



Designing a Model of Public Behavior Change Tools in Behavioral Public Policy Based on Thoughts of Iranian Philosopher Martyr Ayatollah Morteza Motahari

Alireza Chitsazian 

Assistant Prof., Department of Public Administration, Faculty of Islamic Studies and Management, Imam Sadeq University, Tehran, Iran. E-mail: achitsazian1361@gmail.com

Mikaeel Noruzi * 

*Corresponding Author, PhD Candidate, Department of Public Policy, Faculty of Management, Imam Sadeq University, Tehran, Iran. E-mail: mikaeelnoruzi@gmail.com

Abstract

Objective

Changing people's behavior over time has been one of the main concerns of policymakers. In this regard, governments have used rational and behavioral approaches. In the rational approach and based on complete rationality, governments use tools such as education, law, taxation, encouragement and punishment, etc; however, in the last two decades and after the formation of knowledge of behavioral economics, governments have used tools such as arousing emotions, using social norms, strengthening motivation, creating commitment, contextualization, etc. in different contexts. The behavioral approach, which relies on nudge and choice architecture to change behavior, has been able to attract the attention of many governments due to its high effectiveness and low costs. The purpose of the current research is to provide the mechanisms of changing public behavior in Islam and to find out about its perspective on changing public behavior based on the opinions of Martyr Motahari.

Methods

The literature reviewed in the present study included all the works of Shahid Motahhari, including books, notes, and audio files. This is library and documentary research, which applies the thematic analysis method, using the MaxQDA software.

Results

Data analysis led to the extraction of 128 codes categorized into six comprehensive themes, 17 organizing themes, and 42 basic themes. Based on the findings of the research, the mechanisms of behavior change include (1) Individual factors i.e. logical persuasion, facilitating and strengthening rationality and education and awareness (the cognitive component), managing emotions, using incentives (tendency component), and enabling and creating habits (action component); (2) social factors i.e: using reference properties and

groups, modeling, social norms, the collective performance of the action, and the effect of companionship; (3) institutional structural factors i.e. authority tools and rule-making; and (4) environmental factors i.e. symbolization and barrier removal. These findings show that Islam has a comprehensive view of behavior change and has presented various mechanisms in all human dimensions, including cognition, tendency, and action, and also in all individual, social, environmental, and structural levels. This view is due to Islam's view of human development as a balanced elevation of all human dimensions in a complete way. Therefore, the characteristic of the "holistic view" is one of the differences between the Islamic view and the western view regarding behavior change.

Conclusion

In order to change people's behavior, the Islamic government must first go through the process of awareness and persuasion and raise the level of people's insight regarding the necessity and performance of a behavior. Then he should design the external conditions in such a way that people can easily perform the desired behavior. In this regard, behavioral insights and nudge tools can help Islamic government policymakers in two areas: (1) effective presentation of government policies: behavioral insights lead to a policy that is easier and more understandable for people to look more attractive and acceptable; (2) Negative and positive foundation for performing behavior i.e. nudge tools and behavioral insights cause the texture and structure and external environment to be designed in such a way that the probability of occurrence of the desired behavior of policymakers increases.

Keywords: Behavior change, Behavioral public policy, Martyr Morteza Motahari, Islamic management.

Citation: Chitsazian, Alireza & Noruzi, Mikaeel (2022). Designing a model of public behavior change tools in behavioral public policy based on thoughts of Iranian Philosopher Martyr Ayatollah Morteza Motahari. *Journal of Public Administration*, 14(3), 388-423. (in Persian)

Journal of Public Administration, 2022, Vol. 14, No.3, pp. 388-423

Published by University of Tehran, Faculty of Management

<https://doi.org/10.22059/JIPA.2022.333759.3053>

Article Type: Research Paper

© Authors

Received: November 10, 2021

Received in revised form: May 26, 2022

Accepted: July 31, 2022

Published online: October 20, 2022



طراحی مدل ابزارهای تغییر رفتار عموم در خطمشی رفتاری مبتنی بر اندیشه شهید مطهری (ره)

علیرضا چیت‌سازیان

استادیار، گروه مدیریت دولتی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران. رایانامه: achitsazian1361@gmail.com

میکائیل نوروزی*

* نویسنده مسئول، دانشجوی دکتری، گروه سیاست‌گذاری عمومی، دانشکده معارف اسلامی و مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)، تهران، ایران. رایانامه: mikaelnoruzi@gmail.com

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر، احصای سازوکارهای تغییر رفتار عموم در نگاه اسلامی با تکیه بر آرای شهید مطهری است.

روش: جهت‌گیری پژوهش، بنیادین و به‌لحاظ نوع روش، کیفی و به‌شیوه توصیفی اکتشافی است. جامعه پژوهش، تمامی آثار شهید مطهری اعم از کتاب‌ها، یادداشت‌ها، صوت‌ها بود. داده‌ها به‌روش کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نیز، از روش تحلیل مضمون در نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شد.

یافته‌ها: تجزیه و تحلیل اطلاعات، به استخراج ۱۲۸ کد در قالب ۶ مضمون فراگیر، ۱۷ مضمون سازمان‌دهنده و ۴۲ مضمون پایه منجر شد. بر اساس یافته‌های پژوهش، در نهایت سازوکارهای تغییر رفتار ذیل چهار عامل دسته‌بندی شد که عبارت‌اند از: ۱. فردی شامل متقاعدسازی منطقی، تسهیل و تقویت عقلانیت و آموزش و آگاهی‌بخشی (ساحت بینشی)؛ مدیریت احساسات و به‌کارگیری مشوق‌ها (ساحت گرایش) و امکان‌پذیرکردن و ایجاد عادت (ساحت کنشی)؛ ۲. اجتماعی شامل به‌کارگیری خواص و گروه‌های مرجع، الگوسازی، استفاده از هنجارهای اجتماعی، انجام جمعی عمل و اثر هم‌نشینی؛ ۳. ساختاری نهادی شامل ابزار اقتدار و قاعده‌گذاری؛ ۴. محیطی شامل نمدسازی و مانع‌زدایی.

نتیجه‌گیری: حکومت اسلامی جهت تغییر رفتار، ابتدا باید فرایند آگاهی‌بخشی و اقناعی را طی کند؛ سپس بایستی شرایط خارجی را به‌نحوی طراحی نماید که افراد بتوانند رفتار مدنظر را به سهولت انجام دهند. در این راستا، بینش‌های رفتاری و ابزار تلنگر در دو عرصه می‌تواند به سیاست‌گذاران حکومت اسلامی کمک کنند: ۱. عرضه اثربخش سیاست‌های دولت: بینش‌های رفتاری کمک می‌کند که یک خطمشی برای مردم راحت‌تر، فهم‌پذیرتر، جذاب‌تر و پذیرفتنی‌تر به نظر رسد؛ ۲. بسترسازی سلبی و ایجابی برای انجام رفتار: ابزارهای تلنگر و بینش‌های رفتاری سبب می‌شوند که بافت و ساختار و محیط بیرونی به‌نحوی طراحی شوند که احتمال بروز رفتار مدنظر سیاست‌گذاران افزایش یابد.

کلیدواژه‌ها: تغییر رفتار، خطمشی رفتاری، شهید مرتضی مطهری، مدیریت اسلامی.

استناد: چیت‌سازیان، علیرضا و نوروزی، میکائیل (۱۴۰۱). طراحی مدل ابزارهای تغییر رفتار عموم در خطمشی رفتاری مبتنی بر اندیشه شهید مطهری (ره). مدیریت دولتی، ۱۴(۳)، ۳۸۸-۴۲۳.

مقدمه

علی‌رغم فقدان توافق بر سر تعریفی جامع و مانع از خطامشی، رسالت خطامشی را از منظری می‌توان تغییر رفتار مردم در جهت نیل به جامعه مطلوب پنداشت. دولت‌ها از خطامشی‌های عمومی برای ارتقای اهداف ارزشمندی همچون حمایت از محیط‌زیست، ذخیره برای دوران بازنشستگی، کاهش آلودگی، حفظ سلامت عمومی و... استفاده می‌کنند و در صدد این هستند که رفتار مردم را متناسب با نظرات خود در مورد منافع عامه شکل دهند. این نگاه به خطامشی را می‌توان در گفتار اندیشمندانی چون اشنایدر و اینگرام نیز مشاهده نمود: «خطامشی عمومی تقریباً همیشه تلاش داشته تا مردم کارهایی بکنند که در غیر این صورت آن را انجام نمی‌دادند، یا آن‌ها را قادر می‌سازد کارهایی انجام دهند که ممکن است در غیر این صورت انجام ندهند» (اشنایدر و اینگرام^۱، ۱۹۹۰: ۵). به عبارتی یکی از رسالت‌های مهم خطامشی عمومی، تغییر رفتار مردم در جهت نیل به جامعه مطلوب است.

مسئله تغییر رفتار مردم، دغدغه‌ای است که دولت‌ها در طول زمان رویکردهای مختلفی را برای حل آن در پیش گرفته‌اند. ریشه این رویکردها را بایستی در صیغه میان‌رشته‌ای خطامشی عمومی جست‌وجو کرد؛ چراکه خطامشی عمومی دانشی است میان‌رشته‌ای (و بلکه فرارشته‌ای) و متشکل از علومی همچون سیاست، اقتصاد، حقوق، جامعه‌شناسی، روان‌شناسی اجتماعی. اندیشمندانی همچون ناگل^۲، در دسته‌بندی کلی برای مطالعات خطامشی، سه رویکرد اصلی شامل سیاسی، اقتصادی و روان‌شناسی اجتماعی قائل شده‌اند و معتقدند محققان و دانشگاه‌های مختلفی که به مطالعه خطامشی به‌عنوان یک حوزه دانشی می‌پردازند، از یکی از سه این رویکرد بهره می‌برند. رویکرد نخست که رویکرد سیاسی است، در دانشگاه‌هایی مانند برکلی مورد توجه بوده و هدف آن‌ها حفظ و پاس‌داشت قانون اساسی است. رویکرد دوم، رویکرد اقتصادی است که در مدرسه کندی هاروارد با تحلیل اقتصادی خطامشی برای رسیدن به کارایی آموزش داده می‌شود. در نهایت رویکرد سوم، رویکرد روان‌شناسی اجتماعی است که ابتدا در دانشگاه‌هایی مانند نورث وسترن طرح گردید. در این نگاه، مطالعه خطامشی‌گذاری از حوزه‌های اجتماعی شروع می‌شود و به حوزه‌هایی چون سیاست‌گذاری آموزش و پرورش، شهری (پلیس)، فقر، نژادی، توسعه انسانی و... پرداخته می‌شود (ناگل، ۱۹۹۴). البته بایستی گفت که رویکرد رفتاری و روان‌شناسی در مطالعات خطامشی همانند دو رویکرد دیگر دارای سابقه گسترده نبوده و علوم رفتاری در چند سال اخیر توانسته اثری جدی در مطالعات خطامشی و در میان خطامشی‌گذاران بگذارد (گلیزی^۳، ۲۰۱۷: ۱).

با توجه به رویکردهای مطالعات خطامشی، می‌توان رویکردهای رایج دولت در تغییر رفتار را در دو الگو تقسیم نمود

(نفیسی، ۱۳۹۵: ۳۴):

۱. الگوی عقلایی یا شناختی که بیشتر مداخلات و ابزارهای سنتی در خطامشی عمومی جهت تغییر رفتار ذیل این الگو است و شامل آموزش و اقناع منطقی، ابزار اقتدار (قانون، مجازات و اجبار)، سازوکارهای هزینه - فایده و تنظیم ساختارهای جهت دهنده به رفتار، ابزارهای نمادین و... است.

1. Schneider & Ingram
2. Nagel
3. Galizzi

۲. الگوی بافتاری که بیشتر ابزارهای رفتاری در خطمشی عمومی ذیل این الگو است و شامل استفاده از میان‌برهای ذهنی، نیمه آگاهانه و فرایندهای روان‌شناختی می‌باشد.

رویکرد اخیر ذیل دانش اقتصاد رفتاری رشد و گسترش یافته و تحت عنوان معماری انتخاب و تلنگر شناخته می‌شود. مداخلات رفتاری و مبتنی بر تلنگر، منجر به طراحی خطمشی‌هایی کارآمدتر، به‌صرفه‌تر و با مقبولیت بیشتر افراد جامعه (در مقایسه با رویکردهای سنتی) می‌شود (نفیسی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۳ و ۱۴)؛ به‌طوری که امروزه به‌کارگیری این رویکرد جهت تغییر رفتار مردم در سراسر جهان گسترش یافته^۱ و بسیاری از دولت‌ها با تأسیس نهادی تحت عنوان «واحد تلنگر^۲»، از فنون معماری انتخاب استفاده می‌کنند. تلنگر در موقعیت میانی بین مقررات از بالا به پایین (که معمولاً انتخاب را به یک گزینه تجویز شده محدود می‌کند) و آزادی مطلق قرار می‌گیرد (جان، مارتین و میکولاچزاک^۳، ۲۰۲۲). در کشور خودمان نیز برخی افراد و نهادها همچون اندیشکده حکمرانی شریف، شورای عالی انقلاب فرهنگی، موسسه مطالعاتی بینش‌های رفتاری و غیره، در این زمینه فعالیت دارند و پژوهش‌هایی ناظر به این رویکرد صورت گرفته است.

طبیعتاً استفاده از این رویکرد در جمهوری اسلامی ایران که داعیه اداره کشور بر اساس تعالیم اسلامی را دارد، محل سؤال و نیازمند پژوهش و نظر عالمانه و تخصصی است. با توجه به این که در این رویکرد ابزارها و راه‌کارهایی ارائه می‌شود که بر رفتار انسان مؤثر بوده و به نوع خاصی، انسان را تربیت می‌کند. بر این اساس برای یافتن نظر اسلام، به سراغ آرا و دیدگاه‌های اندیشمند ژرفاندیش، شهید مطهری رفته تا از رهگذار تعمق در اندیشه ایشان به راه‌کارهایی برای مسئله پیش‌گفته تحقیق حاضر برسیم. جامعیت اندیشه شهید مطهری در عرصه‌های مختلف علوم و اندیشه اسلامی این امید را ایجاد می‌کند بازخوانی دیدگاه‌های ایشان الگویی جامع جهت تغییر رفتار در ارائه نماید. سؤال اصلی تحقیق حاضر عبارت است از: سازوکارهای مورد قبول اسلام برای تغییر رفتار عموم مردم از منظر اندیشه شهید مطهری کدام است؟ نکته‌ای که پیش از ورود به گزارش پژوهش شایسته توجه است این است که آنچه به آن پرداخته می‌شود، مجموعه‌ای از ابزارهایی است که برای تغییر رفتار عموم مردم ذکر شده است و به تمامی دیدگاه شهید مطهری در مورد تغییر رفتار اشاره نشده است.

ادبیات موضوع و مرور پیشینه

خطمشی رفتاری

خطمشی رفتاری در واقع یک مداخله سیاستی است که به‌طور مستقیم از بینش‌های رفتاری الهام گرفته و مبتنی بر اصول پژوهش‌های رفتاری طراحی شده است (گلیزی، ۲۰۱۴: ۲۷) به بیانی دیگر خطمشی رفتاری را می‌توان «به‌کارگیری

۱. مطابق آمار به‌دست‌آمده در سال ۲۰۱۴ بیش از ۵۰ دولت، معماری انتخاب را تا حدی در خطمشی‌هایشان اجرایی کرده‌اند و در حوزه‌های آموزش، محیط زیست، انرژی، سلامت، مالیات، فضای مجازی، امور مالی، حمل و نقل و... به‌کار برده‌اند. هم‌اکنون نیز برآورد می‌شود که بیش از ۱۵۰ دولت از بینش‌های رفتاری شامل تلنگر جهت نفوذ و تأثیر در رفتار مصرف‌کننده و انتخاب مصرف‌کنندگان استفاده می‌کنند.

2. Nudge unit

3. John, Martin, and Mikołajczak

بینش‌های رفتاری در اقدامات سیاستی دولت جهت تغییر رفتاری مردم» (جان، ۲۰۱۸: ۷) تعریف کرد. این رویکرد شامل استفاده خطمشی‌گذاران از آموزه‌های رفتاری در تمامی مراحل چرخه خطمشی^۱ (از تعریف مسئله تا تدوین و اجرا و ارزیابی خطمشی) و اتخاذ دیدگاهی واقعی‌تر نسبت به رفتار انسان می‌باشد (تیم بینش‌های رفتاری^۲، ۲۰۱۴: ۸ و سازمان همکاری و توسعه اقتصادی^۳، ۲۰۱۹: ۴۵-۴۸).

خطمشی عمومی رفتاری مدعی است که رفتارهای ما علاوه بر جریمه‌ها و مشوق‌ها به‌طور مستقیم تحت تأثیر معماری انتخاب یعنی محیط اجتماعی و هنجارهای اجتماعی غالب می‌باشند (ساستین^۴، ۲۰۱۶: ۱۸-۲۲). اندیشمندان مفاهیمی همچون اقتصاد رفتاری (رشته علمی متشکل از بینش‌های روان‌شناسی و علوم شناختی برای رسیدن به فهمی بهتر از تصمیمات و رفتار اقتصادی) (روگری^۵، ۲۰۰۸: ۱۵۷)، معماری انتخاب (فنون برای طراحی محیط تصمیم با روش‌هایی خاص) (تیلر و ساستین^۶، ۲۰۰۸: ۳)، تلنگر (هر جنبه از معماری انتخاب که رفتار مردم را به روشی پیش‌بینی‌پذیر تغییر دهد بدون مجبور کردن به انتخاب گزینه‌ای یا بدون تغییر عمده‌ای در مشوق‌های اقتصادی آن‌ها) (تیلر و ساستین^۶، ۲۰۰۸: ۶) و بینش‌های رفتاری (علمی چند رشته‌ای متشکل از اقتصاد، روان‌شناسی و علوم اعصاب با هدف درک نحوه رفتار و تصمیم‌گیری روزانه انسان) (اتحادیه اروپا، ۲۰۱۶: ۱۰) را ذیل رویکرد رفتاری قرار داده‌اند.

