



Research Paper

Minbar as a Platform: Human Agency versus Algorithmic Authority

Mohsen Goudarzi 

Assistant Professor, Department of Social Sciences, University of Isfahan, Isfahan, Iran:
m.goudarzi@ltr.ui.ac.ir

Received:
2026/07/15

Accepted:
2026/07/21

Abstract

This study aims to fill the theoretical gap in the existing literature on the minbar by examining this phenomenon as a media platform in contrast to the algorithmic logic of contemporary digital platforms. The findings, derived from a synthesis of theories of orality, affordance, and authority, reveal three fundamental components. First, live and performative orality facilitates real-time feedback and audience engagement. Second, the action possibilities afforded by the minbar's spatial-sacred architecture organize participation through predetermined ritualistic forms. Third, and most importantly, the minbar embodies an explicitly personal, accountable, and named authority, standing in direct opposition to the impersonal, ostensibly neutral, and unaccountable authority of algorithms. Consequently, the prevalent recommendation of "convergence" with mass media is challenged. It is argued that the survival of the minbar does not lie in imitating algorithmic logic, but rather in deepening "accountable human agency" to reproduce social solidarity and foster live dialogue with all segments of society, particularly marginalized groups and minorities.



Keywords: Minbar, Oral Communication, Platform Affordances, Platform Authority, Human Agency, Algorithmic Agency.

Extended Abstract

Introduction

This study addresses a theoretical gap in the scholarship on the minbar, the oldest Islamic communicative instrument, which has largely been described through socio-political and identity-based lenses rather than systematically analyzed via advanced communication and media theories. The central research question is: how can the minbar be conceptualized as a media platform through the lens of communication theory, and what are its structural similarities to and differences from contemporary algorithmic platforms?

Theoretical Framework

The review departs from the distinction between parasocial interaction, the situated viewing-bound experience, and the parasocial relationship, the durable bond persisting beyond it. A defining feature of the field is that it has never possessed a native theory of its own. It has borrowed instead from interpersonal communication and psychology — uncertainty reduction theory (Rubin & McHugh, 1987), attachment theory (Cohen, 1997), self-discrepancy theory (Derrick et al., 2008), the investment model (Eyal & Dailey, 2012), imagined interaction theory (Madison & Porter, 2016) and self-determination theory (Hartmann, 2016) — with the shared ambition of establishing that parasocial bonds are structurally continuous with interpersonal ones, and therefore tractable to existing relational theory.

Two propositions have organized much of the empirical work: the compensation hypothesis, that parasocial relationships substitute for a deficient social life, and the parasocial contact hypothesis, that bonds with outgroup media figures reduce intergroup prejudice. Underlying both is the load-bearing premise of non-reciprocity — the media figure cannot return the audience member's attention. The review treats that premise as an analytic object rather than a given, and treats measurement as part of the framework, since instrument construction has repeatedly served as the vehicle for conceptual argument.

Method

Methodologically, this research is situated within the tradition of conceptual papers and employs a "theoretical synthesis" approach (Jaakkola, 2020). Unlike empirical studies, this method constructs a novel understanding by systematically combining pre-existing theories through two core skills: summarizing, which distills scattered knowledge, and integration, which transforms prior theories into a higher-order framework (McInnis, 2011). For the first time, this paper synthesizes three distinct theoretical corpuses — theories of orality and oral communication, platform theory and affordances (Gibson, 1979; Norman, 1988), and the sociology of authority (Weber, 1978) — into a single analytical framework. Epistemological congruence among these three bodies is established through the unifying concept of "human agency," the pivotal point where oral characteristics, platform action-structures, and accountable authority converge. Validity, consistent with reflexive qualitative traditions, is achieved through critical reflection, transparency, and logical coherence rather than empirical testing (Finlay, 2002a; 2002b).

Findings

The synthesized findings reveal three fundamental pillars. First, "live orality" characterizes the minbar as a performative, event-based communication where meaning is co-constructed in real-time interaction. Unlike written text, the oral discourse is densely layered with non-verbal cues — paralanguage, gestures, and bodily postures — and, drawing on Ong and Hartley's

(2013) characteristics of primary orality, embodies aggregative thought, redundancy, traditionalism, and close connection to the audience's lifeworld. Crucially, instantaneous feedback allows the orator to modify the message on the spot, transforming the audience from passive recipients into active "co-constructors" of meaning (Finnegan, 2003; Malmstrom, 2016).

Second, the minbar's "platform affordances" organize specific action possibilities through its material, spatial, and historical characteristics. Its physical elevation establishes a vertical hierarchy and one-to-many communications, while its fixed position within sacred spaces imbues utterances with a sacred frame. Historical sedimentation — from its role as a state-supported institution in the Safavid era to its political mobilization during the 1979 Iranian Revolution — adds layers of collective memory. The tripartite Shiite sermon structure (public discourse, eulogies, and tragedy recounting) creates a "liminal reality" (Howarth, 2005) where historical events like Karbala intertwine with contemporary social grief, enabling personal loss to be experienced within a transcendent narrative. This stands in contrast to contemporary digital platforms which, as danah boyd (2026) argues, structurally reduce user agency and transform interaction into passive consumption.

Third, "platform authority" addresses why the minbar's speech is deemed valid and obligatory. Employing Weber's (1978) typology, the minbar synthesizes traditional authority (the orator's position in religious hierarchy) and charismatic authority (personal rhetorical skills). This is juxtaposed against "algorithmic authority" (Shirky, 2009) and "algorithmic objectivity" (Gillespie, 2014) in the digital age, where trust is placed in impersonal, neutral-seeming computational procedures rather than named individuals. While Latour's (2005) Actor-Network Theory offers descriptive appeal by treating human and non-human elements as symmetrical actors, the paper, following Elder-Vass (2008; 2015), critiques its ontological inability to explain the normative basis of legitimacy, its flattening of power structures, and its depoliticizing effect. The minbar refuses anonymity: unlike algorithms where accountability dissolves into a network of unidentifiable actors, the minbar concentrates responsibility in a single, named, socially accountable individual.

Conclusion

Consequently, the prevalent recommendation in existing literature for "convergence" with mass media is critically challenged. This paper argues that such convergence, if executed without theoretical precision, risks eroding the minbar's core asset — accountable human agency — by imposing broadcast or algorithmic logic upon it. Instead, the survival and vitality of the minbar lie not in competing with algorithms for scale, but in deepening its unique advantage: live, responsive, personal interaction. This capacity uniquely equips the minbar to foster genuine social solidarity, give voice to marginalized groups, and engage younger demographics — functions that structurally alienated algorithmic platforms, despite their inclusivity claims, fundamentally fail to provide.

مقاله پژوهشی

منبر به مثابه پلتفرم: عاملیت انسانی در برابر مرجعیت الگوریتمی

محسن گودرزی 

استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران: m.goudarzi@ltr.ui.ac.ir

تاریخ دریافت:

۱۴۰۵/۰۴/۲۴

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۴/۳۰

چکیده

پژوهش حاضر منبر را به مثابه پلتفرمی رسانه‌ای در تقابل با منطق الگوریتمی پلتفرم‌های دیجیتال واکاوی می‌کند. پیشینه پژوهشی موجود در این زمینه عمدتاً از سه زاویه هویتی و سیاسی اجتماعی و مواجهه با رسانه‌های مدرن، به پدیده منبر نگریسته و بیشتر به دنبال توصیف آن بوده است. یافته‌های حاصل از سنتز نظریه‌های شفافیت و امکان‌بخشی و مرجعیت، سه مؤلفه بنیادین را آشکار می‌سازد: نخست، شفافیت زنده و اجرایی که بازخورد آنی و هم‌سازی مخاطب را ممکن می‌کند، دوم، امکانات کنشی برآمده از معماری مکانی قدسی منبر که مشارکت را در قالب آیین‌هایی از پیش تعیین شده سازمان می‌دهد و سوم و مهم‌تر، مرجعیتی آشکارا شخصی و پاسخ‌گو و نامدار که در نقطه مقابل مرجعیت غیرشخصی و خنثی نما و غیرقابل بازخواست الگوریتم‌ها قرار می‌گیرد. براین اساس، توصیه رایج «هم‌گرایی» با رسانه‌های جمعی به پرسش کشیده و استدلال می‌شود که بقای منبر نه در تقلید از منطق الگوریتم، بلکه در تعمیق «عاملیت انسانی پاسخ‌گو» برای بازتولید هم‌بستگی اجتماعی و گفت‌وگوی زنده با آحاد جامعه، به‌خصوص گروه‌های حاشیه‌ای و اقلیت، معنا می‌یابد.

واژگان کلیدی: منبر، ارتباطات شفاهی، امکانات پلتفرم، مرجعیت پلتفرم، عاملیت انسانی، عاملیت الگوریتمی.



مقدمه و بیان مسئله

مرجعیت رسانه‌ای در دنیای امروز بیشتر به سمت پلتفرم‌های دیجیتال و مرجعیت امر مبهم و غیرشخصی میل کرده است (van Dijck & et al., 2018; Gillespie, 2014; Shirky, 2009). این امر مبهم و غیرشخصی همان چیزی است که از آن به الگوریتم یاد می‌شود. در چنین وضعیتی، بازخوانی پلتفرم‌های سنتی که مرجعیت خود را از مسیر حضور زنده و شخصی و پاسخ‌گوی انسانی کسب می‌کنند، اهمیتی مضاعف می‌یابد. منبر به عنوان کهن‌ترین ابزار ارتباطی اسلام (Retsö, 2020)، یکی از بارزترین نمونه‌های چنین پلتفرمی است. با وجود قدمت منبر، پیشینه پژوهشی موجود عمدتاً از سه زاویه هویتی و سیاسی اجتماعی و مواجهه با رسانه‌های مدرن، به آن نگرسته و آن را بیشتر از آنکه نظریه‌پردازی کند، توصیف کرده است؛ الگویی که در پیشینه تحقیق و ذیل هریک از این آثار به طور مشخص نشان داده خواهد شد. در این میان، مطالعاتی که به شباهت ساختاری منبر با رسانه‌های جمعی مدرن اشاره کرده‌اند (Fathi, 1981) نیز عمدتاً این شباهت را در سطح کارکردی باقی گذاشته‌اند، بی‌آنکه چهارچوب نظری پیشرفته و رسمی حوزه مطالعات رسانه و پلتفرم را بر منبر منطبق کنند. این درحالی است که معنای عمیق ماهیت و معرفت‌ها و ارزش‌های حاکم بر منبر را جز از مسیر علم ارتباطات نمی‌توان درک کرد. این علم به مثابه یک پسارشته (ویسبورد، ۱۴۰۰) پشتوانه غنی از نظریات و مفاهیم رشته‌های گوناگون علوم اجتماعی و انسانی را در خود گردآوری کرده است و امروزه با ظهور رسانه‌های دیجیتال، به بلوغ فکری و اندیشه‌ای خود دست یافته است؛ رسانه‌هایی که تمامی ابعاد زیست بشر را دگرگون کرده‌اند و لازمه درک آن‌ها تعمیق نظری هرچه بیشتر در علم ارتباطات بوده است. این خلأ نظری (فقدان تطبیق پلتفرم منبر با نوشتگان نظری متأخر علم ارتباطات)، پرسش اصلی این پژوهش را شکل می‌دهد: منبر، از منظر رشته ارتباطات، چگونه پلتفرمی است؟ چه سازوکارهایی منبر را پلتفرمی رسانه‌ای می‌سازد و این سازوکارها چه شباهت و تفاوتی با منطق پلتفرم‌های دیجیتال معاصر دارد؟ پاسخ به این پرسش‌ها، نه تنها بر پیشینه توصیفی موجود درباره منبر، یک لایه نظری تازه می‌افزاید، بلکه امکان می‌دهد منبر را در گفت‌وگویی انتقادی با نوشتگان پلتفرم‌های دیجیتال قرار دهیم و از دل آن، فهمی روشن‌تر از ماهیت پلتفرم‌های سنتی و دیجیتال به دست آوریم.

