوقی افراد، تفاوت‌های ذاتی نیستند، بلکه این تفاوت‌ها از جایگاه اجتماعی آن‌ها ناشی می‌شوند. بدین ترتیب، میان جایگاه اجتماعی و سلیقه‌های هنری و زیبایی‌شناختی افراد رابطه‌ای مستقیم وجود دارد در نتیجه، سلیقه نه انتخابی ذاتی، بلکه حاصل انعکاس یافتن ساختارهای حاکم در عادت‌واره‌های افراد است (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۹).

بورديو در کتاب خود که به نوعی جامعه‌شناسی سلیقه است، سبک‌های زندگی طبقات مختلفی را آورده است؛ او، برحسب این که انسان‌ها و گروه‌ها چه رفتارهایی، در ابعاد مختلف از خود بروز می‌نمایند و یا این که چگونه و چه مقدار از زمان‌شان را صرف رفتارهای مصرفی می‌کنند، سبک‌های زندگی را مورد مطالعه قرار می‌دهد که بدین ترتیب، بین گروه‌ها و لایه‌ها، مرزهای نمادین ایجاد می‌شود، بنابراین، برای این که بتوان درک صحیح و کاملی از سبک‌های زندگی از منظر بورديو را به دست بیاوریم، ضرورت دارد به مفاهیم کلیدی او نظیر میدان، هبیتاس، سرمایه، طبقه و ذوق و سلیقه اشاره شود؛ البته این نکته مهم است، اگرچه هریک از این مفاهیم به تنهایی ارزشمند و مهم‌اند، اما اهمیت نظری آن‌ها پیوند میان‌شان است؛ اعتبار این مفاهیم نه در سطح انتزاعی، بلکه در میدان تحلیل جامعه‌شناختی نیز نمایان می‌شود (جلایی پور، ۱۳۸۸: ۳۲۲) بنابراین، ما نیز یک مروری کلی بر پیوند این مفاهیم نموده و سپس مفهوم سلیقه یا ذائقه را تشریح خواهیم نمود.

بورديو، برای شکل‌گیری کنش یا عمل، به چگونگی ارتباط میان سه مفهوم عادت‌واره، سرمایه و میدان پرداخت که به نظر می‌رسد، آن‌چه که - اصطلاحاً - به عنوان نخ تسبیح این سه مهره یا مفهوم از اهمیت خاصی برخوردار است، مفهوم سلیقه در نظر او می‌باشد که خودش نیز در نمودار فرآیند شکل‌گیری سبک زندگی به آن اشاره نموده و نقش کلیدی آن را یادآور شده است؛ از طرفی، بورديو بر این باور است که الگوهای مصرف اصلی‌ترین عوامل ایجاد کننده سبک‌های زندگی‌اند (باکاک، ۱۳۸۱: ۹۹) بر این اساس، اهمیت مفهوم سلیقه - که مهم‌ترین عامل انتخاب در چگونگی مصرف در ابعاد گوناگون است - دوچندان می‌شود؛ به گونه‌ای که بورديو ذوق و سلیقه را فرمول مولد سبک زندگی معرفی کرده و معتقد است: ذایقه و ترجیحات زیباشناختی متفاوت، سبک‌های زندگی متفاوتی را ایجاد می‌کنند؛ به گونه‌ای که سبک زندگی، عینیت‌یافته و تجسم‌یافته سلیقه و ترجیحات افراد می‌باشد (همان: ۹۶).

بنابراین می‌توان چگونگی ارتباط سلیقه با سایر مفاهیم بورديو را این‌چنین توصیف نمود: سبک زندگی متأثر از سلیقه (یا ذائقه) و سلیقه پیامد عادت‌واره و عادت‌واره نیز محصول جایگاه فرد در ساختارهای عینی اجتماعی است. جایگاه فرد در ساختار اجتماعی که مشخص‌کننده‌ی میزان بهره‌مندی وی از انواع سرمایه است، عادت‌واره‌ی او را شکل می‌دهد و عادت‌واره نیز مولد دو نوع نظام است: یکی نظامی از رویه‌های ادراک و ارزیابی، یعنی همان ذایقه و دیگری نظامی از رویه‌های ایجادکننده‌ی اعمال قابل طبقه‌بندی که تعامل این دو نظام سبک زندگی را ایجاد می‌کند؛ ولیکن، این یک طرف رابطه است؛ سبک زندگی و فرآیندهای مصرفی به منزله‌ی تجلی آن، هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی شده است و هم نظامی از اعمال طبقه‌بندی کننده؛ از این‌رو است که فرآیندهای مصرفی خود به منزله‌ی متغیری مستقل در ایجاد سلسله مراتب اجتماعی مطرح‌اند. نکته‌ی مهم‌تر آن‌که رابطه‌ی عادت‌واره و ساختار اجتماعی یک سویه نیست، بلکه بورديو از رابطه‌ی دیالکتیکی شرایط و منش سخن می‌گوید که سبب تغییر در توزیع سرمایه و توازن رابطه‌ی قدرت در جامعه می‌شود و سیستمی از تفاوت‌های ادراک شده و دارایی‌های متمایز ایجاد می‌کند. که در واقع همان توزیع سرمایه‌ی نمادین و سرمایه‌ی مشروعی است که حقیقت عینی را تحریف می‌کند (بورديو، ۱۳۹۰: ۲۴۲-۲۴۱) و سرمایه‌ی نمادین نیز محصول شناخته شدن و به رسمیت شناخته شدن توسط دیگران است، بنابراین، نیازمند آن است که مقوله‌های فهم و ادراک دیگران این اعمال و رویه‌های مصرفی را به عنوان برتر شناسایی کنند.

بدین ترتیب، فضای اجتماعی بر مبنای سرمایه‌ی ساخته می‌شود؛ به گونه‌ای که هر قدر سرمایه‌ی فرد بیش‌تر باشد، در فضای اجتماعی دارای موقعیت بالاتری قرار می‌گیرد. بورديو استدلال می‌کند مردمی که به طور نزدیک در یک فضایی اجتماعی قرار دارند، دارای مشابهت‌هایی بسیار هستند؛ حتی اگر هرگز یکدیگر را ندیده باشند. به عبارت دیگر، مردمی که در فضای اجتماعی مشابهی قرار دارند، ذایقه‌های مشابه و سبک‌های زندگی مشابه دارند (گیبینز و ریمر، ۱۱۶: ۱۳۸۱) در واقع به ازای هر سطحی از موقعیت‌ها، سطحی از سبک‌های زندگی و ذایقه‌هایی وجود دارد که بر اثر شرایط اجتماعی مناسب با آن

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

به وجود می‌آیند و به وسیله‌ی این سلیقه‌ها و ظرفیت تکثیرکننده‌ی آن‌ها، مجموعه‌ی انتظام یافته‌ای از ثروت‌ها و خصلت‌ها به وجود می‌آید که در درون خود از نوعی وحدت روش‌ها برخوردارند (بورديو، ۱۳۸۰: ۳۵).