بنیان‌های نظری

بنیان‌های نظری خطمشی رفتاری ریشه در اقتصاد رفتاری دارد. در واقع با شکل‌گیری دانش میان‌رشته‌ای اقتصاد رفتاری، باب ورود علوم رفتاری به عرصه خطمشی‌گذاری باز شد و استفاده از علوم رفتاری جهت تغییر رفتار شهروندان رایج شد. سه جریان فکری اصلی که به واسطه آن‌ها بنیان‌های دیدگاه‌های رفتاری در مطالعات تصمیم‌گیری و به تبع در خطمشی‌گذاری عمومی پایه‌ریزی شد، عبارت‌اند از مفهوم عقلانیت محدود از سوی سایمون، مفهوم میان‌برهای ذهنی و سوگیری‌ها و به تبع آن نظریه چشم‌انداز از سوی کانمن و تورسکی و در نهایت مفهوم میان‌برهای سریع و صرفه جویانه ذهنی و به تبع آن عقلانیت مبتنی بر زیست بوم اجتماعی توسط گیگزور (روگری، ۲۰۱۹: ۶۴-۶۸).

سایمون، از پیشگامان رویکرد رفتاری در تصمیم‌گیری، معتقد بود که افراد به جای اینکه در صدد «مطلوبیت حداکثری» باشند، بر اساس راه‌حل‌های «رضایت بخش» تصمیم می‌گیرند. او در مقابل «عقلانیت کامل» که بازتاب‌دهنده یک انسان کاملاً عقلایی و منطقی بود که بر اساس اطلاعات کامل، دسترسی به تمام اطلاعات، پردازش دقیق تصمیم می‌گرفت، مفهوم «عقلانیت محدود» را معرفی نمود که بیانگر انسانی بود با اطلاعات ناقص، دسترسی محدود به تمامی اطلاعات و قدرت پردازش ذهنی محدود (روگری، ۲۰۱۹: ۶۵).

کانمن و تورسکی^۷ را می‌توان از رهبران اقتصاد رفتاری جدید نامید. این دو اندیشمند با انتشار مقاله معروف خود در

1. Policy cycle
2. Behavioural Insights Team (BIT)
3. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD)
4. Sunstein
5. Ruggieri
6. Thaler & Sunstein
7. Tversky & Kahneman

سال ۱۹۷۴ تحت عنوان «قضاوت تحت شرایط عدم اطمینان: میان‌برهای ذهنی، سوگیری‌ها» مدعی شدند که افراد در تصمیم‌گیری‌های خود از سه میان‌بر ذهنی شامل نمایندگی، دسترسی پذیری، لنگراندازی استفاده می‌کنند (تورسکی و کانمن، ۱۹۷۴: ۱۱۲۴-۱۱۳۰). ۵ سال بعد نیز نظریه معروف چشم‌انداز را در قالب مقاله «نظریه چشم‌انداز: یک تحلیل تصمیم‌گیری در شرایط ریسک» ارائه کردند. این نظریه مدلی توصیفی از تصمیم‌گیری انسان‌ها در شرایط تحت ریسک است و ایده اصلی‌اش هم این است که انسان‌ها رابطه بین احتمال پیامدها و ارزش آن‌ها را غیرخطی می‌بینند (تورسکی و کانمن، ۱۹۹۲: ۳۱۶ و ۳۱۷). کانمن در ادامه الگویی از شناخت انسان مبتنی بر دو سیستم مختلف در ذهن ارائه نمود. او معتقد بود بر اساس این الگوی دو وجهی می‌توان خطاها و اشتباهات تصمیم‌گیری در ذهن را توضیح داد. او سیستم یک را به عنوان «سریع، اتوماتیک، تداعی‌گر، وابسته، تلویحی و عاطفی» و سیستم دو به عنوان بخشی که برای کنترل آگاهانه به کار می‌رود، نیاز به تلاش داشته و کندتر است، معرفی کرد (تیلر و ساستین، ۲۰۰۸: ۲۰).

گریگزور و همکارانش با استفاده از اصطلاح عقلانیت مبتنی بر زیست‌بوم^۱، تأکید داشتند که جهت‌دستیابی به تصمیمات بهینه، میان‌برهای ذهنی باید در محیط مناسب مورد استفاده قرار بگیرند (گریگزور و برایتون^۲، ۲۰۰۹: ۱۱۶). گریگزور و همکارانش میان‌برهای ذهنی را سازوکارهایی تطبیقی، سریع و بهینه می‌دانند که باعث افزایش عملکرد انسان می‌شود. این فهم از میان‌برها، برخلاف دیدگاه کانمن و تورسکی بود که میان‌برهای ذهنی را به عنوان جایگزین ناقص استدلال عقلانی در نظر می‌گرفتند (روگری، ۲۰۱۹: ۶۷).

از دیگر اندیشمندان برجسته در سیر شکل‌گیری اقتصاد رفتاری ریچارد تیلر می‌باشد که به نوعی مبلغ کارهای کانمن و تورسکی بود. او با عرضه دو کتاب *تلنگر* (۲۰۰۸) و *کج رفتاری* (۲۰۱۵) تحقیقات خود را عرضه نمود و با دریافت نوبل اقتصاد در سال ۲۰۱۷ تأثیر عمده‌ای در تقویت جریان اقتصاد رفتاری و جلب توجه دانشگاهیان و عموم مردم داشت.

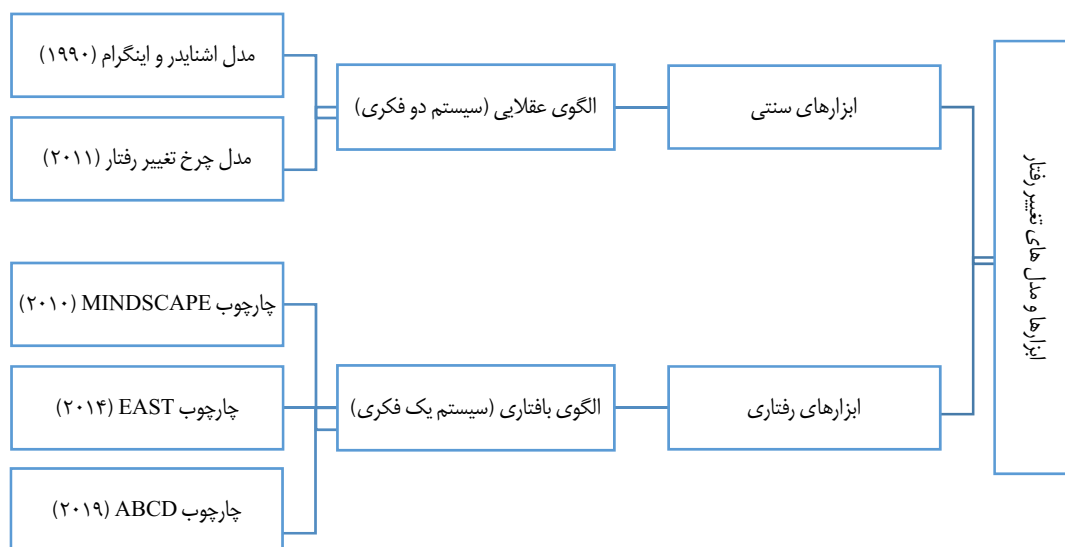
نوع نگاه به انسان

نقطه تمایز اقتصاد کلاسیک و اقتصاد رفتاری در نوع نگاه به انسان و تبیین سیستم پردازشی و نحوه رفتار اوست. مطابق مکتب اقتصاد کلاسیک انسان‌ها موجوداتی کاملاً عقلایی هستند، ظرفیت نامحدودی برای پردازش اطلاعات دارند و همواره در صدد بیشینه‌سازی سود خود می‌باشند (موسوی، کریمی و تهمتن، ۱۳۹۶). در این رویکرد انسان با ویژگی‌هایی همچون «عقلانیت نامحدود»، «نیروی اراده نامحدود»، «نفع شخصی بی‌پایان»، «دارنده و پردازنده اطلاعات کامل» و «آزادی در انتخاب» و همچنین دارا بودن صرف سیستم‌های استدلالی، در نظر گرفته می‌شود (رهبر و امیری، ۱۳۹۳: ۱۶۷). در مقابل، در مکتب اقتصاد رفتاری، انسان اقتصادی به صورت تمامیتی عقلایی زیر سؤال رفته است و ادعا می‌شود که انسان در زمینه‌های مختلف دارای محدودیت است. در این نگاه انسان‌ها ظرفیت‌های فکری و ذهنی محدودی دارند و برای رفع این محدودیت‌ها به میان‌برهای ذهنی متوسل می‌شوند (عقلانیت محدود)، انسان‌ها در برابر وسوسه‌ها خویش‌داری ندارند و به‌سختی به برنامه خاصی متعهد می‌مانند (خویش‌داری محدود)، افراد به انصاف و مراعات حال

دیگران حساسیت نشان می‌دهند و برای بی‌انصافی‌ها حاضرند از نفع خود بگذرند یا به خود ضرر برسانند (خود منفعتی محدود) (تیلر، ۲۰۱۵: ۳۷-۱۱۰).

ابزارهای تغییر رفتار در خط‌مشی

موضوع ابزارهای خط‌مشی برای تغییر رفتار عموم و شکل‌دهی به انتخاب‌های شهروندان، از زمان انتشار مباحث بنیادین این رشته، موضوع ادبیات خط‌مشی عمومی بوده است و حداقل ۳۰ سال در مورد آن تحقیق و پژوهش انجام شده است (هاولت، موکهرجی و وو، ۲۰۱۸: ۱۴۷). به‌طور کلی دو روش برای تغییر رفتار وجود دارد. شیوه نخست، مبتنی بر تأثیرگذاری بر چیزی است که افراد آگاهانه به آن فکر می‌کنند. این شیوه را می‌توان الگوی عقلایی یا شناختی نامید. فرض اصلی در این الگو این است که شهروندان و مصرف‌کنندگان، بخش‌های گوناگون اطلاعاتی را که از سیاستمداران، حکومت‌ها و بازارها دریافت می‌کنند و نیز انگیزش‌های فراوانی را که به ایشان عرضه می‌شود، تحلیل می‌کنند؛ لذا عمل افراد بازتابی از برترین علایق و منافعشان می‌باشد. در واقع افراد علایق خود را تعیین می‌کنند و به عبارتی خط‌مشی‌گذاران برترین علایق آن‌ها را تعیین می‌کنند. بیشتر مداخلات و ابزارهای سنتی در خط‌مشی عمومی جهت تغییر رفتار ذیل این الگو است (دلان و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۴). در مقابل، الگوی دیگری نیز برای تغییر رفتار وجود دارد که به فرایندهای غیرارادی‌تر تأثیرگذاری توجه می‌کنند. این الگو تمرکز خود را از انتقال وقایع و اطلاعات برمی‌دارد و به تغییر بافت و زمینه‌ای که مردم در آن عمل می‌کنند، توجه می‌کند. می‌توانیم این را الگوی «بافت» تغییر رفتار^۱ بنامیم.



شکل ۱. دسته‌بندی ابزارهای تغییر رفتار

1. "Context" model of behaviour change

الگوی بافت تعیین می‌کند اینکه گاهی انتخاب‌های مردم غیرعقلایی و متناقض به نظر می‌رسد، غالباً به خاطر این است که مردم تحت تأثیر عوامل بیرونی قرار می‌گیرند. لذا این الگو بیشتر بر «تغییر رفتار بدون تغییر ذهن‌ها» تمرکز می‌کند. این همان الگویی است که پژوهشگران و خطمشی‌گذاران توجه نسبتاً کمتری به این شیوه دارند (نفیسی، ۱۳۹۵: ۳۴). این دو رهیافت مبتنی بر شیوه‌های متفاوت اندیشیدن است. در واقع این دو الگوی کلی در تغییر رفتار ناشی از دو سیستم فکری یک و دو می‌باشد. همان طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، مدل‌ها و ابزارهای تغییر رفتار عموم در خطمشی‌گذاری عمومی را نیز می‌توان با نکته فوق دسته‌بندی نمود. ابزارهای سنتی تغییر رفتار عمدتاً ذیل الگوی عقلایی قرار می‌گیرند و ابزارهای رفتاری نیز ذیل الگوی بافتاری.

ابزارهای سنتی

در مطالعات اولیه این حوزه که توسط لویی^۱ صورت گرفت، به تفاوت ساده میان ابزارهای اجباری و غیراجباری اشاره شد (هاولت و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۶۰). در ادامه در جست‌وجوی یک چارچوب تطبیقی مقایسه‌ای، رویکردی منبع محور شکل گرفت. این رویکرد سعی داشت که ابزارهای خطمشی را مبتنی بر منابع حکمرانی‌ای که در اختیار نهادهای دولتی هستند، سازماندهی کند. معروف‌ترین طبقه‌بندی ابزارها در این رویکرد، تحت عنوان مدل NATO^۲ متعلق به کریستوفر هود^۳ (۱۹۸۶) است. هود در این مدل کلیه ابزارهای خطمشی را به چهار دسته تقسیم کرد: ۱. ابزارهای اطلاعات محور (گره)؛ ۲. قدرت قانونی (اقتدار)؛ ۳. منابع مالی و پولی (خزانة)؛ ۴. سازمان‌های رسمی (سازمان) (هاولت و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۰۴). پس از این تحقیقات، اشنایدر و اینگرام (۱۹۹۰) تلاش چشمگیری برای تبیین پیش‌فرض‌ها و مفاهیم رفتاری ابزارها انجام دادند. آن‌ها پنج نوع ابزار با توجه به پنج گونه انسان‌شناسی ارائه کردند: ۱. ابزارهای اقتدار؛ ۲. ابزارهای تشویقی؛ ۳. ابزارهای توانمندساز؛ ۴. ابزارهای نمادین (ابزارهای یادگیری) (اشنایدر و اینگرام، ۱۹۹۰: ۵۱۴). از دیگر مدل‌ها، مدل چرخ تغییر رفتار (۲۰۱۱) می‌باشد. این مدل، به نحو مناسبی برای طبقه‌بندی مداخلات تغییر رفتار به کار می‌رود و اولین تلاش برای تحلیل نظام‌مند چارچوب مداخلات رفتاری می‌باشد. این مدل که پس از بررسی ۱۹ مدل تغییر رفتار به دست آمده است، شامل ۹ مداخله اعم از آموزش، متقاعدسازی، انگیزه بخشی، اجبار، مهارت افزایی، ممنوعیت و انحصار، بازسازی محیطی، الگوسازی و توانمندسازی و همچنین ۷ سیاست اعم از ارتباطات/بازاریابی، راهنمایی، مالی، تنظیم گری، قانون‌گذاری، محیطی/برنامه‌ریزی اجتماعی و تدارک خدمات جهت تغییر رفتار می‌باشد (میکس، ون استارلن و وست^۴، ۲۰۱۱: ۷).

ابزارهای رفتاری

در دهه اخیر رویکرد جدیدی به ابزارهای خطمشی تحت عنوان «تلنگر»^۵ شکل گرفته است. اندیشمندانی همچون تیلر،

1. Lowi
2. NATO model (Nodality, Authority, Treasure and Organization)
3. Christopher Hood
4. Michie, van Stralen & West
5. Nudge

ساستین، آریلی^۱، کانمن^۲ و تورسکی^۳ بر این باورند در این رویکرد، دولت‌ها از مقررات جهت تغییر اجباری تصمیمات شهروندان استفاده نمی‌کنند بلکه در عوض با استفاده از الگوهای اختیارگرایی (تیلر و ساستین، ۲۰۰۸: ۵) و قالب‌ها و روش‌های ظریف‌تری رفتار افراد را تحت تأثیر قرار داده و آن‌ها را هدایت و جهت‌دهی می‌کنند. در این رویکرد صورت انتخاب‌ها و گزینه‌های موجود حذف نمی‌شوند اما با استفاده از ابزارهای متفاوتی تحت تأثیر قرار می‌گیرند (اسمیت و لاریمر^۴، ۲۰۰۹: ۲۱۰). تحقیقات بر اثربخشی استفاده از تلنگر در مقایسه با ابرهای سنتی تاکید دارند (اولجینکزاک^۵ و همکاران، ۲۰۲۰: ۶).

