



تأثیر حضور امام جمعه بر افکار عمومی در رسانه‌های حقیقی و مجازی

نویسنده: مرصاد مخدومی ✓



چکیده

امام جمعه شخصیت اثرگذار است که از طریق رسانه‌های حقیقی (مانند منبر) و مجازی (مانند شبکه‌های اجتماعی) می‌تواند ظرفیت بی‌نظیری برای هدایت افکار عمومی و تقویت همبستگی اجتماعی داشته باشد. با وجود این، شکافی بین این ظرفیت نظری و تأثیر عملی آن مشاهده می‌شود. عواملی مانند ناتوانی در ارتباط مؤثر با نسل جدید، تولید محتوای غیرجذاب و ضعف در ایجاد گفت‌وگوهای سازنده، باعث شکل‌گیری گفتمان‌های متعارض و کاهش اثرگذاری امام جمعه شده است. این پژوهش به بررسی علمی چگونگی تأثیرگذاری امام جمعه بر افکار عمومی در هر دو نوع رسانه می‌پردازد تا راهبردهایی برای افزایش اثربخشی این نهاد ارائه دهد.

مقدمه

در عصر حاضر که رسانه‌ها ابزاری قدرتمند هستند و در جهت‌دهی افکار عمومی و سلوک اجتماعی نقش ایفا می‌کنند، امام جمعه به عنوان متولی امر هدایت دینی جامعه، می‌تواند با بهره‌گیری از این ظرفیت، در تبیین و ترویج معارف ناب اسلامی و پاسخگویی به شبهات گام بردارد. البته میزان تأثیرگذاری امام جمعه به مجموعه‌ای از عوامل تعدیل‌کننده و تقویت‌کننده بستگی دارد که برخی، خارج از حیطه اختیارات مستقیم ایشان قرار می‌گیرد.

این پژوهش درصدد است تا با روش تحلیلی-توصیفی، عوامل کلیدی مؤثر بر میزان تأثیرگذاری بیانات امام جمعه در رسانه‌ها را واکاوی کند. بر این اساس، پرسش محوری این است که چگونه عواملی مثل ویژگی‌های مخاطبان، نوع رسانه، کیفیت محتوا، سطح تعامل و شرایط پیرامونی می‌توانند بر فرآیند تأثیرگذاری تأثیر بگذارند؟

این تحقیق می‌تواند مبنایی برای تدوین راهبردهای ارتباطی کارآمد در عرصه تبلیغ دین قرار گیرد.

کلیدواژه‌ها: امام جمعه، رسانه‌های مکتوب، فضای مجازی، افکار عمومی، رفتار اجتماعی، ارتباطات دینی.

عوامل متعددی در اثرگذاری امام جمعه در رسانه‌های حقیقی و مجازی دخیل هستند که می‌توان این عوامل را تعدیل و یا تقویت کرد. این عوامل به دسته‌های ذیل تقسیم می‌شوند:

یکم: عوامل درونی

الف. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطبان

ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطبان از عوامل مؤثر در درک پیام‌های امام جمعه است. در ادامه، این ویژگی‌ها و تأثیراتشان به تفصیل بررسی می‌شود:

۱. سن

سن مخاطبان یک متغیر جمعیت‌شناختی کلیدی است که تأثیر بسزایی در شکل‌گیری علائق، نیازها و نظام ارزشی آنان ایفا می‌کند.^[۱] برای نمونه، قشر جوان اغلب به موضوعاتی چون فناوری، موسیقی و ورزش گرایش دارد؛ درحالی‌که گروه میانسال و سالمند، اولویت‌هایی مانند مسائل مرتبط با سلامت، بازنشستگی و تحکیم بنیان خانواده را دنبال می‌کند.^[۲] بر این اساس، ضروری است که امام جمعه با در نظر گرفتن تفاوت‌های سنی، راهبردهای ارتباطی خود را به صورت هدفمند تنظیم نماید. به‌طور مشخص، برای جذب مخاطبان جوان، بهره‌گیری از رسانه‌های

۱. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۲. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۳. سطح تحصیلات

سطح تحصیلات تأثیر معناداری بر نحوهٔ پردازش، درک و پذیرش پیام‌ها و استدلال‌های ارائه شده دارد.^[۴] مخاطبان دارای تحصیلات عالی، عموماً توانایی درک مفاهیم پیچیده، نظریه‌های انتزاعی و استدلال‌های چندبعدی را دارند؛ درحالی‌که مخاطبان با سطح تحصیلات پایین‌تر، به ارائه ملموس‌تر موضوعات با استفاده از مثال‌های عینی و استدلال‌های ساده‌شده نیازمندند.^[۵]