مرور تحقیقات پیشین بیانگر این است که تاکنون تحقیقات متعدد و پایان‌نامه‌های فراوانی در حوزه‌های «دین» و «تغییر ذائقه‌ی موسیقایی» نگاشته شده است، ولیکن مطابق بررسی نگارنده، تاکنون پژوهشی مستقل با موضوع ذائقه یا سلیقه‌ی دینی تألیف نشده است؛ البته پایان‌نامه‌های دانشجویی با موضوعات بررسی سلیقه و ذوق موسیقایی اقشاری از جامعه از قبیل جوانان و زنان نگاشته شده که نوعاً در مقطع کارشناسی ارشد می‌باشد؛ بدین ترتیب، موضوع این پژوهش، بدیع و جدید می‌باشد. لذا با توجه به مطالبی که ذکر گردید این پژوهش به دنبال چپستی و چگونگی شکل‌گیری ذائقه‌ی دینی در رفتارهای دینی مردم می‌باشد؟ و در صدد پاسخگویی به سوالات زیر است:

جایگاه سلیقه در دین چیست؟ ابعاد سلیقه در دین کدامند؟ مفهوم ذائقه‌ی دینی چیست؟ اصول و الزامات سلیقه‌ی دینی چیست؟ ویژگی‌های ذائقه‌ی دینی چیست؟ عوامل شکل‌دهنده‌ی سلیقه یا ذائقه‌ی دینی کدام است؟

روش

با توجه به این که نگارنده در پژوهش حاضر، به دنبال کشف مفهوم جدیدی تحت عنوان سلیقه‌ی دینی بوده، طبعاً رویکردی کیفی داشته و از روش تحلیل محتوای کیفی بهره برده است، زیرا یکی از اهداف مهم این روش، کشف پدیده‌های جدید می‌باشد؛ به طوری که کرسول (۱۹۹۸) براین باور است: پژوهش کیفی، یک فرآیند بررسی فهم و درک مبتنی بر سنت‌های روش‌شناختی مشخصی است که یک مسئله‌ی اجتماعی یا انسانی را کشف می‌کند؛ این پژوهش، تصاویری پیچیده و کلی می‌سازد، واژه‌ها را تحلیل، دیدگاه‌های آگاهی‌دهندگان را به‌گونه‌ی مشروح گزارش و مطالعه را در یک محیط طبیعی هدایت می‌کند (هومن، ۱۳۸۹: ۱۹)؛ البته ضمن استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی، برای فهم صحیح از مفهوم ذائقه‌ی دینی، از روش اسنادی نیز بهره گرفته شده و مصادیق این مفهوم در قرآن کریم و برخی کتاب‌های مرجع اسلامی مطالعه شده است. اساساً تحقیق کیفی عبارت است از هر نوع تحقیقی که یافته‌هایی را به دست می‌دهد که با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هرگونه کمی کردن کسب شده‌اند (استراس و کوربین، ۱۳۹۳: ۱۷). هدف پژوهش کیفی، اکتشافی است و در آن تلاش می‌شود مبتنی بر داده‌هایی که از میدان طبیعی به دست می‌آیند، الگوها یا روابط موجود میان پدیده‌ها کشف و توصیف گردد؛ بنابراین، در هدف اکتشافی، پژوهشگر پدیده یا بافت را مشاهده و ثبت می‌کند، آن‌چه را که رخ می‌دهد، توصیف و یا داده‌ها را جمع‌آوری و فرضیه‌هایی را درباره‌ی پدیده‌ی مورد مطالعه کشف می‌کند؛ بدین ترتیب، نظریه‌ها یا الگوهای کامل و یا فرضیه‌هایی برای هدایت پژوهشگر و طرح

پرسش‌های خاص وجود ندارد و اغلب اطلاعات کشف شده به صورت توصیفی طبقه‌بندی، تحلیل، یا نوشته می‌شوند و یا چنین پژوهشی ممکن است به صورت‌بندی فرضیه منتهی شود (میرزایی، ۱۳۹۵: ج ۱: ۸۱).

در این پژوهش با بهره‌گیری از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی هدف‌مند و گزینشی، تعداد ۱۵ نفر از روحانیون دارای سطوح عالی‌ه‌ی حوزه‌ی علمیه که دارای منصب‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و علمی مختلفی هستند، انتخاب شدند و با آنان پیرامون موضوع سلیقه‌ی دینی مصاحبه - عمیق و نیمه ساخت‌یافته- به عمل آمده است که نمونه‌گیری پس از رسیدن به اشباع نظری به پایان رسیده و در نهایت از روش تحلیل محتوایی، داده‌های گردآوری شده تحلیل گردیده اند؛ ضمناً، از روش اسنادی نیز برای بررسی مفهوم سلیقه در قرآن کریم و برخی روایات وارده استفاده شده است. علی‌ایحال، مشخصات مصاحبه‌شوندگان به شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول (۱): مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	تاریخ تولد	تحصیلات	شغل
۱	۱۳۴۳	درس خارج حوزه و دکتری الهیات	امام جماعت- رئیس شورای شهر ... ادوار قبل
۲	۱۳۵۰	درس خارج حوزه و دکتری معارف	مسئول نهاد رهبری ... استاد حوزه و دانشگاه
۳	۱۳۴۹	فوق لیسانس حوزوی	امام جماعت- محقق و فعال فرهنگی
۴	۱۳۴۴	درس خارج حوزه و دکتری ادبیات فارسی	امام جماعت- استاد حوزه و دانشگاه
۵	۱۳۴۰	اتمام خارج فقه حوزوی	امام جمعه شهر ...
۶	۱۳۴۱	اتمام خارج فقه حوزوی دکتری حقوق	مدرس خارج فقه و اصول حوزه قم- عضو شورای نگهبان- نماینده خبرگان رهبری...
۷	۱۳۳۹	خارج فقه حوزوی- دکتری حقوق	استاد دانشگاه- نماینده مجلس... ادوار قبل
۸	۱۳۶۰	اتمام دوره‌ی سطح ۲ حوزه	واعظ- منبری
۹	۱۳۴۵	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	استاد سطوح عالی حوزه و نایب رئیس مجمع نمایندگان حوزه علمیه قم
۱۰	۱۳۳۵	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	معاون تبلیغ حوزه علمیه قم
۱۱	۱۳۳۹	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	معاون رئیس جمهور ادوار قبل
۱۲	۱۳۳۸	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	کارمند بازنشسته- واعظ و محقق
۱۳	۱۳۴۱	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	نماینده رهبری دریکی از ارگان‌ها
۱۴	۱۳۳۵	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم
۱۵	۱۳۴۳	اتمام خارج فقه و اصول (سطح ۴)	استاد سطوح عالی حوزه علمیه قم

یافته‌ها

جایگاه سلیقه در دین چیست؟ در پاسخ به سؤال جایگاه سلیقه در دین چیست، متناسب با مصاحبه‌های به عمل آمده، دو نوع دیدگاه به دست آمد، به طوری که برخی از مصاحبه‌شوندگان، سلیقه را معادل مفهوم انحراف دانسته و معتقد بودند چون سلیقه در دین انحراف ایجاد می‌کند، بنابراین، در اسلام سلیقه یا ذایقه وجود نداشته و اساساً اسلام آمده تا سلیقه‌ها را یکسان کند، البته این دسته از مصاحبه‌شونده‌ها، ایجاد سلیقه در اصل دین مدنظرشان بوده است، ازاین رو، اعمال سلیقه در دین را انحراف و

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

بدعت دانسته اند؛ و بعضی دیگر که اکثریت مصاحبه‌شونده‌ها را تشکیل می‌دادند، بر این عقیده بودند که سلیقه در دین از نقش به‌سزایی برخوردار است و ضمن این‌که اصول و مسلمیات دین، سلیقه‌بردار نیست، ضرورت دارد حدود و ثغور آن در رفتارهای دینی افراد جامعه مشخص گردد.

در مجموع می‌توان گفت هر دو دسته بر این باورند که در اصول اساسی و مسلمیات دینی، سلیقه وجود ندارد، بنابراین می‌بایست جایگاه آن را در رفتارهای دینی مشخص نموده و برای این‌که از ایجاد انحراف در دین جلوگیری شود، حدود و ثغور آن مورد مذاقه قرار گرفته و به‌طور مشخص تعیین گردد.