یکی از معروف‌ترین چارچوب‌ها و ابزارهای سیاستی تلنگر، چارچوب MINDSPACE است. MINDSPACE، مخفف ۹ ابزار (اهرم) در سیاست‌گذاری تغییر رفتار است که عبارت‌اند از: انتخاب پیام‌رسان مناسب^۶، استفاده از مشوق‌ها^۷، تغییر و بهبود هنجارها^۸، تنظیم گزینه‌های پیش‌فرض^۹، ایجاد برجستگی در پیام^{۱۰}، زمینه‌مندسازی ذهنی^{۱۱}، تحریک هیجانات^{۱۲}، اخذ تعهدات داوطلبانه^{۱۳} و ایجاد عزت‌نفس^{۱۴}. مؤلفه‌های توصیفی در این بخش، از جدی‌ترین عوامل مؤثری هستند که به‌طور گسترده بر سیستم‌های غیرارادی تأثیر می‌گذارد. برخی از این مؤلفه‌ها برای توضیح عوامل غیرارادی مؤثر بر رفتار است مانند هنجارها، گزینه‌های پیش‌فرض، برجستگی، زمینه‌مندسازی و هیجانات. اما برخی عوامل مؤثر دیگر مربوط به مؤلفه‌هایی است که بیشتر مبتنی بر پردازش‌های تأملی است مانند پیام‌رسانی، انگیزش‌ها، تعهدات و افتخار به خود (دلان و همکاران، ۲۰۱۰: ۱۸). در سال ۲۰۱۴، تیم بینش‌های رفتاری^{۱۵} چارچوبی ساده‌تر نسبت به چارچوب MINDSPACE پیشنهاد می‌دهد که به EAST مشهور می‌شود؛ طبق این چارچوب، برای طراحی یک سیاست خوب، باید به چهار محور توجه شود: ۱. ساده‌سازی؛ ۲. جذاب‌سازی؛ ۳. اجتماعی کردن؛ ۴. زمان‌بندی کردن (تیم بینش‌های رفتاری، ۲۰۱۴: ۹-۴۲). در آخرین و جامع‌ترین چارچوب ارائه شده در رویکرد رفتاری، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی سعی کرده است تا با نگاهی جامع ذیل چارچوب ABCD ابزارهای گوناگون رفتاری را معرفی نماید. در اینجا ابزارها با توجه به چهار جنبه رفتار انسان (توجه، ساختار باور، انتخاب و اراده) دسته‌بندی شده‌اند که در جدول زیر شرح آن ارائه شده است (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹: ۹۰-۱۱۴):

1. Ariely
2. Kahneman
3. Tversky
4. Smith & Larimer
5. Olejniczak
6. Messenger
7. Incentives
8. Norms
9. Defaults
10. Salience
11. Priming
12. Affect
13. Commitments
14. Ego
15. Behavioral Insights Team

جدول ۱. ابزارهای چارچوب ABCD

عوامل رفتار	محدودیت رفتاری	ابزار	توضیح
توجه به توجه ^۱	۱. فراموشی ۲. نادیده گرفتن ۳. رها کردن ۴. غفلت ۵. حواس پرتی ۶. ناتوانی در انجام چند وظیفه با هم	رایج کردن	افراد را در زمانی مناسب، در مکانی مناسب و در موقعیتی که بیشتر تمایل دارند تا رفتار مورد نظر را انجام دهند، درگیر نمود.
		جلب توجه	شامل برجسته‌سازی، استفاده از یادآورها، به‌کارگیری برانگیزاننده‌ها و جلب توجه اجتماعی
		برنامه‌ریزی برای بی‌توجهی	شامل استفاده از پیش‌فرض‌ها، سازوکارهای ایمنی و پشتیبانی
تأیید به شکل پیروی باورها ^۲	۱. ماندن در باور پیشین (تعصب تأیید) ۲. خطای نمونه‌برداری ۳. تخمین بیش از حد و کمتر از حد ۴. مشکل داشتن با مفاهیم انتزاعی ۵. تکیه بیش از حد به میان‌برهای ذهنی و قضاوت‌های شهودی	هدایت جست‌وجوها	شامل جست‌وجو از طریق معیارهای تعریف شده، به‌کارگیری درخت سؤال
		شهودی کردن	باید اطلاعات را به نحوی ساختارمند ارائه کرد که فهم آن برای افراد آسان باشد.
		حمایت از قضاوت‌ها	شامل استفاده از میان‌برهای ذهنی و به‌کارگیری اهرم تأیید اجتماعی
تأیید به انتخاب ^۳	۱. شک، ناامیدی و پشیمانی ۲. سوگیری وضع موجود ۳. حساسیت به چارچوب و ترتیب گزینه‌ها ۴. هنجارهای اجتماعی، انگیزه‌ها و معانی	جذاب سازی	شامل در نظر گرفتن انگیزه‌های افراد، ایجاد دیدگاه جذاب برای فرد و برانگیختن احساسات فرد
		چارچوب‌بندی	صورت‌بندی گزینه‌ها و آرایش و چینش گزینه‌ها نسبت به هم سهم مهمی در انتخاب افراد دارد
		اجتماعی کردن	شامل ارتباط با هویت‌های اجتماعی افراد و مقایسه با سایرین (شناختن و شناخته شدن با یک گروه و همچنین برانگیختن حس افراد نسبت به جایگاه خود در گروه) و ایجاد حس اجتماعی
تأیید به اراده ^۴	۱. ناسازگاری شناختی ۲. خستگی ذهنی ۳. به تعویق انداختن ۴. سرزنش بیش از حد خود	کاهش ناسازگاری و موانع	کاهش موانع کاری و همچنین ساده‌سازی که انجام یک عمل را آسان‌تر می‌کند. شامل کاهش تعداد کارها، تلنگر زدن یا پرسیدن سؤالاتی از مردم جهت دستیابی به هدفشان
		ارائه برنامه و بازخورد	ارائه برنامه‌های اقدام در راستای هدف و بازخورد مستمر می‌تواند به مردم در نیل به هدف کمک کند.
		ابزارهای تعهد	تشویق مردم به اینکه متعهد به یک هدف خاصی به‌طور عمومی (نه خصوصی) شوند. در نتیجه افراد برانگیخته می‌شوند تا آبروی خود را حفظ کنند و به برنامه عمل می‌کنند.
		اهرم هنجارهای اجتماعی	این هنجارها می‌توانند در دستیابی به اهداف خط‌مشی کمک کنند به‌ویژه زمانی که رفتار حامی اجتماعی ترویج می‌شود.

1. Attention
2. Belief formation
3. Choice
4. Determination

پیشینه پژوهش

در زمینه تغییر رفتار از منظر اسلام پژوهش‌های مختلفی انجام شده که هر یک از منظری به این موضوع پرداخته‌اند. در این مجال به بررسی تحقیقات این حوزه پرداخته تا از رهگذار تأمل در آن‌ها فرصت استفاده بهتر از اندیشه شهید مطهری ایجاد شود.

دهسیری (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان «اصول تغییر و اصلاح رفتار در سیره معصومان علیهم‌السلام» به بررسی اصول تغییر و اصلاح رفتار در سیره معصومان علیهم‌السلام پرداخته است. بدین منظور، با بررسی سیره (قول و فعل) آن بزرگواران، اصولی کلی استنباط کردند که عبارت‌اند از: اصل حفظ کرامت و ارزشمندی انسان، اصل اقتضایی رفتار کردن، اصل تقدم استفاده از روش‌های سهل‌گیرانه بر روش‌های سخت‌گیرانه و تنبیهی و اصل تقدم استفاده از روش‌های غیرمستقیم و کرداری بر روش‌های مستقیم و گفتاری.

صداقت (۱۳۹۰) در پژوهش خود با عنوان «تغییر رفتار در اسلام و روان‌شناسی» به بررسی مکانیزم‌های تغییر رفتار در اسلام و مقایسه آن با روان‌شناسی پرداخته است. محقق در این پژوهش بر نقش مهم نظارت شخصی تأکید کرده است و بر این باور است که چهار اقدام مشارطه، مراقبه، محاسبه و معاتبه نقش مهمی در تغییر رفتار دارد. از جمله پژوهش‌های مرتبط با پژوهش حاضر مقاله‌ای تحت عنوان «سیاست‌گذاری فرهنگی در دولت دینی» می‌باشد که توسط باقری فرد، توکلی و الوانی (۱۳۹۴) نگاشته شده است. ثمره مهم این پژوهش، معرفی استعاره شیب به‌عنوان راهبرد اصلی دولت در سیاست‌گذاری فرهنگی بوده است.

چلونگر (۱۳۹۶) در مقاله خود با عنوان «روش‌ها و ویژگی‌های شیوه‌های اصلاحی امام علی(ع)» اصلاحات مورد نظر امیرمؤمنان(ع) که از نظر استراتژی یا روش آمیزه‌ای از روش ایجاد تغییرات تدریجی درون ساختاری و روش تغییرات ساختاری یا تغییرات انقلابی بوده را مورد بررسی قرار دادند. در این راستا مهم‌ترین ویژگی‌های شیوه‌های اصلاحی امام، مقدم بودن اصلاح حاکمیت اسلامی بر فتوح و جنگ با مشرکان، مقدم بودن اصلاح نظام سیاسی بر نظام اقتصادی، رجحان عدالت بر امنیت و اصلاح همه‌جانبه که این ویژگی‌ها تحت عنوان اصلاح در تفکر و بینش حاکم بر ساختار سیاسی حاکم است و نفی خشونت و خون‌ریزی در راه اجرای اصلاحات و عدم بهره‌گیری از شیوه‌های غیر اسلامی که این موارد تحت عنوان اصلاح در رفتارهای سیاسی حاکم بر جامعه جای می‌گیرد.

چوکامی و یوسفی (۱۳۹۱) در پژوهش خود با عنوان «مؤلفه‌های نرم افزارانه مدیریت تغییرات اجتماعی در قرآن کریم» به بررسی ویژگی‌های مدیریت تغییرات اجتماعی با نگاه ساختاری از منظر قرآن پرداخته‌اند. نتایج این تحقیق نشان داد که تغییرات اجتماعی و مدیریت آن می‌تواند بدون بهره‌گیری از سیاست‌ها و الگوهای سخت افزارانه و اجبارآمیز موفقیت‌آمیز باشد. همچنین بر اساس آموزه‌های قرآنی، مؤلفه‌های نرم افزارانه مدیریت تغییرات اجتماعی دارای ماهیت اصیل و راهبردی است. و با توجه به مطالعه موردی، گفتمان نرم افزارانه حاکم بر سیاست‌ها و اقدامات حضرت موسی رمز پیروزی آن بر مدیریت بحران فرعون بوده است. در واقع می‌توان استنباط نمود که از نظر قرآن کریم گفتمان سلبی در مدیریت بحران‌ها و تغییرات اجتماعی در نهایت محکوم به شکست است.

اعرابی، ناصح و نجفی (۱۳۹۷) در پژوهش خود تحت عنوان «شیوه تربیتی قرآن کریم در تغییر رفتار مخاطبان عصر نزول در آیات نهی از ربا از دیدگاه فریقین» به بررسی یک تغییر رفتار (رباخواری افراد) توسط قرآن کریم پرداخته و اصولی را برای آن ذکر کرده است. نتایج پژوهش نشان داد که شیوه تربیتی قرآن کریم مبتنی بر روش تدریجی، همراه با القای آرامش رفتاری به مخاطب است. در این روش، به صورت گام‌به‌گام به موضوع پرداخته و درنهایت، با دستورات تأکیدی، اوامر و نواهی به مخاطب ابلاغ می‌شود. موضوع نهی از «ربا» و «رباخواری» نیز در همین قالب دیده شده و مراحل متعددی برای آن در نظر گرفته شده است. بر این اساس، قرآن کریم با روش تربیت تدریجی، موضوع را از «ایجاد قربت ذهنی» آغاز کرده و تا «نهی نهایی» پیش می‌برد.

جست‌وجوها و بررسی‌های انجام شده توسط محققان مقاله حاضر نشان می‌دهد که گرچه تحقیقات مناسبی در حوزه‌های تغییر رفتار از منظر ارزش‌های اسلامی انجام شده است، اما تاکنون به مبحث خطمشی‌گذاری رفتاری از منظر باورها و ارزش‌های اسلامی توجه نشده است. با توجه به گسترش توجه به خطمشی‌گذاری رفتاری در سال‌های اخیر (چه در فضای علمی جهانی و چه در تحقیقات داخلی) از یک سو و طرح ملاحظات اخلاقی در مورد استفاده از آنها از سوی دیگر، ضروری به نظر می‌رسد که برای مواجهه صحیح و بهره‌گیری از ظرفیت‌های این حوزه دانشی تحقیقات مناسبی صورت بگیرد که تحقیق حاضر تلاش دارد تا حدی این خلأ نظری را پوشش دهد.

روش‌شناسی پژوهش

مبتنی بر مدل پیاز پژوهش (ساندرز و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۰۸)، پژوهش حاضر از نظر جهت‌گیری پژوهش نوعی پژوهش بنیادین به حساب می‌آید و در پی استخراج سازوکارهای تغییر رفتار عموم می‌باشد. به لحاظ رویکردهای پژوهش، استقرایی می‌باشد چرا که بدون داشتن نظریه قبلی و صرفاً با مشاهده داده‌های کیفی و تجمع و ساخت آن‌ها در پی ساخت یک الگو است. از نظر استراتژی‌های پژوهش، یک پژوهش کیفی محسوب می‌شود که با استفاده از روش تحلیل مضمون، به تحلیل اطلاعات پرداخته شده و سازوکارهای تغییر رفتار عموم از منظر شهید مطهری استخراج شده است. از نظر اهداف پژوهش نیز توصیفی اکتشافی به حساب می‌آید.

روش گردآوری داده‌ها در این پژوهش نیز کتابخانه‌ای و اسنادی و جامعه مورد مطالعه نیز کلیه آثار شهید آیت‌الله مطهری (ره) شامل (کتب، یادداشت‌ها و مقاله) بوده است. برای تدوین مدل ابزارهای تغییر رفتار، کلیه متن آثار مطالعه شده و بر اساس حساسیت نظری که به دست آمده بود، ابزارها احصا گردیدند.

مراحل اجرایی روش تحلیل مضمون

تحلیل مضمون روشی برای شناخت، تحلیل و گزارش الگوهای موجود در داده‌های کیفی است. این روش فرایندی برای تحلیل داده‌های متنی است و داده‌های پراکنده و متنوع را به داده‌هایی غنی و تفصیلی تبدیل می‌کند. (براون و کلارک، ۲۰۰۶: عابدی جعفری، تسلیمی، فقیهی و شیخ‌زاده، ۱۳۹۰: ۱۵۳). فرایند کامل تحلیل مضمون را می‌توان به سه مرحله

کلان، شامل ۱. تجزیه و توصیف متن، ۲. تشریح و تفسیر متن و ۳. ادغام و یکپارچه کردن مجدد متن و شش گام، شامل ۱. آشنایی با داده‌ها، ۲. ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری، ۳. جست‌وجو و شناخت مضامین، ۴. ترسیم شبکه مضامین، ۵. تحلیل شبکه مضامین، ۶. تدوین گزارش تقسیم نمود (عابدی جعفری و همکاران، ۱۳۹۰: ۱۷۷). در ادامه به شرح مراحل اجرایی آن پرداخته می‌شود:

در پژوهش حاضر، از آنجا که در آثار استاد مطهری تغییر رفتار ذیل گستره‌ای از مفاهیم متعدد طرح گردیده است، در ابتدا تمام آثار شامل مجموعه آثار و یادداشت‌ها و مقالات استاد تورق و مطالعه شد و بر اساس پرسش اصلی که ابزارهای تغییر رفتار بود مورد پالایش و فیش‌برداری قرار گرفت. سپس جهت تدقیق بررسی، با استفاده از نرم افزار «آثار استاد شهید مطهری» کلیدواژه‌هایی چون تبشیر، انذار، تشویق، عادت، مجازات، هنجار، معاشرت و... مورد جست‌وجو قرار گرفت. در نهایت پس از بررسی تمامی آثار شهید مطهری، حدود ۳۰۰ صفحه فیش تهیه شد و مبنای کدگذاری قرار گرفت. در ادامه جهت کدگذاری از نرم‌افزار مکس کیودا استفاده شد و در نهایت پس از کدگذاری فیش‌های تحقیق، ۱۲۸ کد و مضمون ناظر به سازوکارهای تغییر رفتار استخراج گردید. در گام بعدی شناسایی مضامین بر اساس جست‌وجوی پاسخ به سؤال پژوهش انجام شد. بدین منظور با استفاده از نرم‌افزار، ابتدا فهرستی از کدها و درختواره آن‌ها تدوین شد، سپس کدهای مشابه ذیل یکدیگر سازماندهی و تلفیق شدند. پس از مطالعه کدها، مجموعه‌ای یک یا چند کد که بیانگر یکی از مصادیق با زیرمجموعه یکی از کدهای پایه بود، در کنار هم قرار گرفت و خوشه‌ای از کدها را که بیانگر یک مضمون بود، شکل می‌داد. در گام بعدی با نگاه و رویکرد جدید، مجدداً یافته‌های حاصل بازنگری شدند و طبقه‌بندی جدید صورت پذیرفت و بدین ترتیب شبکه مضامین ترسیم شد. در نهایت در مرحله تحلیل شبکه مضامین و تدوین گزارش، هر یک از مضامین شرح داده شد و سعی شد در توضیح هر یک از مضامین، به قسمت‌هایی از متن کتب مورد تحلیل، به‌عنوان شواهد بحث اشاره گردد.

اعتبارسنجی یافته‌های پژوهش

جهت اعتبارسنجی مدل نهایی پژوهش از روش اعتبارسنجی گوبا و لینکلن^۱ (۱۹۸۵) استفاده شد. گوبا و لینکلن چهار معیار برای بررسی میزان اعتبارپذیری پژوهش کیفی معرفی می‌کنند که عبارت‌اند از:

۱. باورپذیری: بررسی معقول بودن و معنا داشتن یافته‌ها؛
۲. انتقال‌پذیری: بررسی کاربردپذیری یافته‌ها در محیط دیگر؛
۳. اطمینان‌پذیری: فراهم نمودن امکان بازبینی سایر پژوهشگران؛
۴. تأییدپذیری: بررسی رسیدگی و بازرسی جهت اثبات کیفیت پژوهش.

1. Guba and Lincoln
2. Credibility
3. Transferability
4. Dependability
5. Confirmability

در جدول زیر اعتبار‌پذیری این پژوهش مبتنی بر معیارهای فوق بیان شده است.

جدول ۲. اعتبار‌پذیری پژوهش

معیار ارزیابی	شرح اقدام
باورپذیری	طی ۹ ماه مضامین با مطالعه مجموعه آثار شهید مطهری و یادداشت‌های ایشان استخراج و تأیید شد. همزمان طی پژوهش به صورت مستمر میان پژوهشگر و اساتید اندیشه شهید مطهری تعامل رفت و برگشتی در خصوص داده‌ها و تحلیل‌ها صورت گرفت.
انتقال‌پذیری	جهت اطمینان از انتقال‌پذیری یافته‌ها، با اساتید اندیشه شهید مطهری در رابطه با یافته‌های پژوهش مشورت شد.
اطمینان‌پذیری	همه مراحل، جزئیات پژوهش و یادداشت‌های حاصل از مطالعه آثار شهید مطهری ثبت و ضبط گردید.
تأیید‌پذیری	مضاف بر ثبت و ضبط دقیق جزئیات در تمامی مراحل، انسجام درونی نتایج نیز با کمک متخصصین اندیشه شهید مطهری سنجیده شد.