امام‌جمعه با تشخیص این تفاوت‌های ساختاری، باید راهبردهای ارتباطی خود را به صورت طبقه‌بندی شده تنظیم نماید. برای گروه‌های دانشگاهی و دارای تحصیلات عالی، استفاده از ادبیات تخصصی، استناد به نظریه‌ها و ارائهٔ تحلیل‌های عمیق می‌تواند مناسب باشد. برای ارتباط با اقشار با سطح تحصیلات متوسط یا پایین نیز، بهره‌گیری از زبان ساده، غیرتخصصی، تکیه بر مثال‌های ملموس از زندگی روزمره و پرهیز از مفاهیم انتزاعی، ضروری به نظر می‌رسد. این تطبیق محتوایی منجر به افزایش کارایی ارتباط و اثربخشی پیام خواهد شد.

۴. وضعیت تأهل

وضعیت تأهل بر اولویت‌ها و دغدغه‌های مخاطبان تأثیر معناداری دارد.^[۶] افراد متأهل معمولاً به مسائل مربوط به تربیت فرزند، مدیریت خانواده و تحکیم روابط زناشویی تمایل نشان می‌دهند؛ افراد مجرد نیز، بیشتر بر معیارهای همسرگزینی، استقلال مالی و توسعهٔ مهارت‌های فردی متمرکز هستند.

دیجیتال و استفاده از زبان روزمره و متناسب با این گروه سنی می‌تواند کارآمد باشد. در مقابل، برای ارتباط با گروه‌های سنی بالاتر، استفاده از رسانه‌های سنتی و به‌کارگیری زبان رسمی و محتواهای همسو با دغدغه‌های آنان اثربخشی بیشتری خواهد داشت.

۲. جنسیت

جنسیت از مهم‌ترین متغیرهای جمعیت‌شناختی است که نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری ترجیحات، نیازها و ارزش‌های مخاطبان ایفا می‌کند.^[۱] و^[۲] مطالعات نشان می‌دهد که معمولاً زنان به موضوعاتی مانند تحکیم نهاد خانواده، سلامت، بهداشت، و مباحث مرتبط با تعالی فردی گرایش بیشتری نشان می‌دهند؛ در حالی‌که مردان اغلب به مسائلی مانند ورزش، تحلیل‌های سیاسی و موضوعات اقتصادی علاقه‌مند هستند.^[۳]

با این توضیح، امام‌جمعه باید

با لحاظ کردن این تمایزات

جنسیتی، راهبردهای ارتباطی خود

را به صورت هدفمند تدوین نماید.

برای ارتباط مؤثر با مخاطبان زن،

به‌کارگیری زبانی همدلانه و تولید

محتوایی که مسائل و دغدغه‌های

ویژه آنان را پوشش دهد، می‌تواند

بسیار کارآمد باشد. در مقابل،

برای جذب مخاطبان مرد، استفاده

از استدلال‌های منطقی و عینی و

ارائه محتوایی که با حوزه‌های مورد

علاقه و مسئولیت‌های اجتماعی

آنان همخوانی دارد، از اثربخشی

بیشتری برخوردار خواهد بود.

۴. مبانی جامعه‌شناسی، ص ۲۰۰-۲۱۰.

۵. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۶. مقاله بررسی رابطهٔ تأهل با نگرش به ارزش‌های خانوادگی و فردی بین جوانان ایرانی، ص ۹۵-۱۲۳.

۱. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۲. روانشناسی تفاوت‌های جنسیتی، ص ۸۵-۱۲۰.

۳. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

بر این پایه، امام جمعه می‌بایست محتوای ارتباطی خود را به صورت تفکیک شده طراحی نماید. ارائه راهکارهای عملی برای ارتقای زندگی خانوادگی برای گروه اول، و ارائه مباحث آموزشی در حوزه ازدواج و رشد شخصی برای گروه دوم، موجب افزایش اثربخشی پیام خواهد شد.