با استناد به نظرات مصاحبه‌شونده‌ها به همراه بهره‌گیری از مطالعات اسنادی می‌توان گفت: دین اسلام، دینی است که خداوند متعال در قرآن کریم آن را دینی جهان‌شمول معرفی کرده^۱ و این دین را از بشر خواسته است و با توجه به این‌که گستره‌ی فعالیت و حضور آن، جهان‌هدف‌گزاری شده است، بنابراین، هنگامی که در قرآن کریم به برخی تکالیف الهی از جمله روزه گرفتن برای مکلفین سخن به میان می‌آید، می‌فرماید: «ما در دینداری، برای شما سهل و آسان گرفتیم نه این‌که به سختی و مشقت بیفتید»^۲ یعنی در روزه گرفتن شرایط مکلفین اعم از سلامتی یا بیماری، در سفر یا حضر بودن ... در نظر گرفته شده است؛ البته خدای متعال در آیات دیگر نیز به نقش پایداری و استقامت در دین نیز چنین فرموده است: «اگر مردم در راه درست، پایداری ورزند، قطعاً آب گوارایی به آنان می‌نوشانیم»^۳. بدین ترتیب، دین اسلام، دریای بیکرانست که هرکس به اندازه‌ی معرفتش از آن بهره خواهد گرفت.

مصاحبه‌شونده‌هایی که موافق وجود سلیقه در دین بودند، بر این باورند که در اصول اصیل و مسلمیات دین، ذوق و سلیقه افراد وجود دارد و چنان‌چه سعی شود در دین، اعمال سلیقه‌صورت پذیرد، قطعاً به بدعت و انحراف از دین منجر خواهد شد؛ ولیکن در عملکرد دینی، می‌توان از قوه‌ی تشخیص زیبایی‌شناختی بهره گرفت و بر پایه‌ی ذوق و تمایلات درونی که با اصول مسلم دین تناقض نداشته باشد، عمل نمود. درواقع، ذوق و سلیقه‌ی دینی، برانگیختن حس زیبایی‌شناختی مردم و سازگار نمودن سلیقه‌ی آنان با آموزه‌های دینی می‌باشد؛ به عبارت دیگر، منظور از آن، یعنی پذیرش دین، مطابق با ذائقه‌های متنوع افراد که با اصول و واجبات دینی در تناقض نباشد؛ از این رو، سلیقه‌هایی را دینی می‌توان یافت که بازتابی از دین و ارزش‌های دینی داشته باشند؛ به دیگر سخن، دارای خمیر مایه‌ی دینی بوده و معرف دین باشند.

برای این‌که حدود و ثغور سلیقه‌ی دینی و جایگاه آن را در دین اسلام مشخص کنیم، ضرورت دارد به ۵ حکم فقهی دینی اشاره کنیم، زیرا کلیه‌ی احکام و دستورات اسلام بر پایه‌ی این ۵ حکم بنا شده است که

۱- ان الدین عندالله الاسلام (آل عمران - ۱۹)

۲- یریدالله بکم الیسر ولا یرید بکم العسر (بقره - ۱۸۵)

۳- و ان لو استقاموا علی الطریقه لأسقیناهم ماء غدقاً (جن - ۱۶)

عبارتند از: واجب، مستحب، مباح، مکروه و حرام؛^۱ از میان این احکام، آن چه که بر دین‌داران تکلیف است، اداء واجبات و ترک محرّمات می‌باشد و چنانچه مکلفین از واجبات دینی غفلت جُسته و به آن عمل نکنند، مستوجب عذاب الهی خواهند بود و همچنین، اگر محرّمات و گناهان را ترک نکرده و به آن مبتلا شوند، مورد عقاب الهی قرار خواهند گرفت؛ بنابراین، سلیقه در بخش محرّمات وجود ندارد، ولیکن در واجبات دینی طبق فتاوی فقهاء عظام، یک نوع واجبات داریم که تخییری^۲ نامیده می‌شود و معمولاً در بخش کفاره‌ها قرار داشته و مکلفین را در انتخاب چند گزینه مخیر می‌کند تا یکی را برگزینند؛ به‌طور مثال: کفاره‌ی روزه‌ی واجب که شامل: آزاد کردن برده، دو ماه روزه گرفتن که ۳۱ روز آن باید پی‌درپی باشد و طعام دادن به ۶۰ فقیر به مقداری که یک وعده‌ی غذا بخورند و سیر شوند یا دادن یک مُد طعام به هریک از آنان (فلاح زاده، ۱۳۹۲: ۱۹۹)؛ بدین ترتیب، سه گزینه پیش‌روی فردی که نتوانسته روزه بگیرد، قرار دارد که می‌بایست متناسب با اقتضائات مالی و خواسته‌های درونی خود، یکی را برگزیند؛ به‌گونه‌ای که هریک از این سه گزینه را انتخاب کند، تکلیف از او برداشته خواهد شد. دین اسلام در سایر تکالیفی که در حیطه‌ی مستحب، مباح و مکروه قرار دارند، مکلفین را آزاد گذاشته است تا متناسب با ذوق و سلیقه یا به اصطلاح وارده در روایات، متناسب با اِدبار و اِقبال خود، عمل نمایند؛ البته شرط آن اینست که خارج از آموزه‌های اصیل دین نباشد.

ابعاد سلیقه در دین کدامند؟ ابعاد سلیقه را در دین می‌توان به دو شکل مورد واکاوی قرار داد؛

یکی محتوا و ابعاد دین و دیگری ارایه محتوا و تبلیغ دین.

۱- محتوا و ابعاد دین؛ همان‌گونه که اشاره شد، دین مجموعه‌ای از باورداشته‌ها و مناسک دینی است که دارای چهار بُعد باورها و اعتقادات، اخلاقیات، احکام عبادی (واجبات دینی) و احکام عبادی (مستحبات دینی) و آداب دینی می‌باشد؛ اگرچه سلیقه در هر یک از ابعاد چهارگانه‌ی دین با رعایت حدود و ثغور آموزه‌های اصیل دینی، کم و بیش وجود دارد، ولیکن با توجه به این‌که حوزه‌ی این پژوهش، جامعه‌شناختی است، بنابراین، نقش سلیقه را در برخی از اعمال و رفتارهای اجتماعی دینی مردم که بازتاب اجتماعی دارد، واکاوی نموده است.

۱- واجب: عملی است که انجام دادنش لازم است و ترک آن عذاب الهی را دربردارد مانند نماز؛ حرام: عملی است که ترک آن لازم است و ارتکابش موجب عذاب الهی خواهد بود مانند دروغ؛ مستحب: عملی که انجام دادنش مطلوب بوده و ثواب دارد، ولی ترک آن عذابی را دربرنخواهد داشت مانند: نماز شب؛ مکروه: ترک آن از انجام دادنش بهتر و شایسته تر است، ولیکن ارتکابش نیز منجر به عذاب الهی نخواهد شد مانند: پوشیدن لباس سیاه در نماز. و مباح: عملی که انجام دادن و ترک آن برابر است؛ بدین ترتیب نه عذابی دارد و نه ثوابی شامل آن می‌شود مانند: بسیاری از اعمال (فلاح زاده، ۱۳۹۲: ۱۷-۱۶).

۲- واجب تخییری گونه‌ای از واجبات است که مکلف بین انجام چند چیز اختیار دارد، مانند کفاره‌ی روزه که در مقابل آن «واجب تعیینی» قرار دارد؛ البته بخش عمده‌ی واجبات، واجب تعیینی‌اند و واجبات تخییری بیش‌تر در احکام مربوط به کفارات و مجازات‌ها وجود دارد.