پیشینه پژوهش

سیدجواد حسینی (۱۳۸۸) در یادداشتی ویژگی‌های خطیبان موفق در تاریخ تشیع را بررسی کرده است. یافته‌های این نوشتار بر این نکته تأکید دارد که نفوذ کلام و تسلط بر اخبار و مسائل سیاسی و ادبیات، از عوامل اصلی موفقیت منبری‌هایی چون شیخ محمدتقی فلسفی و شیخ حسینعلی راشد بوده است. نویسنده نتیجه می‌گیرد که منبر رسانه‌ای زنده و پویاست که تأثیرگذاری آن به شدت به تخصص و خوش‌صدایی و روشن‌بینی خطیب بستگی دارد و می‌تواند روح مخاطب را در جلساتی کوتاه متحول سازد. این یافته اگرچه بر اهمیت مهارت‌های فردی خطیب تأکید دارد، این مهارت‌ها را در چهارچوب مفهومی مشخصی (نظیر گونه‌شناسی اقتدار) صورت‌بندی نمی‌کند و در سطح توصیف فردی باقی می‌ماند.

سیدسجاد مدنی مبارکه (۱۳۸۹) در پژوهشی به بررسی رابطه میان منبر سنتی و رسانه‌های مدرن پرداخته است. یافته‌های این پژوهش که براساس روش پیمایشی انجام شده، نشان‌دهنده رضایتمندی فراوان مخاطبان (به‌ویژه زنان و متأهلان) از پخش برنامه‌های منبرمحور در صداوسیماست. نتیجه‌گیری مقاله بر لزوم اتخاذ رویکرد «هم‌گرایانه» تأکید دارد؛ به این معنا که سیاست‌گذاران باید با شناخت مزیت‌های نسبی هر رسانه، محتوای دینی منبر را با تکنیک‌های بصری و شنیداری رادیو و تلویزیون ترکیب کنند تا اثربخشی

تبلیغ دین در عصر جدید افزایش یابد. این پژوهش اگرچه از منظر رضایت مخاطب، رویکردی تجربی و پیمایشی دارد، به پیامدهای نظری آمیختن منطق پخش رسانه‌های جمعی با ساختار مرجعیت شخصی منبر نمی‌پردازد.

محمدرضا ابن‌الدین حمیدی (۱۳۹۰) به تغییر الگوی ارتباطات دینی از حالت چهره‌به‌چهره به سیستم‌های دیجیتال پرداخته است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که رسانه‌های سنتی، مانند منبر، به دلیل برخورداری از «روح پیام» و تأثیر عمیق بر لایه‌های شخصیتی افراد، در نهادینه‌سازی دین بسیار موفق‌تر از رسانه‌های نوین عمل می‌کنند. نتیجه‌گیری نهایی مقاله بر این است که باوجود گسترش رسانه‌های جدید و مجازی‌شدن تبلیغ، رسانه منبر همچنان به دلیل اصالت و قدرت نفوذ بالا، جایگاهی بی‌بدیل در تحول باورها و رفتارهای دینی جامعه دارد و رسانه‌های نوین به دلیل ماهیت سرگرم‌کننده، ممکن است باعث سطحی‌شدن دین‌داری شوند. نفوذ در لایه‌های عمیق شخصیتی و نهادینه‌سازی ارزش‌ها فقط از طریق رسانه‌هایی با اعتبار دینی و ارتباط عاطفی عمیق، نظیر منبر، میسر است؛ جایی که مخاطب از حالت منفعل به کنشگر تبدیل می‌شود. این نتیجه‌گیری، برتری منبر را به‌طور ضمنی به ماهیتی ذاتی و تقلیل‌ناپذیر («روح پیام») نسبت می‌دهد، بدون آنکه سازوکار ارتباطی این برتری را از دریچه نظریه‌های رسانه تبیین کند.

زهره کولیوند (۱۳۹۲) در مقاله‌ای، منبر را یکی از ابزارهای «قدرت نرم» در تمدن اسلامی معرفی کرده است که در فن خطابه و اقناع ریشه دارد. یافته‌های این نوشتار نشان می‌دهد که منبر در طول تاریخ اسلام، رسانه‌ای برای جذب مخاطبان و ابلاغ پیام‌های سیاسی و حکومتی بوده و در دوران انقلاب اسلامی نیز به‌عنوان موفق‌ترین رسانه برای ترویج آموزه‌های اسلامی میان جوانان عمل کرده است. نویسنده نتیجه می‌گیرد که این رسانه قدیمی با تکیه بر فنون منطقی و خطابه، زمینه‌ساز بقای نهضت اسلامی شده و جایگاهی ویژه در میان رسانه‌های مدرن یافته است. این تحلیل، منبر را عمدتاً در سطح کارکرد سیاسی (بسیج توده‌ها) بررسی می‌کند و به ابعاد ارتباطی ساختاری آن، که محور اصلی پژوهش حاضر است، نمی‌پردازد.

در همین زمینه، اصغر فتحی (۱۹۸۱) با هدف پرکردن شکاف نظری در مطالعه ارتباطات عمومی در جوامع سنتی، به تحلیل نقش محوری منبر در توسعه مسائل سیاسی اجتماعی پرداخته است. یافته‌های مقاله وی نشان می‌دهد که منبر برخلاف مدل‌های کلاسیک ارتباطی که جوامع سنتی را صرفاً به ارتباطات چهره‌به‌چهره و محدود به گروه‌های کوچک تقلیل می‌دهند، نوعی سیستم ارتباطی نهادینه و سریع و کارآمد با مخاطبانی ناهمگون و گسترده است که شباهت‌های ساختاری چشمگیری با رسانه‌های جمعی مدرن دارد. نویسنده با مرور شواهد تاریخی از دوران خلافت عباسی و امپراتوری عثمانی و جنبش‌های ضداستعماری (مانند نهضت تنباکو در ایران و الجزایر)، اثبات می‌کند که منبر همچون ابزاری برای ابلاغ تصمیمات حکومتی، تبلیغات سیاسی، بسیج توده‌ها و حتی اعتباربخشی به مبلغان عمل کرده است. فتحی در نهایت، نتیجه می‌گیرد که بررسی رسانه‌های پیشاصنعتی، مانند منبر، وجود پیوستگی‌های معنادار میان الگوهای ارتباطی در جوامع سنتی و صنعتی را آشکار کرده است و فرض بی‌سازمان‌بودن ارتباطات در جوامع پیشین را خدشه‌دار می‌کند. منبر فزاینده از یک ابزار سنتی، به مثابه یک سیستم ارتباطی نهادینه و سازمان‌یافته^۱ تحلیل می‌شود که برخلاف تصور رایج، شباهت‌های ساختاری عمیقی با رسانه‌های جمعی مدرن دارد؛ شباهت‌هایی مانند مخاطب ناهمگون و سرعت انتقال و منع حرفه‌ای. با این حال، فتحی این شباهت‌ها را عمدتاً در سطح کارکردی (سرعت انتقال، گستردگی مخاطب) باقی می‌گذارد و به تفاوت‌ها در نوع مرجعیت (شخصی و پاسخ‌گو در برابر غیرشخصی و الگوریتمی) وارد نمی‌شود.

عبدالله رضوانی در مقاله‌ای (۱۳۹۷) به اهمیت این رسانه در حفظ هویت دینی و ملی مردم افغانستان می‌پردازد. یافته‌های وی نشان می‌دهد که باوجود هجمه‌های رسانه‌های خارجی و فعالیت شبکه‌های تلویزیونی متعدد، منبر همچنان مورد اعتمادترین رسانه برای شیعیان افغانستان در مقابله با تجاوزات بیگانه و حفظ انسجام مذهبی است. در نهایت، مقاله نتیجه می‌گیرد که منبر در سیره ائمه بهترین رسانه عمومی معرفی می‌شود و در جامعه سنتی افغانستان، جایگاهی بالاتر از یک آکادمی علمی در هدایت افکار عمومی و حل مشکلات اجتماعی دارد. نویسندگان البته معیار مشخصی برای سنجش این «برتری» ارائه نمی‌دهد. منبر از طریق سازوکار اعتباربخشی، به مبلغان و پیام‌ها مشروعیت بخشیده و به مثابه ابزاری برای قدرت نرم، توانایی بسیج توده‌ها و هدایت افکار عمومی را در بزنگاه‌های تاریخی فراهم آورده است.

سیدعباس حسینی (۱۴۰۲) کارکردهای منبر را در سه دوره زعامت مراجع بزرگ (حائری یزدی، بروجردی و امام خمینی) واکاوی کرده است. یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که منبر در قرن اخیر سه نقش کلیدی «آگاهی‌بخشی دینی، ایجاد هم‌بستگی اجتماعی و نقد وضعیت موجود» را ایفا کرده است. نویسندگان به این نتیجه می‌رسد که منبر هویت رسانه‌ای حوزه‌های علمیه است و توانسته است با پیوند زدن آموزه‌های دینی به مسائل روز، منشأ تحولاتی عظیم، همچون انقلاب مشروطه و انقلاب اسلامی، شود. براین اساس، منبر قدرت خود را از فن خطابه و بلاغت می‌گیرد. این پژوهش کارکردهای منبر را به خوبی طبقه‌بندی و مستندسازی تاریخی می‌کند؛ اما همچنان در سطح توصیف باقی می‌ماند و پرسش بنیادین‌تر درباره چرایی معتبر و الزام‌آور تلقی شدن این کارکردها را بی‌پاسخ می‌گذارد.