۵. شغل

شغل مخاطب تأثیر زیادی بر علایق، نیازها و دغدغه‌هایش دارد. برای نمونه، کارمندان ممکن است به موضوعاتی مانند حقوق، امنیت شغلی و ارتقای شغلی علاقه‌مند باشند؛ درحالی‌که کارآفرینان ممکن است به موضوعاتی مانند مدیریت کسب و کار، بازاریابی و نوآوری روی خوش نشان دهند.^[۱] و^[۲]

امام جمعه باید راهبردهای ارتباطی خود را با توجه به شغل مخاطبان تنظیم کند. مثلاً برای ارتباط با کارمندان، ارائه راهکارهایی برای بهبود شرایط کاری و ارتقای شغلی می‌تواند مؤثر باشد؛ برای ارتباط با کارآفرینان نیز، ارائه مشاوره‌هایی در زمینه مدیریت کسب و کار و بازاریابی می‌تواند مناسب‌تر باشد.^[۳]

امام جمعه باید راه ارتباطی خود را با توجه به محل سکونت مخاطبان ترتیب دهد. برای نمونه، برای ارتباط با ساکنان شهرها، ارائه راهکارهایی برای حل مشکلات شهری و بهبود کیفیت زندگی می‌تواند مؤثر باشد، درحالی‌که برای ارتباط با ساکنان روستاها، ارائه راهکارهایی برای توسعه روستایی و بهبود شرایط زندگی می‌تواند مناسب‌تر باشد.

۷. قومیت و فرهنگ

هویت قومی و فرهنگی مخاطبان به طور مستقیم بر جهان‌بینی و الگوهای رفتاری آنان اثرگذار است.^[۵]

امام جمعه می‌بایست با درک این تنوع، ضمن پاسداشت ویژگی‌های فرهنگی مختلف، از هرگونه گفتار تبعیض‌آمیز اجتناب ورزد.

به‌کارگیری ظرافت‌های زبانی و فرهنگی هر منطقه، از جمله استفاده از اصطلاحات آشنا و اشاره به نمادهای محلی، می‌تواند در ایجاد اعتماد و افزایش تأثیرگذاری پیام‌های دینی مؤثر واقع شود.^[۶]

۸. درآمد

امام جمعه باید با در نظرگیری درآمد مخاطبان، راهبردهای ارتباطی خود را پی‌ریزی کند. ارائه مشاوره‌های مالی و سرمایه‌گذاری برای گروه‌های پردرآمد و تمرکز بر تأمین نیازهای اولیه و اشتغال برای کم‌درآمدها، از جمله این راهبردهاست.^[۷] این رویکرد سبب افزایش اثربخشی ارتباط و پاسخگویی به دغدغه‌های متفاوت اقتصادی آنان می‌شود.

۶. محل سکونت

محل سکونت مخاطبان تأثیر زیادی بر فرهنگ، ارزش‌ها و مسائل آنان دارد.^[۴] ساکنان شهرها ممکن است به موضوعاتی مانند ترافیک، آلودگی هوا و کمبود فضای سبز علاقه داشته باشند؛ درحالی‌که ساکنان روستاها ممکن است دوستدار موضوعاتی مانند کشاورزی، دامداری و کمبود امکانات رفاهی باشند.

۱. فرهنگ و زندگی روزمره در جامعه ایران، ص ۱۹۷-۲۰۱.

۲. مبانی جامعه‌شناسی، ص ۲۰۰-۲۸۰.

۳. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۴. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۵. مبانی جامعه‌شناسی، ص ۲۰۰-۲۸۰.

۶. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی، ص ۳۵۱-۳۶۵.

۷. مبانی جامعه‌شناسی، ص ۲۰۰-۲۸۰.

۹. مذهب

قابل ملاحظه‌ای بر افکار عمومی دارند.^[۱] پیام‌رسان‌ها با قابلیت ارسال محتوای شخصی‌سازی‌شده، ارتباط مستقیم و نزدیک را ممکن می‌سازند.^[۲] پادکست‌ها نیز به راحتی در دسترس هستند و برای اهداف آموزشی و سرگرمی به کار گرفته می‌شوند.

امام‌جمعه با توجه به مذهب مخاطبان، راهبردهای ارتباطی خود را سامان بخشد. احترام به اعتقادات و پرهیز از تعصب مذهبی، پایه این ارتباط است. استفاده از آیات و روایات برای مخاطبان مسلمان، اثربخشی پیام را افزایش می‌دهد.

