



ISSN:2423-7663



فصلنامه علمی - پژوهشی مهدویت
سال هجدهم / شماره هفتاد و دوم / تابستان ۱۴۰۳

جامعه‌پذیری مهدوی جوانان در عصر انفجار اطلاعات*

علی میرزا محمدی^۱

امیرمحمد میرزا محمدی^۲

چکیده

جامعه‌پذیری مهدوی جوانان، رمز ماندگاری، و پویایی نظام مقدس اسلامی است. در جمهوری اسلامی ایران باگذشت چهار دهه از انقلاب، مسئله جوانان و چگونگی هویت‌یابی آنان تبدیل به یک موضوع اساسی شده است. یکی از مسائل اساسی جامعه اسلامی ایران، حفظ و اشاعه ارزش‌های مبتنی بر آموزه‌های مهدوی، نهادینه ساختن آنها و جاری ساختن آن در جریان رشد جوانان است. این پژوهش تلاش دارد عوامل موثر بر جامعه‌پذیری مهدوی جوانان را در شرایط کنونی جامعه ایران معرفی نماید. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد با توجه به شرایط ایران به ویژه توسعه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، عوامل مهم جامعه‌پذیری مهدوی و شکل‌گیری شخصیت مهدوی، خانواده، گروه همسالان، نهادهای مذهبی و رسانه‌ها هستند و چنانچه این کارگزاران در راستای آموزش و درونی کردن هنجارهای اجتماعی و فرهنگ مهدوی عملکرد مناسبی نداشته باشند، جامعه‌پذیری مهدوی دچار اختلال می‌شود. فرهنگ مهدوی، در سطوح نظام سیاسی، فرآیند و سیاست‌گذاری، در تعامل با یکدیگر شکل می‌گیرد. دو بعد مهم فرهنگ مهدویت بعد اعتقادی و بعد زمینه‌سازی است که باید تلاش شود در جامعه‌پذیری مهدوی جوانان به هر دو بعد اهمیت داده شود.

واژگان کلیدی

جامعه‌پذیری، جامعه‌پذیری مهدوی، جوانان، رسانه.

مقدمه

اجتماع‌های انسانی بستر آمد و شد اعضاست؛ در گذر زمان همواره اعضای می‌روند و اعضای جدید جایگزین می‌شوند. در عین حال در این اجتماع‌ها زمینه ناهم‌نوایی همواره به اندازه هم‌نوایی فراهم است. پس جامعه برای آن که انتظام خود را حفظ کند و به حیات خود

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۰۲

۱. دکترای جامعه‌شناسی و فعال مهدوی (دارنده تندیس مهدی‌یاوران و پژوهشگر برتر مهدویت در سیزدهمین کنفرانس بین‌المللی دکترین مهدویت) (نویسنده مسئول).

۲. دانشجوی علوم ورزشی دانشگاه شهید مدنی تبریز.

ادامه دهد، ناگزیر است پیوسته اعضا را با خود همساز و برای زندگی گروهی آماده سازد. بخش عمده‌ای از این مهم در قالب یادگیری الگوهای رفتار جمعی و هنجارها و ایجاد تعهد درونی در افراد نسبت به آنها تحقق می‌یابد (روشه، ۱۳۶۷ش: ۶۰، ۲۵؛ علاقه‌بند، ۱۳۶۶ش: ۱۳۶-۱۳۷) و این صرفاً در بستر جامعه‌پذیری تصویر می‌شود. اهمیت این فرایند تا آن جاست که بقای جامعه انسانی را نتیجه اعمال آن می‌دانند (کوئن، ۱۳۷۲ش: ۱۰۳-۱۰۴).

اهمیت جامعه‌پذیری به حدی است که به عقیده پیتر برگر (۱۹۶۷)^۱ جهان معاصر در سیطره گروه‌های قدرتمندی است که برای تصاحب مکانیسم‌های فرآیند جامعه‌پذیری با همدیگر رقابت می‌کنند (فروتن، ۱۳۹۲ش: ۷۴). هم عقیده با پلوس (۲۰۰۷)^۲ جوامع و گروه‌ها با بهره‌گیری از استراتژی جامعه‌پذیری ویژگی‌های خود را به تازه واردین منتقل می‌کنند و بدین طریق جامعه اطمینان خاطر حاصل می‌کند که رفتار این تازه واردها انسجام اجتماعی و وحدت گروهی را به مخاطره نخواهد انداخت.