این پیشینه‌ها نشان می‌دهد که رسانه منبر، فراتر از ابزاری سنتی، به مثابه هویت رسانه‌ای حوزه‌های علمیه و یکی از مؤلفه‌های اصلی «قدرت نرم» در تاریخ معاصر جهان اسلام شناخته می‌شود. یافته‌های این پژوهش‌ها بر این ایده محوری استوار است که منبر به دلیل ویژگی‌های منحصر به فردی چون «اعتبار دینی»، «ارتباط چهره به چهره» و «نفوذ در لایه‌های عمیق شخصیتی»، در نهادینه‌سازی دین و هدایت افکار عمومی مؤثرتر از رسانه‌های نوین و دیجیتال عمل کرده است. این ادعا عمدتاً در سطح توصیفی باقی مانده است. در ساحت سیاسی، منبر به عنوان «رسانه تراز انقلاب» توانست با کدگذاری و انتقال دقیق پیام‌های رهبری در شبکه گسترده مساجد، هم‌بستگی اجتماعی ایجاد کند و با نقد وضعیت موجود، زمینه‌ساز پیروزی نهضت اسلامی و حفظ هویت ملی گردد. این مطالعات بر لزوم اتخاذ رویکردی «هم‌گرایانه» تأکید داشته است؛ به این معنا که پویایی و بقای منبر در دنیای امروز در گرو بهره‌گیری از تکنیک‌های بصری و شنیداری رسانه‌های مدرن (مانند رادیو و تلویزیون) برای بازتولید محتوای دینی، بدون از دست دادن اصالت و روح پیام است.

تدارک نظری تحقیق

منبر به مثابه کهن‌ترین ابزار ارتباطی اسلام، فراتر از سکوی خطابه، نماد اقتدار دینی و قضایی است (Mostafa, 2016). ریشه لغوی منبر، یعنی رفعت و بلندی، با سنت‌های پیش از اسلام در شبه جزیره عربستان و حبشه پیوند دارد؛ جایی که منبر جایگاه داوری بوده است (Retsö, 2020; Zwemer, 1933). منبر با انتقال به مسجد، به «مرکز ثقل» جامعه مسلمان تبدیل شد که در آن، پیامبر (ص) نه تنها به هدایت دینی، بلکه به اداره امور سیاسی و اجتماعی می‌پرداخت (Omer, 2010; Fathi, 1981).

شکل و ساختار فیزیکی منبر نقشی برجسته در برساخت معانی دینی و اجتماعی آن دارد. این پلتفرم، از منظر منطق اجتماعی فضا، بخشی از «اینترفیس» (واسط) میان عابد و معبود و نیز میان حاکم و رعیت است (Aazam: 2005). قرارگیری منبر در سمت راست محراب، جهت‌گیری قبله را تقویت کرده و یک ساختار بصری یکپارچه برای انتقال پیام ایجاد می‌کند (Sheikhbagloo & Mohamadzadeh, 2019). براین اساس، «تقارن» و «هندسه قدسی» منبر، تجسم زیبایی‌شناسی الگوریتمیک است که کثرت را به وحدت پیوند می‌زند (Bier, 2019). همچنین به‌کارگیری «نسبت طلایی» در طراحی منبرها تلاشی برای ایجاد تعادل بصری و ارگونومی ارتباطی میان خطیب و مخاطب است که تأثیرگذاری پیام را دوچندان می‌کند (Adnan & et al., 2022).

تاریخ‌مندی و سازوکارهای دینی و اجتماعی و سیاسی منبر قدرت نمادین آن را شکل می‌دهد. منبر نماد «عمودیت» و «عروج معنوی» است؛ نردبانی که کلام حق را از زمین به آسمان برمی‌کشد. این جایگاه رفیع، فضا را به دو بخش «مقدس» و «عرفی» تقسیم کرده است و به خطیب اجازه می‌دهد تا با استفاده از «سلاح کلام» بر توجه مخاطب مسلط شود (Chikhaoui & Casewit, 2004). در چنین چهارچوب بلاغی، منبر حافظ رازهای اصلی دین است و از طریق افشا و پنهان‌سازی هم‌زمان، هویت مذهبی را شکل می‌دهد (Bolle, 1987). در همین زمینه، کتیبه‌نگاری روی منبر با حک کردن آیات قرآن، این پلتفرم را به سندی زنده از معنا و محتوای خطبه‌ها تبدیل می‌کند (Kühn, 2023).

مؤلفه‌های عینی و نمادین منبر، آن را به پدیده‌ای هویت‌ساز در ابعاد جمعی و عاطفی بدل کرده است. منبر به مثابه رسانه‌ای برای «اجرای هویت» عمل می‌کند؛ جایی که خطبه‌ها نه صرفاً انتقال اطلاعات، بلکه تکرار آیین‌هایی است که هویت جماعت را بازتولید می‌کنند (Civetta, 2008). این پلتفرم، «سپهر عاطفی» خاصی ایجاد می‌کند که در آن، «اشک» و «سوگ» (به‌ویژه در سنت شیعی) ابزاری برای پیوند جامعه مسلمانان با روایت‌های تاریخ و آرمان رستگاری می‌شود (Howarth, 2005; Cummins & Stille, 2021). منبر با ایجاد سازوکارهای مذهبی، حتی در قلب بوروکراسی‌های مدرن، اقتدار دولت را خدشه‌دار می‌سازد و سوژه‌های مؤمن را حول محور نماز و خطبه سازمان‌دهی می‌کند (Rock-Singer, 2016). کارکردهای رسانه‌ای و گفتمانی منبر را نیز نباید نادیده گرفت. تاریخ سیاسی اسلام نشان داده که منبر همواره «رسانه‌ای سیاسی» برای بسیج توده‌ها و مقابله با استعمار و مشروعیت‌بخشی به جنبش‌های انقلابی بوده است (Fathi, 1979, 1981). این کارکرد در دوران معاصر با ظهور «رسانه‌های کوچک»، نظیر نوارهای کاست، در انقلاب ایران به‌عنوان «منبر الکترونیک» تداوم یافت و مرزهای فیزیکی مسجد را درنوردید (Sreberny-Mohammadi, 1990). امروزه منبر نه تنها در توسعه اقتصادی اجتماعی (مانند تجربه اندونزی) نقش آفرینی می‌کند (Musahadi, 2016)، بلکه با ورود به «سپهر عمومی دیجیتال»، با مانع‌هایی چون اطلاعات نادرست و سلطه گفتمانی در فضای مجازی روبه‌روست (Al-Zaman, 2020; Lawrence, 2008). باوجود این مانع‌ها، منبر مدرن ترکیبی از سنت‌های بومی و تأثیرات فرهنگی متنوع است که به‌رغم تغییر فرم، کارکرد بنیادین خود را در حفظ انسجام امت حفظ کرده است (Ebrahimi & Yusoff, 2018; Imamuddin, 1984).

روش تحقیق و شیوه اجرای پژوهش

این پژوهش ذیل سنت مقالات مفهومی^۱ و به روش سنتز نظری^۲ انجام شده است (Jaakkola, 2020). برخلاف پژوهش‌های تجربی که داده‌هایی جدید را با رهیافت‌های مختلف روشی تولید می‌کنند، مقالات سنتز نظری با ترکیب نظریه‌ها و مفهوم‌های از پیش توسعه‌یافته، درکی نو و یکپارچه از یک پدیده می‌سازند. سنتز نظری از دو مهارت محوری تشکیل می‌شود که مک‌اینیس (۲۰۱۱) آن‌ها را صورت‌بندی کرده است: خلاصه‌سازی^۳ که دانش پراکنده را به کلیتی مدیریت‌پذیر فرومی‌کاهد و یکپارچه‌سازی^۴ که با تبدیل یافته‌ها و نظریه‌های پیشین به چهارچوبی تازه و مرتبه بالاتر، پدیده‌ای را که پیش‌تر جدا از هم دیده می‌شد، یکپارچه می‌کند. یاکولا (۲۰۲۰) تأکید می‌کند که مرزی ظریف میان سنتز نظری و مرور نوشتگان وجود دارد، اما تمایز آن‌ها روشن است: مرور نوشتگان در مرزهای مفهومی موجود باقی می‌ماند و دانش موجود را توصیف می‌کند؛ اما سنتز نظری فراتر می‌رود و نگاهی تازه می‌سازد. ضعف رایج در مقالات سنتز نظری، کوبیدن ایده‌های پژوهشی جداگانه در قالب چند مرور کوچک به جای پرداختن به یک مضمون نظری واحد است.

در این پژوهش، سه پیکره نظری مجزا شامل «نظریه شفاهیت و ارتباطات شفاهی»، «نظریه پلتفرم و امکان‌بخشی» و «جامعه‌شناسی مرجعیت» برای نخستین بار در قالب یک چهارچوب تحلیلی سه‌گانه برای فهم منبر به مثابه پلتفرم رسانه‌ای، ترکیب و یکپارچه شده است. ارتباطات شفاهی را باید نخستین گونه ارتباطاتی و برساننده دیگر نظریه‌ها و میدان‌های نظری و پژوهشی در علم ارتباطات و مطالعه رسانه دانست (Peters, 1999; Craig, 1999). علاوه بر این، امکانات پلتفرم، برخلاف استفاده رایج از آن‌ها برای فهم نظری پلتفرم‌های دیجیتال، یکی از بنیادی‌ترین مفاهیم در عرصه رسانه‌هاست که با استفاده از آن می‌توان انبوهی از مؤلفه‌های فنی/ زیرساختی و درعین حال هویتی رسانه‌ها را فهم کرد (Hutchby, 2001). مرجعیت پلتفرم (Gillespie, 2010) را باید ضلع سوم آنتولوژیک رسانه دانست که در کنار دو ضلع دیگر، رسانه‌بودگی و حیات پلتفرم‌ها را محقق می‌کند. ترکیب این سه پیکره نظری، با راهنمایی اوخویسن و بوناردی (۲۰۱۱) برای نظریه‌پردازی از طریق ترکیب عدسی‌های نظری، صورت گرفت. از آنجاکه این سه نظریه بر پدیده‌های واحد رسانه‌ای متمرکزند، اما از مفروضات معرفت‌شناختی متفاوت برخاسته‌اند، ترکیب آن‌ها مستلزم ساختن یک چهارچوب مفهومی تازه بود که تناسب معرفت‌شناختی میان آن‌ها برقرار کند. مفهوم «عاملیت انسانی» نقش همین چهارچوب یکپارچه‌ساز را ایفا می‌کند؛ نقطه‌ای که در آن، ویژگی‌های شفاهی کلام (محور نخست) و ساختار کنشی پلتفرم (محور دوم) و منطق اقتدار پاسخ‌گو (محور سوم)، همگی به یک ادعای نظری واحد فروکاسته می‌شوند. سازوکار رسیدن به این چهارچوب مفهومی، از مسیر مهارت‌های مورد اشاره مک‌اینیس (۲۰۱۱) بوده است.