عوامل مؤثر در انتخاب رسانه

انتخاب رسانه مناسب به سه عامل اصلی بستگی دارد:

۱. شناسایی دقیق مخاطبان هدف و رسانه‌های مورد استفاده آنان؛
۲. تعیین هدف ارتباطی (اطلاع‌رسانی یا رسانه‌هایی مانند وب‌سایت و مطبوعات، یا تعامل و ایجاد ارتباط نزدیک از طریق شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها)؛
۳. تخصیص بودجه مناسب در نظرگیری هزینه‌های متفاوت رسانه‌ها.

این عوامل به صورت هماهنگ، انتخاب بهینه رسانه را ممکن می‌سازند.

ب. نوع رسانه

نوع رسانه عامل مهمی در میزان تأثیرگذاری امام‌جمعه است. هر رسانه ویژگی‌ها، مخاطبان و ظرفیت‌های خاص خود را دارد. انتخاب رسانه مناسب و استفاده بهینه از ویژگی‌های آن، می‌تواند به افزایش اثربخشی پیام‌های امام‌جمعه کمک کند. در ادامه، انواع رسانه و تأثیرات آنها بررسی می‌شود:

انواع رسانه

۱. رسانه‌های سنتی که شامل تلویزیون، رادیو و مطبوعات هستند. تلویزیون با ارائه محتوای تصویری، تأثیر گسترده‌ای بر افکار عمومی دارد. رادیو به دلیل پوشش وسیع و قابلیت تعاملی، در مناطق مختلف قابل دسترس است. روزنامه‌ها و مجلات نیز با ارائه تحلیل‌های عمیق و اطلاعات دقیق، به درک بهتر مسائل کمک می‌کنند. هر کدام از این رسانه‌ها بسته به هدف ارتباطی، می‌توانند مورد استفاده قرار گیرند.

۲. رسانه‌های دیجیتال که شامل چهار نوع اصلی هستند. وب‌سایت‌ها، شبکه‌های اجتماعی، پیام‌رسان‌ها و پادکست‌ها. وب‌سایت‌ها با ارائه اطلاعات چندرسانه‌ای و به روز، بستری برای ارتباط پویا فراهم می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی با امکان تعامل و اشتراک‌گذاری محتوا، تأثیر

راهبردهای استفاده از رسانه‌های گوناگون

بهترین راهبرد، استفاده ترکیبی از رسانه‌ها با توجه به قابلیت‌های خاص هر یک است. برای اطلاع‌رسانی گسترده از تلویزیون و رادیو، برای ارائه محتوای تحلیلی از وب‌سایت و مطبوعات، و برای تعامل مستقیم از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها می‌توان بهره برد. تولید محتوا باید متناسب با ویژگی‌های هر رسانه باشد؛ محتوای تصویری برای تلویزیون و محتوای تحلیلی برای مطبوعات. هماهنگی بین رسانه‌ها با ارجاع متقابل و ارزیابی مستمر نتایج، موجب بهینه‌سازی راهبردها

۱. مبانی ارتباطات جمعی، ص ۱۱۰-۱۶۵.
۲. فرهنگ و زندگی روزمره در جامعه ایران، ص ۱۷۸-۱۹۵.

و افزایش اثربخشی پیام‌ها می‌گردد. این رویکرد یکپارچه، تأثیر اجتماعی و فرهنگی امام‌جمعه را ارتقا می‌بخشد.

کیفیت محتوا

کیفیت محتوا از بنیادی‌ترین عوامل در تعیین میزان تأثیرگذاری حضور امام‌جمعه در رسانه‌ها است. محتوای با کیفیت، افزون بر جلب توجه مخاطبان، اعتماد آنان را در پی دارد، دانش آنان را می‌افزاید، نگرش آنان را تغییر می‌دهد و در نهایت، رفتار آنان را متأثر می‌کند. در مقابل، محتوای بی‌کیفیت می‌تواند باعث بی‌اعتمادی، سردرگمی شود و حتی مخالفت مخاطبان را به دنبال داشته باشد.