یافته‌های پژوهش

در نهایت ۶ مضمون فراگیر، ۱۷ مضمون سازمان‌دهنده و ۴۲ مضمون پایه شناسایی و استخراج شد که در جدول زیر به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۳. مضامین مرتبط با سازوکارهای تغییر رفتار

مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
ارائه پیام با محتوای غنی	متقاعدسازی منطقی	عوامل بینشی
عرضه مطلوب پیام		
به‌کارگیری فرستنده مناسب		
ارائه مشاوره تخصصی	تسهیل و تقویت عقلانیت	
دوراندیشی و توجه به نتایج تصمیم		
مبارزه با دشمنان عقل		
هیجان‌زدایی در انتخاب	آموزش و آگاهی بخشی	
آموزش		
اطلاع‌رسانی	مدیریت احساسات	عوامل گرایشی
تحریک احساسات		
مدیریت گریه و خنده		
احسان و ارائه خدمت بلاعوض	به‌کارگیری مشوق‌ها	
مشوق‌های مالی		
مشوق‌های غیرمالی		
تبشیر و انذار		

ادامه جدول ۳

مضامین پایه	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین فراگیر
دسترس‌پذیر/ناپذیر کردن	امکان‌پذیر کردن	عوامل کنشی
مداخله تدریجی		
ارائه جایگزین		
ساده یا دشوارسازی رفتار	ایجاد عادت	
اعلام تعهد درونی		
توجه خاص به اولین رفتارها		
تکرار روزانه رفتار		
انجام روزانه یک رفتار خاص	مدیریت خواص و گروه‌های مرجع	عوامل اجتماعی
استفاده از خواص		
به‌کارگیری هنجارهای اجتماعی	هنجارهای اجتماعی	
عشق به الگو	الگوسازی	
اصلاح رفتار خود عامل تغییر دهنده رفتار		
معاشرت با صالحان	اثر هم‌نشین	
ارادت و محبت به انسان ایده‌آل		
استفاده از شعارهای اجتماعی	شعارهای اجتماعی	
اقدام جمعی	انجام جمعی عمل	
اجتماعی‌سازی رفتار		
مداخله جمعی		
نمادسازی لفظی	نمادسازی	عوامل محیطی
نمادسازی تصویری		
نمادسازی منسکی		
حذف موانع رفتار نامطلوب	مانع‌زدایی	
قانون و اجبار	ایزار اقتدار	عوامل ساختاری
مجازات و تنبیه		
مجازات علنی		
مجازات اجتماعی		
قاعده‌گذاری	قاعده‌گذاری	

در ادامه پژوهش ابتدا به‌عنوان نمونه، گزاره‌های مربوط به مضمون فراگیر «عوامل گرایشی» را در جدول ۴ نشان داده می‌شود، سپس به تبیین و تشریح هر یک از مضامین سازمان‌دهنده ذیل چهار عامل فردی (بیشی، گرایشی و کنشی)، اجتماعی، محیطی و ساختاری پرداخته می‌شود. قابل ذکر است که برای تشریح مضامین از شیوه نمونه آوری استفاده می‌شود.

جدول ۴. نمونه گزاره‌ها و کدهای استخراج‌شده از متون

مضمون فراگیر	مضمون سازمان‌دهنده	مضمون پایه	متن
عوامل گرایش	مدیریت احساسات	احسان و ارائه خدمت بلاعوض	در آثار اعجاز‌آمیز و تغییر دهنده و اکسیر مانند محبت که بحث می‌کنیم، در دو قسمت باید بحث کنیم: یکی در اثر محبت در غیر، یکی دیگر در اثر محبت در نفس. اثر محبت در غیر، در واقع به معنی اثر الطاف و احسان است، زیرا آنچه از محبت انسان به غیر می‌رسد احسان و لطف است. در اینجا هم باید گفت: از محبت تلخ‌ها شیرین شود محبت به غیر او را عوض می‌کند، تلخی و زبری و خشونت را از او می‌برد.
		تحریک احساسات	راز بقای امام حسین این است که نهضتش از طرفی منطقی است، بُعد عقلی دارد و از ناحیه منطقی حمایت می‌شود، و از طرف دیگر در عمق احساسات و عواطف راه یافته است. ائمه اطهار که به گریه بر امام حسین سخت توصیه کرده‌اند، حکیمانانه‌ترین دستورها را داده‌اند. این گریه‌هاست که نهضت امام حسین را در اعماق جان مردم فرو می‌کند؛ تکرار می‌کنم: به شرط آنکه گروهی که بر این مخزن عظیم گمارده شده‌اند بدانند چگونه بهره‌برداری کنند.
	مدیریت گریه و خنده	خنده و گریه مظهر شدیدترین حالات احساسی است. کسی که بتواند مالک خنده و گریه مردمی بشود، مالک قلب‌های آن‌ها شده است و با عواطف آن‌ها بازی می‌کند. متأسفانه امروزه در مراسم عزاداری‌ها با گریه و احساسات مردم بازی می‌شود، بدون این که این گریه و عواطف و احساسات تحت کنترل عقل درآید و هدف داشته باشد، البته تنها هدف داشتن کافی نیست، نظم و سازمان هم لازم است	
	به‌کارگیری مشوق‌ها	تبشیر و انذار	«تبشیر» مژده دادن است، از مقوله تشویق است. مثلاً اگر شما بخواهید فرزند خودتان را وادار به یک کار کنید، از یکی از دو راه یا از هر دو راه در آن واحد وارد می‌شوید: یکی راه تشویق و نوید که مثلاً وقتی می‌خواهید بچه به مدرسه برود شروع می‌کنید آثار و فواید و نتایجی را که مدرسه رفتن دارد برای بچه ذکر کردن تا میل و رغبت او برای این کار تحریک بشود و طبع و روحش عاشق و متمایل به این کار گردد و به این سو کشیده شود. راه دوم اینکه عواقب خطرناک مدرسه رفتن را ذکر می‌کنید که اگر انسان مدرسه نرود و بی‌سواد بماند، بعد چنین و چنان می‌شود؛ و بچه برای اینکه از آن حالت فرار کند، به درس خواندن رو می‌آورد. یکی از دو کار شما یعنی تشویق و تبشیر شما کشاندن بچه است از جلو، دعوت و تشویق و تحریک رغبت اوست از جلو، و کار دیگر شما یعنی انذار و ترساندن (البته به همان معنایی که عرض کردم: اعلام خطر کردن) راندن اوست از پشت سر.
عوامل گرایش	مشوق‌های غیرمالی	مشوق‌های غیرمالی	گرایش دیگری در انسان هست که به اصطلاح از مقوله «خیر و فضیلت» است، به تعبیر دیگر از مقوله اخلاق است، آنچه که ما در اصطلاح خودمان «اخلاق» می‌نامیم...اموری هست که انسان به آنها گرایش دارد نه به دلیل اینکه منفعت است بلکه به دلیل اینکه فضیلت و «خیر عقلانی» است. منفعت، خیر حسّی است و فضیلت، خیر عقلی. به‌طور کلی گرایش به فضیلت، یا گرایش‌های اخلاقی، یا به تعبیر دیگر گرایش‌هایی که از مقوله فضیلت و خیر اخلاقی است، در انسان هست.
		مشوق‌های مالی	انسان به بسیاری از امور گرایش دارد به حکم آنکه منفعت و سود است. انسان به پول گرایش دارد برای اینکه پول برای انسان منفعت است، یعنی وسیله‌ای است که می‌تواند حوائج مادی او را رفع کند. این خیلی عالی است. گرایش انسان به منفعت، همان «خود محوری» است، یعنی انسان به چیزی گرایش پیدا می‌کند برای اینکه آن را جذب کند به خود برای ادامه و بقای حیاتش.

۱. عوامل بینشی

ذیل عوامل بینشی سه راهبرد متقاعدسازی منطقی، تسهیل و تقویت عقلانیت و آموزش و آگاهی بخشی تعریف می‌شوند. راهبرد متقاعدسازی منطقی در واقع ناظر به تغییر بینش و نگرش افراد است، تسهیل و تقویت عقلانیت ناظر به آماده‌سازی و تقویت قوه عقل جهت تفکر، انتخاب و رفتار بهتر می‌باشد و در نهایت آموزش و آگاهی بخشی نیز ناظر به مواقعی است که افراد نسبت به امری جهل دارد و هیچ اطلاعاتی ندارد.

۱-۱. متقاعدسازی منطقی

شهید مطهری ذیل بحث تبلیغ به روش و سازوکار یک تبلیغ خوب و اثرگذار از منظر دینی می‌پردازد. ایشان با تعریف تبلیغ به‌عنوان روش شناساندن یک پیام و به تبع تغییر بینش افراد، ارکان یک تبلیغ اثرگذار را برمی‌شمارند. در یک جمع‌بندی می‌توان سه رکن تبلیغ خوب را پیام مناسب، ارائه مناسب پیام و فرستنده پیام خوب معرفی نمود.

۱-۱-۱. ارائه پیام با محتوای غنی

شهید مطهری اولین شرط متقاعدسازی افراد و تغییر بینش آن‌ها را، غنی بودن خود پیام می‌داند. ایشان بر این باورند جهت تداوم اثرگذاری یک پیام در طول زمان و پذیرش آن توسط افراد، پیام بایستی هم عقلانی باشد و هم منطبق با احساسات و گرایش‌های عالی انسان باشد. ایشان همچنین تقدم را نیز به انطباق به عقل می‌دهند و معتقدند گرچه جاذبه احساسات بیشتر است، اما ماندگاری چندانی ندارد و در طول زمان پیام‌های عقلانی کارایی بیشتری دارند (م، ج ۱۷: ۳۲۵؛ م، ج ۱۶: ۱۴۵). ۴

۱-۱-۲. عرضه مطلوب پیام

ایشان مضاف بر محتوای پیام، تأکید دارند که پیام باید به نحو مطلوب و با ظرافت‌های خاصی عرضه شود. شهید مطهری قائلند که به‌کارگیری ادبیات عمومی در ارائه پیام‌ها، اثرگذاری پیام را چندین برابر می‌کند. در سنت ادبی کشور خودمان نیز بسیاری از پندها و مواعظ‌هایی که نقل می‌شده در قالب شعر و داستان و ضرب‌المثل بوده است. به‌کارگیری ادبیات غنی ملی از جمله مواردی بوده است که شهید مطهری جهت ارائه اثرگذار پیام به آن اشاره کرده‌اند (ی، ج ۳: ۳۱۳):

«در میان علوم و فنون هیچ چیز به اندازه ادبیات عمومی در حیات و رقاء فکری مردم تأثیر ندارد، یعنی اینکه آن قوم چه تاریخی و چه دستورالعمل‌هایی و چه ضرب‌المثل‌ها و امثال سائره‌ای و چه شخصیت‌های مورد احترامی و چه کتب ادبی و چه اشعار و چه حکایت‌ها و افسانه‌های ملی داشته باشند.»

ایشان همچنین بر این باورند که اثر شعر به مراتب بیشتر از نثر می‌باشد. لطافت، زیبایی، به‌دل‌نشینی و اثرگذاری عمیق آن بر دل‌ها از جمله ویژگی‌هایی هستند که شعر را نسبت به نثر ممتاز می‌کند (م، ج ۱۷: ۳۴۳).

۱. برای رعایت اختصار در ارجاع‌دهی یادداشت‌ها، حرف ی در ارجاعات به‌معنای ارجاع از یادداشت‌ها و حرف م به‌معنی ارجاع از مجموعه آثار است.

از دیگر جنبه‌های عرضه مطلوب پیام، شخصی‌سازی پیام است. استاد مطهری ذیل بحث امر به معروف و نهی از منکر اظهار می‌کنند که کلی‌گویی اثر چندانی ندارد، بلکه باید یک شخص خاصی را ناظر به رفتار مشخص تذکر داد (ی، ج ۱: ۲۴۵). ارائه پیام متناسب با نوع مخاطب و سطح فکری آن نیز در شخصی‌سازی حائز اهمیت می‌باشد. در عرضه پیام باید توجه داشت که مخاطب چه کسی است و چه ویژگی‌هایی دارد. توجه به سطح فهم و تحصیلات و زبان^۱، در ارائه پیام اثرگذار بسیار حائز اهمیت است. در دین اسلام نیز به این نکته توجه خاصی شده است و از انبیا خواسته شده تا با زبان مردم و متناسب با سطح فهمشان با آنان سخن بگویند (م، ج ۲۴: ۵۲۰).

ساده‌سازی پیام نیز در عرضه مطلوب پیام بایستی مورد توجه قرار گیرد. شهید مطهری با بیان اینکه اکثر مردم انسان‌های منطقی و متفکر نیستند و همچنین بسیاری تخصص علمی در موضوعات مختلفی ندارند، بر این باورند که محتوای پیام هر چقدر هم غنی و پیچیده باشد، بایستی به نحو ساده‌ای ارائه و بیان شود و برای تمامی افراد قابل فهم باشد (م، ج ۱۷: ۳۵۰).

از دیگر مؤلفه‌های ذیل این عنوان زیباسازی پیام می‌باشد. زیباسازی پیام تأثیر فراوانی در جذب و گرایش انسان به پیام و رفتار مدنظر دارد. این تأثیر بدین دلیل است که در انسان گرایشی به جمال و زیبایی (چه به معنی زیبایی دوستی و چه به معنی زیبایی آفرینی که نامش هنر است) وجود دارد (م، ج ۳: ۴۹۶-۴۹۸). قرآن، یکی از جهات آیت بودنش از مقوله زیبایی یعنی فصاحت و بلاغت است و یکی از بزرگترین عوامل جهانی کردن قرآن، عامل زیبایی یعنی فصاحت و بلاغت فوق‌العاده آن است (م، ج ۲: ۲۱۳).

یکی از عناصر ارائه مطلوب، عرضه مکرر پیام است. یک پیام بایستی بارها توجه افراد را جلب کند و در محدوده فکری آن‌ها قرار بگیرد تا بتواند در دل و عقل نفوذ کند. به همین جهت در دین، یادآوری و تذکر به‌عنوان یکی از دستورات مهم تلقی شده است. شرط استقرار یک مطلب در ذهن افراد، ارائه چندباره و مکرر آن است. از وظایف انبیا به‌عنوان مبلغین دین الهی، تکرار و یادآوری و تذکر به مردم جامعه بوده است (م، ج ۱۶: ۱۶۵).

در نهایت پیام‌هایی که به مخاطبان منتقل می‌شوند بایستی عاری از هر گونه خشونت باشند و در عوض بایستی با نرمی و لحنی آرام ارائه شوند. افراد نسبت به قول لاین پذیراترند و سخن با لحن مناسب را اگر غلط هم باشد، می‌پذیرند. شهید مطهری در بحث تبلیغ انبیا به این نکته اشاره می‌کنند که پیامبران با لحن نرم و مناسب با مردم سخن می‌گفتند و همچنین بدون هرگونه تکلف و کلمات قلمبه سلمبه با مردم سخن می‌گفتند (م، ج ۱۷: ۳۵۵).

۱-۳-۱. به‌کارگیری فرستنده پیام مناسب

یکی از مهم‌ترین ویژگی فرستنده پیام از منظر شهید مطهری، تخصص و آگاهی او نسبت به پیام است. فردی که نسبت به یک پیام تسلط کامل دارد و نسبت به آن متخصص است، مورد اعتماد مردم می‌شود و مردم سخن او را بهتر و راحت‌تر

۱. این عامل در آیه ۴ سوره مبارکه ابراهیم اشاره شده است: «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا لِنَبِّئَ قَوْمَهُ لِيَبْئِنَ لَهُمْ فَيَضِلُّ اللَّهُ مِنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي

مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ (ابراهیم ۴)»

می‌پذیرند. لذا از منظر شهید مطهری اولین شرط فرستنده پیام این است که خودش آگاهی کامل از محتوا و لوازم پیام داشته باشد (م، ج ۱۷: ۴۱۵). در این جهت ایشان ذیل بحث علل گرایش به مادی‌گری نیز به این اصل مهم اشاره می‌کنند که یکی از علل دین‌گریزی مردم، اظهارنظرهای غیرمتخصص است (م، ج ۱: ۵۵۷).

شاید بتوان گفت مهم‌ترین ویژگی در یک فرستنده پیام موفق، عامل بودن به پیام و مجسم کردن آن در وجود خودش می‌باشد. در احادیث ذکر شده که با عمل و رفتار مردم را نسبت به یک پیام دعوت کنید نه صرفاً سخن. شهید مطهری معتقدند که صرف عمل کردن فرستنده پیام و محقق کردن پیام در وجود خودش یک دعوت است که اثرش از سخن نیز بیشتر است (م، ج ۱۷: ۲۵۴-۲۵۵). استاد با اشاره به سیره امام علی (ع) در این زمینه، معتقدند که شرط ارائه یک پیام توسط فرستنده پیام، ابتدا پیش‌قدم شدن فرستنده پیام در عمل به آن پیام است. ایشان می‌فرمایند (م، ج ۲۲: ۱۸۱):

«از سخنان خود امام علی (ع) است که قسم می‌خورند و می‌فرمایند: «ممکن نیست که من شما را امر کنم به کار نیکی مگر آنکه قبلاً خودم آن عمل نیک را انجام داده‌ام و ممکن نیست که شما را از کار زشتی نهی کنم مگر آنکه خودم در ترک آن کار زشت پیش‌قدم شده‌ام.»