اعتبار پژوهش، برخلاف پژوهش‌های تجربی که اعتبار خود را از مسیرهای روشن آزمون‌پذیر یا فرایندی به دست می‌آورند، از مسیر تفکر انتقادی و بازتابی پژوهشگر حاصل شده است. اعتبار پژوهش با شفافیت و انسجام منطقی و آگاهی صریح پژوهشگر به مفروض‌ها و انتخاب‌ها و محدودیت‌های نظری پژوهش حاصل شده است (Hirschheim, 2008). این رویکرد با بازتابندگی در

1. conceptual papers
2. theory synthesis
3. summarizing
4. integration

پژوهش کیفی هم‌خوان است؛ رویکردی که نه تهدیدی برای عینیت، بلکه ابزار اصلی کسب یکپارچگی و اعتبار قلمداد می‌شود (Finlay, 2002a, 2002b).

یافته‌ها

شفاهیت زنده: ساختار ارتباطی منبر

بی‌شک، نخستین و بنیادی‌ترین مؤلفه پلتفرم منبر را باید ارتباطات شفاهی آن دانست. ارتباطات شفاهی در نوشتگان نظری علوم ارتباطات به فرایندی اطلاق می‌شود که طی آن، معنا از طریق کلام گفتاری، در بستر تعامل هم‌زمان میان گوینده و مخاطب، تولید و منتقل می‌گردد. برخلاف ارتباط مکتوب که بر ثبت و پایداری نشانه‌های نوشتاری استوار است، ارتباط شفاهی ماهیتی رخدادی و زمانمند دارد و پیام در همان لحظه تولید ادراک می‌شود و پس از اداشدن، موجودیت خود را از منظر فیزیکی از دست می‌دهد. این ویژگی ناپایداری و هم‌زمانی، وجه ممیز بنیادین ارتباط شفاهی از سایر صورت‌های ارتباطی به شمار می‌رود. تلفیق میان ارتباطات شفاهی با ارتباطات غیرکلامی درکی عمیق‌تر از سازوکارهای ارتباطاتی حاکم بر پلتفرم منبر ارائه می‌دهد. درحالی‌که ارتباطات شفاهی ارتباطاتی تک‌کاناله محسوب می‌شود، ارتباطات غیرکلامی را باید چندکاناله در نظر گرفت که از طریق کانال‌های حسی بینایی و شنیداری و در مواردی لمسی محقق می‌شود. نقش پارازبان‌ها^۱ (از جمله تن صدا، سرعت بیان، بلندی و کیفیت آوایی) نیز در شکل‌گیری معنای کلام بسیار مؤثر است و ممکن است معنا را تقویت، برجسته یا حتی نقض کند. علاوه بر این، اشاره‌های دست، حالات چهره، وضعیت بدن و سر و به‌طور کلی مجموعه رفتارهای ناخودآگاه و بعضاً خودآگاه، مکمل گفتاری در نظر گرفته می‌شوند و در مواردی می‌توانند معنایی مستقل را بر ساخت کنند (Argyle, 2013).

انگ و هارتلی با تمایز میان «شفاهیت نخستین»^۲ ناظر بر فرهنگ‌هایی که هیچ‌آشنایی با فناوری نوشتار ندارند و «شفاهیت ثانویه» که در بستر رسانه‌های الکترونیک بازتولید می‌شود، استدلال می‌کنند که شیوه سخن گفتن نه صرفاً ابزاری خنثی برای انتقال اطلاعات، بلکه سازوکاری است که ساختار اندیشه و حافظه جمعی و آگاهی انسانی را شکل می‌دهد. فرهنگ‌های شفاهی نخستین، حائز مؤلفه‌هایی بسیار متفاوت در مقایسه با دیگر گونه‌های فرهنگ شفاهی متأخر بودند: افزایشی بودن به جای ترکیبی بودن، تجمیعی بودن، افزونگی یا کثرت بیانی، محافظه‌کاری و سنت‌گرایی در محتوا، نزدیکی به جهان زیسته مخاطب، لحن ستیزه‌جویانه یا کشمکش‌محور، همدلی و مشارکت به جای فاصله‌گذاری، تمرکز بر اکنونیت و موقعیت‌محوری به جای انتزاع‌گرایی. ظرفیت ارتباط شفاهی در گونه انسانی، به دلیل برخورداری از دستور زبان پیچیده و قابلیت روایتگری، بی‌همتاست و همین ظرفیت، دامنه‌ای گسترده از کارکردهای شفاهی (از گفت‌وگوی روزمره تا ژانرهای اقناعی و آیینی، مانند خطابه) را ممکن می‌سازد (Ong & Hartley, 2013). پلتفرم تاریخی منبر دقیقاً ابزاری برای بسط و تقویت فرهنگ‌های شفاهی و به‌کارگیری پیچیدگی‌های زبانی بوده است. خطابه‌هایی که بر فراز منبر ایراد می‌شود، نمونه‌ای بارز از پیوند یا هم‌پوشانی میان امور مذهبی و امور روزمره ارائه می‌دهد: خطابه‌ها از یک سو، در سنت‌های مذهبی ریشه دارد و از سوی دیگر، به سمت زندگی روزمره مخاطبان خود جهت‌گیری شده است. منبر می‌تواند احساسات مذهبی را به امری شخصی، جمعی، ملموس و بخشی از زندگی روزمره بدل سازد

1. paralanguages
2. primarily orality

(Cummins & Stille, 2021). این درحالی است که ارتباطات شفاهی شکل گرفته در منبر امکان دریافت بازخورد بی درنگ از مخاطب و بازسازی در لحظهٔ پیام را فراهم می‌سازد. تمامی این عوامل موجب شده است که به‌طور کلی، کلام شفاهی بسیار بیشتر از متنی ثابت در نظر گرفته شود. ارتباطات شفاهی «اجرایی»^۱ است که موجودیتش به بستر فرهنگی و بداهه‌پردازی کلامی و از همه مهم‌تر به تعامل و مشارکت مخاطب یا شنونده وابسته است (Finnegan, 2003). یافته‌های حوزه مطالعات همپله‌تیک^۲ (خطابه‌خوانی) و نیز زبان‌شناسی کاربردی خطابه نشان می‌دهد که در گفتمان منبری، مخاطب صرفاً دریافت‌کننده منفعل پیام نیست، بلکه در فرایند معنا سازی خطابه نقشی فعال ایفا می‌کند. مالمستروم (۲۰۱۶) در تحلیل زبان‌شناختی خطابه‌های ارائه‌شده از سوی اصحاب کلیسا در دین مسیحیت نشان می‌دهد که خطیبان از طریق ابزارهای فراگفتمانی^۳ (نظیر خطاب مستقیم به مخاطب، تصریح به شنونده به‌عنوان طرف گفت‌وگو و تأکید بر هم‌بستگی و اشتراک جمعی) مخاطب را به «هم‌سازنده» خطابه بدل می‌کنند. بنابراین منبر را نمی‌توان صرفاً به محلی فیزیکی برای ایراد سخن یا کانالی خنثی برای انتقال محتوای مذهبی فروکاست. منبر خود یک پلتفرم ارتباطی برساخته از منطق درونی شفاهیت است. تک‌کانالگی ارتباط شفاهی در عمل با لایه‌های غنی غیرکلامی (پارازبان، حرکات بدن، ایما و اشاره) ترکیب می‌شود و امکاناتی چندوجهی برای انتقال معنا فراهم می‌آورد؛ امکاناتی که در نهایت، به مثابه «قابلیت»های این پلتفرم عمل می‌کند. به بیان دیگر، ویژگی‌هایی که انگ و هارتلی (۲۰۱۳) برای فرهنگ شفاهی نخستین برمی‌شمارند، دقیقاً همان سازوکارهایی است که خطیب بر فراز منبر برای بسط پیام خود و تطبیق آن با بستر زنده و حاضر به کار می‌گیرد؛ سازوکارهایی که پلتفرم‌های مکتوب یا رسانه‌ای یک‌سویه فاقد آن‌ها هستند. از سوی دیگر، آنچه منبر را به پلتفرم رسانه‌ای متمایز بدل می‌سازد، نه صرفاً کانال شفاهی آن، بلکه ماهیت تعاملی و مشارکتی آن است. همان‌گونه که فینگان (۲۰۰۳) و مالمستروم (۲۰۱۶) نشان می‌دهند، خطابهٔ منبری متنی ثابت و ازپیش‌تعیین‌شده نیست، بلکه «اجرایی» زنده است که شکل نهایی خود را در تعامل بی‌واسطه با مخاطب می‌یابد. بازخورد آنی حاضران، خطیب را قادر می‌سازد پیام را در همان لحظه بازسازی، تشدید یا تعدیل کند و مخاطب را از جایگاه دریافت‌کنندهٔ منفعل به «هم‌سازنده» معنا ارتقا دهد. این ویژگی دقیقاً همان مؤلفه‌ای است که در نوشتگان مطالعات پلتفرم، وجه ممیز رسانه‌های تعاملی معاصر از رسانه‌های پخش کلاسیک قلمداد می‌شود. از این‌رو منبر پیش از ظهور فناوری‌های دیجیتال، بسیاری از منطق‌های الگوریتمیک پلتفرم‌های ارتباطی امروزی، یعنی تعامل زنده و بازخورد آنی و هم‌سازی مخاطب، را در قالبی انسانی و شفاهی و سنتی تجربه و بازتولید کرده است.