در ادامه، ابعاد گوناگون کیفیت محتوا و تأثیرات آن بررسی می‌گردد:

ویژگی‌های محتوای با کیفیت^[۱]

- محتوای بیان شده توسط امام‌جمعه باید از اصول هفتگانه زیر تبعیت کند:
 - دقت و صحت اطلاعات با استناد به منابع معتبر و بازبینی دقیق؛
 - روشنی و سادگی بیان و پرهیز از اصطلاحات پیچیده و تناسب با سطح درک مخاطب؛
 - ارتباط و هدفمندی محتوا با پاسخگویی به نیازها و دغدغه‌های مخاطبان و دنبال کردن اهداف مشخص؛
 - جدّابیت و خلافت با بهره‌گیری از عناصر بصری و روایی متنوع؛
 - پایبندی به ارزش‌های اخلاقی و پرهیز از ترویج خشونت یا تبعیض؛

- بی‌طرفی و انصاف با ارائه دیدگاه‌های متعادل و اجتناب از قضاوت‌های جانبدارانه؛
 - به‌روز بودن و پرهیز از بیان اطلاعات منسوخ یا تکراری.
- رعایت این اصول، اعتبار و تأثیرگذاری پیام را تضمین و به ایجاد ارتباط سازنده با جامعه کمک می‌کند.

عوامل مؤثر بر کیفیت محتوا

- تولید محتوای باکیفیت توسط امام‌جمعه و تیم رسانه‌ای او، مستلزم رعایت اصول پنجگانه زیر است:
- تخصص و دانش کافی در حوزه‌های دینی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی برای تولید محتوای دقیق و مستند؛
 - مهارت‌های ارتباطی قوی برای انتقال واضح و جدّاب پیام؛
 - خلّاقیت و نوآوری در به‌کارگیری روش‌های جدید برای جلب توجه مخاطب؛
 - تحقیق و بررسی پیش از تولید محتوا با جمع‌آوری اطلاعات از منابع معتبر؛
 - نقد و بررسی محتوای تولیدشده برای شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارتقای مستمر کیفیت.
- رعایت این اصول، تضمین‌کننده اثربخشی و اعتبار محتوای تولیدی خواهد بود.

پیامدهای کیفیت محتوا

- تولید محتوای باکیفیت چهار تأثیر کلیدی بر مخاطبان دارد:
- افزایش اعتماد و اعتبار از طریق ارائه محتوای دقیق و معتبر؛
 - ارتقای آگاهی و درک با انتقال اطلاعات ارزشمند و دیدگاه‌های متنوع؛
 - تغییر نگرش و رفتار با اصلاح باورهای نادرست و ترویج ارزش‌های مثبت؛
 - تقویت مشارکت اجتماعی با ایجاد احساس تأثیرگذاری و پاسخگویی به دغدغه‌های مخاطبان.

۱. تولید محتوا از ایده تا اجرا، ص ۸۵-۱۳۰.

کیفیت تعامل

احترام به نظرات مخالف از مهم‌ترین اصول در هر تعامل سازنده است. انتقادپذیری و پرهیز از برخورد تند با مخالفان، می‌تواند اعتماد مخاطبان را جلب کند و فضایی برای گفتگوی منطقی و سازنده فراهم سازد.

پاسخگویی سریع و به‌موقع

پاسخگویی سریع و به‌موقع به سؤالات و نظرات مخاطبان، نشان‌دهنده اهمیت دادن به آنان است. تأخیر در پاسخگویی می‌تواند باعث نارضایتی مخاطبان شود و انگیزه آنان را برای تعامل کاهش دهد.

شفافیت و صداقت

ارائه اطلاعات شفاف و صادقانه در تمام تعاملات، ضروری است. پنهان‌کاری و بیان اطلاعات نادرست، می‌تواند اعتماد مخاطبان را از بین ببرد و به اعتبار امام‌جمعه و تیم رسانه‌ای او آسیب برساند.

عوامل مؤثر بر میزان تعامل

۱. محتوای جذاب و مرتبط
محتوای جذاب و مرتبط با نیازها و دغدغه مخاطبان، احتمال تعامل آنان را افزایش می‌دهد. محتوایی که به سؤالات آنان پاسخ دهد، مشکلاتشان را حل کند، یا اطلاعات جدید و ارزشمندی را در اختیارشان قرار دهد، بیشتر مورد توجه قرار می‌گیرد.
۲. استفاده از رسانه‌های مناسب
استفاده از رسانه‌هایی که مخاطبان هدف به‌طور فعال از آنها استفاده می‌کنند، ضروری است. برای نمونه، برای تعامل با جوانان، استفاده از شبکه‌های اجتماعی محبوب در بین آنان، مانند اینستاگرام و تلگرام، می‌تواند مؤثرتر باشد.