از دیگر ویژگی‌های مهم فرستنده پیام، داشتن تواضع است. مردم سخنان فرد متواضع را راحت‌تر و بهتر می‌پذیرند. این نکته در مورد انبیا نیز صادق بوده است. ایشان در نهایت تواضع با مردم برخورد می‌کردند و مردم ارتباط صمیمی با آنان برقرار می‌کردند (م، ج ۱۷: ۳۵۴). فرستنده پیام همچنین در ارائه و تبلیغ پیام خود بایستی قاطع باشد و نسبت به آن نباید هم شک و تردیدی نداشته باشد و هم ترسی نسبت به ارائه داشته باشد؛ بلکه بایستی با جدیت و قاطعیت پیام خود را عرضه نماید (م، ج ۲: ۱۶۵-۱۶۶).

آخرین نکته‌ای که شهید مطهری ناظر به ویژگی‌های فرستنده پیام مبتنی بر آیات قرآن می‌فرمایند، این است که فرستنده پیام در دعوت و تبلیغ و ارائه پیام خود نباید هیچ هدف و غرضی جز خیرسانی و ارائه پیام که به نفع فرد است، داشته باشد (م، ج ۱۷: ۳۵۲).

۱-۲. تسهیل و تقویت عقلانیت

شهید مطهری عمدتاً ذیل بحث تربیت، به پرورش و تربیت عقل پرداخته‌اند. از منظر شهید مطهری، دین اسلام ارزش فراوانی برای قوه عقل قائل شده است و عقلانیت را یکی از ارکان شخصیت انسانی انسان معرفی نموده است. تقویت عقلانیت در انتخاب‌ها و رفتارهای انسان و مبارزه با جهل، ظن، تعصب و تقلید و امثال ذلک همواره یکی از دغدغه‌های اصلی دین اسلام بوده و هست. از منظر شهید مطهری انسان برای اینکه از چنگال تسلط شهوات تباه‌کننده جسم و جان و عقل و ایمان و دنیا و آخرت نجات پیدا کند، راهی جز تقویت جانب نیروی عقل ندارد (م، ج ۲۳: ۷۷۸). شهید مطهری به خوبی راه کارهای مختلف دینی جهت تقویت عقلانیت را معرفی و شرح کرده‌اند که در ادامه به آن پرداخته می‌شود.

۱-۲-۱. ارائه مشاوره تخصصی

در منابع اسلامی مشورت با خردمندان به‌عنوان عامل رشد عقل و خرد یاد شده است. به‌عنوان نمونه امام علی (ع) در حکمت ۱۶۱ نهج البلاغه در این رابطه می‌فرماید: «من استبد برأیه هلك و من شاور الرجال شاركها فی عقولها^۱». قرآن کریم نیز در آیاتی مانند «و امرهم شوری بینهم» و «و شاورهم فی الامر» به این راه‌کار اشاره کرده‌اند (ی، ج ۶: ۸۶). این راه‌کار جهت تغییر رفتار نیز بسیار کمک‌کننده است. چراکه فرد را با معلوماتی قطعی مواجه می‌نماید و با آگاهی بیشتر نسبت به موضوع، عقلانیت را بر رفتار حاکم می‌نماید.

۱-۲-۲. دوراندیشی و توجه به نتایج تصمیم

یکی از عواملی که به تقویت عقلانیت در انتخاب‌ها و رفتارها کمک می‌کند، ارائه عواقب و نتایج یک تصمیم و رفتار است. در این راستا باید تمام جوانب مثبت و منفی یک رفتار روشن شود و در معرض فرد قرار گیرد تا بتواند آثار رفتار در آینده را به‌خوبی پیش‌بینی نماید. از مهم‌ترین کارکردهای عقل، همین نکته است که بتواند عاقبت امور را ببیند و آن را بسنجد. شهید مطهری ضمن یک حدیث که در آن شخصی از پیامبر درخواست نصیحتی کرده بود، بحث عاقبت امور را مطرح می‌کند و این حدیث را ذکر می‌کند: «اذا هَمَمْتَ بِأَمْرٍ فَتَدَبَّرْ عَاقِبَتَهُ^۲» (م، ج ۲۳: ۷۷۸).

۱-۲-۳. هیجان زدایی در انتخاب

شهید مطهری معتقدند تصمیمات و رفتارهای انسان بایستی مبتنی بر عقلانیت و منطقی باشد، نه احساسات. هیجانی کردن فضای انتخاب به‌شدت منطق محوری در انتخاب را خدشه‌دار می‌کند. در این راستا فضا و محیط تصمیم‌گیری را باید هیجان زدایی نمود. به این معنا که فضای تصمیم‌گیری از هرگونه عامل هیجانی مانند انتخاب سریع، تصمیم در حالت عصبانیت، تصمیم در حالت جوگیر شدن، تصمیم به خاطر ترس و... عاری شود (م، ج ۲۳: ۷۷۹). در راستای هیجان زدایی، یکی از اقدامات تأخیر در تصمیم‌گیری است. جهت تصمیم‌گیری مناسب و عقلانی نباید در تصمیم‌گیری عجله نمود. عجله و تسریع فرایند تصمیم‌گیری، حاکمیت منطق را کمرنگ می‌نماید. در مقابل بایستی در مورد تصمیمات و انتخاب‌های مهم، فرایند تصمیم‌گیری را طولانی‌مدت نمود (م، ج ۲۳: ۷۷۸). به‌گفته شهید مطهری یکی از علل دشواری‌های ناظر به طلاق و طولانی بودن فرایند آن، همین به تأخیر افتادن تصمیم طلاق است. ایشان معتقدند که هر اقدامی که سبب تأخیر اقدام زوج در تصمیم به طلاق بشود از نظر اسلام عمل صحیح و مطلوبی است (م، ج ۱۹: ۲۷۶).

۱-۳. آموزش و آگاهی بخشی

آموزش و تعلیم به افراد، جهت انجام یک رفتار مطلوب امری ضروری است. آموزش و آگاهی منجر می‌شود افراد نسبت به اینکه کدام رفتارها مناسب و کدامیک نامطلوب هستند، شناخت مناسبی پیدا کنند و از مضرات و منافع یک رفتار مطلع

۱. هر که خودکامگی پیشه کند، به هلاکت رسد و هر که با مردم مشورت نماید، در خردشان شریک شده است.

۲. هرگاه تصمیم کاری را گرفتی اول تدبّر و تفکر کن و عاقبت و نتیجه آن را ببین.

شوند. در اهمیت آموزش بایستی اشاره کرد که لازمه منطقی و عقلایی شدن یک فرد در درجه اول، کسب اندوخته علمی و سرمایه فکری می باشد (م، ج ۲۳: ۷۷۹)، فلذا آموزش و آگاهی بخشی از منظر اسلام یک رکن رشد می باشد (م، ج ۳۰: ۴۲). با این نگاه، علم ارزش مقدّمی دارد و مقدمه عمل است.

ذیل این راهبرد یکی از روش‌هایی که به آموزش و آگاهی کمک می کند، فراهم نمودن بستر جست‌وجوگری است. دین اسلام هیچ‌گاه افراد را از جست‌وجو و تحقیق و سؤال و شک و تلاش برای رسیدن به یک واقعیت و حقیقت، منع نکرده است؛ بلکه برعکس به این موارد امر و تشویق کرده است. اسلام هر اقدامی را که به عقلانیت و تفکر بیشتر منجر شود، تأیید کرده است (م، ج ۲۴: ۳۷۱).

۲. عوامل گرایشی

از دیگر روش‌های تغییر رفتار، تغییر از طریق گرایش‌ها می باشد. گرایش‌ها در وجود انسان عامل تعیین کننده‌ای برای بروز رفتار می باشند. از منظر شهید مطهری مدیریت گرایش‌ها و تحریک آن به طور کلی از دو طریق امکان پذیر است. (۱) از طریق مدیریت احساسات و (۲) از طریق به کارگیری مشوق‌ها. در ادامه به شرح هر یک از این راه کارها پرداخته می شود.

۲-۱. مدیریت احساسات

شهید مطهری معتقدند که علاوه بر ترغیب افراد به نحو عقلایی، باید جهت انجام یک رفتار احساسات افراد را نیز تحریک نمود. به تعبیر استاد خنده و گریه مظهر شدیدترین حالات احساسی انسان است؛ لذا مدیریت گریه و خنده افراد، در مدیریت احساسات افراد نقش بسزایی دارد. بدین جهت برای رسیدن به اوج تحریک احساسات در فرد بایستی فرد را نسبت به موضوع یا بخندانیم یا بگریانیم. البته شهید مطهری تذکر می دهند که پشتوانه این تحریک احساسات و گریه‌ها بایستی منطقی و عقل باشد (م، ج ۱۷: ۴۷۸). در این راستا ایشان احساساتی بودن واقعه کربلا را از عوامل موفقیت و بقای نهضت امام حسین (ع) می دانند به طوری که می فرمایند: «بین گریه‌هاست که نهضت امام حسین را در اعماق جان مردم فرو می کند.» و معتقدند که معصومین نیز خود به تقویت جنبه احساسی این واقعه تأکید می کردند (م، ج ۲۴: ۴۷۴).

علاوه بر تحریک احساسات، احسان نمودن و ارائه خدمت بلاعوض نیز راه کار مناسبی برای مدیریت احساسات افراد است. چراکه نمود بیرونی و رفتاری محبت کردن، احسان نمودن است. فردی که دیگری را دوست داشته باشد، مایل است به بهانه‌های مختلف به او احسان و خدمت کند و در حق او بذل و بخشش نماید (ی، ج ۱۱: ۴۶۳). در این راستا استاد بر این باورند که یکی از عوامل گرایش مردم به مبلغین مسیحی در ایران، همین خدمت بلاعوض آنان به مردم بوده است، چراکه مبلغین مسیحی که به ایران آمدند، اولین کاری که کردند تأسیس مدرسه و بیمارستان بود و با این کار بهترین خاطره شیرین را از خود به یادگار گذاشتند (ی، ج ۱۰: ۲۵۰).

۲-۲. به کارگیری مشوق‌ها

از دیگر سازوکارهایی که گرایش‌های انسان را تغییر می دهد و منجر به تغییر رفتار می شود، سازوکار انگیزه بخشی و به کارگیری مشوق‌هاست. در یک دسته بندی کلی، مشوق‌ها را می توان به دو نوع مالی و غیرمالی تقسیم نمود. در

مشوق‌های مالی، سعی می‌شود با استفاده از پرداخت پول و اعطای جوایز مالی فرد را ترغیب نمود. به عقیده استاد (م)، ج ۳: ۴۹۵:

«انسان به بسیاری از امور گرایش دارد به حکم آنکه منفعت و سود است. انسان به پول گرایش دارد برای اینکه پول برای انسان منفعت است، یعنی وسیله‌ای است که می‌تواند حوائج مادی او را رفع کند. این خیلی عالی است. گرایش انسان به منفعت، همان «خود محوری» است، یعنی انسان به چیزی گرایش پیدا می‌کند برای اینکه آن را جذب کند به خود برای ادامه و بقای حیاتش.»

لذا گرایش مردم به منفعت و سود، سبب می‌شود این نوع مشوق‌ها از کارایی خوبی برخوردار باشند. اما در کنار مشوق‌های مالی، بایستی به مشوق‌های غیرمالی نیز به‌عنوان یکی از عوامل مهم انگیزه‌بخش توجه شود. چراکه برخی نیازها و گرایش‌های انسان تنها به واسطه پول برطرف نمی‌شود. شهید مطهری علاوه بر گرایش افراد به منفعت، به دسته‌ای دیگر از گرایش‌های انسان‌ها تحت عنوان گرایش به «خیر و فضیلت» - که خیر عقلی می‌باشند - اشاره می‌کنند که توجه به آن جهت تشویق افراد الزامی است. ایشان گرایش‌های فردی مانند گرایش به نظم و انضباط، گرایش به تسلط بر نفس، گرایش به شجاعت و گرایش‌های اجتماعی مانند گرایش به تعاون، ایثار، احسان و نیکوکاری، فداکاری و... را ذیل این گرایش ذکر می‌کنند (م، ج ۳: ۴۹۶). ذیل گرایش‌های غیرمالی، یکی از مهم‌ترین گرایش‌ها، گرایش به احساس کرامت و عزت نفس است. افراد به دنبال رفتارهایی هستند که با انجام آن مورد احترام و تکریم دیگران قرار گیرند و عزت نفس آنان حفظ و تقویت شود. به عقیده شهید مطهری آن چیزی که بیش از همه چیز در اصلاح اخلاق و رفتار انسان تأثیرگذار است و محور اخلاق اسلامی شمرده می‌شود، کرامت و عزت نفس است (م، ج ۲۲: ۵۶۰). کرامت نفس به معنی این است که انسان جوهر ذات خود را به‌منزله گوهری عالی و تابلویی فوق‌العاده نفیس بیابد و همه رذایل اخلاقی به‌منزله نقص‌ها و شکست‌ها بر این شیء نفیس جلوه کند (ی، ج ۱۱: ۲۸۶). توجه به گرایش‌های فوق و تشویق افراد مبتنی بر چنین گرایش‌هایی، افراد را نسبت به انجام رفتارهای مطلوب سوق می‌دهد.

در ادبیات دینی مضاف بر مشوق‌های مالی و غیرمالی جهت تغییر رفتار از دو ابزار مهم تبشیر و انذار نیز یاد شده است. تبشیر به معنای مژده و امیدواری دادن و از مقوله تشویق است؛ مثلاً اگر بخواهید فرزندان به مدرسه بروند، شروع کنید آثار و فواید و نتایجی را که مدرسه رفتن دارد برای بچه‌ها ذکر کنید تا میل و رغبت او برای این کار تحریک بشود. اما انذار به معنای ترساندن و اعلام خطر نسبت به یک رفتار است؛ مثلاً برای رفتن فرزندان به مدرسه، عواقب خطرناک مدرسه رفتن را ذکر می‌کنید که اگر انسان مدرسه نرود و بی‌سواد بماند، بعد چنین و چنان می‌شود. در واقع تبشیر حکم قائد را دارد، یعنی فرد را از جلو می‌کشد و انذار حکم سائق را، یعنی فرد را از پشت سر می‌راند (م، ج ۱۶: ۱۵۴). یکی از نکات مهم این است که همیشه در قرآن تبشیر و انذار مقرون به یکدیگر هستند (م، ج ۱۶: ۱۵۵). لذا این دو ابزار بایستی توأمان با یکدیگر به کار روند.

۳. عوامل کنشی

گاهی اوقات انسان در ساحت بینشی یک رفتار را درست می‌داند و در ساحت گرایشی نیز مایل است آن را انجام دهد، اما

در ساحت کنشی موفق به انجام آن رفتار نمی‌شود. در این بخش به ارائه سازوکارهایی می‌پردازیم که بتواند این شکاف را پر کند. لذا مراد از سازوکارهای ناظر به عوامل کنشی، سازوکارهایی است که انجام رفتار را ساده‌تر نماید.

۳-۱. امکان‌پذیر کردن

مراد از امکان‌پذیر کردن، به‌کارگیری سازوکارهایی مانند دسترس‌پذیر کردن، تدریجی نمودن مداخله، ارائه جایگزین و ساده‌سازی رفتار است که در ادامه شرح داده می‌شود.

یکی از مواردی که به انجام یک رفتار کمک می‌کند، دسترس‌پذیری امکانات و مقدمات انجام یک رفتار است. شهید مطهری ناظر به این سازوکار، مثال نابودی کشور آندلس اسلامی را می‌زند و علت تغییر رفتار مسلمانان را فراهم بودن و دسترس‌پذیر بودن امکانات و وسایل عیاشی اعم از باغ‌ها و بوستان‌های شراب‌خواری و همچنین طنازی و دلربایی دختران در خیابان‌ها ذکر می‌کنند. ایشان همچنین این سازوکار را از نیرنگ‌های استعمار برای تصرف کشورهای اسلامی می‌دانند (م، ج ۳: ۴۰۴). استاد معتقدند که دین اسلام از این سازوکار جهت مقابله با عقاید باطل نیز استفاده کرده است. ایشان ناظر به موضوع کتب ضلال می‌فرمایند همان‌طور که سموم را از دسترس دور می‌گذارند، باید میزان دسترس‌پذیری مردم به کتب ضلال را نیز کاهش داد و از بین برد (ی، ج ۱۰: ۲۵۱).

از دیگر راه‌کارهای امکان‌پذیر کردن یک رفتار، تغییر تدریجی یک رفتار است. استاد مطهری معتقدند که تربیت و تغییر رفتاری که پیامبر اسلام در مردم به وجود آوردند، به صورت تدریجی و در طی چندین سال بوده است و دفعی نبوده است. پیامبر طبقه‌ای را تعلیم دادند، متفقه‌شان کردند، قدم‌به‌قدم جلو آوردند و تعلیم و تربیت اسلامی را تدریجاً در روح یاران خود نفوذ دادند (م، ج ۶: ۵۹۸). استاد مطهری با بررسی تاریخی نیز بیان می‌کنند که ورود اسلام به ایران و پذیرش آن در میان ایرانیان و تغییر افکار و عقاید کاملاً به صورت تدریجی بوده است:

«ایرانیان تدریجاً اسلام را پذیرفته‌اند و اسلام تدریجاً و مخصوصاً در دوره‌های استقلال سیاسی ایران بر کیش زرتشتی غلبه کرده است.» (م، ج ۱۴: ۱۰۲)

یکی دیگر از سازوکارهای مناسب برای ترک یک رفتار و ایجاد یک رفتار جدید، ارائه جایگزین است. اگر برای رفتار نامطلوب، رفتار جایگزینی تعریف شود که به همان میزان برای فرد خوشایند و لذت‌بخش باشد، به احتمال فراوانی رفتار خود را تغییر می‌دهد. شهید مطهری با مثال‌های مختلفی به شرح این سازوکار می‌پردازند (ی، ج ۱۰: ۲۴۵):

«جمعیت مبارزه با فساد - مثلاً به‌خصوص تریاک یا قمار یا شراب - تنها با تحریم کردن و لایحه به مجلس بردن درست نمی‌شود. برای تریاک‌ها علاوه بر قانون و منع کشیدن و منع کشت خشخاش، راه ترک کردن و قرص و دوا و بیمارستان لازم است، همچنین منع شراب و قمار. داستانی یک وقت در روزنامه خواندم که در ایالت فیلادلفیای آمریکا یک وقتی متوجه شدند که زن‌ها عادت کرده‌اند به قمار در مجالس شبانه ... حالا ما سال‌هاست می‌خواهیم جلو غیبت کردن زن‌ها را بگیریم ولی با زور و عجز و خطابه؛ البته ممکن نیست. فعلاً در وضع حاضر برای یک عده زن بیکار که سرگرمی ندارند راهی جز غیبت و خبرچینی وجود ندارد. حتماً اگر زن‌ها سرگرمی هنری و ذوقی در داخل خانه داشته باشند و موضوع صحبتی غیر از غیبت داشته باشند، آن وقت مواظب ما بهتر اثر می‌کند.»