پلتفرمی که فرامی‌خواند: امکانات کنشی منبر

برای تحلیل منبر به مثابه پلتفرم رسانه‌ای، فقط تکیه بر ویژگی‌های ارتباط شفاهی کافی نیست. باید به این پرسش نیز پاسخ داد که چگونه ویژگی‌های مادی و ساختاری خود منبر، امکانات کنش و تعامل را برای گوینده و مخاطب سازمان‌دهی می‌کند. نظریهٔ پلتفرم، پلتفرم‌ها را فضاها یا واسطه‌هایی می‌داند که آفرینش ارزش تعاملی میان دو یا چند کنشگر را ممکن می‌سازند (Mengual, 2023). پژوهش‌های حوزه پلتفرم‌های دیجیتال نشان داده است که زیرساخت‌ها از طریق انتخاب‌های طراحی، برخی کنش‌ها را ممکن و برخی

1. performance
2. homiletics
3. metadiscourse

دیگر را محدود می‌سازند (van Dijck & et al., 2018; Gillespie, 2018). این نکته را می‌توان با مفهوم «امکان‌بخشی»^۱ تکمیل کرد. گیسون (۱۹۷۹) این مفهوم را به مثابه امکانات کنشی تعریف می‌کند که اشیا براساس ویژگی‌های مادی‌شان و ظرفیت‌های کاربر در اختیار او می‌گذارند. نورمن (۱۹۸۸) نیز «امکان‌بخشی پلتفرم» را در چهارچوب طراحی تعاملی بسط داده است. بنابراین امکانات پلتفرم، رابطه‌ای‌اند: نه صرفاً محصول صورت مادی ابزار و نه صرفاً محصول کنشگر، بلکه محصول برهم‌کنش این دو هستند و میدان امکان‌های معنادار را برای کنشگر می‌سازند، بدون آنکه جبرگرایانه نتیجه را تعیین کنند (Evans & et al., 2017). منبر و کلام شفاهی برخاسته از آن را نیز دقیقاً در همین چهارچوب می‌توان تحلیل کرد: منبر شیئی منفعل نیست که صرفاً منتظر تفسیر معنا از سوی مخاطبان باشد، بلکه فعالانه، تأمل و کنش بیشتری را فرامی‌خواند و تحریک می‌کند (Ingold, 2018).

درک از چنین نقش‌آفرینی رسانه‌ای زمانی برجسته‌تر می‌شود که دریابیم دنیای معاصر با سیطره پلتفرم‌های رسانه‌ای دیجیتال به دنبال کاهش هرچه بیشتر کنشگری مخاطبان است. دانا بوید (۲۰۲۶) در مقاله «رسانه‌های اجتماعی اکنون رسانه‌های فرااجتماعی هستند» نشان می‌دهد که ماهیت شبکه‌های اجتماعی از فضایی برای تعاملات دوجانبه به پلتفرم‌هایی برای مصرف غیرفعالانه محتوا تغییر یافته است. او با بررسی تاریخچه این فناوری‌ها استدلال می‌کند که چگونه شرکت‌های بزرگ برای کسب سود بیشتر، محتوای حرفه‌ای و الگوریتم‌محور را جایگزین ارتباطات انسانی کرده‌اند. وی معتقد است اصطلاح «رسانه‌های اجتماعی» دیگر گویای وضعیت فعلی نیست و باید از واژه «رسانه‌های فرااجتماعی» استفاده کرد؛ چراکه کاربران اکنون بیشتر به تماشای زندگی افراد غریبه و سلبریتی‌ها می‌پردازند تا برقراری پیوند با دوستان خود. این تغییر ساختاری به تضعیف بافت اجتماعی و افزایش انزوای دیجیتال منجر شده است. استدلال بوید نشان می‌دهد که ماهیت شبکه‌های اجتماعی از تعامل دوسویه به مصرف غیرفعالانه محتوا تغییر یافته است. این چهارچوب، زمینه مقایسه‌ای مناسبی فراهم می‌آورد تا در ادامه، امکانات کنشی متفاوت منبر در پرتو همین تمایز بررسی شود. نخستین لایه امکانات منبر، از ویژگی‌های فیزیکی و مکانی آن نشئت می‌گیرد. ارتفاع منبر، سلسله‌مراتب عمودی می‌سازد و سلطه دیداری خطیب را بر مخاطبانی که در سطح پایین‌تر و در وضعیت دریافت‌کننده قرار دارند، امکان‌پذیر می‌کند. همین چیدمان مکانی، ارتباط یک به چند را ممکن می‌سازد و در همان حال، گفت‌وگوی جانبی و افقی را محدود می‌سازد؛ سازوکاری که ساختارهای سنتی مرجعیت دینی را تقویت می‌کند (Chikhaoui & Casewit, 2004). موقعیت ثابت منبر در فضاهای تقدیس‌شده، نظیر مساجد و حسینیه‌هایی که با خوش‌نویسی اسلامی آراسته شده‌اند، به هر گفتاری که از فراز آن ایراد شود، چهارچوبی قدسی می‌بخشد؛ چنان‌که پذیرش محتوای غیردینی بر منبر، انسجام آیینی را دچار اختلال می‌کند. این موضوع با کارکرد تاریخی منبر در معماری مسجد نیز هم‌خوان است؛ کارکردی که آن را به بخشی جدایی‌ناپذیر از منطق اجتماعی فضای دینی بدل می‌سازد (Azam: 2005).

توجه به این موضوع مهم است که امکانات منبر صرفاً برخاسته از ویژگی‌های مادی و آنی آن نیست، بلکه در طول تاریخ، لایه‌هایی تازه بر آن انباشته شده است. در ایران شیعی، منبر، از نهادی حمایت‌شده از سوی دولت در دوره صفوی تا ابزاری برای بسیج سیاسی در جریان انقلاب ۱۳۵۹ (Sreberny-Mohammadi, 1990)، کارکردهایی متفاوت یافته است. این انباشت تاریخی بدان معناست که منبر امروز نه فقط آموزش دینی، بلکه ساخت هویت جمعی را نیز امکان‌پذیر می‌سازد؛ چراکه حافظه شفاهیت و هم‌بستگی جمعی را نیز با خود حمل می‌کند. در همین راستا، جونز (۲۰۱۲) بر قدرت خطابه در جهان اسلامی قرون میانه و رنسانس

(۲۰۲۰) بر ریشه‌های آیینی خطبه در سنت بلاغت اسلامی تأکید کرده‌اند؛ موضوعی که نشان می‌دهد منبر از دیرباز، پلتفرمی برای بسط اقتدار کلامی و دینی بوده است.

منبر، از لحاظ ساختار محتوایی نیز امکاناتی ویژه در اختیار خطیب می‌گذارد. صورت‌بندی سه‌بخشی خطابه به گفتار عمومی و بیان فضایل و روایت مصائب اهل بیت (ع)، مسیرهایی خاص را ممکن می‌سازد که از تعامل فکری آغاز و به پاسخ عاطفی عمیق ختم می‌شود. این ساختار محتوایی، امکان خلق «واقعیت آستانه‌ای»^۱ را فراهم می‌آورد؛ وضعیتی که در آن، رخداد‌های تاریخی (به‌ویژه واقعه کربلا) با سوگ‌ها و غم‌های روزمره اجتماعی پیوند می‌خورد و مشارکت‌کنندگان می‌توانند فقدان‌های شخصی خود را در دل روایت‌های متعالی دینی تجربه کنند (Howarth, 2005). منبر هم‌زمان به‌عنوان رسانه‌ای برای آموزش دینی (Kühn, 2023) نیز عمل می‌کند. علاوه بر این، پلتفرم منبر کارکرد آیینی و نمادینی را امکان‌پذیر می‌سازد که در آن، تکرار روایت‌های شناخته‌شده و پاسخ‌های هماهنگ جمعی (گریستن، سینه‌زنی) به‌اندازه محتوای غیراحساسی و عقلانی اهمیت دارد و رهایی احساسی را از طریق اجرای هماهنگ جمعی ممکن می‌سازد (Karimitar, 2019).

آنچه در این بخش بررسی شد، تکمیل‌کننده مستقیم یافته‌های محور ارتباطات شفاهی است. اگر ارتباطات شفاهی نشان داد که کلام منبری «اجرایی» زنده و وابسته به تعامل لحظه‌به‌لحظه با مخاطب است، تحلیل امکانات پلتفرم روشن می‌سازد که این اجرا در خلأ رخ نمی‌دهد، بلکه در بستر فیزیکی و مکانی و تاریخی خاصی سازمان می‌یابد که خود، میدان امکان‌های کنش را از پیش شکل داده است. همان‌گونه که مک‌لوهان (۱۹۶۴) بر این گزاره پافشاری می‌کند که رسانه، خود پیام است، ویژگی‌های پلتفرم، سازمان اجتماعی ارتباط را عمیق‌تر از محتوای منتقل‌شده شکل می‌دهند. کاربست این بینش درخصوص منبر نشان می‌دهد که ارتفاع فیزیکی، جای‌گیری آن در فضای مقدس، انباشت تاریخی کارکردهای سیاسی هویتی و ساختار سه‌بخشی خطابه، در کنار هم، معماری ارتباطی خاصی می‌سازند که مشارکت مخاطب را نه به‌صورت آزاد و باز، بلکه در قالب کنش‌های آیینی از پیش تعیین‌شده امکان‌پذیر می‌کند. چنین چهارچوبی نه صرفاً برای مخاطبان منبر، بلکه برای واعظان نیز وجود دارد. این یافته، هم‌سو با محور نخست، نشانه دیگری از نقش محوری عاملیت انسانی در سازمان‌دهی امکانات پلتفرم منبر است؛ نقشی که در محور سوم، از زاویه مرجعیت نیز بررسی خواهد شد.

اقتدار بی‌نقاب: مرجعیت پلتفرم منبر

دو محور یافته‌ها نشان داد که منبر از نظر سازوکارهای ارتباط شفاهی و ویژگی‌های مادی و مکانی، پلتفرمی است که امکانات کنشی خاصی را برای خطیب و مخاطب سازمان می‌دهد؛ اما پرسش بنیادین‌تر آن است که چرا اساساً کلامی که از فراز این پلتفرم خاص ادا می‌شود، «معتبر» و «الزام‌آور» تلقی می‌گردد. به بیان دیگر، منبر چگونه مرجعیت خود را کسب و بازتولید می‌کند؟ پاسخ به این پرسش، ما را از سطح توصیف ارتباطی و مادی، به سطح جامعه‌شناسی مرجعیت^۲ سوق می‌دهد.