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

همان‌گونه که اشاره شد عبادات مستحبی و آداب دینی بسیار گسترده و دارای حوزه‌ی وسیعی از دین اسلام است که خداوند متعال این‌گونه اعمال را برای مستحکم‌تر کردن ارتباطات بندگان با خودش را به واسطه‌ی رسولان الهی معرفی کرده است و بندگان که برای تقرب بیشتر به الهی می‌کوشند، طبعاً توجه بیشتری نیز به انجام مستحبات دارند؛ در واقع، ذوق و سلیقه در بُعد چهارم ابعاد دینی می‌گنجد؛ به‌طوری که دین‌داران می‌توانند از میان اعمال مستحبی زیاد و متنوعی که در دین وجود دارد، متناسب با وضعیت روحی، ذوقی و سلیقه‌ای خود هریک از این اعمال را انتخاب کرده و در یک زمان خاص انجام دهند و هیچ خرج و مشکلی نیز وجود نخواهد داشت؛ هم‌چنین، هریک از دین‌داران بنا به ذوق و سلیقه‌ی خود، می‌توانند از میان عبادات مستحبی که دامنه‌ی آن متنوع و بسیار گسترده است که به بخشی از آن‌ها اشاره می‌شود، شامل: نمازها (نمازهای مستحبی روزانه، نمازهای منتسب به ائمه‌ی اطهار علیهم‌السلام ... نماز جعفر طیار و ...) روزه‌های مستحبی، تلاوت قرآن کریم، قرائت زیارات و ادعیه‌های وارده (عاشورا، آل یاسین، جامعه کبیره، کمیل، توسل، ندبه)، زیارت مشاهیر مشرفه (عتبات عالیات، مکه، مدینه و مضجع امام‌زاده‌ها) حضور در مناسک و هیأت‌های دینی و مذهبی، مشارکت در کارهای خیر اعم از: فردی، گروهی و عام‌المنفعه مانند: خیریه‌ها، صندوق‌های قرض الحسنه) و صدقه و کمک به مستمندان متناسب با ترجیحات و تمایلات درونی خود یک یا چند عمل را برگزینند.

البته این بُعد شامل آداب و رفتارهای اجتماعی دین‌داران نیز می‌شود و برخی از این‌گونه رفتارها عبارتند از: آداب خوردن، آداب آشامیدن، آداب مصرف (دوری از اسراف و تبذیر)، آداب پوشش و لباس، آداب معاشرت (در همه‌ی این اعمال و رفتار یک اصل مهم و مشترک وجود دارد و آن اصل حلال بودن است که از واجبات دینی می‌باشد). که علاوه بر رساله‌های عملیه مراجع عظام، کتاب‌های مختلفی توسط بزرگان دین نیز به رشته‌ی تحریر درآمده است.

یکی از اعمال مستحبی دین اسلام که از جایگاه مهمی برخوردار بوده و شارع مقدس نیز در برگزاری آن تأکید نموده است، مناسک و اجتماعات دینی - به ویژه هیأت‌های مذهبی - است که یکی از عناصر لاینفک و جدایی‌ناپذیر دین به شمار می‌رود و ماندگاری و بقای هر دینی به مناسک و اجتماعات آن بستگی دارد؛ به‌طوری که برخی از جامعه‌شناسان آن قدر به این عنصر اهمیت قائل شده‌اند که آنان را جامعه‌شناسان مناسک‌گرا نامیده‌اند؛ مانند امیل دورکیم؛ این جامعه‌شناس، دین را زائیده‌ی مناسک می‌داند و براین باور است که از طریق مشارکت در مناسک و مراسم مذهبی، قدرت اخلاقی جامعه آشکارا احساس می‌شود و احساسات اخلاقی و اجتماعی از همین طریق تقویت و تجدید می‌شود (همیلتون، ۱۳۸۹: ۱۷۶-۱۷۷). بنابراین مناسک اولاً: درفضای اجتماعی رخ می‌دهد و ثانیاً: بازتاب آن نیز به طور مستقیم در جامعه منعکس می‌گردد؛ ثالثاً: عامل انسجام و همبستگی اجتماعی می‌شود؛ رابعاً: یکی از عوامل جامعه‌پذیری افراد به شمار می‌رود، این مناسک و هیأت‌های مذهبی یکی از اعمال مهم مستحبی و البته تأثیرگذار دینی است که نقش ذوق و سلیقه در آن موج می‌زند؛ به‌گونه‌ای که این

هیأت‌ها از تنوع بسیار زیادی برخوردار است؛ به جز تنوع در سخن‌ران و مداح که دو رکن اصلی هیأت‌ها هستند و تعدادشان زیاد بوده و هر یک از مستمعین متناسب با ذوق و سلیقه‌ی خود آزادند که هیأتی را انتخاب کنند که مداح یا سخن‌ران مورد علاقه‌شان باشد، می‌توان به گونه‌های مختلفی به شرح زیر نیز اشاره کرد:

۱- از نظر زمان: هیأت‌های منظم هفتگی، ماهانه، فصلی، سالی و ایام خاص (ولادت و شهادت ائمه اطهار علیهم السلام)؛

۲- از نظر مکان: مسجد، حسینیه، مدارس، دانشگاه، هیأت‌های خانگی، هیأت‌های ادارات، سازمان‌های دولتی و خصوصی؛

۳- از نظر فعالیت: فعال، نیمه فعال، موردی، مقطعی و مناسبتی؛

۴- از نظر محتوا: هیأت‌ها از نظر محتوا دارای چهار رکن اصلی یعنی قرائت قرآن، قرائت زیارت یا دعا، روضه‌خوانی و سخن‌رانی می‌باشند که برخی از هیأت‌ها صرفاً یک یا چند رکن دارند؛ اگرچه عدم هریک از ارکان، طبعاً در هدف برگزاری و کارکردهای اصلی هیأت‌ها نقصان به شمار می‌رود؛

۵- از نظر اقشار جامعه: هیأت عمومی (شامل همه‌ی اقشار جامعه)، هیأت زنانه، هیأت مردانه، هیأت جوانان، هیأت نوجوانان، هیأت میان‌سالان و هیأت‌های قومی و فامیلی (احمدی، ۱۳۹۳: ۱۹-۱۸).

بدین ترتیب، افراد مختلف جامعه، هیأتی را بر می‌گزینند که از لحاظ سن، جنس، مکان، زمان، فعالیت و محتوا با آنان متناسب بوده و در واقع با ذائقه و سلیقه‌ی آنان سازگاری داشته باشد و طبعاً هیأتی را که برمی‌گزینند نیز با برنامه‌های مختلف خود، سرمایه‌های مذهبی شرکت‌کنندگان را افزایش می‌دهد و در پایداری عادت‌واره‌های آنان یا به عبارتی در درونی نمودن خوی و خصلت دینی‌شان تلاش می‌کند و ضمن تقویت، پایداری و تداوم سلیقه‌های دینی آنان، شرکت‌کنندگان را در برابر تأثیرات مخرب برخی از میدان‌های اجتماعی واکسینه نموده و از ابتلاء به برخی از آسیب‌های اجتماعی پیش‌گیری می‌نماید و هم‌چنین، شیوه‌های تقویت و تداوم سلیقه که ضابطه‌ی سبک‌زندگی است، به آنان آموزش دهد؛ تا بدین صورت، با جلب رضایت و خشنودی آنان، در حضور مستمرشان در هیأت نیز تلاش می‌نماید در نتیجه، موقعیت عینی و دینی شرکت‌کنندگان را در نظام اجتماعی تثبیت نماید (همان: ۱۰). بنابراین می‌توان گفت: معمولاً اعمال و رفتاری که در حیطه‌ی مستحبات و رفتار دینی افراد می‌گنجد، همان آداب اسلامی یا به عبارتی سبک زندگی اسلامی است که نمودی اجتماعی داشته و به باور بوردیو نیز عینیت یافته‌ی ذوق، سلیقه و ترجیحات افراد می‌باشد.