شهید مطهری در رابطه با ارائه جایگزین به مسئله روابط نامشروع دختر و پسر و افراط در مسائل جنسی می‌پردازد و معتقدند که اصل اولی جهت حل این مسئله، ازدواج دائم است. حال اگر افراد به هر دلیلی موفق نشدند ازدواج دائم کنند، اسلام ازدواج موقت را به‌عنوان جایگزین معرفی کرده است. ایشان بر این باورند که رها کردن جوانان تحت عنوان «رهبانیت موقت» و توصیه به تحمل و ریاضت یا رها کردن آنان به حال خود و شکل‌گیری «کمونیسم جنسی» نمی‌تواند این مسئله را حل کند؛ لذا در این شرایط راه‌حل جایگزین ازدواج دائم نکردن، روی آوردن به ازدواج موقت است (م، ج ۱۹: ۶۴ و ۶۵).

در رابطه با سازوکار ساده‌سازی رفتار بایستی گفت که یکی از ویژگی‌های دین اسلام، حتی الامکان ساده کردن تکالیف دینی و رفتارها می‌باشد. اسلام با در نظر گرفتن ضعف انسان و طاقت کم افراد، تکالیف فوق طاقت وضع نکرده است، بلکه تکالیف دینی راحت‌العمل هستند و هر جا که انجام تکلیفی توأم با مضیقه و در تنگنا واقع شدن گردد، آن تکلیف ملغی می‌شود. در تعابیر دینی، از قول پیامبر اکرم (ص) اسلام به‌عنوان شریعت سمحه سهله یاد شده است^۱ (م، ج ۱۹: ۲: ۲۴۱). همچنین خداوند در قرآن با به‌کارگیری عبارتی مانند «لَا يُكَلِّفُ اللَّهُ نَفْسًا إِلَّا وُسْعَهَا»، «يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُخَفِّفَ عَنْكُمْ» و «يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْيُسْرَ وَ لَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعُسْرَ» به آسان بودن تکالیف دینی تأکید کرده است. دستور به تیمم به هنگام نبود آب یا مریضی، دستور به شکسته خواندن نماز و روزه نگرفتن به هنگام سفر، نشسته یا حتی خوابیده خواندن نماز به هنگام بیماری سخت تنها بخشی از مصادیق ساده‌سازی رفتار در مواقع مختلف است (م، ج ۱۶: ۱۶۱-۱۶۲).

شهید مطهری معتقد است که همان‌طور که ساده‌سازی رفتار و شرایط انجام آن کمک بزرگی به انجام و تغییر یک رفتار می‌کند، سازوکار دشوار سازی نیز در ترک یک رفتار مؤثر است. ایشان با ذکر فرایند و شرایط ازدواج و طلاق کاربرد این سازوکار را بیان می‌کند. به عقیده ایشان، هر چقدر اسلام سعی نموده شرایط ازدواج را ساده نماید، به همان میزان تلاش کرده است تا شرایط طلاق دشوار باشد. ایشان در این رابطه می‌فرمایند (م، ج ۱۹: ۲۷۳-۲۷۶):

«اسلام از هر چیزی که مرد را از طلاق منصرف کند استقبال می‌کند. اسلام عمداً برای طلاق شرایط و مقرراتی قرار داده که طبعاً موجب تأخیر افتادن طلاق و غالباً موجب انصراف از طلاق می‌گردد... به هر حال یکی از اموری که موجب انصراف مردان از طلاق می‌گردد لزوم حضور عدلین است اگر به صورت صحیحی عمل بشود. اسلام برای ازدواج که آغاز پیمان است حضور عدلین را شرط ندانسته است زیرا نمی‌خواسته است عملاً موجبات تأخیر افتادن کار خیری را فراهم کند، ولی برای طلاق با اینکه پایان کار است حضور عدلین را شرط دانسته است... همچنین اسلام در مورد ازدواج عادت ماهانه زن را مانع وقوع عقد قرار نداده است اما آن را مانع وقوع طلاق قرار

۱. البته با مطرح شدن این بحث، شاید سؤال پیش بیاید که با فرض آسان و سهل بودن تکالیف دینی، پس چرا اعمالی مانند حج و جهاد این همه همراه با سختی و مشقت هستند؟ شهید مطهری با التفات به این نکته، معتقدند که لازمه حصول و ظهور بسیاری از کمالات انسانی، مواجهه با سختی‌ها، دشواری‌ها و تراحم‌هاست. به عقیده وی به حکم قانون و ناموس خلقت، بسیاری از کمالات است که جز در مواجهه با سختی‌ها و شداید، جز در نتیجه تصادم‌ها و اصطکاک‌های سخت، جز در میدان مبارزه و پنجه نرم کردن با حوادث، جز در روبه‌رو شدن با بلایا و مصائب حاصل نمی‌شود (مطهری، ۱۳۸۴، ج ۲۳: ۷۵۱).

داده است... غرض این است که هر اقدامی که سبب تأخیر اقدام زوج در تصمیم به طلاق بشود از نظر اسلام عمل صحیح و مطلوبی است.»

۳-۲. تکرار رفتار و ایجاد عادت

در کنار امکان پذیر کردن انجام رفتار، سازوکار دیگری که به تسهیل و انجام راحت تر کنش کمک می کند، ایجاد عادت است. شهید مطهری همانند دیگر اندیشمندان مسلمان قبل از خود، عادت را ملکه ای می داند که در اثر تکرار و تمرین پیوسته در نفس شکل می گیرد (م، ج ۲۲: ۴۴۷) و بر این باورند که قسمت اعظم شخصیت انسان را عادات تشکیل می دهد (ی، ج ۱۳: ۳۶). ایشان پرداختن به مقوله عادت و تکیه بر ایجاد عادات مثبت را امری مهم و ضروری می دانند و علت آن را این می دانند که اولاً به قول قدما «العاده طبعیه ثانیه» و عادت و تربیت بر اراده و برنامه های کاری زندگی انسان حکومت دارد، ثانیاً قدرت اجرای دستورات عقل در عمل، به دست عادات است و انسان در عمل بیشتر از اینکه تحت فرمان عقل و ادراک باشد، تحت فرمان احساسات و عادات می باشد. نکته حائز اهمیت این است که شهید مطهری هر عادت را به صرف عادت بودن بد نمی داند. ایشان در مورد اینکه آیا عادت مطلقاً بد است یا بد و خوب دارد، ملاکی ارائه می دهند و خوبی و بدی عادت را منوط به قوی یا ضعیف کردن قوه عقل و اراده می دانند (ی: ۳۹ و ۴۰). لذا عاداتی که در آن عقل و اراده کنار گذاشته می شود را عادات انفعالی و مذموم می دانند و عاداتی را که در آن عقل و اراده همچنان حاکمیت دارند، عادات فعال و ممدوح می دانند. (م، ج ۲۲: ۷۳۳ و ۷۳۴).

در رابطه با راه کارهای ایجاد یا تغییر عادت، استاد مطهری یکی از راه های ترک عادت منفی را عهد با خود و اعلام کردن آن نزد عموم معرفی می کنند و می فرمایند (ی، ج ۱۳: ۴۱):

«اگر بخواهیم عادت زشتی را براندازیم بهتر این است که پس از آنکه تصمیم لازم گرفتیم، تصمیم خود را اعلام کنیم تا تعهد ما قطعی تر شود.»

ایشان در باب ایجاد یا ترک عادت دشوارترین مرحله را، همان ابتدای کار می دانند، فلذا پیشنهاد می کنند که افراد تمرکز ویژه ای بر روی ابتدای کار داشته باشند. اگر انسان در ابتدای تغییر عادت صبر و تحمل کند، باقی مسیر برایش آسان می شود (ی، ج ۱۱: ۱۹۷). استاد همچنین جهت تقویت اراده و مقهور نشدن در برابر عادات انفعالی پیشنهاد می کنند که انسان هر روز حداقل یک عمل ولو کوچک برخلاف هوای نفس خود باید انجام دهند (ی، ج ۱۳: ۴۲). در نهایت انجام مکرر رفتار طبق یک برنامه نیز به ایجاد عادت و ملکه در فرد کمک شایانی می کند، همان طور که روزه چنین خاصیتی دارد. استاد با اشاره به برنامه های اسلام با در نظر گرفتن چنین نگاهی می فرمایند (ی، ج ۱۴: ۲۰۵):

«در اسلام بعضی از عبادات به صورت تکرار منظم تشریح شده، مثل نماز در همه سال و همه عمر و روزه در سی روز پشت سر یکدیگر (به خلاف حج مثلاً). در این گونه عبادات مخصوصاً باید به جنبه تکرار منظم آن ها توجه داشت. روح انسان مثل بدن انسان با ورزش و تکرار عمل عوض می شود، آمادگی و نیرو و مهارت پیدا می کند که در مسئله عادت گفته ایم. اگر کسی سی روز منظم ورزش کند حتماً عضلاتش محکم و نیرومندتر می شود. اگر کسی سی روز تمرین مشق خط و یا موسیقی و یا تیراندازی کند بالاخره فی الجمله مهارتی در او پیدا می شود.»

۴. عوامل اجتماعی

عوامل اجتماعی نقش بسیار پررنگی در رفتار انسان دارد. از طرفی افراد دیگر، گروه‌ها، تشکله‌ها، هنجارهای حاکم بر جامعه، ارزش‌های اجتماعی و... همگی در تعیین نوع رفتار ما اثرگذارند؛ از سویی دیگر مقررات اسلامی، ماهیتی اجتماعی دارند و حتی در فردی‌ترین مقررات نیز به جنبه‌های اجتماعی توجه و اشاره شده است (م، ج ۲: ۲۴۲). ذیل این عامل چندین سازوکار معرفی می‌شود که عبارت‌اند از: استفاده از گروه‌های مرجع، الگوسازی، اثر هم‌نشینی، استفاده از هنجارهای اجتماعی و انجام جمعی عمل. در ادامه به شرح و توضیح هر یک از این سازوکارها پرداخته می‌شود.

۴-۱. مدیریت خواص و گروه‌های مرجع

خواص و گروه‌های مرجع اثرگذاری بالایی بر عامه مردم دارند و نقش برجسته‌ای در تغییر رفتار عموم دارند. ممیزه خواص نسبت به عوام، قدرت تأثیرگذاری آنهاست که می‌توانند با استفاده از قدرت خارق‌العاده‌ای از نظر عقل یا ذوق یا اراده و ابتکار، جامعه‌ای را از نظر علمی و فنی یا از نظر اخلاقی یا از نظر سیاسی یا از نظر نظامی جلو ببرند (م، ج ۲: ۴۹۱؛ م، ج ۱۳: ۶۱۴). تمرکز بر خواص و مدیریت و جهت‌دهی مناسب آن‌ها برای اثرگذاری بر رفتار عموم مردم اهمیت فراوانی دارد. شهید مطهری با ذکر دو مثال به اهمیت خواص می‌پردازد. ایشان با اشاره به تلاش یزید و جبهه باطل جهت تغییر افکار و رفتار مردم می‌فرمایند (م، ج ۱۷: ۴۲۲):

«دستگاه یزید نمی‌توانست بدون یک پشتوانه فکری و اعتقادی یا لاقبل بدون آنکه اعتقادات موجود مردم را توجیه کرده باشد کارش را انجام بدهد. خیال نکنید آن‌ها این قدر احمق بودند که بگویند سرها سر نیزه، گور پدر مردم و افکارشان! بلکه در هر حال در مقام اغفال افکار مردم و القای یک سلسله افکار و اندیشه‌ها بودند تا فکر مردم قانع بشود که وضع موجود بهترین وضع است و باید همین‌طور باشد. البته در میان یک عده مردم مذهبی باید آن فکر رنگ و صورت مذهبی داشته باشد. چرا از شریح قاضی استمداد می‌کنند؟ برای اغنای فکر مردم تا به فکر مردم رنگ بدهند و دادند.»

از سویی به تلاش ائمه برای احیای اسلام و فلسفه قیام حسینی اشاره می‌کنند که:

«امام زین‌العابدین و امام باقر و امام صادق و امام کاظم توصیه می‌کردند فلسفه قیام حسینی تذکر داده شود و در اثر این توصیه‌ها، شاعرانی مانند کمیت‌ها و دعبل خزاعی‌ها به وجود آمدند (م، ج ۲۵: ۲۴۳)، شاعرانی که زیر چتر مرثیه سالار شهیدان امام حسین علیه‌السلام، چه انتقادهای گزنده‌ای از بنی‌امیه و از بنی‌عباس کردند و چه‌ها بر سر آن‌ها آوردند.» (م، ج ۲۵: ۳۳۹).

۴-۲. الگوسازی

یکی از سازوکارهای مورد استفاده دین و قرآن معرفی الگوی انسان کامل و مطلوب است. افراد الگو کسانی هستند که متصف به رفتار مطلوب هستند و صفات، افکار و رفتارهای مطلوب در وجودشان نهادینه شده است. شهید مطهری با بیان اینکه بشر به طبع مقلد است (ی، ج ۱۳: ۵۷)، معرفی افراد الگو را امری ضروری می‌داند و علت اهمیت و ضرورت وجود و انتخاب الگو را با «قانون محاکات» توضیح می‌دهند (م، ج ۱۵: ۸۳۶).

«مقصود از «محاکات» همین چیزی است که ما آن را حس تلقین و تقلید می‌نامیم، یعنی اینکه انسان این خاصیت را دارد که وقتی در یک انسان دیگر یک حالتی را می‌بیند، می‌خواهد خودش را تطبیق به او بدهد، مثل او می‌خواهد باشد، خصوصاً اگر او را به عظمت بشناسد. وقتی او را به عظمت می‌شناسد پیوسته می‌خواهد خودش را مثل او قرار بدهد. هر طوری که او هست می‌خواهد خودش را شبیه او کند.»

سازوکار الگوسازی در واقع سازوکاری است که تغییر رفتار را از طریق یادگیری مشاهده‌ای و تحقق یک عقیده یا یک گرایش و در قالب عمل نه سخن، ممکن می‌سازد. شهید مطهری الگوسازی را یکی از راه‌های راهنمایی و جهت‌دهی بشر می‌داند و می‌فرماید که برای هدایت و راهنمایی بشر دو راه است: یکی راه گفتن و نوشتن و دیگر راه پیش‌قدم شدن، و هرگز گفتن به قدر پیش‌قدم شدن اثر ندارد (م، ج ۲۲: ۱۸۱). استاد بر این باورند خود کسانی که جهت تغییر رفتار مداخله می‌کنند نیز بایستی ملبس به رفتار مطلوب باشد و به مثابه یک الگو، خود افرادی صالح و عامل به رفتارهای نیکو باشند، چراکه هیچ چیزی بشر را بیش از عمل تحت تأثیر قرار نمی‌دهد (م، ج ۱۷: ۲۵۳). لذا استاد یکی از شرایط آمرین به معروف را نیز همین عامل بودن به اوامر دینی می‌داند (م، ج ۱۷: ۲۳۳ و ۲۳۴). افرادی که در جامعه به‌عنوان الگو مطرح می‌شوند یا مورد اقبال قرار می‌گیرند، همواره مورد توجه مردم هستند. این افراد بایستی محبوبیت کافی داشته باشند و یا طی فرایندی، محبوب شوند. ایجاد محبوبیت آثار بسیار مثبتی دارد و تأثیرپذیری افراد نسبت به الگو را افزایش می‌دهد. شهید مطهری به‌خوبی به اهمیت رابطه حبی و محبوب بودن افراد الگو نزد مردم اشاره می‌کنند (م، ج ۱۶: ۲۶۴):

«محبت به سوی مشابَهت و مشاکلت می‌راند و قدرت آن سبب می‌شود که مُحب به شکل محبوب درآید. محبت مانند سیم برقی است که از وجود محبوب به محب وصل گردد و صفات محبوب را به وی منتقل سازد، و اینجاست که انتخاب محبوب اهمیت اساسی دارد.»

۴-۳. به‌کارگیری هنجارهای اجتماعی

سازوکار هنجارهای اجتماعی، اثر فوق‌العاده‌ای در رفتار و تغییر آن دارد. اما باید توجه داشت که اولاً هنجارها از پشتوانهٔ عقلانی برخوردار باشند و ثانیاً افراد نیز با حفظ عقلانیت و اراده خود از این هنجارها پیروی کنند. لذا در برخی موارد این سازوکار را تأیید در برخی موارد از پیروی بی‌چون و چرای عرف و هنجارها و عادات اجتماعی انتقاد می‌کنند. در این رابطه ایشان با طرح موضوع تقلید و نقد آن می‌فرمایند (ی، ج ۶: ۴۹۰):

«تقلید به معنای تبعیت از عرف و عادت قومی و سنن آبابی و اجدادی و بقا بر روش قدیمی است که در قرآن از آن زیاد یاد و تنقید شده است. این گونه تقلید مولود از دست دادن تعقل و بیدار نبودن و اسیر بودن و محکوم بودن و غیرمستقل بودن عقل است.»