جامعه‌پذیری مهدوی، بخشی از جامعه‌پذیری دینی و مذهبی است که در طی آن آموزه‌ها و فرهنگ مهدوی به نسل جدید منتقل می‌شود. انتقال فرهنگ مهدوی هم راهی است که در آن اندیشه‌ها و باورهای مهدوی به نسل دیگر می‌رسد و حیات اجتماعی مذهبی با رنگ و لعاب امید به آینده تداوم می‌یابد. جامعه‌پذیری مهدوی همچون مفهوم کلی و عام جامعه‌پذیری یک فرآیند مستمر آموزش و یادگیری است؛ با این تفاوت که این یادگیری معطوف به یک فضای مقدس مهدوی است. نوجوانان و جوانان به تدریج در جامعه‌پذیری مهدوی بینش جدیدی را فرا می‌گیرند که آنان را قادر می‌سازد تا مفاهیم ویژه‌ای همچون امامت، عدالت، ظلم‌ستیزی و انتظار را درک نمایند، آنان یاد می‌گیرند که چگونه خود و جامعه را برای درک امام غائب از نظر و حاضر در عصر و زمان آماده کنند. بر این اساس، جامعه‌پذیری مهدوی را فرآیند آموزش و یادگیری می‌توان تلقی نمود که از طریق آن افراد می‌آموزند جهان را به به مثابه یک جهان سرشار از معانی و دلالت‌های انتظار ظهور یک منجی و آمادگی و استعداد درک ظهور ایشان بنگرند.

به مصداق تمثیل «علم در خردسالی چون نقش در سنگ است» همگان بر این نکته متفق‌القول اند که بخش بزرگی از شکل‌گیری نگرش‌ها و منش مذهبی و به تبع آن نگرش‌ها و

1. Berger, P. L.

2. Pluss

منش‌های مهدوی فرد ریشه در تأثیرات محیطی نخستین سال‌های زندگی او دارد. این ایستارها در سنین بالاتر پرداخته می‌شوند. اما در سراسر زندگی فرد به عنوان بخشی از شخصیت او باقی می‌مانند.

نیمرخ شخصیت مذهبی - مهدوی در هر لحظه از حیات فرد، دستخوش تغییراتی است که حاصل ترکیب ایستارها و احساسات بنیادین او با رویدادها، شخصیت‌ها و موضوعات روزمره می‌باشد. در این واقعیت متحول، بنیادهای ثابتی که در دوران اولیه زندگی فرد به صورت هویت‌ها و باورهای کلی و ارزش‌های ثابت اجتماعی در او ریشه دوانده‌اند همانند قالب‌هایی است که تأثیرات روزمره محیط را شکل می‌دهد.

نگاهی به تحولات اجتماعی و سیاسی سال‌های اخیر کشور، به ویژه ناآرامی‌های سیاسی - اجتماعی اخیر کشور نشان می‌دهد جامعه ایران با اختلال در جامعه‌پذیری دینی مواجه شده است. این ادعا از آن جا قابل پیگیری است که پایگاه اصلی و فعال این ناآرامی‌ها را عمدتاً زنان، جوانان، نوجوانان، دانشجویان و دانش‌آموزان تشکیل می‌داد. وجه مشترک جوانان معترض آن است که بیش از دیگر گروه‌های اجتماعی خود را قربانی شرایط نامطلوب موجود می‌بینند و امید خود به آینده را از دست داده‌اند. با نگاهی آسیب‌شناسانه به تضعیف اخلاق در سطح جامعه و در ارزیابی‌های عمومی می‌توان به اختلال در فرایند جامعه‌پذیری دینی نیز اشاره نمود. دین عنصر معنا بخشی به وجود انسان و جهان محسوب می‌شود. هم عقیده با پیتر برگر، انسان‌ها به جهت ناقص بودن ساختار غریزی‌شان، در طی قرون تلاش کرده‌اند تا از طریق دین، وجود خود و جهان را معنادار سازند (علم، ۱۳۸۶ش: ۶۷). ضمن آن‌که، دین یکی از بنیادی‌ترین عناصر فرآیند جامعه‌پذیری نیز تلقی می‌شود. مهدویت عنصر حیات‌بخش دین اسلام است که به فعالیت‌های اجتماعی و جهانی مسلمانان رنگ و لعاب نگاه امیدبخش به آینده را می‌بخشد.