۲- تبلیغ دین؛ بهترین مصادیق تبلیغ دین را می‌توان در سیره و زندگی پیامبر اکرم «صلی الله علیه و آله و سلم» و ائمه‌ی طاهرین «علیهم السلام» به خوبی مشاهده نمود که بهترین مصادیق اعمال سلیقه در تبلیغ دین به شمار می‌رود؛ ولیکن با توجه به گستردگی آن - که نیازمند یک پژوهش مستقل است - در این مجال

نمی‌گنجد، بنابراین، صرفاً به مصادیقی از نقش سلیقه در تبلیغ دین در قرآن کریم که مهم‌ترین منبع دین اسلام است، پرداخته می‌شود:

۲-۱- فصاحت و بلاغت قرآن کریم؛ فصاحت و بلاغت در قرآن کریم، مصداق بارز ذائقه و سلیقه است؛ به گونه‌ای که هم در عصر جاهلیت و هم در تمامی اعصار دارای اهمیت بوده است و همواره یکی از عوامل مهم درکش و جذابیت دین اسلام در نظر مخالفین و کفار بوده است؛ از این‌رو، سران کفار دستور می‌دادند در صورت قرائت قرآن توسط پیامبر اکرم «صلی‌الله علیه و آله و سلم» گوش‌های خود را بگیرند تا مبدا به دین اسلام تمایل پیدا کنند؛ بنابراین، خداوند در قرآن کریم فرموده است: «مَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ»^۱ یعنی خداوند وظیفه‌ای جز ابلاغ بر آن حضرت واگذار ننموده است و چون کلام الهی با ذائقه‌ی مردم در اعصار مختلف سازگاری دارد و حسّ زیبایی‌شناختی آنان را برانگیخته و ارتباط برقرار می‌کند، زمینه‌های هدایت آنان را نیز فراهم می‌گرداند.

۲-۲- مثال‌های قرآنی؛ سرتاسر آیات الهی مشحون از مثال‌ها و داستان‌هایی است که متناسب با ذائقه‌های مردم و تمایلات درونی آنان می‌باشد و این موضوع در جذب آنان نیز مؤثر واقع شده است؛ به طور مثال: در قرآن کریم وقتی سخن از خلقت حیوانات به میان می‌آید، خداوند متعال «شتر» را مثال می‌زند؛ حیوانی که اعراب آن زمان یک انس خاصی با آن داشته و ویژگی‌های آن را به خوبی می‌دانستند، بدین ترتیب، پروردگار متعال، متناسب با آگاهی‌های مردم آن زمان با آنان سخن گفته و این نوع تبلیغ دین، از مصادیق بهره‌گیری از ذوق و سلیقه به شمار می‌رود.

۲-۳- ارتباط عاطفی و فکری با مخاطبان برقرار کردن؛ در سوره‌ی مبارکه‌ی یوسف، وقتی از زندانی شدن آن حضرت و تعبیر خواب دو تن از هم‌سلولی‌هایش سخن به میان می‌آید، در قرآن کریم این‌گونه آمده است که وقتی آن دو زندانی خواب خود را به آن حضرت بیان کردند، حضرت یوسف علیه السلام برای این که تعبیر خواب آنان را بفرماید، این‌گونه سخن آغاز کرد: «يَا صَاحِبَي السِّجْنِ» یعنی ای دوستان زندانی من؛ در واقع، برای این که حضرت یوسف عظمت و بزرگی خدای متعال را برای آن دو بیان فرماید، ابتدا یک ارتباط عاطفی و فکری با آنان برقرار نمود و سپس تعبیر خواب آنان را بیان کردند تا بدین سبب قدرت تأثیرگذاری در آنان ایجاد گردد؛ بنابراین این نوع برخورد نیز یکی از مصادیق رعایت ذائقه است که در تبلیغ دین در قرآن کریم ذکر شده است. اساساً مبلغ دینی، باید سعی کند ابتدا یک ارتباط عاطفی و فکری با مخاطبین خود برقرار نماید یا با آنان همدردی کند و یک حسّ مشترکی را نشان دهد تا بتواند پیام خود را به خوبی به آنان منتقل نماید که از این نوع سلیقه‌ها، در سیره‌ی رسولان و پیامبران الهی در قرآن کریم بسیار زیاد ذکر شده است.

۱- بر پیغمبر جز تبلیغ (احکام الهی) وظیفه‌ای نیست (مائده- ۹۹)

۲-۴- رعایت حال مردم در گفتار و رفتار؛ در قرآن کریم، خدای متعال همواره به پیامبران و مبلغین دینی در خصوص رعایت حال مردم توصیه‌های زیادی فرموده است که به برخی از این موارد اشاره می‌گردد:

- ۱- زبان خوش داشتن: «با مردم با زبانی خوش سخن بگویند»^۱
- ۲- نرم خویی: «و با او کمال آرامی و نرمی سخن گویند، باشد که متذکر شود یا (از خدا) بترسد (و ترک ظلم کند)»^۲
- ۳- مدارا کردن: پس به برکت رحمت الهی با آنان نرم‌خو و پرمهر شدی و اگر تندخو و سخت دل بودی، قطعاً از پیرامون تو پراکنده می‌شدند»^۳
- ۴- سخن پسندیده و به موقع سخن گفتن: «و با آنان سخنی پسندیده بگویند»^۴ و ...

۲-۵- نقش سلیقه در مقابل رفتار ناپسند مردم:

- ۱- رفتاری نیکو داشتن در برابر رفتار ناپسند: «و بدی را با نیکی می‌زدیند، ایشان راست فرجام خوش سرای باقی»^۵
- ۲- پاسخ بدی با رفتاری نیک: «بدی را به شیوه‌ای نیکو دفع کن، ما به آن چه وصف می‌کنند، داناتریم»^۶

۲-۶- سلیقه‌ی برتر در قرآن کریم؛ هنگامی که بورديو سلیقه را از منظر جامعه‌شناختی تبیین نموده، از سلیقه‌ی برتر نیز سخن به میان آورده است و نگارنده نیز طی مصاحبه با برخی از اساتید حوزه و البته با استفاده از مصحف شریف، دریافته که در اسلام نیز سلیقه‌ی برتر وجود دارد؛ البته سلیقه‌ی برتر از منظر بورديو با سلیقه‌ی برتر از نظر دین اسلام تفاوت‌هایی دارد از جمله این که بورديو، سلیقه‌ی برتر را با فخر فروشی و تمایز یافتگی آن در جامعه گره زده است، در حالی که در دین اسلام، این صفات وجود ندارد و تأکید اسلام بر دوری یافتن از این صفات مذموم می‌باشد. البته مصادیق ذایقه و سلیقه‌ی برتر در آموزه‌های اسلام بسیار زیاد است که ما صرفاً به برخی از این مصادیق از منظر قرآن کریم اشاره می‌کنیم:

- ۱- مجادله و مناظره: «و شما با اهل کتاب جز به نیکوترین شیوه، مجادله و بحث نکنید»^۷

۱- وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا (بقره-۸۳)

۲- فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى (طه-۴۴)

۳- فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ (آل عمران-۱۵۹)

۴- وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا (نساء-۸)

۵- وَيَذَرُونَ بِالْحَسَنَةِ السَّيِّئَةَ أُولَئِكَ لَهُمْ عُقْبَى الدَّارِ (رعد-۲۲)

۶- ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ السَّيِّئَةَ نَحْنُ أَعْلَمُ بِمَا يَصِفُونَ (مؤمنون-۹۶)

۷- وَلَا تَجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِلَّا الَّذِينَ ظَلَمُوا مِنْهُمْ (عنكبوت-۴۶)؛

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

- ۲- قرض دادن: «اگر خدا را وامی نیکو دهید، آن را برای شما دو چندان می‌گرداند و بر شما می‌بخشاید و خداست که سپاس‌پذیر بردبار است»^۱
- ۳- هدیه دادن: «هر گاه شما را تحیت و سلامی گفتند شما نیز باید به تحیت و سلامی بهتر از آن یا مانند آن پاسخ دهید، که خدا به حساب هر چیزی کاملاً خواهد رسید»^۲
- ۴- پیروی از اسوه‌ی حسنه: «قطعاً برای شما در اقتدا به رسول خدا سرمشقی نیکوست، برای آن کس که به خدا و روز واپسین امید دارد و خدا را فراوان یاد می‌کند»^۳
- ۵- اندرز و نصیحت نیکو: «با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت کن»^۴