این عوامل سبب می‌شوند محتوای تولیدشده بازخورد مستقیم مخاطبان را بهبود می‌بخشد و نقش امام‌جمعه را به‌عنوان یک مرجع اجتماعی مؤثر تثبیت می‌کند.

میزان تعامل

میزان تعامل، از کلیدی‌ترین عوامل در تعیین میزان تأثیرگذاری حضور امام‌جمعه در رسانه‌ها، به‌ویژه در عصر دیجیتال است. تعامل، صرفاً به معنای انتشار یک پیام نیست؛ بلکه به معنای ایجاد یک گفتگوی دوطرفه و پویا با مخاطبان است.^[۱] هرچه میزان تعامل بیشتر باشد، احتمال اینکه پیام‌های امام‌جمعه درک و پذیرفته شوند و منجر به تغییر در افکار عمومی و رفتار اجتماعی شوند، بیشتر خواهد بود.
در ادامه، ابعاد مختلف میزان تعامل و تأثیرات آن، بررسی می‌شود:

فرصت‌های تعامل

ایجاد تعامل مؤثر با مخاطبان، مستلزم به‌کارگیری سه راهبرد اصلی است:
۱. پاسخگویی نظام‌مند به سؤالات و ابهامات از طریق ارائه پاسخ‌های دقیق و مستدل در بسترهای مختلف رسانه‌ای؛
۲. اجرای فرآیندهای نظرسنجی و دریافت بازخورد به‌منظور جلب مشارکت فعال مخاطبان در تصمیم‌سازی‌های اجتماعی؛
۳. تشکیل گروه‌های بحث و گفت‌وگوی تعاملی در فضای مجازی یا جلسات حضوری جهت فراهم آوردن بستری برای تبادل آراء و ارائه راهکارهای جمعی. این راهبردها علاوه بر افزایش اعتماد مخاطبان، زمینه‌ساز مشارکت پویای اجتماعی آنان می‌شود.

۱. نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تعامل و مشارکت اجتماعی، ص ۴۵-۷۲.

ثمرات تعامل

ب. موج‌های رسانه‌ای و فضای عمومی^[۱]

چهار عامل بیرونی می‌تواند بر تأثیرگذاری پیام‌های امام جمعه اثر منفی بگذارد:

۱. گسترش شایعات و اخبار نادرست که موجب ایجاد شک و تردید در مخاطبان می‌شود؛
۲. فعالیت رسانه‌های رقیب با ارائه دیدگاه‌های متعارض که پیام اصلی را تضعیف می‌کند؛
۳. حساسیت‌های اجتماعی و فرهنگی در مقاطع خاص که ممکن است تفسیرهای نادرست از پیام را در پی داشته باشد؛
۴. کاهش اعتماد عمومی به نهادهای دینی که پذیرش پیام را با چالش مواجه می‌سازد.

مدیریت این عوامل برای حفظ اثربخشی ارتباطات ضروری است.

تعامل مؤثر با مخاطبان چهار ثمره به همراه دارد:

۱. ارتقای آگاهی و درک عمومی از طریق انتقال اطلاعات صحیح و ارائه دیدگاه‌های متنوع؛
۲. تغییر نگرش و رفتار با اصلاح باورهای نادرست و ترویج الگوهای رفتاری مثبت؛
۳. ایجاد اعتماد و همدلی با احساس شنیده شدن و اهمیت یافتن نظرات مخاطبان؛
۴. تقویت انسجام اجتماعی از طریق اشتراک‌گذاری تجربیات و افزایش احساس تعلق جمعی.

این فرآیند با به کارگیری ظرفیت‌های رسانه‌ای، نقش تعیین‌کننده‌ای در اثرگذاری اجتماعی امام جمعه ایفا می‌کند.

دوم. عوامل بیرونی

ج. شرایط اجتماعی و سیاسی کشور

شرایط سیاسی و ثبات یا ناپایداری سیاسی می‌تواند مستقیم بر تأثیرگذاری پیام‌های امام جمعه اثر بگذارد. در شرایط آشفتنه سیاسی، مخاطبان احتمالاً به پیام‌های سیاسی بیشتر توجه می‌کنند و به پیام‌های دیگر کمتر توجه می‌نمایند.^[۲]