در گذشته، نسل‌ها هر ۲۰ سال یکبار تغییر می‌کرد، اما اکنون تغییر نسل‌ها ۵ ساله شده است. از ویژگی‌های امروز نسل جوان، کم‌طاقتی و پرسرعتی است. اگر فاصله بین نسلی سبب شکاف شود و جامعه نتواند آموزه‌های مدنظر دینی و مهدوی خود را به نسل جدید منتقل کند تقابل فرهنگی ایجاد می‌شود. کنترل این تقابل فرهنگی، نیازمند تقویت بنیان‌های جامعه‌پذیری دینی - مهدوی در جامعه است.

نسل جوان از یکسو متأثر از کتاب‌های درسی و رسانه‌های گروهی رسمی است که کم و بیش سعی در ارایه فرهنگ مذهبی - مهدوی دارند و از سوی دیگر بعضاً در معرض القای فرهنگ

غیر رسمی گروه‌هایی قرار دارد که به دلیل منافع خود و باورمندی به معانی متضاد با فرهنگ مهدوی، فرهنگ معنایی دیگری را ترویج می‌کنند.

نباید انتظار داشته باشیم که در غیاب وحدت عمل نیروهای مختلف اجتماعی کشور، جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی، حرکتی یکپارچه و جهت دار در گسترش فرهنگ مهدوی به نتیجه رسیده باشد. بدین سان ارائه چهارچوبی نظری برای تحلیل فرآیند جامعه‌پذیری مهدوی جوانان در بستر عصر انفجار اطلاعات، مستلزم شناخت عناصر جامعه‌پذیری مهدوی، عوامل و نهادهای موثر است و این مقاله در راستای این هدف به نگارش درآمده است.

تعریف مفاهیم پایه و اساسی

دین: برای درک مفهوم و اهمیت جامعه‌پذیری مهدوی ابتدا باید مفهوم دین را بازشناسی کرد. از نظر لغوی دین واژه‌ای عربی و در معنای پاداش و جزا به کار رفته است (قرشی بنایی، ۱۳۷۱ش: ۳۸۰). در فارسی پهلوی دین به معنای کیش آمده است (معین، ۱۳۹۲). از نظر اصطلاحی، دین متشکل از مجموعه‌ای اعتقادات، اعمال و احساسات فردی و جمعی است که حول مفهوم حقیقت غایی سامان یافته است. این حقیقت را می‌توان برحسب تفاوت ادیان با یکدیگر واحد یا متکثر، متشخص یا نامتشخص، الوهی یا غیر الوهی و نظائر آن تلقی کرد. بر این اساس تمام پدیده‌های فرهنگی که دین می‌نامیم در قالب این تعریف می‌گنجد (پیشگر، ۱۳۸۷ش: ۸۹). دین از منظر فردی، شبکه‌ای از اعتقادات پیچیده به نیروهای ماوراء طبیعی است و از منظر لحاظ اجتماعی نیز شبکه‌ای از سازمان‌های اجتماعی است که براساس آن اعتقادات مختلف شامل مفاهیم و احکام و شعائر مخصوص فراهم آمده‌اند (اگ، برن و نیم، کف، ۱۳۵۲ش: ۳۶۲).