مفهوم ذائقه‌ی دینی چیست؟ در پاسخ به سؤال چستی مفهوم سلیقه یا ذائقه‌ی دینی، هریک از مصاحبه‌شوندگان، با توجه به دانش و شناخت خود، تعریفی از سلیقه و ذائقه‌ی دینی ارائه نمودند، ولیکن به دلیل نداشتن رویکرد جامعه‌شناسانه، نگارنده با بهره‌گیری از نظرات بوردیو، تعریف‌های ارائه شده توسط آنان را در چارچوب و قالب جامعه‌شناسی تنظیم نموده و به صورت زیر ارائه کرده است:

- ۱- تمایلات شخصی افراد برای انجام اعمال دینی به منظور خرسندی خود و خشنودی خدای متعال؛
- ۲- مهارت تشخیص اعمال دینی متناسب با ترجیحات خود و عمل نمودن به آن، برای سعادت‌مند شدن؛
- ۳- ارجحیت یا گرایش به انجام اعمال دینی که مطابق دستورات اصیل شریعت اسلام بوده و ضمن لذت بردن از آن، پاسخ‌گوی نیازهای روز و جدید دین‌داران نیز باشد؛
- ۴- مهارت یا توانایی درک ارزش‌های دینی و گرایش به انجام اعمال دینی برای احساس خوشایندی خود و خدای متعال.

اصول و الزامات سلیقه‌ی دینی چیست؟ در پاسخ به سؤال اصول و الزامات سلیقه‌ی دینی، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- ۱- اصالت دینی داشتن و رعایت حدود و ثغور دین؛
- ۲- التزام و تقید به انجام واجبات و ترک محرّمات؛
- ۳- تضاد نداشتن با آموزه‌های اصیل دین؛
- ۴- توجه به اصل پیشرفت در شناخت و اعمال دینی (تحرک از جهل به کمال و از کمال به تکامل)؛
- ۵- عدم تبدیل سلیقه‌ی دینی با دین سلیقه‌ای (که مصداق انحراف در دین است).

۱- *إِنْ تَقْرَضُوا اللَّهَ قَرْضًا حَسَنًا يُضَاعِفْهُ لَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ وَاللَّهُ شَكُورٌ حَلِيمٌ* (تغابن-۱۷)
۲- *وَإِذَا حُيِّتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا* (نساء-۸۶)
۳- *لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا* (احزاب-۲۱)
۴- *ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ* (نحل-۱۲۵)

ویژگی‌های ذائقه‌ی دینی چیست؟ در پاسخ به سؤال ویژگی‌های سلیقه یا ذائقه‌ی دینی، می‌توان به

موارد زیر اشاره نمود:

- ۱- قدرت انطباق با فرهنگ‌های جوامع مختلف را داراست؛
- ۲- درحیطه‌ی آموزه‌های اصیل دینی، قابلیت انعطاف‌پذیری دارد؛
- ۳- با توجه به شرایط و بسترهای خاص، امکان رتبه‌بندی دارد؛
- ۴- قابلیت رشد و ارتقاء دارد؛
- ۵- با رعایت اصول اصیل دینی، بسترهای لازم برای ایجاد شدن دارد؛
- ۶- متناسب با سطح معرفت و میزان عبودیت انسان‌ها متفاوت است؛
- ۷- می‌تواند در سطوح مختلف فردی و گروهی مطرح شود؛
- ۸- می‌تواند مورد قضاوت افراد جامعه قرار گیرد؛
- ۹- به افراد جامعه، حق انتخاب می‌دهد؛
- ۱۰- قابلیت تشخیص و دارای وجه تمایز یافتگی می‌باشد.

عوامل شکل‌دهنده‌ی سلیقه یا ذائقه‌ی دینی کدام است؟ همان‌طور که در نظریات بوردیو اشاره

گردید، عوامل متعددی در شکل‌گیری و ایجاد سلیقه مؤثرند که در این پژوهش، هر یک از مصاحبه‌شوندگان نیز ضمن این‌که باورداشتند سلیقه، ایجاد شدنی است و متناسب با زمان و مکان می‌تواند تغییر کند، به عوامل مختلفی در شکل‌گیری سلیقه‌ی دینی اشاره داشتند که در یک جمع بندی این عوامل عبارتند از: خانواده، تحصیلات، شغل، پایگاه اجتماعی، محیط زندگی (مکان یا فضای اجتماعی)، فرهنگ (آداب و رسوم)، زمان، تعاملات و روابط اجتماعی و رسانه. مصاحبه‌شوندگان ضمن این‌که با یکدیگر اتفاق نظر داشتند که عوامل یادشده می‌تواند در ایجاد و تقویت ذائقه و سلیقه‌ی دینی مؤثر باشند، براین باور بودند سلیقه‌های دینی از خود دین و مناسک دینی نشأت می‌گیرند؛ به گونه‌ای که با برپایی مناسک و اجتماعات دینی، افراد در این فضای اجتماعی قرار می‌گیرند و سرمایه‌های دینی خود را افزایش داده و چون دین، مشحون از اعمال مستحبی و مباح است، در واقع، یک فهرست بسیار طولانی را در مقابل آنان قرار می‌دهد که دین‌داران می‌توانند متناسب با تربیت خانوادگی، سن، جنس، فرهنگ و نهایتاً متناسب با تمایلات و ترجیحات درونی خود دست به انتخاب بزنند، بنابراین، خود دین، سلیقه‌هایی را متناسب با اقبال دین‌داران ارائه می‌دهد؛ و افراد مختلف با سلیقه‌های متعدد با گزینه‌های زیادی مواجه هستند که در انتخاب هریک از آن‌ها آزاد هستند؛ نکته‌ی مهم اینست که همه‌ی انتخاب‌های دین‌داران، متصل به ثواب و رضایت خداوند متعال است؛ به عبارت دیگر، کلیه‌ی انتخاب‌ها در طیف خوب و خوب‌تر قرار دارند که به تأسی از بوردیو، می‌توان گفت در دین اسلام هم سلیقه‌ی برتر وجود دارد که در صفحات پیشین به بخشی از این سلیقه‌های برتر در قرآن کریم اشاره گردید.

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

یکی دیگر از عواملی که از منظر مصاحبه‌شوندگان در ذائقه‌ی دینی افراد بسیار مؤثر است، خانواده و تربیت خانوادگی معرفی شد؛ البته بورديو نیز تربیت خانوادگی را یکی از سه منبع مهم سرمایه‌ی فرهنگی و شکل‌گیری ذائقه‌ی افراد معرفی کرده است. خانواده، یکی از نهادهای مهم اجتماعی به شمار می‌رود که در دین اسلام از اصالت ویژه‌ای برخوردار است؛ به‌گونه‌ای که اولین عامل دین‌داری افراد می‌باشد؛ اگرچه امروزه برخی از کارکردهای آن در تربیت فرزندان به نهادهایی از قبیل مهد کودک و بعضی مؤسسات آموزشی واگذار شده است و مغرضان از طریق دوستان و فضای مجازی در صدد تضعیف این نهاد هستند و یا ازدواج‌های سفید به عنوان جایگزین این نهاد معرفی می‌شوند، ولیکن هنوز خانواده در کشور ایران کارکردهای اصلی خود را در جامعه از دست نداده است، اگرچه میزان تأثیرگذاری آن کاهش یافته است. به هر حال، خانواده نیز یکی از عوامل مهم تولید سلیقه‌های دینی افراد است که به طور تدریجی سلیقه‌های فرزندان در آن شکل می‌گیرد و طبعاً هر اندازه سرمایه‌ی دینی والدین در خانواده بیش‌تر باشد و فضای خانواده نیز مملو از اعمال و رفتار دینی باشد، سلیقه‌های فرزندان نیز دینی خواهد شد؛ مصاحبه‌شوندگان نقش نمادهای دینی مانند تابلوهای مذهبی اعم از آیه مبارکه‌ی «وان یکاد...» یا چهارقل و هم‌چنین، تصاویر مکه، مدینه و عتبات عالیات، و نصب پرچم یا کتیبه در ایام موالید و عزای ائمه‌ی طاهرین علیهم السلام را در دین‌داری و تقویت سلیقه‌ی دینی اعضای خانواده مؤثر می‌دانستند؛ اگرچه با نصب تابلوهای تزئینی، تابلوفرش یا منظره‌ها نیز موافق بوده و در شادی و نشاط روحی افراد خانواده موافقت داشتند.