در آثار دیگر خود نیز به مذمت و نقد پیروی گله‌ای از هنجارها می‌پردازند. ایشان با اشاره ضمنی به اینکه افراد در جمع به دنبال تأیید اجتماعی هستند، معتقدند که انسان نباید اسیر چنین پدیده‌هایی شود. به‌عنوان مثال استاد با طرح موضوع اثرپذیری انسان از تمسخر و بیان و رفتار دیگران، به مذمت آن می‌پردازند و می‌فرمایند انسان نباید تحت تأثیر

تمسخر دیگران (م، ج ۲۶: ۶۸۶) یا مد و عرف و عادات اجتماعی (ی، ج ۷: ۶۱)، منطق خود را کنار بگذارد. شهید مطهری در مقابل به جنبه مثبت عرف و رسوم و عادات اجتماعی و هنجارها نیز اشاره می‌کند و معتقدند مثل امروری‌ها نباید بی‌جهت سنت‌شکن بود و گفت: من با هر چه سنت است مخالفم! بلکه باید گفت که من با هر چیزی که منطق دارد موافق و با هر چه که منطق ندارد مخالفم (م، ج ۲۳: ۶۱۲). لذا بایستی تقلید و پیروی از هنجارهای اجتماعی مبتنی بر عقلانیت و اراده باشد؛ در این صورت است که مورد تأیید می‌باشد.

۴-۴. انجام جمعی عمل

از ویژگی‌های برجسته دین اسلام این است که دستور به انجام جمعی بسیاری از رفتارها و تکالیف داده است. مثلاً توصیه شده است که هر پنج وعده نماز به جماعت خوانده شود و ثواب بسیاری برای آن ذکر شده است. یا دعای جمعی در روایات بسیار سفارش شده است و نقل شده که سریعتر از دعای فردی به اجابت می‌رسد. یا در نمازهای جمعه، عید فطر و عید قربان نماز فردی معنا ندارد. همه این‌ها حاکی از اهتمام اسلام به انجام جمعی اعمال است. انجام جمعی عمل باعث می‌شود روح جمعی در میان افراد تقویت شود و افراد به واسطه انجام جمعی عمل، به انجام رفتار و دیگر رفتارها ترغیب شوند. شهید مطهری فلسفه انجام جمعی عمل را این‌گونه بیان می‌کند (م، ج ۲۱: ۱۶۱):

«اسلام که گفته است نماز با جماعت خوانده شود برای این است که مردم در آن حالی که حالت روحانیت و معنویت است، چشمشان به صورت یکدیگر بیفتد و به اوضاع یکدیگر رسیدگی کنند. اینکه گفته‌اند اگر نماز را به جماعت بخوانید این مقدار ثوابش زیاد می‌شود، برای این است که شما را به یکدیگر مهربان‌تر می‌کند، در قضای حوایج یکدیگر ساعی‌تر می‌کند؛ یعنی نماز را به جماعت خواندن، پوسته‌ای است که مغزی در آن نهفته است. مغز آن، عواطف اجتماعی و علاقه‌مند بودن به سرنوشت دیگران است.»

۴-۵. اثر هم‌نشینی

از دیگر سازوکارهای اجتماعی، استفاده از قدرت اثر هم‌نشینی است. هم‌نشینی‌های فرد، اثر فراوانی بر روی رفتار می‌گذارند؛ فلذا در دین به انتخاب درست دوست و همسر و همکاران تأکید شده است. در این سازوکار، افراد به واسطه یادگیری اجتماعی که رخ می‌دهد، کاملاً تحت تأثیر رفتارهای فرد هم‌نشین قرار می‌گیرند. شهید مطهری اثر هم‌نشینی را بسیار بیشتر از صرف آگاهی افزایشی می‌داند و معتقدند (م، ج ۱۶: ۲۶۷):

«تجربه نشان داده است که آن اندازه که مصاحبت نیکان و ارادت و محبت آنان در روح مؤثر افتاده است، خواندن صدها جلد کتاب اخلاقی مؤثر نبوده است.»

ایشان از معاشرت و هم‌نشینی با افراد نیک و صالح نیز به‌عنوان یک سازوکار بسیار مؤثر جهت تغییر رفتار یاد

می‌کنند و می‌فرمایند (م، ج ۲۲: ۹۳۴):

«یکی دیگر از عواملی که برای اصلاح و تربیت به آن توجه شده است، معاشرت با صالحان و نیکان است. ما در متون اسلامی بابی داریم تحت عنوان «مجالست و تأثیر مجالست» هم در جهت مثبت و هم در جهت منفی، که

مجالست صالحان آثار نیکِ فوق‌العاده دارد و مجالست بدان آثار سوء فوق‌العاده دارد، و این یک امری است که اجتناب‌ناپذیر است؛ یعنی انسان هرچه بخواهد به اصطلاح در دل خودش را ببندد و وقتی که می‌خواهد با کسی معاشرت کند خودش را آن‌چنان ضبط کند که از او اثری نگیرد، باز کم و بیش اثر می‌پذیرد.»

۵. عوامل محیطی

از آنجا که محیط فیزیکی، جغرافیا و معماری در رفتار انسان اثر بسزایی دارد، با تغییر و طراحی مناسب محیط می‌توان رفتار را تنظیم و تغییر داد. در اسلام به اصلاح محیط اجتماعی اهتمام زیاد شده است و از اصلاح محیط و ایجاد محیط مساعد به‌عنوان یکی از وظایف و فرایض اسلامی تحت مفهوم «امر به معروف و نهی از منکر» یاد شده است (م، ج ۲۲: ۴۳۶). ذیل عامل محیطی به دو سازوکار نمادسازی و مانع زدایی پرداخته می‌شود.

۵-۱. نمادسازی

نمادسازی شیوه‌ای برای تغییر انسان از ظاهر به باطن است، چراکه بر اثر ارتباط فرد با نماد، لاجرم معنا نیز منتقل می‌شود و به تدریج رفتار و بینش فرد تغییر می‌کند. بنابراین نمادها می‌توانند پس از مدتی، انسان را به سوی فضای مثبت یا منفی سوق دهند. این نگاه در احادیث نیز اشاره شده است؛ مثلاً پیامبر اکرم می‌فرماید: «مَنْ تَشَبَهَ بِقَوْمٍ فَهُوَ مِنْهُمْ»^۱. در ادبیات دینی، نمادهای دینی با تعبیر شعائر اسلامی یاد شده است. شهید مطهری با اشاره به جایگاه مهم نمادها و شعائر در فرهنگ عامه و نقش برجسته آنان در تغییر رفتار عامه مردم می‌فرماید (ی، ج ۶: ۴۴):

«می‌توان گفت حکمت دستورهای شعاری تنها زنده نگه داشتن در مقابل میراندن نیست، بلکه جهت دادن و هدف مشخص کردن هم هست. زنده نگه داشتن یعنی شاداب نگه داشتن، نظیر گلی که در اثر آب دادن و دفع آفت و قوت دادن شاداب نگه داشته می‌شود.»

۵-۲. مانع زدایی

سازوکار مانع زدایی از آن جهت اهمیت دارد که با کاهش موانع رفتار مطلوب، امکان بروز رفتارهای مطلوب افزایش و امکان انحراف و فساد نیز کمتر می‌شود. شهید مطهری ضمن ذکر داستان حضرت موسی و فتنه سامری به این سازوکار اشاره می‌کنند. موسی بعد از فتنه سامری، برای از بین بردن فتنه تنها به تبلیغ و به کار بردن منطق راجع به اینکه گوساله صلاحیت پرستش ندارد قناعت نکرد، زیرا تا گوساله سر جا می‌بود مردم از وهم خود برای او شخصیت می‌ساختند و او را می‌پرستیدند و لهذا در جلو چشم آن‌ها آن را آتش زد و خاکسترش را به دریا ریخت: «وَأَنْظُرْ إِلَى إِلٰهِكَ الَّذِي ظَلْتَ عَلَيْهِ عَاكِفًا لَنْهَرِقَنَّهُ ثُمَّ لَنَنْسِفَنَّهُ فِي الْيَمِّ نَسْفًا». در اجتماع باید بت‌های اجتماعی از کعبه اجتماع فروریخته شود و وجود آن‌ها از بین برده شود (ی، ج ۱۳: ۱۷۷ و ۱۷۸). استاد ذیل مرتبه‌ی یدی و عملی امر به معروف و نهی از منکر نیز به این موضوع اشاره می‌کنند که یکی از اقدامات از بین بردن موانع رفتار مطلوب است؛ مثلاً شکستن آلات معصیت (ی، ج ۱۰: ۲۵۶).

۱. هر کس خودش را شبیه قومی کنند، از جمله آنان خواهد بود.

ایشان صرف متقاعد کردن و آموزش به افراد را برای تغییر رفتار کافی نمی‌دانند و معتقدند مادامی که امکانات برای انجام رفتار نامطلوب وجود داشته باشد و موانع برطرف نشده باشند، سخنرانی و توصیه فایده‌ای ندارد (م، ج ۲۶: ۴۳۶).

۶. عوامل ساختاری

از منظر شهید مطهری یکی از عوامل تأثیرگذار بر رفتار انسان، ساختارها، قواعد، نظامات، تشکلات و نهادهای جامعه می‌باشند. استاد با نگاه اصالت جامعه‌ای خود، صرف وجود زعمای صالح را جهت اصلاح و تغییر رفتار کافی نمی‌دانند، بلکه بر این باورند که ساختارها نیز اهمیت دارند و بایستی اصلاح شوند (م، ج ۲۴: ۴۸۶). ذیل این عامل به سازوکارهای اقتدار و قاعده‌گذاری اشاره خواهد شد.

۶-۱. ابزار اقتدار

از دیگر سازوکارهایی که در هر جامعه‌ای برای تغییر رفتار ضروری و اسلام نیز از آن غفلت نکرده است، ابزار قانون و مجازات و اجبار و ممنوعیت می‌باشد. به عقیده شهید مطهری اسلام برای اصلاح جامعه به دو نیرو معتقد است و هر دو را قابل استفاده می‌داند، هم نیروی اندرز و هم نیروی زور (م، ج ۲۸: ۳۳۸). مجازات در طول تعلیم و تربیت و ایمان و امر به معروف و نهی از منکر است. آن‌ها مانع وقوع می‌باشند ولی اگر مفید واقع نشوند، باید مجازات صورت بگیرد. به هر حال عامل ترس، علاوه بر عامل ایمان و تربیت باید وجود داشته باشد (ی، ج ۷: ۵۷ و ۵۸). به عبارتی جهت انجام رفتارهای مطلوب، صرف تعلیم و تربیت و اقناع افراد جامعه کفایت نمی‌کند، بلکه اجبار و مجازات و قانون نیز لازم است و طیفی از جامعه صرفاً از این طریق اصلاح می‌شوند.

استاد مطهری بر این باورند که مجازات صرفاً بدنی نیست، بلکه برخی اوقات می‌تواند اجتماعی باشد. به‌عنوان مثال ایشان با استناد به آیه «وَلَا تَقْبَلُوا لَهُمْ شَهَادَةً أَبَدًا» بر این باورند اسلام برای فردی که زنی عقیف را به زنا متهم می‌کند اما نمی‌تواند اثبات کند، مجازات بدنی تعیین نکرده بلکه با ملغی کردن شهادت فرد تا آخر عمر، اعتبار اجتماعی او را خدشه‌دار کرده و مجازاتی اجتماعی اعمال نموده است (م، ج ۲۶: ۳۹۷). یکی دیگر از انواع مجازات که عمدتاً توسط مردم باید صورت بگیرد، اظهار تنفر از مجرمین است. اگر افکار عمومی فردی را تحت فشار قرار دهند و اظهار مذمت کنند، شرایط برای تغییر رفتار فرد فراهم می‌شود (ی، ج ۳: ۳۱۱ و ۳۱۲).

۶-۲. قاعده‌گذاری

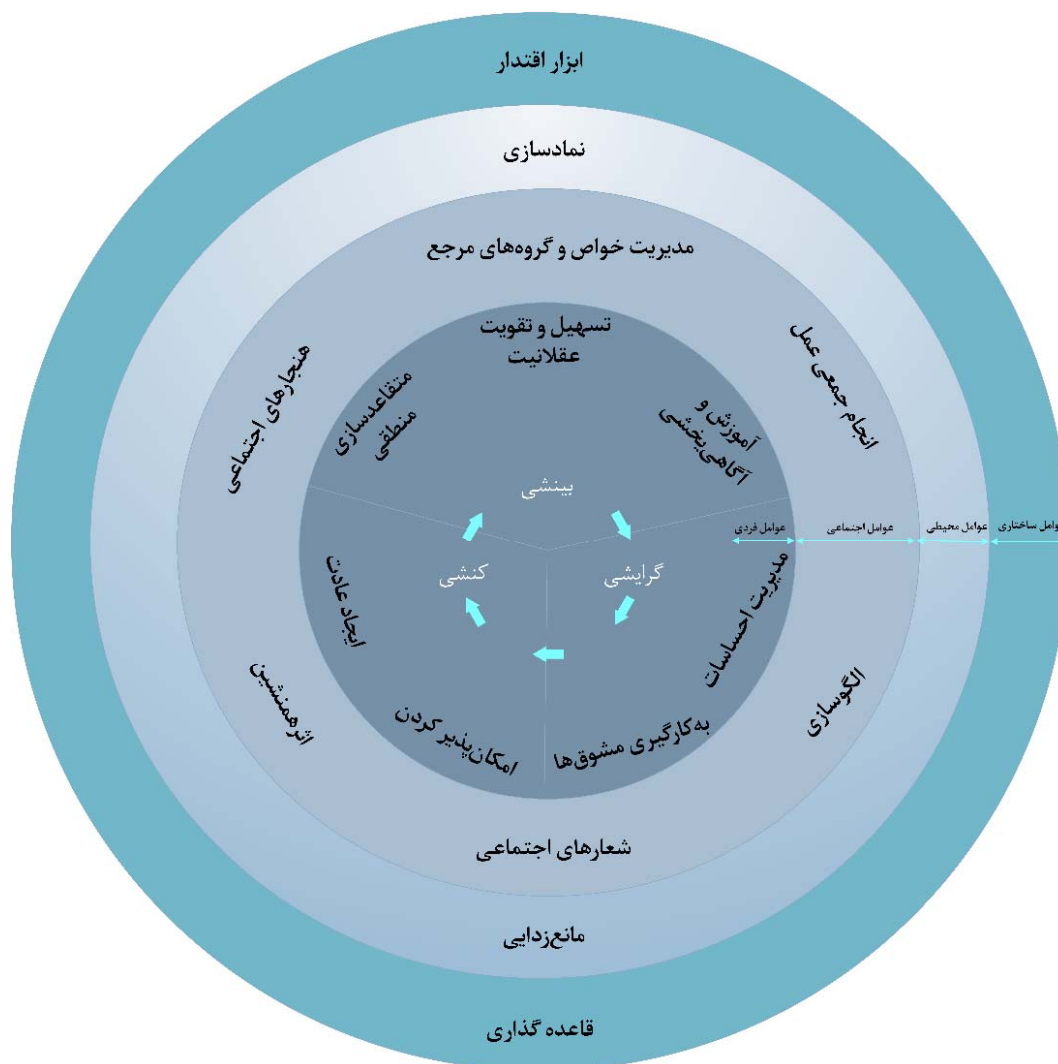
قواعد، ساختارها، نظامات و بستر کنش نقش فراوانی در رفتار افراد دارد و منجر می‌شود افراد بر اساس آن کنشگری داشته باشند. شهید مطهری با اشاره به اثر این عامل در قالب یک مثال می‌فرماید (م، ج ۲۴: ۴۸۷):

«تشکیلات و نظامات اجتماعی نسبت به افراد اجتماع به منزله خیابان‌ها و کوچه‌ها و خانه‌های یک شهر است نسبت به مردم و وسایل نقلیه‌ای که در آن شهر حرکت می‌کنند. هر شهری به هر نحو که خیابان‌کشی و کوچه‌سازی شده باشد مردم شهر مجبورند از پیچ‌وخم همان خیابان‌ها و لابلای همان کوچه پس‌کوچه‌ها و از

همان چهارراه‌ها حرکت کنند. حداکثر آزادی عمل مردم آن شهر این است که در میان همان خیابان‌ها و همان کوچه‌ها هرکدام که نزدیکتر یا خلوت‌تر یا پاکیزه‌تر و باصفا تر است انتخاب کنند.»
در مقام سیاست‌گذاری، قاعده‌گذاری و طراحی بستر کنش مناسب می‌تواند رفتار افراد را تعیین کند و تغییر دهد.

مدل نهایی

در نهایت با توجه به شرح مضامین در بخش قبل، می‌توان مدل زیر را برای سازوکارهای تغییر رفتار عموم از منظر شهید مطهری ارائه نمود. مطابق مدل زیر سه ساحت بینش، گرایش و کنش انسان که ذیل عوامل فردی می‌باشند، تحت تأثیر عوامل اجتماعی، محیطی و ساختاری و تعیین‌کننده رفتار انسان هستند. سازوکارهای تغییر رفتار عموم نیز ذیل این عوامل دسته‌بندی شده‌اند.



شکل ۲. مدل نهایی سازوکارهای تغییر رفتار از منظر شهید مطهری

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

خطمشی رفتاری به‌عنوان یکی از رویکردهای جدید در عرصه خطمشی‌گذاری عمومی با وجود هزینه کم، توانسته اثربخشی و کارایی مناسبی جهت تغییر رفتار عموم داشته باشد. خطمشی‌گذاران در سراسر دنیا از این رویکرد جدید غفلت نداشته و با تأسیس مراکز تلنگر، آن را پیاده‌سازی نموده و در کنار ابزارهای سنتی از این دسته از ابزارهای خطمشی نیز استفاده نموده‌اند. ابزارهای تلنگر با تأکید بر عوامل بیرونی اعم از محیطی و اجتماعی سعی دارند بر انتخاب و رفتار افراد اثرگذاری داشته باشند و رفتار افراد را بدون تغییر عمده در ذهن و بینششان تغییر دهند. طبیعتاً این رویکرد نیز همانند هر پدیده‌ای دارای نقاط مثبت و منفی می‌باشد که بایستی مدنظر قرار گیرد.

