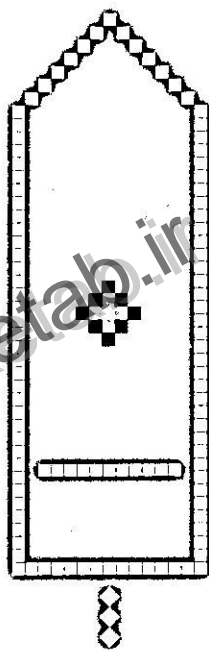
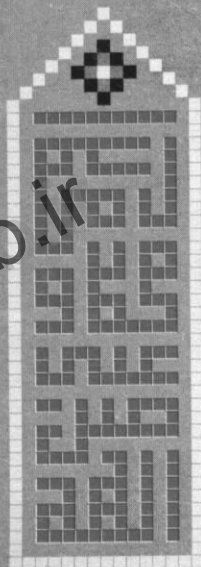


# شهره برمناره

مطالعه انتقادی  
فعالیت روحانیون خرده سلبریتی  
در اینستاگرام

علی مؤمنی  
عبدالله بیچرانلو  
(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)





سرشناسه: مومنی، علی، ۱۳۷۷-  
عنوان و نام پدیدآور: شهره یر مناره:  
مطالعه انتقادی فعالیت روحانیون خردسلبیریتی در اینستاگرام  
علی مومنی، عبدالله بیچرانلو؛ ناظر علمی مجید سلیمانی ساسانی؛  
ویراستار سجاد محمدی.  
موضوعات نشر: تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، حوزه هنری،  
پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی، ۱۴۰۲.  
مشخصات نشر: ۱۹۹ ص:، مصور: ۱۴/۵×۲۷/۵ س.م.  
شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۱۳۸-۵-۸  
یادداشت: کتابنامه: علی، ۱۹۹۰-۹۵.  
موضوع: اینستاگرام (منبع الکترونیک) -- جنبه های اجتماعی -- نمونه پژوهی  
Fame -- Social aspects -- Case studies  
شبکه های اجتماعی پیوسته -- جنبه های مذهبی -- اسلام  
Online social networks -- Religious aspects -- Islam  
اینترنت و فعالیت های اجتماعی -- ایران -- نمونه پژوهی  
Internet and activism -- Iran -- Case studies  
روحانیت -- ایران -- Clergy -- Iran  
شناسه افزوده: بیچرانلو، عبدالله، ۱۳۵۹-  
شناسه افزوده: سازمان تبلیغات اسلامی. حوزه هنری. پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی  
رده بندی کنگره: ۱۲۶۵ / HF۵۴۱۵  
رده بندی دیویی: ۸۲۷/۶۵۸  
شماره کتابشناسی ملی: ۹۳۷۳۳۶۹



پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی  
 شهر تبریز  
 مطالعه انتقادی فعالیت روحانیون خردمندی  
 در اینستاگرام  
 علی مؤمنی / عبدالله بیچرانلو  
 ناظر علمی: مجید سلیمانی ماسانی  
 عضو هیئت علمی دانشگاه تهران  
 ویراستار: سجاد محمدی  
 طراح جلد و گرافیک: صادق جمالی  
 صفحه آرا: احمد الهی

نشانی:  
 تهران، خیابان سمیه،  
 حوزه هنری، پژوهشکده  
 فرهنگ و هنر اسلامی  
 کد پستی: ۱۵۹۹۷۱۵۱۳  
 شماره تماس: ۹۱۰۸۸۲۷۱



نقل و چاپ نوشته ها منوط به اجازه رسمی از ناشر است.  
 شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۲۷۷۰-۵-۸-۵۰۰  
 شماره: ۱۴۰۲



ماییم قدیم عشق باره  
باقی دگران همه نظاره  
نظارگیان ملول گشتند  
ماند این دم گرم شعله خواره  
چون چرخ حریف آفتابیم  
پنهان نشویم چون ستاره  
انگشت نما و شهره گشتیم  
چون اشتر بر سر مناره  
از ما بنماند جز خیالی  
و آن نیز برفت پاره پاره  
مردان طریق چاره جستند  
با همتی خود نبود چاره  
در آتش عشق صف کشیدند  
چون آهن و مس و سنگ خاره  
مردانه تمام غرق گشتند  
اندر دریای بی کناره

مولانا



## فهرست مطالب

### پیشگفتار نویسندگان

فصل نخست: دین، رسانه و ارتباطات	۱۱
مقدمه	۱۲
ارتباطات آیینی	۱۳
ارتباطات انتقالی	۲۱
پیوند دین با فناوری های رسانه ای	۲۳
- ابزارگرایی رسانه ای	۲۶
- جبرگرایی رسانه ای	۲۷
- اقتضاءگرایی رسانه ای	۲۹
دین شبکه ای	۳۰
بدن زدودگی درک دینی	۳۴
فصل دوم: دین و شهرت؛ رویکردی انتقادی	۳۹
مقدمه	۴۰
خوانش ها از سلبریتی به مثابه وضعیت نمایشی	۴۱
رسانه ای شدن	۴۴
ارتباطات توجه / اقتصاد توجه	۴۶
جامعه نمایشی	۵۱
نمود و بازنمود خود در زندگی روزمره	۵۴
شهرت آنلاین	۶۰
دین و شهرت	۶۴