مرجع کلاسیک برای این بحث، تیپولوژی وبر از اقتدار مشروع است. وبر (۱۹۷۸) در اقتصاد و جامعه سه نوع ایدئال اقتدار را از یکدیگر متمایز می‌کند: اقتدار سنتی که مشروعیت خود را از تقدس رویه‌ها و عادت‌های دیرینه می‌گیرد؛ اقتدار کاریزماتیک که بر

1. liminal reality
2. authority

ویژگی‌های استثنایی شخصی رهبر و ادعای برخورداری از فیضی فراطبیعی متکی است؛ اقتدار عقلانی قانونی که مشروعیت خود را از قاعده‌ها و رویه‌های صوری و غیرشخصی اخذ می‌کند. وبر تأکید می‌کند که این‌ها تیپ‌های ناب‌اند و در واقعیت تجربی معمولاً به صورت ترکیبی ظاهر می‌شوند. منبر، در این چهارچوب، نمونه‌ای آشکار از ترکیب اقتدار سنتی و کاریزماتیک است: مرجعیت خطیب هم از جایگاه او در سلسله مراتب آموزشی سنت دینی (اقتدار سنتی) و هم از توانایی‌های شخصی او در اقناع و عاطفه‌انگیزی و بلاغت (اقتدار کاریزماتیک) سرچشمه می‌گیرد. جونز (۲۰۱۲) با بررسی قدرت خطابه در جهان اسلامی قرون میانه نشان می‌دهد که این توان بلاغی، خود به مثابه یکی از مسیرهای اصلی کسب اقتدار دینی و اجتماعی عمل می‌کرده است و رتسو (۲۰۲۰) با ردیابی ریشه‌های آیینی خطبه نشان می‌دهد که این نوع خطابه از ابتدا در چهارچوب نهادی مشخصی (رسمیت خطبه به عنوان رکن فقهی نماز جمعه) صورت‌بندی شده است؛ امری که اقتدار سنتی نهادی آن را تثبیت می‌کند.

در برابر این صورت‌بندی کلاسیک از اقتدار، ظهور پلتفرم‌های دیجیتال، سنخی کاملاً متفاوت از مرجعیت را پدید آورده است که شرکی (۲۰۰۹) آن را «مرجعیت الگوریتمی»^۱ می‌نامد. مرجعیت الگوریتمی عبارت است از تصمیم ما به معتبر دانستن برون‌داد یک فرایند، بدون آنکه هیچ انسانی در کنار آن ایستاده باشد و بگوید «به این اعتماد کن، چون به من اعتماد داری». این تعریف، وجه متمایز بنیادینی را آشکار می‌سازد: در اقتدار سنتی و کاریزماتیک منبر، مشروعیت کلام به شخص خطیب و جایگاه او در سلسله مراتب دینی و رابطه بی‌واسطه‌اش با مخاطب گره خورده است؛ حال آنکه در مرجعیت الگوریتمی، اعتماد نه به شخصی معین، بلکه به کارآمدی تجربی و غیرشخصی رویه‌ای محاسباتی تعلق می‌گیرد.

گیلیسی (۲۰۱۴) این تحلیل را با مفهوم «عینیت الگوریتمی»^۲ عمق می‌بخشد و نشان می‌دهد که الگوریتم‌ها از طریق الگوهای گنجانش و چرخه‌های پیش‌بینی و تولید آنچه او «عموم محاسبه‌شده»^۳ می‌نامد، نوعی مرجعیت را می‌سازند که خود را نه با ادعای اقتدار شخصی یا نهادی، بلکه به عنوان بازتاب خنثی و فنی عرضه می‌کنند. گیلیسی همین نکته را برجسته می‌کند: ادعای بی‌طرفی الگوریتم، خود، محصول انتخاب‌های طراحی و اولویت‌های ارزش‌باری است که در پس رابط کاربری پنهان می‌مانند. این تمایز دقیقاً نقطه عزیمت مقایسه ما با منبر است: مرجعیت منبر آشکارا و اعلام‌شده شخصی و نهادی است و خطیب هرگز ادعا نمی‌کند که صدایش خنثی یا فارغ از اقتدار شخصی‌اش است؛ حال آنکه مرجعیت الگوریتمی دقیقاً با انکار منشأ شخصی و پنهان کردن کارگزار(ان) سیاسی و اقتصادی، اقتدار می‌یابد. در اینجا باید توجه داشت که ادعای مطرح‌شده درباره مرجعیت منبر، ناظر بر امکان ساختاری بازخواست است، نه تضمین تحقق همیشگی آن؛ برخلاف الگوریتم که حتی امکان ساختاری بازخواست کارگزار را نیز از میان می‌برد.

این توصیف از مرجعیت الگوریتمی به معنای انکار کامل کنشگری کاربران در سطح خرد نیست. پژوهش‌های تجربی متعدد نشان داده است که کاربران عادی پلتفرم‌های دیجیتال صرفاً دریافت‌کنندگان منفعل برون‌داد الگوریتم نیستند (Eslami & et al., 2015)؛ بلکه از طریق آنچه «تخیل الگوریتمی»^۴ یا «نظریه‌های عامیانه الگوریتم» خوانده می‌شود، می‌کوشند رفتار الگوریتم را حدس بزنند، آن را دور بزنند یا حتی در جهت منافع خود «بازی» دهند

-
1. algorithmic authority
 2. algorithmic objectivity
 3. calculated publics
 4. algorithmic imaginary

(Bucher, 2017; Karizat & et al., 2021). کاتر (۲۰۱۹) نیز نشان می‌دهد که تولیدکنندگان محتوا در پلتفرم‌هایی نظیر اینستاگرام، فعالانه راهبردهایی برای مذاکره با الگوریتم دیده‌شدن می‌سازند و ایتره-آرنه و مو (۲۰۲۱) دریافته‌اند که کاربران عادی نیز، حتی بدون دانش فنی، فهم‌های تفسیری خاص خود را از منطق پنهان الگوریتم پرورش می‌دهند. با این حال، وجود چنین کنشگری خردی، ماهیت ساختاری مرجعیت الگوریتمی را که موضوع این پژوهش است، تغییر نمی‌دهد. می‌توان براساس منطق زوبوف (۲۰۱۹) و کولدردی و مخیاس (۲۰۱۹) استدلال کرد که حتی مقاومت، دورزدن یا «بازی‌دادن» الگوریتم ازسوی کاربر، در نهایت، به مثابه داده‌ای تازه در همان زیرساخت محاسباتی که قرار بود در برابرش مقاومت کند، جذب می‌شود. به بیان دیگر، کنشگری خرد کاربر در سطح ساختار کلان همچنان درون منطق انباشت داده و تصمیم‌گیری غیرشخصی پلتفرم باقی می‌ماند و نمی‌تواند «پاسخ‌گویی» را به همان معنایی که در تحلیل وبری این پژوهش از مرجعیت منبر مطرح شد، برای کاربر بازتولید کند. بنابراین تمایز اصلی این پژوهش با منبر، نه در انکار وجود کنشگری کاربر، بلکه در محل استقرار «پاسخ‌گویی ساختاری» نهفته است: در منبر، این پاسخ‌گویی در شخص خطیب متمرکز و قابل بازخواست می‌ماند، اما در پلتفرم الگوریتمی، حتی کنشگری خرد کاربر در نهایت، به سمت بهبود کارآمدی همان سامانه الگوریتمی و غیرشخصی بازمی‌گردد.

این جابه‌جایی گونه اقتدار، در حوزه خود دین نیز مطالعه شده است. کمپیل (۲۰۰۷، ۲۰۱۲) با طرح مفهوم «دین شبکه‌ای»، مرجعیت درحال جابه‌جایی را یکی از پنج ویژگی محوری دین دیجیتال معرفی می‌کند و نشان می‌دهد که پلتفرم‌های برخط، مرزهای سنتی اقتدار دینی را با گشودن فضایی برای کاربران غیرروحانی و فناوری‌های رتبه‌بندی و الگوریتم‌های توزیع محتوا، بازتعریف کرده‌اند. این یافته به‌روشنی نشان می‌دهد که وقتی خطابه دینی از پلتفرم منبر به پلتفرم‌های دیجیتال منتقل می‌شود، صرفاً کانال انتقال تغییر نمی‌کند، بلکه سنخ مشروعیت حاکم بر آن پیام دینی نیز از اقتدار سنتی کاریزماتیک متمرکز در شخص خطیب، به سازوکاری توزیع‌شده و الگوریتمیک جابه‌جا می‌شود.

نظریه کنشگر-شبکه^۱ لا‌تور، ابزار مفهومی و سوسه‌انگیزی برای تحلیل منبر به‌عنوان پلتفرم فراهم می‌آورد. لا‌تور (۲۰۰۵) استدلال می‌کند که «امر اجتماعی» را نباید حوزه‌ای از پیش موجود در نظر گرفت که صرفاً باید توصیف شود، بلکه امر اجتماعی محصول ردیابی پیوندهایی است که کنشگران انسانی و غیرانسانی را در شبکه‌ای از روابط به هم متصل می‌کند. بر پایه اصل «تقارن تعمیم‌یافته»، لا‌تور اصرار دارد که کنش انسانی و غیرانسانی را باید با یک زبان تحلیلی واحد توضیح داد. با این نگاه، میکروفون، معماری مسجد، خوش‌نویسی قرآنی روی منبر، متن مکتوب خطبه و حتی خود ارتفاع فیزیکی منبر، همگی «کنشگر» به شمار می‌آیند که در کنار خطیب و مخاطب، شبکه‌ای را می‌سازند و مرجعیت خطابه را خلق می‌کنند. این رویکرد، برای تحلیل منبر جذابیتی بی‌مثال دارد و به ما اجازه می‌دهد نشان دهیم که مرجعیت خطیب هرگز صرفاً محصول شخصیت او نیست، بلکه محصول شبکه‌ای است که او را به معماری قدسی مسجد و سنت متنی خطبه و حافظه تاریخی منبر (نظیر پیوند آن با بسیج سیاسی در دوره صفوی و انقلاب ۱۳۵۷) گره می‌زند. با این حال، همین قوت نظری لا‌تور، منشأ مهم‌ترین محدودیت آن نیز هست. الدر-واس (۲۰۰۸، ۲۰۱۵) در نقدی متقن نشان می‌دهد که تقارن تعمیم‌یافته لا‌تور، به‌رغم ادعای توصیف دقیق‌تر واقعیت، عملاً امکان توضیح چرایی مشروعیت را از دست ما می‌گیرد. وی استدلال می‌کند که نظریه کنشگر-شبکه با انکار وجود تیپ‌های علی (طبقاتی از موجودات که ظرفیت‌های

1. ANT (actor and network theory)

علّی مشابهی دارند)، عملاً بنیان لازم برای تمایزگذاری اصولی میان کنشگران متفاوت را از میان می‌برد و از این رهگذر، قدرت ساختاری را نیز به‌طور ضمنی انکار می‌کند؛ چراکه تبیین جامعه‌شناختی را منحصرأً به تأثیر علّی کنشگران منفرد در شبکه محدود می‌سازد. این نقد وقتی به بحث مرجعیت منبر منتقل شود، اهمیتی مضاعف می‌یابد: اگر میکروفون و معماری مسجد و شخص خطیب را «کنشگرانی» هم‌سنخ و متقارن بدانیم، آن‌گاه نمی‌توانیم توضیح دهیم که چرا خطیب ادعای مشروعیت هنجاری و التزام اخلاقی دینی می‌کند و چرا مخاطبان وی فرایند معناآفرینی منبر را متحول می‌کنند؛ ادعایی که وبر آن را دقیقاً در قلب مفهوم «اقتدار» (به‌مثابه امری متمایز از صرف «قدرت» یا «تأثیر علّی») قرار می‌دهد. به بیان دیگر، نظریه معروف لاتور در سطح توصیف شبکه منبر بسیار تواناست، اما در سطح تبیین چرایی مشروع شده‌شدن اقتدار برخاسته از آن شبکه ناتوان می‌ماند؛ چراکه مرجعیت، برخلاف کنش صرف، مستلزم سنجه‌ای هنجاری (سنت، کاریزما یا قانون) است؛ سنجه‌ای که به‌دلیل تعهد هستی‌شناختی نظریه کنشگر-شبکه به تقارن، در سطحی آنتولوژیک ازسوی لاتور نادیده گرفته می‌شود.