در این مقاله ضمن بررسی اجمالی ادبیات خطمشی رفتاری و شرح ابزارهای سنتی با الگوی عقلایی و ابزارهای رفتاری با الگوی بافتاری در عرصه تغییر رفتار، به سازوکارهای تغییر رفتار عموم از منظر شهید مطهری به‌عنوان اندیشمندی اسلامی پرداخته شد و با بررسی و تحلیل تمامی آثار شهید مطهری به روش تحلیل مضمون، مدل نهایی سازوکارهای تغییر رفتار عموم تهیه گردید. مطابق دیدگاه شهید مطهری، دین اسلام نگاه جامعی به بحث تغییر رفتار دارد و سازوکارهای مختلفی در تمامی ساحات انسان اعم از بینش، گرایش و کنش و نیز در تمامی سطوح فردی، اجتماعی، محیطی و ساختاری ارائه کرده است. ریشه این بحث در نوع نگاه اسلام به رشد انسان است که آن را تعالی یافتن متوازن تمام ابعاد و ساحات انسانی به نحو تام می‌داند. لذا ویژگی «جامع‌نگری» یکی از وجوه تمایز نگاه اسلامی با نگاه غربی در باب تغییر رفتار است که یافته‌های پژوهش‌گویی آن بوده است. با عنایت به ویژگی جامع‌نگری، اسلام راهبردهای مختلفی شامل تقویت بینش، تقویت گرایش، تقویت کنش، به‌کارگیری عوامل اجتماعی، اصلاح محیط و استفاده از عوامل ساختاری جهت تغییر رفتار ارائه کرده است.

از منظری دو رویکرد و راهبرد کلی «تقویت بینش» و «تقویت کنش» برای تغییر رفتار وجود دارد. در کنار راهبرد تقویت بینش و حرکت به سمت کنش (مسیر تغییر بینش ← تغییر گرایش ← تغییر کنش)، راهبرد دیگری که اثرگذاری فراوانی دارد و معمولاً مغفول است، راهبرد تقویت کنش و حرکت به سمت بینش (تغییر کنش ← تغییر گرایش ← تغییر بینش) می‌باشد. اگر در راهبرد اول بر تقویت ساحت بینش تأکید می‌شود، در این ساحت به بسترسازی و رفع موانع برای انجام کنش توجه می‌گردد. این راهبرد مخصوصاً برای عامه مردم اثرگذاری بیشتری دارد، متأسفانه تاکنون در نظام جمهوری اسلامی مورد غفلت بوده و بایستی بیش از پیش مورد توجه خطمشی‌گذاران قرار گیرد. توجه به کنش و سرمایه‌گذاری و بسترسازی محیطی، ساختاری و اجتماعی برای تحقق آن در هر دو رویکرد اهمیت دارد و موضوعی حیاتی است. اهمیت آن در راهبرد اول از این جهت است که اگر افرادی به رفتار مطلوبی آگاهی داشتند و مایل به انجام آن باشند، با این بسترسازی با موانع انجام رفتار مواجه نمی‌شوند و راحت‌تر می‌توانند دانسته‌ها و خواسته‌هایشان را محقق کنند. در راهبرد دوم نیز تأکید بر کنش، منجر به ایجاد آمادگی و ظرفیت افراد برای بینش‌ها و گرایش‌های مطلوب می‌شود. شهید مطهری در جای‌جای آثار خود به اهمیت این راهبرد و سرمایه‌گذاری بر کنش و بسترسازی اشاره دارند؛ از جمله اینکه بر این باورند در امر به معروف نباید به صرف پند و نصیحت اکتفا کرد بلکه بایستی تدبیر و منطقی به خرج داد

و تدابیر عملی اتخاذ کرد و همچنین تکیه‌گاه تعلیم و تربیت اسلامی را عمل می‌دانند و به تعبیری از اسلام به‌عنوان دین عمل یاد می‌کنند.

نتایج این تحقیق نشان داد که الگویی که شهید مطهری از متن معارف دینی استخراج می‌نمایند، در مقایسه با سایر الگوها از جامعیت برخوردار است. این الگو در مقایسه با رویکردهایی مانند چارچوب EAST (تیم بینش‌های رفتاری، ۲۰۱۴: ۹-۴۲) و یا چارچوب ABCD که ابزارهایی برای تغییر در چهار جنبه رفتار انسان توجه، ساختار باور، انتخاب و اراده ارائه می‌نماید (سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، ۲۰۱۹: ۹۰-۱۱۴)، به روش‌های مبتنی بر تغییر در بینش برای رسیدن به رفتار مطلوب توجه دارد. رویکرد ارائه شده در مقاله از آنجا که تقویت بینش و اندیشه را در متن الگوی خود دارد نسبت به مدل‌های مختلف ارائه شده در عرصه بینش‌های رفتاری کامل‌تر بوده و ضعف ناشی از انتقادهای طرح شده مربوط به این دسته از مدل‌ها (مبنی بر تضعیف عقلانیت و فکر بشری) را ندارد. از سوی دیگر الگوی ارائه شده نسبت به سایر تحقیقاتی مانند اعرابی و همکاران (۱۳۹۷) که تغییر رفتار در اندیشه اسلامی را در تغییر در بینش‌ها و یا استفاده از اوامر و نواهی می‌بینند، پا فراتر گذشته و با نوعی نگاه جامع، ابزارهای مبتنی بر اولویت تغییر کنش را در منظومه فکر اسلامی در کنار تقویت بینش معرفی نموده است.

پیشنهاد عملیاتی برای خط‌مشی‌گذاران عمومی

حکومت اسلامی جهت تغییر رفتار ابتدا باید فرایند آگاهی بخشی و اقناعی را طی کند و سطح بینشی مردم به ضرورت و انجام یک رفتار را ارتقا دهد. سپس بایستی شرایط خارجی را به نحوی طراحی نماید که افراد بتوانند رفتار مدنظر را به سهولت انجام دهند. در این راستا بینش‌های رفتاری و ابزار تلنگر در دو عرصه می‌توانند به سیاست‌گذاران حکومت اسلامی کمک کنند:

۱. عرضه اثربخش سیاست‌های دولت: بینش‌های رفتاری منجر می‌شوند یک خط‌مشی برای مردم راحت‌تر،

فهم‌پذیرتر، جذاب‌تر و پذیرفتنی‌تر به نظر رسند؛

۲. بسترسازی سلبی و ایجابی برای انجام رفتار: ابزارهای تلنگر و بینش‌های رفتاری سبب می‌شوند بافت و ساختار

و محیط بیرونی به نحوی طراحی شوند که احتمال بروز رفتار مدنظر سیاست‌گذاران افزایش یابد.

مورد دوم به‌طور خاص برای عامه مردم اثرگذاری فراوانی دارد؛ اما متأسفانه تاکنون در نظام جمهوری اسلامی مورد

غفلت بوده و بایستی بیش از پیش مورد توجه خط‌مشی‌گذاران قرار گیرد. از آنجا که کنش‌ها برای مردم ملموس‌تر است و

به‌راحتی با آن ارتباط می‌گیرند، غربی‌ها نیز بر آن سرمایه‌گذاری کرده‌اند و جهت تغییر فرهنگ و رفتار و انتخاب‌های

مردم بر آن تکیه می‌کنند. لذا ضروری است که خط‌مشی‌گذاران بر محیط و ساختارها جهت تغییر رفتار عموم توجهی

مضاعف نمایند و بسترسازی محیطی، ساختاری و اجتماعی برای انجام کنش‌های مطلوب اسلامی و توحیدی را از وظایف

اصلی حکومت اسلامی بدانند.

همچنین بر اساس یافته‌های این پژوهش، موضوعات زیر برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌گردد:

۱. واکاوی سازوکارهای تغییر رفتار عموم از منظر سایر اندیشمندان اسلامی (علامه طباطبایی، آیت‌الله خامنه‌ای، شهید صدر، امام خمینی و...):
۲. بررسی تطبیقی نظریه معماری انتخاب و نظریه تربیت اسلامی از منظر شهید مطهری؛
۳. بررسی فقهی مشروعیت تک تک سازوکارهای رویکرد رفتاری و نظریه معماری انتخاب؛
۴. بررسی نقش عدالت اجتماعی به‌عنوان ارزش محوری اجتماع در تغییر رفتار عموم.

منابع

- ابراهیمی دهشیری، محمد حسن (۱۳۹۰). اصول تغییر و اصلاح رفتار در سیره معصومان علیهم السلام. معرفت، ۱۶۰(۲۰)، ۵۱-۵۸.
- اعرابی غلامحسین؛ ناصح علی احمد؛ نجفی رضا (۱۳۹۷). شیوه تربیتی قرآن کریم در تغییر رفتار مخاطبان عصر نزول در آیات نهی از ربا از دیدگاه فریقین. پژوهش‌های تفسیر تطبیقی، ۴(۲)، ۶۵-۱۱۶.
- باقری چوکامی، سیامک؛ یوسفی، جعفر (۱۳۹۱). مؤلفه‌های نرم افزارانه مدیریت تغییرات اجتماعی در قرآن کریم. مطالعات قدرت نرم، ۷(۲)، ۲۷-۴۴.
- باقری فرد، محمد حسین؛ توکلی، عبدالله؛ الوانی، سید مهدی. (۱۳۹۴). سیاست‌گذاری فرهنگی در دولت دینی. حکومت اسلامی، ۷۵(۲۰)، ۱۷۳-۲۰۶.
- چلونگر، محمد علی (۱۳۹۶). روش‌ها و ویژگی‌های شیوه‌های اصلاحی امام علی(ع). پژوهش نامه علوی، ۱۵(۸)، ۱-۲۲.
- روگری، کای (۱۴۰۰). خطمشی‌گذاری رفتاری؛ بینش‌های رفتاری در خطمشی‌گذاری عمومی - مفاهیم و کاربردها. (علیرضا چیت‌سازیان، میکائیل نوروزی و مهدی اکبری، مترجمان). تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- رهبر، فرهاد و امیری، میثم (۱۳۹۳). اقتصاد رفتاری و سیاست‌گذاری عمومی. برنامه‌ریزی و بودجه، ۱۲۷(۱۹)، ۱۴۷-۱۸۲.
- صداقت، محمد عارف (۱۳۹۰). تغییر رفتار در اسلام و روان‌شناسی. کوثر معارف، ۲۰(۷)، ۱۵۹-۱۹۴.
- عابدی جعفری، حسن، تسلیمی، محمدسعید، فقیهی، ابوالحسن، شیخ زاده، محمد (۱۳۹۰). تحلیل مضمون و شبکه مضامین: روشی ساده و کارآمد برای تبیین الگوهای موجود در داده‌های کیفی، اندیشه مدیریت راهبردی، ۵(۲)، ۱۵۱-۱۹۸.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۸). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۱. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۷۹). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۳. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۱). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۶. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۱). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۷. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۵). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۱۰. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۶). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۱۱. تهران: انتشارات صدرا.
- مطهری، مرتضی (۱۳۹۳). یادداشت‌های استاد مطهری. ج ۱۳. تهران: انتشارات صدرا.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۴). مجموعه آثار استاد شهید مطهری. جلد‌های ۱، ۲، ۳، ۱۳، ۱۴، ۱۵، ۱۶، ۱۷، ۱۹، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۸، ۳۰. تهران: انتشارات صدرا نسخه الکترونیکی.

موسوی، زهرا؛ کریمی، امین؛ تهمتن، امیرمحمد (۱۳۹۶). کاربرد علوم رفتاری در سیاست‌گذاری عمومی. اولین کنفرانس حکمرانی و سیاست‌گذاری عمومی.

نفیسی، علیرضا (۱۳۹۵). درآمدی بر سیاست‌های تغییر رفتار. تهران: شورای عالی انقلاب فرهنگی

نفیسی، علیرضا؛ محسن اشعاری و سعید طهماسبی (۱۴۰۰). تلنگر برای ایران؛ مطالعات موردی سیاست‌گذاری تغییر رفتار در ایران و جهان. تهران: ملیکان.

References

- Abedi Jafari, H., Taslimi, M.S., Faghihi, A., Sheikhzadeh, M. (2011), Theme Analysis and Theme Network: A Simple and Efficient Method for Explaining Patterns in Qualitative Data, *Strategic Management Thought*, 5(2), 151-198. (in Persian)
- Arab, Gh.H., Naseh, A.A. & Najafi, R. (2018). The educational method of the Holy Quran in changing the behavior of the audience of the age of revelation in the verses forbidding usury from the point of view of the sects. *Comparative Interpretation Studies*, 4 (2), 65-116. (in Persian)
- Bagheri Choukami, S. & Yousefi, J. (2012). Software components of social change management in the Holy Quran. *Soft Power Studies*, 7 (2), 27-44. (in Persian)
- Bagherifard, M.H., Tavakoli, A., Alwani, S.M. (2015). Cultural policy in religious government. *Islamic Government*, 75 (20), 173-206. (in Persian)
- Behavioural Insights Team (2014). EAST: Four simple ways to apply behavioural insights. London, UK: Behavioural Insights Team; Institute for Government and Cabinet Office.
- Braun, V., Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Chelongar, M.A. (2017). Methods and characteristics of Imam Ali (AS) corrective methods. *Alavi Research Letter*, 15 (8), 1-22. (in Persian)
- Dolan, P., Hallsworth, M., Halpern, D., King, D., & Vlaev, I. (2010). *MINDSPACE*. Influencing behaviour through public policy. Cabinet Office, Institute for Government,
- Ebrahimi Dehshiri, M.H. (2011). Principles of behavior change and modification in the life of the Infallibles (peace be upon them). *Knowledge*, 160 (20), 51-58. (in Persian)
- Galizzi, M.M. (2014). What is really behavioral in behavioral health policy? And does it work? *Applied Economic Perspectives and Policy*, 36(1): 25-60.
- Gigerenzer, G. & Brighton, H. (2009). Homo heuristicus: Why biased minds make better inferences. *Topics in Cognitive Science*, 1 (1), 107-143.

- Honesty, M.A. (2011). Behavior change in Islam and psychology. *Kowsar Maaref*, 20 (7), 159-194. (in Persian)
- Howlett, M., Mukherjee, I., and Woo, J. (2018). Thirty years of research on policy instruments, in: H. K. Colebatch and R. Hoppe (Eds) *Handbook on Policy, Process, and Governing* (Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing), pp. 147–168.
- Howlett, M., Ramesh, M. & Perl, A. (2009). *Studying Public Policy: Policy Cycles & Policy Subsystems*, Oxford University Pres.
- John, P., Martin, A., & Mikołajczak, G. (2022). *Support for behavioral nudges versus alternative policy instruments and their perceived fairness and efficacy*. Regulation & Governance.
- John, P. (2018). *How Far to Nudge? Assessing Behavioural Public Policy*, Edward Elgar Publishing.
- Michie, S., van Stralen, M. & West, R. (2011). The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. *Implementation Science*, 6(42), 1-11.
- Motahari, M. (1999). *Notes of Master Motahhari*. Volume 1. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2000). *Notes of Master Motahhari*. Volume 3. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2002). *Notes of Master Motahhari*. Volume 6. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2002). *Notes of Master Motahhari*. Volume 7. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2006). *Notes of Master Motahhari*. Volume 10. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2007). *Notes of Master Motahhari*. Volume 11. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2014). *Notes of Master Motahhari*. Volume 13. Tehran: Sadra Publications. (in Persian)
- Motahari, M. (2005). *Collection of works of Master Shahid Motahhari*. Volume 1, 2, 3, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 28, 30. Tehran: Sadra Publications Electronic version. (in Persian)
- Mousavi, Z., Karimi, A., Tahman, A.M. (2017). Application of Behavioral Sciences in Public Policy. *First Conference on Governance and Public Policy*. (in Persian)
- Nafisi, A. (2016). *An Introduction to Behavior Change Policies*. Tehran: Supreme Council of the Cultural Revolution. (in Persian)
- Nagel, S.S. (1994). *Encyclopedia of policy studies*. (2th ed.), rev. and expanded. New York u.a.: Dekker (Public administration and public policy, 53).

- OECD (2019). *OECD Behavioural Insights Toolkit and Ethical Framework*: OECD.
- Olejniczak, K., Śliwowski, P., & Leeuw, F. (2020). Comparing behavioral assumptions of policy tools: Framework for policy designers. *Journal of Comparative Policy Analysis: Research and Practice*, 22(6), 498-520.
- Rahbar, F. & Amiri, M. (2014). Behavioral Economics and Public Policy. Planning and Budgeting, 127 (19), 147-182. (in Persian)
- Ruggeri, K. (2019). *Behavioral insights for public policy*. Concepts and cases (edited by Kai Ruggeri). 1st. London: Routledge.
- Saunders, M., Lewis, P., Thornhill, A. (2009). *Research Methods for Business Students*. Prentice Hall.
- Schneider, A. & Ingram, H. (1990). Behavioral assumptions of policy tools. *The Journal of Politics*, 52(2), 510- 529.
- Smith, K. B., Larimer, C.W. (2009). *The public policy theory primer*. Boulder CO: Westview Press.
- Sousa Lourenço, J., Ciriolo, E., Rafael Rodrigues Vieira De Almeida, S. & Troussard, S. (2016). *Behavioural insights applied to policy: European Report*. EUR 27726 EN; doi:10.2760/903938
- Thaler, R.H (2015). *Misbehaving. The making of behavioural economics*. London: Allen Lane.
- Thaler, R. & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge. Improving decisions about health, wealth, and happiness*. New Haven, Conn., London: Yale University Press.
- Tversky, A. & Kahneman, D. (1992). Advances in prospect theory – Cumulative representation of uncertainty. *Journal of Risk and Uncertainty* 5 (4), 297–323.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1974). Judgment under Uncertainty: Heuristics and Biases: Biases in judgments reveal some heuristics of thinking under uncertainty. *Science*, 185(4157), 1124-1131.