البته می‌توان از جمع‌بندی نقطه‌نظرات مصاحبه‌شوندگان، عوامل شکل‌گیری ذائقه و سلیقه‌ی دینی افراد را به دو دسته زیر تقسیم نمود که عبارتند از:

۱- عوامل انتسابی شامل: خانواده، قومیت، جنس، سن، مکان زندگی (قابل تبدیل به عوامل اکتسابی).

۲- عوامل اکتسابی شامل: سرمایه‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و دینی و رسانه.

البته نباید از بسترها و تحولات تأثیرگذار بین‌المللی اعم از مدرنیته و فردگرایی غفلت ورزید؛ زیرا این بسترها می‌توانند ذائقه‌ها و تمالات درونی افراد را تغییر دهند. مع الوصف، در یک نتیجه‌گیری می‌توان گفت: همان‌گونه که بورديو معتقد است فضای اجتماعی یکی از عوامل مؤثر در شکل‌گیری ذائقه و سلیقه به شمار می‌رود و فضای اجتماعی نیز بر مبنای سرمایه‌ی اشخاص در جامعه ایجاد می‌گردد؛ به طوری که هر قدر سرمایه‌ی افراد بیش‌تر باشد، طبعاً در فضای اجتماعی، موقعیت برتر و بالاتری خواهند بود، می‌توان گفت: با پیروی از چارچوب فکری بورديو، به هر میزانی که دین‌داران سرمایه‌های نمادین و دینی خود را ارتقاء دهند، به طوری که هم شناخت خود را از آموزه‌های دینی افزایش داده و هم چارچوب فکری خود را بر مبنای ارزش‌های دینی بنا کنند و فضاهای خانوادگی و کاری خود را نیز دینی نمایند، طبعاً چنین

فضاهایی تمایلات درونی و ترجیحات آنان را دینی نموده و ذوق و سلیقه‌های دینی آنان شکل گرفته و تقویت خواهد شد.

بحث و نتیجه گیری

در این نوشتار، سعی شد نقش و جایگاه ذایقه و سلیقه در رفتارهای دینی مردم ایران مورد واکاوی قرار گیرد؛ بدین ترتیب، ضمن بهره‌گیری از مطالعه‌ی اسنادی، با ۱۵ نفر از اساتید برجسته‌ی حوزه‌های علمیه‌ی تهران و قم مصاحبه‌ی عمیق و نیمه ساخت‌یافته‌ای انجام شد و تحلیل داده‌های گردآوری شده نیز با روش تحلیل محتوای کیفی انجام گرفت که می‌توان یافته‌های پژوهش را به شرح زیر برشمرد:

مصاحبه‌شوندگان بر مبنای آیات و روایات نقل شده معتقد بودند در اصول اصلی دین اسلام، سلیقه جایگاهی نداشته و چنانچه در این اصول مسلم اسلامی، اعمال سلیقه صورت پذیرد، دین‌داران به انحراف کشیده خواهند شد؛ ولیکن در سایر آموزه‌های دینی شامل رفتار و آداب دینی که نمود اجتماعی هم دارند، ذوق و سلیقه نقش آفرینی می‌کند؛ بدین ترتیب، در واجبات و محرمات الهی اعمال سلیقه ممنوع می‌باشد؛ اگرچه در نوعی از واجبات تحت عنوان «واجبات تخییری» متناسب با اقتضات مالی و روحی منعی بر اعمال سلیقه وجود ندارد؛ بنابراین، میدان اصلی اعمال سلیقه، اعمال مستحب و مباح دینی است که شارع مقدس مجوز انتخاب را به دین‌داران عطا نموده است و گستره‌ی این نوع از تکالیف الهی بسیار وسیع می‌باشد و طبعاً چنان تنوع دارد که ذایقه‌های مختلف انسان‌ها را در بر می‌گیرد؛

با بهره‌گیری از مدل تبیینی بوردیو و تعریف او از ذوق و سلیقه و همچنین، جمع‌بندی نقطه نظرات مصاحبه‌شوندگان، ساده‌ترین تعریف سلیقه‌ی دینی عبارتست از: تمایلات شخصی افراد برای انجام اعمال دینی به منظور خرسندی خود و خشنودی خدای متعال؛ همان‌گونه که قبلاً نیز اشاره گردید، به باور بوردیو، سلیقه، نوعی مهارت و توانایی تشخیص زیبایی‌شناختی است که از حیات اجتماعی منتزع می‌شود و در واقع به موقعیت افراد در فضای اجتماعی که در آن قرار دارند، وابسته است، از این‌رو، سلیقه‌ی دینی افراد نیز مبین قدرت تشخیص و توانایی درک ارزش‌های دینی که با ترجیحات آنان تناسب داشته باشد، تعریف می‌شود؛ به‌گونه‌ای که اعمال دینی آنان که بر اساس ذوق و سلیقه انتخاب شده و بدان عمل می‌کنند، می‌بایست منعکس‌کننده‌ی ارزش‌های دینی در جامعه باشد، بنابراین، رعایت حدود و ثغور دین، تضاد نداشتن با اصول اصیل دینی و تقید به انجام واجبات و ترک محرمات از مهم‌ترین الزامات سلیقه‌ی دینی به شمار می‌آیند؛

در این پژوهش، عوامل مختلفی در شکل‌گیری و تقویت ذایقه‌ی دینی معرفی شد که در این بخش، به یکی از عواملی که هم بوردیو و هم مصاحبه‌شوندگان روی آن اتفاق نظر دارند، اشاره می‌کنیم؛ بوردیو بر این باور است که در محیط قرارگرفتن، مراد و ایجاد ارتباط با موضوعات مختلف - که مصداق یادگیری غیرمستقیم است - در شکل‌گیری و تقویت سلیقه بسیار مؤثر واقع می‌شود، و چه بسا تأثیرش

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

نیز بیش از آموزه‌های رسمی باشد، بنابراین، با استفاده از این رویکرد بوردیو، می‌توان چنین گفت: هر قدر انسان با خدای خود مراد و ارتباط داشته باشد - چه در مناسک فردی و چه در مناسک جمعی - این تجربه‌ی زیسته‌ی او عادت‌واره‌اش به شمار آمده و به طور طبیعی، خود را در برابر خدای خویش تسلیم می‌پندارد، بدین ترتیب، انتخابش نیز به طور ناخودآگاه مطابق این عادت‌واره انجام گرفته و با معیارهای الهی - اسلامی صورت می‌پذیرد؛ به طوری که کردوکارها و عملکردهای او درونی شده و ذائقه‌اش نیز تحت تأثیر آن قرار می‌گیرد؛ البته اگر از مناسک فردی بگذریم، نماد اجتماعی این‌گونه ارتباطات را می‌توان در اماکن و مناسک مذهبی مشاهده نمود؛ بدین سبب، انسان هر قدر در جلسات و هیأت‌های مذهبی رفت‌وآمد کرده و از برنامه‌های آن بهره‌مند گردد؛ یا به عبارت دیگر، هر قدر ارتباطات و مراددهی انسان با مساجد و هیأت‌های مذهبی بیشتر گردد، ذائقه‌ی او نیز شاکله‌های دینی یافته و تقویت می‌گردد؛ از این رو، بوردیو نقش فضای اجتماعی را در شکل‌گیری و تقویت ذوق و سلیقه عامل مهم می‌پندارد، زیرا افراد دیندار در فرآیند مستمر مجاورت اماکن و جلسات مذهبی دارای ذوق و سلیقه‌ی دینی می‌شوند؛ همان‌طور که مجاورت با آثار هنری، هنرمند را خوش ذوق می‌نماید. وجه دیگر این عامل، مراددهی و ملاقات با بندگان صالح و علمای دین است که می‌تواند در شکل‌گیری و تقویت ذائقه‌ها و ترجیحات دین‌داران مؤثر واقع گردد؛ البته شارع مقدس برای نشست و برخاست با علماء، ثواب‌هایی نیز ذکر کرده که دین‌داران از این منظر نیز منتفع خواهند شد؛