این محدودیت، به‌طور خاص در مقایسه با مرجعیت الگوریتمی روشن‌تر می‌شود. مرجعیت الگوریتمی، به یک معنا، خود را دقیقاً با منطق لاتور توجیه می‌کند: ادعای این مرجعیت آن است که نتیجه نه محصول کنشگران انسانی، بلکه برآیند شبکه‌ای از داده بی‌شمار و کنشگران غیرانسانی است؛ اما منبر دقیقاً در نقطه مقابل این ادعا می‌ایستد: مرجعیت آن، به جای انکار کارگزار انسانی، آشکارا بر آن تأکید می‌کند و اقتدار را در اشخاصی معین (با شجره علمی مشخص، سلسله‌مراتب فقهی و توان کاریزما تیک اثبات‌شده یا مؤمنان خداپرست و عاطفی) متمرکز می‌سازد. از این رو به نظر می‌رسد نظریه کنشگر-شبکه را فقط با یک رویکرد می‌توان پذیرفت: قلب آن و تهی‌ساختنش از تمامی ابعاد هستی‌شناسانه نظریه، استفاده از آن به‌عنوان روشی برای توصیف شبکه کنشگران مادی و انسانی منبر، نپذیرفتن ادعای آن درباره تقارن هنجاری کنشگران و تکمیل‌کردنش با گونه‌شناسی وبری.

درک به‌دست‌آمده از منبر را می‌توان با تعمیق نقد نظریه کنشگر-شبکه ادامه داد. این نظریه با هم‌ارز قراردادن کنشگران انسانی و کنشگران غیرانسانی منبر، عملاً این واقعیت را پنهان می‌کند که فقط کنشگر انسانی است که در روابط طبقاتی و سرمایه و قدرت ساختاری قرار دارد. این منطق به غیرسیاسی‌کردن منبر، برخلاف هویت سیاسی اجتماعی آن، منجر خواهد شد. همچنین رویکرد خرد و جزءنگر نظریه لاتور ما را از «کلیت» پدیدارهای اجتماعی دور می‌کند. این درحالی است که درک لایه‌های ایدئولوژیک و پنهان قدرت جز با اتخاذ رویکرد کل‌نگر ممکن نمی‌شود. دقیقاً به همین دلیل است که نظریه کنشگر-شبکه فاقد قدرت انتقادی در مواجهه با پدیدارهاست و صرفاً به توصیف می‌پردازد. آنچه می‌تواند جوامع امروزی را رشد دهد و آن‌ها را از مشکلاتشان رها سازد، جز از مسیر نظریه انتقادی حاصل نمی‌شود. نظریه انتقادی باید از طریق توصیف چگونگی کارکرد یک نظام، به ارزیابی آن بپردازد و هنجارهای رهایی‌بخش را بر ساخت کند. این رویکرد را لاتور و نظریه معروفش کنار گذاشته‌اند.

یافته‌ها از وجود یک منطق واحد زیربنایی برای منبر حکایت می‌کند: مرجعیت منبر بر ستون مستحکم سه‌لایه‌ای پیام و شخص و رسانه استوار است؛ ستونی که لایه‌های آن معمولاً در پلتفرم‌های مدرن از هم جدا می‌شوند. در پلتفرم‌های دیجیتال، این سه لایه به‌طور ساختاری از هم گسسته‌اند: پیام از سازنده‌اش جدا می‌شود (Gillespie, 2014)، رسانه خود را زیرساختی خنثی و بی‌کنشگر معرفی می‌کند و مرجعیت دقیقاً با انکار منشأ شخصی‌اش کسب می‌شود (Shirky, 2009). تمایز منبر از پلتفرم‌های الگوریتمیک را نباید در سطح فناوری یا مقیاس جست؛ بلکه باید در این پرسش دید: مرجعیت در کجا «تصاحب‌پذیر» و «پاسخ‌گو» باقی می‌ماند؟ در الگوریتم‌ها، مسئولیت پیام در شبکه‌ای از کنشگران ناشناس و غیرقابل بازخواست حل می‌شود. در منبر، برعکس،

شبکه هر قدر هم مادی و توزیع شده باشد، در نهایت، در شخصی واحد و پاسخ گو و در دسترس نقد اجتماعی، گره می خورد. همین ویژگی است که نقدهای ارائه شده بر لائور را از ایرادی صرفاً انتزاعی به ابزاری تحلیلی برای فهم منبر بدل می کند: فقط با کنار گذاشتن ادعای تقارن هنجاری نظریه کنشگر-شبکه و بازگرداندن پرسش «مسئولیت» و «قدرت ساختاری» به مرکز تحلیل، می توان توضیح داد که چرا منبر نمی تواند و نمی خواهد اقتدار خود را در شبکه ای بی نام محو کند. دقیقاً همین امتناع از گمنامی است که قدرت سیاسی و اجتماعی و تاریخی منبر و نیز آسیب پذیری آن در برابر نقد و پاسخ گویی اجتماعی را توضیح می دهد؛ ویژگی ای که پلتفرم های الگوریتمی معاصر فاقد آن هستند.

جمع بندی و نتیجه گیری

آنچه در سه محور یافته های این پژوهش پی گرفته شد، در نهایت، به نتیجه گیری نظری واحدی می رسد که هم با پیشینه پژوهشی موجود درباره منبر و هم با تدارک نظری آن، رابطه ای هم زمان تأییدی و انتقادی برقرار می کند. پیشینه پژوهش، به ویژه مطالعاتی مانند مطالعات مدنی مبارکه (۱۳۸۹) و ابن الدین حمیدی (۱۳۹۰)، عمدتاً بر لزوم رویکردی «هم گرایانه» تأکید کرده اند: ترکیب محتوای منبر با تکنیک های بصری و شنیداری رسانه های مدرن برای افزایش اثربخشی تبلیغ دینی. یافته های این پژوهش، اما، نشان می دهد که چنین توصیه ای، حداقل بدون تدقیق نظری، خطر نادیده گرفتن ماهیت مرجعیت منبر را در خود دارد؛ در حالی که، همان گونه که تدارک نظری نیز نشان داد، منبر از دیرباز نماد «عمودیت» و «عروج معنوی» بوده و اقتدار خود را از مسیر حضور زنده و جسمانی و شخصی خطیب و مستمع کسب کرده است (Chikhaoui & Casewit, 2004). بنابراین هرگونه انتقال این اقتدار به بستر رسانه های جمعی و دیجیتال، دقیقاً همان چیزی را به خطر می اندازد که یافته های سه گانه این پژوهش آن را بنیادی ترین سرمایه منبر دانسته است: عاملیت انسانی آشکار و مسئولیت پذیر.

سه محور ارتباطات شفاهی و امکانات پلتفرم و مرجعیت پلتفرم، هریک به شیوه خود نشان داد که اثربخشی منبر، نه از انتزاع محتوا از بستر آن، بلکه دقیقاً از تنیدگی محتوا با بستر زنده و حاضر و شخصی اش برمی خیزد: بازخورد آنی شفاهی و معماری مکانی قدسی و مرجعیت نامدار و پاسخ گو. رسانه های جمعی و دیجیتال، برعکس، دقیقاً بر پایه گسست همین سه عنصر از یکدیگر بنا شده اند: پیام از سازنده اش و رسانه از کارگزار انسانی اش و مرجعیت از منشأ شخصی اش جدا می شود. چنین انتقالی، مرزهای سنتی اقتدار دینی را بازتعریف و آن را از حالت متمرکز به حالتی توزیع شده و تاحدی گمنام جابه جا می کند. براین اساس، توصیه «هم گرای» در پیشینه پژوهش را باید با احتیاط نظری بیشتری بازخوانی کرد: هرگونه حضور در رسانه های جمعی که بخواهد منطق الگوریتمی یا پخشی آن رسانه ها را بر منبر تحمیل کند، به جای آنکه منطق خود منبر را بر آن رسانه ها تحمیل کند، ممکن است به بهای فرسایش منطق انسانی و قدسی منبر تمام شود.

نتیجه عملی این یافته آن نیست که منبر باید از دنیای رسانه ای معاصر کناره بگیرد؛ بلکه آن است که مسیر بقا و بالندگی آن را نباید در تقلید منطق رسانه های دیجیتال جست و جو کرد. برعکس، دقیقاً همان ظرفیتی که منبر را از الگوریتم متمایز می کند، یعنی توان آن در تولید گرهمایی زنده و پاسخ گو و شخصی، باید در خدمت ظرفیت های اجتماعی نهفته ای به کار گرفته شود که رسانه های الگوریتمی، به دلیل منطق گمنام و بازار محورشان، از عهده آن ها بر نمی آیند: صد دادن به گروه های حاشیه ای و اقلیت های اجتماعی که در سپهر رسانه ای الگوریتمی معمولاً یا نادیده گرفته می شوند یا صرفاً به مثابه داده ای در خدمت سرمایه داری و تئولیرالیسم بازنمایی می شوند،

و نیز جذب جمعیت‌های نوجوان و جوان از طریق همان چیزی که رسانه‌های دیجیتال به طور ساختاری فاقد آن‌اند: تعامل زنده و انسانی. به بیان دیگر، آینده منبر را باید نه در رقابت با پلتفرم‌های الگوریتمی بر سر مقیاس و دسترسی، بلکه در تعمیق همان مزیت رقابتی بنیادینش، عاملیت انسانی پاسخ‌گو، جست‌وجو کرد. این مزیت دقیقاً به همین دلیل، ظرفیتی بی‌بدیل برای بازتولید هم‌پستگی اجتماعی در میان گروه‌هایی دارد که رسانه‌های دیجیتال، به‌رغم ادعای فراگیری‌شان، از شنیدن صدای آن‌ها بازمانده‌اند یا صرفاً بازنمایی صوری از آن ارائه می‌دهند؛ بازنمایی‌ای که ذیل منطق الگوریتم‌ها شکل می‌گیرد.