د. شرایط اقتصادی کشور

شرایط اقتصادی نیز در انتقال پیام‌ها مؤثر است.^[۳] در شرایط اقتصادی نامناسب، مخاطبان احتمالاً به پیام‌هایی با محتوای اقتصادی بیشتر توجه می‌کنند. برای درک بهتر تأثیرگذاری حضور امام جمعه در رسانه‌ها، ضروری است تمام این عوامل بیرونی در نظر گرفته شوند. این عوامل مستقل از اراده

الف. رویدادهای جاری

رویدادهای جاری و اخبار مهم بر نحوه دریافت پیام‌های امام جمعه تأثیر بسزایی دارند. رویدادهای سیاسی مهم مانند انتخابات یا بحران‌ها ممکن است موجب کاهش توجه به پیام‌ها یا تفسیر آنها شود. اخبار اجتماعی مانند حوادث طبیعی یا جرائم، محتوای پیام‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهند؛ به‌گونه‌ای که پیام‌های همدردی در این شرایط اثربخشی بیشتری می‌یابند. همچنین، شرایط اقتصادی نامساعد مانند تورم و بیکاری، مخاطبان را به سمت پیام‌های حاوی راهکارهای عملی سوق می‌دهد و از توجه آنان به مسائل صرفاً معنوی می‌کاهد.

۱. نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری افکار عمومی و انتشار شایعات، ص ۴۵-۶۸.
 ۲. کتاب جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ص ۲۱۰-۲۳۰.
 ۳. کتاب جامعه‌شناسی سیاسی ایران، ص ۲۱۰-۲۳۰.

۴. جامعه‌شناسی ارتباطات، مهدی محسنیان راد، انتشارات سروش، ۱۴۰۰.
۵. فرهنگ و زندگی روزمره در جامعه ایران، محمدسعید ذکایی، انتشارات تیس، ۱۳۹۷.
۶. مبانی ارتباطات جمعی، علی‌رضا دهقان، انتشارات دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، ۱۳۹۹.
۷. تولید محتوا؛ از ایده تا اجرا، حسین حق‌پناه، انتشارات کتیبه پارس، ۱۴۰۱.
۸. نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تعامل و مشارکت اجتماعی (مطالعه موردی اینستاگرام)، رضا صمیم و سعید اسدی، فصلنامه تحقیقات رسانه‌ای، ۱۴۰۰.
۹. جامعه‌شناسی سیاسی ایران، محمود سریع‌القلم، انتشارات فرزانه روز، ۱۴۰۰.
۱۰. نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری افکار عمومی و انتشار شایعات، زهرا اجلال و سعید مطلق، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۳۹۹.

امام‌جمعه و تیم رسانه‌ای او هستند؛ اما اندازه قابل توجهی بر نتیجه کار اثر می‌گذارند.

نتیجه‌گیری

تأثیر حضور امام‌جمعه در رسانه‌ها تحت تأثیر متغیرهای درونی و بیرونی قرار دارد:

۱. تناسب پیام با ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطبان و انتخاب رسانه‌های پرمخاطب، شرط لازم برای جذب توجه است.
۲. کیفیت محتوا و تعامل فعال، نقش تعیین‌کننده‌ای در تبدیل پیام‌ها به رفتار دارند.
۳. عوامل بیرونی مانند فضای سیاسی-اقتصادی و اعتماد عمومی به نهادهای دینی می‌توانند به مثابه مانع یا تسهیل‌گر عمل کنند.
۴. برای افزایش اثربخشی، پیشنهاد می‌شود امامان جمعه با به‌کارگیری راهبردهای رسانه‌ای منطقی، تولید محتوای مخاطب‌محور و پایش مستند محیط اجتماعی، گفتمان دینی را به‌گفتمان مسلط در فضای عمومی تبدیل کنند. این مطالعه بر ضرورت پژوهش‌های آینده در زمینه سنجش کمی تأثیر این عوامل تأکید دارد.

منابع

۱. ارتباط‌شناسی، ارتباطات انسانی (میان‌فردی، گروهی، جمعی)، مهدی محسنیان راد، انتشارات سروش، ۱۴۰۰.
۲. مبانی جامعه‌شناسی (با تأکید بر قشربندی و نابرابری)، تقی آزاد ارمکی، انتشارات نی، ۱۴۰۱.
۳. بررسی رابطه وضعیت تأهل با نگرش به ارزش‌های خانوادگی و فردی در بین جوانان ایرانی، سعید معیدفر و زهرا عبدالله‌زاده، مجله مطالعات اجتماعی ایران.