جامعه‌پذیری: جامعه‌پذیری^۱ یا اجتماعی شدن، به معنای همسازی و همنوایی فرد با ارزش‌ها، هنجارها و نگرش‌های گروهی و اجتماعی، تعریف شده است (علاقه بند، ۱۳۶۶ش: ۱۰۶). براساس تعریفی دیگر جامعه‌پذیری «فرایندی است روانی - اجتماعی که بر پایه آن، شخصیت اساسی فرد، تحت تأثیر محیط مخصوصاً نهادهای تربیتی، دینی و خانوادگی شکل می‌یابد (بیرو، ۱۳۶۶ش: ۳۶۳). به بیانی تفصیلی‌تر در جامعه‌پذیری:

۱. زمینه انتقال فرهنگ جامعه از یک نسل به نسل بعد فراهم می‌شود و بدین شکل بقای جامعه و استمرار آن تضمین می‌گردد؛

1. Socialization

۲. با توسعه توانایی‌های شناختی (درک کردن، به خاطر سپردن، استدلال کردن، محاسبه کردن، باور داشتن و...) و استعدادهای عاطفی (عشق، تنفر، همدردی، اعتماد، حسد) شخصیت فرد شکل می‌گیرد و کمال می‌یابد؛
۳. رسوم و عادات و نیز آرزوهای افراد شکل می‌یابند؛
۴. فرد با شیوه‌های پذیرفته شده زندگی اجتماعی‌اش آشنایی و سازگاری می‌یابد و می‌آموزد که نیازهای خویش را با شیوه‌های قابل قبول جامعه برآورد؛
۵. ارزش‌ها و باورهای اساسی جامعه را در ذهن و تمرکز آنها را درونی می‌کند؛
۶. مهارت‌هایی را که برای زندگی در جامعه ضروری است، کسب می‌کند؛
۷. با دیگران به گونه‌ای موثر ارتباط برقرار می‌کند و نقش‌های اجتماعی، نگرش‌ها، انتظارات و گرایش‌های وابسته به آن و همچنین هنجارها، ارزش‌ها، زبان‌ها، عقاید و الگوهای فکر و عمل را فرا می‌گیرد (روشه، ۱۳۶۷ ش: ۵۶-۵۸ و ۱۴۷-۱۵۱؛ علاقه‌بند، ۱۳۶۶ ش: ۱۰۶-۱۱۰).

جامعه‌پذیری مهدوی: جامعه‌پذیری مهدوی، بخشی از جامعه‌پذیری دینی و مذهبی است که در طی آن آموزه‌ها و فرهنگ مهدوی به نسل جدید منتقل می‌شود. جامعه‌پذیری مهدوی فرآیندی پویا، مستمر و شکل‌دهنده تغییرات اجتماعی است که بر نگرش‌ها و ارزش‌ها تأثیر می‌گذارد و زیربنای عمل بر مبنای آموزه‌های مهدوی است.

رسانه‌های همگانی: رسانه‌های همگانی (media mass) عبارت از آن وسیله ارتباطی است که مورد توجه جماعت کثیری قرار دارد (کازنو، ۱۳۷۳ ش: ۲۱). در نظریه‌های سیبرنتیک رسانه‌ها را در پنج قسمت رسانه فرستنده، محتوای پیام، گیرنده، وسیله ارتباطی و نتایج پیام دریافت شده مطالعه می‌کنند (همان: ۱۲).

تامپسون نظریه پرداز رسانه بین سه نوع تعامل که به واسطه رسانه‌های ارتباطی ایجاد می‌شود تمایز قایل می‌شود: تعامل رو در رو، تعامل رسانه‌ای و تعامل شبه رسانه‌ای (تامپسون، ۱۳۸۰). با ظهور رسانه‌های جدید به ویژه پیام رسان‌های شبکه‌های اجتماعی، رقبای سختی در مسیر جامعه‌پذیری رسمی خلق شده است.