نقش سلیقه در حضور و شرکت در اجتماعات دینی و هیأت‌های مذهبی نیز یکی دیگر از یافته‌های این پژوهش است؛ به گونه‌ای که دین‌داران در انتخاب جلسات و هیأت‌های مذهبی، این اختیار را دارند که متناسب با ذوق و تمایلات درونی خود یکی از این اجتماعات دینی را برگزینند که تعداد و تنوع‌شان نیز از لحاظ مکانی، زمانی، اقشاری و محتوایی بسیار زیاد و متنوع می‌باشد؛ البته حضور در هیأت‌های مذهبی نیز نقشی مؤثر در شکل‌گیری عادت‌واره و افزایش سرمایه‌های دینی آنان داشته و می‌تواند در شکل‌گیری و تثبیت سلیقه‌های دینی آنان نیز نقش آفرینی نماید؛

یکی دیگر از یافته‌های مهم این پژوهش شناسایی سلیقه‌ی برتر در دین اسلام است؛ همان‌گونه که بوردیو معتقد است ذائقه و سلیقه‌ی مردم، قابلیت رتبه‌بندی دارد و برخی از سلیقه‌های افراد در جامعه به لحاظ موقعیت اجتماعی که دارند، از دیگران برتر است، در دین اسلام نیز این رتبه‌بندی وجود دارد؛ با این تفاوت که بوردیو وجه تمایز یافتگی و تشخیص آن را از ویژگی‌های اصلی آن معرفی کرده است؛ ولیکن سلیقه‌ی برتر در دین اسلام، متعلق به انسان وارسته‌ایست که با تأسی به الگوها و اسوه‌های حسنه یعنی ائمه‌ی اطهار علیهم السلام ایجاد می‌گردد که از ریا و خودنمایی دور بوده و با تواضع، بی‌نام و نشان بودن در جامعه قرین می‌باشد؛ به گونه‌ای که در روایات مأثوره وارد شده است: برترین اعمال، مخفی‌ترین آن می‌باشد، اگر چه، چه بسا این برتری مطابق با تقدیر و لطف الهی در جامعه معلوم گردد؛ ولیکن اولاً هدف افراد مؤمن چنین چیزی نیست؛ ثانیاً: عاری از فخر فروشی و ریا می‌باشد و ثالثاً: این برتری نزد

خدای متعال محفوظ است و در نهایت، دین‌دارانی که دارای سلیقه‌ی برتر می‌باشند، انسان‌های فروتنی‌اند که در پی گمنامی هستند.

در پایان در یک جمع‌بندی می‌توان نتیجه گرفت: با توجه به این که افراد مختلف جامعه متناسب با شناخت دینی خود، پیشینه و تربیت خانوادگی متعدد و برداشت‌های مختلفی که از دین دارند، متناسب با آن، میزانی از سرمایه‌ی دینی را کسب نموده و در فضای اجتماعی با تعاملات و روابط انسانی که دارند، سلیقه‌های دینی خود را شکل داده و تثبیت کرده‌اند و ضمن این که تکلیف دینی خود را انجام داده‌اند، ضمن قرین بودن اعمال دینی‌شان با ذایقه و تمایلات درونی و لذت بردن از آن، به یک سطحی از رضایت‌مندی خدای متعال دست یافته و یک نوع رضایت قلبی نیز کسب کرده‌اند؛ بدین ترتیب، ذایقه یا سلیقه‌ی دینی عبارتست از: عمل یک انسان متدین در زندگی روزمره که هم مطابق با چارچوب‌های دینی و هم مطابق میل و تمایلات درونی‌اش باشد؛ به‌گونه‌ای که یک نوع فراست و تیزهوشی محسوب می‌شود، زیرا هم از عملش لذت برده، هم تکلیفش را انجام داده و هم با شرع مقدس مخالفتی ننموده و مطابق اصول اصیل دینی عمل نموده است.

منابع:

- قرآن کریم.
- احمدی، ابوالفضل. (۱۳۹۳). بررسی جامعه‌شناختی رابطه‌ی سبک‌زندگی و هیأت‌های مذهبی. فصل‌نامه‌ی مهندسی فرهنگی، سال نهم، شماره‌ی ۸۳.
- استراوس، آنسلم و کربین، جولیت. (۱۳۹۵). مبانی پژوهش کیفی؛ فنون و مراحل تولید نظریه‌ی زمینه‌ای. ترجمه‌ی ابراهیم افشار. تهران: نشر نی
- باکاک، رابرت. (۱۳۸۱). مصرف. ترجمه‌ی خسرو صبری. تهران: شیرازه.
- بوردیو، پی‌یر. (۱۳۹۰). تمایز. ترجمه‌ی حسن چاوشیان. تهران: نشر ثالث.
- بوردیو، پی‌یر. (۱۳۸۱). نظریه‌ی کنش؛ دلایل عملی و انتخاب عقلانی. ترجمه‌ی مرتضی مردیها. تهران: انتشارات نقش و نگار.
- ترنر، برایان. (۱۳۸۷). مصاحبه‌ی دین و مدرنیته. ترجمه‌ی هادی نیلی. سایت نشریه علمی اجتماعی جامعه‌شناسی ایران.
- جلائی پور، حمیدرضا، محمدی، جمال. (۱۳۸۸). نظریه‌های متأخر جامعه‌شناسی. تهران: نشرنی.
- جنکینز، ریچارد. (۱۳۸۵). پی‌یر بوردیو. ترجمه، لیلا جوافشانی، حسن چاوشیان. تهران: نشرنی.
- خمینی، روح‌الله. (۱۳۶۴). صحیفه‌ی نور. تهران: مرکز مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی.
- شجاعی زند، علیرضا. (۱۳۸۰). دین، جامعه و عرفی شدن؛ جستارهایی در جامعه‌شناسی دین. تهران: نشر مرکز.

تحلیل جامعه‌شناختی ذائقه‌های دینی مردم ایران

- طباطبایی، محمد حسین. (۱۳۹۴). شیعه در اسلام. ترجمه‌ی، محمدعلی کوشا. قم: انتشارات ادباء.
- عمید، حسن. (۱۳۶۳). فرهنگ فارسی عمید. تهران: انتشارات امیر کبیر
- فلاح زاده، محمد حسین. (۱۳۹۲). آموزش فقه. قم: انتشارات الهادی
- گیبینز، جان آروریمر. (۱۳۸۱). سیاست پست مدرنیته. ترجمه‌ی، منصور انصاری. تهران: انتشارات گام نو.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۶۵). مقدمه‌ی بر جهان بینی اسلامی. تهران: انتشارات صدرا.
- مهدوی کنی، محمدسعید. (۱۳۸۷) دین و سبک زندگی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
- میرزایی، خلیل. (۱۳۹۵). کیفی پژوهی؛ پژوهش، پژوهشگری و پژوهش نویسی. تهران: انتشارات فوژان.
- همیلتون، ملکم. (۱۳۸۹). جامعه‌شناسی دین. تهران: انتشارات ثالث.