۷۱ فصل سوم؛ برساخت هویت نمایشی روحانیون

۷۲ مقدمه

۷۴ جامعه و نمونه تحقیق

۷۷ برساخت هویت نمایشی روحانیون

۷۸ - بازنمود هویت مدنی

۸۶ - بازنمود عادت‌واره‌های نمایشی

۹۴ - بازنمود هویت تمام‌جُزء

۱۰۰ - بازنمود خود در پشت صحنه

۱۰۸ الگوهای اینستاگرامی در خدمت برساخت هویت نمایشی روحانیون

۱۰۸ الگوپذیری بصری

۱۱۵ الگوپذیری رفتاری

۱۲۱ فصل چهارم؛ برساخت دین اینستاگرامی

۱۲۲ مقدمه

۱۲۳ دین غیراجتماعی

۱۳۲ دین تجاری



فصل پنجم؛ خوانش دنبال‌کنندگان از صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۳۹

مقدمه ۱۴۰

مخاطبان و خوانش‌های گوناگون از متون ۱۴۱

انگیزه‌های کاربری صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۴۵

- انگیزه‌های فردی ۱۴۵

- انگیزه‌های اجتماعی ۱۴۸

برساخت دین در صفحات اینستاگرامی روحانیون ۱۵۲

- بازتولید قرائت‌های موجود از دین ۱۵۲

- انگاره‌های فناورانه بازنمایی دین ۱۵۷

- پیامدهای بازنمایی اینستاگرامی دین ۱۶۱

بازنمود غیردینی روحانیون از خود در اینستاگرام ۱۶۷

- بافتار فناورانه ۱۶۷

- انگیزه‌های غیردینی ۱۷۱

- پیامدها ۱۷۷

فصل ششم؛ روحانی خرده‌سلبریتی ۱۸۳

مقدمه ۱۸۴

پذیرش ساختار نمایشی ۱۸۵

نهادزایی از روحانیت و دین ۱۸۶

معنازایی از امر دینی ۱۸۷

ابره‌سازی در جهت شهرت‌افزایی ۱۸۸

مواجهه با روحانی خرده‌سلبریتی ۱۹۱

کلام آخر ۱۹۴

منابع و مآخذ ۱۹۵



## پیش‌گفتار نویسندگان



در طول دهه گذشته، به تدریج و با افزایش کاربری رسانه‌های اجتماعی، به ویژه شبکه‌های اجتماعی در میان ایرانیان، قشرها و گروه‌های گوناگون اجتماعی با اهداف و رویکردهای مختلفی در این شبکه‌ها حضور یافته‌اند. در این میان، شبکه اینستاگرام در کنار رسانه اجتماعی تلگرام در ایران، به پرکاربردترین رسانه‌های اجتماعی تبدیل شدند. از جمله گروه‌های اجتماعی جالب توجه که در این رسانه‌های اجتماعی حضور چشمگیری یافت، روحانیون بودند. روحانیون حضور یافته در شبکه اجتماعی اینستاگرام، از رویکردها و ابزارها و شیوه‌های بسیار متنوعی برای جلب توجه مخاطبان و کاربران اینستاگرام بهره گرفتند؛ به نحوی که پس از مدتی، بسیاری از آن‌ها به افرادی شناخته شده و چهره، همچون بسیاری چهره‌های اینستاگرامر در حوزه‌های دیگر تبدیل شدند.

ورود روحانیون به اینستاگرام و فعالیت برای دیده شدن و کسب شهرت بیشتر، حاکی از آن است که آن‌ها ساختار سلبریتی پرور این شبکه اجتماعی را پذیرفته‌اند. پذیرش این ساختار، هرگونه رفتار روحانیون را با سوگیری شهرت‌افزا نشان می‌دهد؛ از این رو صرف حضور و فعالیت آن‌ها فرصتی را برای کسب شهرت به وجود آورده است.

با وجود این، درباره حضور روحانیون در شبکه‌های اجتماعی، مواجهاات و خوانش‌های گوناگونی وجود دارد: طیفی از موافقان، موافقان مشروط تا مخالفان

مطلق حضور آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی. در پژوهش پیش‌رو، ضمن تمرکز بر چگونگی بازتولید روحانیون از خود در اینستاگرام و رویکرد آن‌ها به نشر مضامین و محتوای دینی و غیردینی در این شبکه اجتماعی، خوانش افرادی از قشرهای خاصی از جامعه شامل دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها و طلاب علوم دینی که به‌طور معمول مخاطبان ویژه‌ای برای صفحات روحانیون در شبکه‌های اجتماعی تلقی می‌شوند، از حضور و فعالیت روحانیون در این شبکه‌ها تبیین شده است.

نگارندگان بر اساس این مطالعه و مرور صفحات اجتماعی روحانیون فعال در اینستاگرام، معتقدند بیشتر این روحانیون به رسانه‌های اجتماعی از جمله اینستاگرام رویکردی ابزاری دارند و تصور می‌کنند این رسانه‌ها امکانات و ابزارهای نو و مطلوبی در فضای رسانه‌ای و جهانی شده امروز هستند و می‌توان با بهره‌گیری از این رسانه‌ها به تبلیغ و ترویج دین و مکتب اهل بیت علیهم‌السلام پرداخت. مسئله‌ای که در این رویکرد بروز یافته است، پیروی این فعالان دینی از اقتضات و الگوهای خاص زیست‌بوم این فناوری رسانه‌ای و ارتباطی است. در این نوشتار تلاش شده است با رویکردی انتقادی به حضور روحانیون در این فضا پرداخته شود. نویسندگان پذیرای نقدها درباره‌ی مباحث مطرح‌شده در این نوشتار خواهند بود.