جوان: هرچند توافق کلی درباره مفهوم جوان نیست، اما از دیدگاه جامعه‌شناسی، «جوانی» دوره‌ای در زندگی هر فرد است که با بلوغ جسمی در حدود ۱۳ سالگی شروع می‌شود. جوانی، مفهومی زیست‌شناختی است، اما دوره‌ای اجتماعی و فرهنگی نیز هست. دوره‌ای که فرد شرایط لازم برای کنش مستقل در تمام عرصه‌های زندگی را کسب می‌کند و صاحب هویت

اجتماعی و شخصی می‌شود (شفرز، ۱۳۸۶ ش: ۲۳-۲۴). برای افراد گروه سنی ۱۸-۲۸ سال، مفهوم «فرا بلوغ» یا «فرا بالغ» متداول شده است. ج.ر. گیلیس^۱ در کتاب *تاریخ جوانان*، این دوره از زندگی جوانان را «دوره بلوغ بدون پایه اقتصادی» می‌نامد (شفرز، ۱۳۸۶ ش: ۲۵). اهمیت مطالعه گروه سنی جوانان از آن جا ناشی می‌شود که نتایج تثبیت جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی به عنوان بخشی از جامعه‌پذیری پایه‌ای دوران کودکی در این دوران قابل ردیابی است. فرآیند جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی فرد، حاصل تأثیر مجموعه‌ای از متغیرهای متنوع و پیچیده است که در طول حیات انسان، ایستارهای دینی - مهدوی او را تشکیل می‌دهند.

سطوح جامعه‌پذیری مهدوی

جامعه‌پذیری مهدوی در دو سطح کلان و خرد قابل تحقق است:

جامعه‌پذیری مهدوی در سطح کلان (اجتماعی): عبارتست از انتقال فرهنگ مهدوی از نسلی به نسل دیگر که در آن معیارها، استانداردها و ارزش‌های مهدوی از طریق فراگرد جامعه‌پذیری و به صورت الگوهای فکری - عقیدتی و رفتاری به منظور تداوم آن به نسل جدید منتقل می‌شود.

جامعه‌پذیری مهدوی در سطح خرد (فردی): مراد از آن فراگردی است که براساس آن شخص، مجموعه دیدگاه‌ها و نقطه نظرهای مهدوی را کسب می‌کند.

کارکردهای جامعه‌پذیری مهدوی

برخی از مهم‌ترین کارکردهای جامعه‌پذیری مهدوی در سطح فردی و در سطح اجتماعی را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد:

سطح فردی: مهم‌ترین کار ویژه این فرایند را می‌توان پرورش افراد برای تبدیل شدن به شهروندان مهدوی در نظر گرفت. از خلال این فرایند، ارزش‌های رایج مهدوی به فرد القا می‌شود.

سطح اجتماعی: در این سطح جامعه‌پذیری مهدوی مؤثر را می‌توان به مثابه ابزار بسیج شهروندان مهدوی برای تأمین هدف‌ها و ارزش‌های مهدوی حکومت اسلامی و آمادگی ظهور به کار برد که در غیر این صورت تأمین این اهداف دشوار خواهد بود.

1. J.R.Gillis

عوامل یا کانال‌های جامعه‌پذیری مهدوی

الف) عوامل یا کانال‌های اولیه^۱ جامعه‌پذیری مهدوی: عواملی هستند که تحت عنوان جامعه‌پذیری نخستین نیز شناخته می‌شوند. در این دسته عوامل، جامعه‌پذیری مهدوی میان افراد و گروهی که با او در تماس بسیار نزدیک و صمیمی هستند به وقوع می‌پیوندند؛ مانند گروه خانواده، دوستان و همسالان.

ب) عوامل یا کانال‌های ثانویه^۲: جامعه‌پذیری مهدوی که به دنبال کانال‌های اولیه می‌آیند و نقش دوگانه‌ای را ایفا می‌نمایند. این کانال‌ها شامل تحصیلات و اشکال نوین آن، تعلقات مذهبی و رسانه‌ها هستند. معمولاً این حالت جامعه‌پذیری، در وضعیت‌های رسمی روی می‌دهد و هیچ یک از وضعیت‌ها شخصی نیست. عواملی چون رسانه‌های گروهی و به ویژه مدرسه از این دسته هستند.