منابع

- ابن‌الدین حمیدی، م. (۱۳۹۰). بررسی تحولات رسانه‌های دینی و تأثیر آن بر باورهای دینی مردم ایران. فصلنامه پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی، ۲۹-۵۰.
- حسینی، س. (۱۳۸۸). نگاهی به رسانه منبر. علوم قرآن و حدیث، ۱۰۱-۱۰۵.
- حسینی، س. (۱۴۰۲). نقش منبر به مثابه هویت رسانه‌ای حوزه در قرن اخیر. دوفصلنامه دین و رسانه، ۴۹-۶۵.
- رضوانی، ع. (۱۳۹۷). نقش و جایگاه منبر در افغانستان. معارف اسلامی و تبلیغ و ارتباطات، ۹۲-۱۰۳.
- کولیوند، ز. (۱۳۹۲). رسانه‌ای به قدمت اسلام؛ کارکرد منبر در انقلاب اسلامی. زمانه، ۵۳.
- مدنی مبارکه، س. (۱۳۸۹). حضور رسانه منبر در رادیو و تلویزیون. دوفصلنامه دین و رسانه، ۱۱-۳۹.
- ویسبورد، س. (۱۴۰۰). ارتباطات: یک پسا رشته. (م. گودرزی، مترجم). تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.
- Aazam, Z. (2005). The social logic of the mosque: A building and urban spatial investigation. In *Proceedings of the 5th International Space Syntax Symposium*. Cardiff University, UK.
- Adnan, N. A., Shahminan, R. N. R., & Ahmad, F. (2022). Golden ratio assessments of aesthetic value and proportion on existing Minbar at the state Mosques in Johore. *Environment*, 134-144.
- Al-Zaman, M. S. (2020). Religious communication in digital public sphere. *Journal Panellation*, 29-42.
- Argyle, M. (2013). *Bodily communication* (2nd ed.). Routledge.
- Bier, C. (2019). The Aleppo Minbar: Symmetry and Islamic aesthetics: Art and science. *The Journal of the International Society for the Interdisciplinary Study of Symmetry*, 70-73.
- Bolle, K. W. (Ed.). (1987). *Secrecy in religions* (Vol. 49). Brill Archive.
- Boyd, d. (2026). Social media is now parasocial media. *Social media + Society*, 12(2).
- Bucher, T. (2017). The algorithmic imaginary: exploring the ordinary affects of Facebook algorithms. *Information, Communication & Society*, 30-44.
- Campbell, H. A. (2007). Who's got the power? Religious authority and the internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 1043-1062.
- Campbell, H. A. (2012). Understanding the relationship between religious practice online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion*, 64-93.
- Chikhaoui, N., & Casewit, F. J. (2004). The minbar: Symbol of verticality and elevation. *Sacred Web: A Journal of Tradition and Modernity*, 91-107.
- Civetta, P. (2008). Khutbah/Community: Islam, preaching, and congregational identity. *Ecumenica*, 23-37.
- Cotter, K. (2019). Playing the visibility game: How digital influencers and algorithms negotiate influence on Instagram. *New Media & Society*, 895-913.
- Couldry, N., & Mejias, U. A. (2019). *The costs of connection: How data is colonizing human life and appropriating it for capitalism*. Stanford University Press.

- Craig, R. T. (1999). Communication theory as a field. *Communication Theory*, 119-161.
- Cummins, S., & Stille, M. (2021). Religious emotions and emotions in religion: The case of sermons. *Journal of Religious History*, 3-24.
- Ebrahimi, M., & Yusoff, K. (2018). The impact of cultural diversity on mosques in Malaysia. *Asian Culture and History*, 45-57.
- Elder-Vass, D. (2008). Searching for realism, structure and agency in actor network theory. *The British Journal of Sociology*, 455-473.
- Elder-Vass, D. (2015). Disassembling actor-network theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 100-121.
- Eslami, M., Rickman, A., Vaccaro, K., Aleyasen, A., Vuong, A., Karahalios, K., Hamilton, K., & Sandvig, C. (2015). "I always assumed that I wasn't really that close to [her]": Reasoning about invisible algorithms in news feeds. In *Proceedings of the 33rd Annual ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*, 153-162.
- Evans, S. K., Pearce, K. E., Vitak, J., & Treem, J. W. (2017). Explicating affordances: A conceptual framework for understanding affordances in communication research. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 35-52.
- Fathi, A. (1979). The role of the Islamic pulpit. *Journal of Communication*, pp 102–106.
- Fathi, A. (1981). The Islamic pulpit as a medium of political communication. *Journal for the Scientific Study of Religion*, 163-172.
- Finlay, L. (2002a). Negotiating the swamp: The opportunity and challenge of reflexivity in research practice. *Qualitative Research*, 209-230.
- Finlay, L. (2002b). "Outing" the researcher: The provenance, process, and practice of reflexivity. *Qualitative Health Research*, 531-545.
- Finnegan, R. (2003). *Oral traditions and the verbal arts: A guide to research practices*. Routledge.
- Gibson, J. J. (1979). *The ecological approach to visual perception*. Houghton Mifflin.
- Gillespie, T. (2010). The politics of platforms. *New Media & Society*, 347-364.
- Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. J. Boczkowski, & K. A. Foot (Eds.), *Media technologies: Essays on communication, materiality, and society* (pp 167-194). MIT Press.
- Gillespie, T. (2018). Regulation of and by platforms. In J. Burgess, A. Marwick, & T. Poell (Eds.), *The SAGE handbook of social media* (pp 254-278). SAGE Publications.
- Hirschheim, R. (2008). Some guidelines for the critical reviewing of conceptual papers. *Journal of the Association for Information Systems*, 21.
- Howarth, T. (2005). *The Twelver Shi'a as a Muslim minority in India: Pulpit of tears*. Routledge.
- Hutchby, I. (2001). Technologies, texts and affordances. *Sociology*, 441-456.
- Imamuddin, S. M. (1984). Mosque as a centre of education in the early Middle Ages. *Islamic Studies*, 159-170.
- Ingold, T. (2018). Back to the future with the theory of affordances. *Journal of Ethnographic Theory*, 39-44.
- Jaakkola, E. (2020). Designing conceptual articles: Four approaches. *AMS Review*, 18-26.

- Jones, L. G. (2012). The power of oratory in the medieval Muslim world. In M. Cook, N. Haider, I. Rabb, & A. Sayeed (Eds.), *Law and tradition in classical Islamic thought* (pp 249-266). Palgrave Macmillan.
- Karimtar, A. (2019). *Mourning rituals and their psychological meanings in Iranian culture* [Master's thesis, Washington State University].
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021). Algorithmic folk theories and identity: How TikTok users co-produce knowledge of identity and engage in algorithmic resistance. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1-44.
- Kühn, M. (2023). The epigraphical program of Mamluk minbars: Religious and Quranic inscriptions emphasizing minbars as a site for preaching. *Journal of Material Cultures in the Muslim World*, 35-77.
- Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford University Press.
- Lawrence, B. B. (2008). Review essay: Introducing Islam or reviling Muslims? *Contemporary Islam*, 85-89.
- MacInnes, D. J. (2011). A framework for conceptual contributions in marketing. *Journal of Marketing*, 136-154.
- Malmström, H. (2016). Engaging the congregation: The place of meta discourse in contemporary preaching. *Applied Linguistics*, 561-582.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. McGraw-Hill.
- Mengual, M. P. (2023). *Designing physical interaction platforms*. Springer Fachmedien.
- Mostafa, H. (2016). The early mosque revisited: Introduction of the minbar and maqsura. *Muqarnas*, 1-16.
- Musahadi. (2016). The role of mosque and khutba in socio-economic development in Indonesia. *Global Journal Al-Thaqafah*, 55-66.
- Norman, D. A. (1988). *The psychology of everyday things*. Basic Books.
- Okhuysen, G., & Bonardi, J. P. (2011). The challenges of building theory by combining lenses. *Academy of Management Review*, 6-11.
- Omer, S. (2010). Some lessons from Prophet Muhammad (SAW) in architecture: The Prophet's Mosque in Madinah. *Intellectual Discourse*, 115-140.
- Ong, W. J., & Hartley, J. (2013). *Orality and literacy* (2nd ed.). Routledge.
- Peters, J. D. (1999). *Speaking into the air: A history of the idea of communication*. University of Chicago Press.
- Retsö, J. (2020). The framework of Islamic rhetoric: The ritual of the khuṭba and its origin. In S. Stjernholm & E. Özdalga (Eds.), *Muslim preaching in the Middle East and beyond: Historical and contemporary case studies* (pp. 19-29). Edinburgh University Press.
- Rock-Singer, A. (2016). Prayer and the Islamic revival: A timely challenge. *International Journal of Middle East Studies*, 48(2), 293-312.
- Sheikhabagloo, O., & Mohamadzadeh, M. (2019). The development flow of wooden minbars in Iran. *Persian Cultural Heritage*, 57-65.

- Shirky, C. (2009, November). *A speculative post on the idea of algorithmic authority* [Blog post]. <http://www.shirky.com/weblog/2009/11/a-speculative-post-on-the-idea-of-algorithmic-authority/>
- Sreberny-Mohammadi, A. (1990). Small media for a big revolution: Iran. *International Journal of Politics, Culture, and Society*, 341-371.
- van Dijck, J., Poell, T., & De Waal, M. (2018). *The platform society: Public values in a connective world*. Oxford University Press.
- Weber, M. (1978). *Economy and society: An outline of interpretive sociology* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). University of California Press. (Original work published 1922)
- Ytre-Arne, B., & Moe, H. (2021). Folk theories of algorithms: Understanding digital irritation. *Media, Culture & Society*, 807-824.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. Public Affairs.
- Zwemer, S. M. (1933). The pulpit in Islam. *The Muslim World*, 217-229.