عوامل زیر در فرایند جامعه‌پذیری مهدوی ایفای نقش می‌کنند: ۱. خانواده؛ ۲. نظام آموزشی؛ ۳. گروه‌های همسالان و دوستان؛ ۴. محیط یا گروه‌های کار؛ ۵. گروه‌های مذهبی؛ ۶. رسانه‌های گروهی؛ ۷. احزاب و جنبش‌های سیاسی و اجتماعی.

راه‌های جامعه‌پذیری مهدوی

شیوه‌های مختلفی برای دریافت پیام‌های مهدوی و درونی شدن آن در شخصیت فرد یا جامعه‌پذیری مهدوی وجود دارد. به طور کلی، می‌توان گفت که جامعه‌پذیری مهدوی از سه طریق عمده تقلید، آموزش، و تجربیات مهدوی صورت می‌گیرد.

الف) تقلید: تقلید یکی از مهم‌ترین و سابقه دارترین نوع جامعه‌پذیری مستقیم است، جوان، پیر، کودک و نوجوان و با هوش و کم‌هوش در یادگیری متکی به تقلید هستند. یادگیری از طریق تقلید شامل جنبه‌های گوناگون ارزش‌های مهدوی، رفتارهای مهدوی، مهارت‌ها، انتظارات و توقعات مهدوی و خلاصه نگرش‌های مهدوی می‌شود.

این شیوه می‌تواند به صورت آگاهانه یا ناخودآگاه توسط هر فرد در هر سن به کار رود و با برداشت از الگوهای رفتاری و ارزشی دیگران به شخصیت مهدوی فرد شکل بدهد. کودکان بخش مهمی از عقاید، ارزش‌ها و خصوصیات رفتاری مذهبی و مهدوی خود را از والدین خود اخذ می‌کنند.

1. primary channels

2. secendry channels

ب) آموزش: آموزش مهدوی بر کوششی برنامه‌ریزی شده و مستقیم دلالت دارد که هدف آن انتقال گرایش‌ها و نگرش‌های مهدوی از جانب عده‌ای به عده دیگر است. آموزش مهدوی معمولاً به وسیله نهادهای خانواده، مدرسه، سازمان‌ها و موسسات دولتی و بسیاری از گروه‌ها و نهادهای مذهبی انجام می‌پذیرد. امام خمینی رحمته‌الله علیه در وصیت‌نامه سیاسی - الهی خود بیش از هر موضوعی برای تعلیم و تربیت تأکید می‌کنند (شش مرتبه در شش فراز مجزا) (امام خمینی، ۱۳۶۸).

تفحص در محتوا و روش و ابزارهای آموزش مهدوی و مذهبی به ویژه در نظام‌های جدید و نتایجی که برای نسل جوان به بار آورده‌اند، نزدیک‌ترین راه شناخت فرآیند جامعه‌پذیری مهدوی است. کتب درسی یکی از مهم‌ترین ابزارهای آموزشی در جامعه‌پذیری مهدوی جوانان است.

ج) تجربیات مهدوی: تجربیات مهدوی فرد و قرار گرفتن در معرض بر خورد با شخصیت‌ها، نهادها و وقایع و آیین‌های مذهبی شکل دیگری از جامعه‌پذیری مستقیم مهدوی است. مسلماً با افزایش سن نقش تجربه مذهبی فزونی می‌گیرد. مشارکت کودک در آئین‌های مهدوی، روحیه مشارکت جویی او و بالنتیجه اعتماد به نفس و صلاحیت او را تقویت می‌کند و می‌تواند مشوق او در فعالیت‌های مهدوی آینده باشد.

عاملان و نهادهای جامعه‌پذیری مهدوی

جامعه‌پذیری مهدوی از طریق کارگزاران متفاوتی صورت می‌گیرد. برخی از آنها مانند درس هدیه‌های آسمان در مدرسه مستقیماً برای این مقصود به وجود آمده‌اند و برخی دیگر همچون گروه همسالان می‌توانند به شکل غیرمستقیم بر فرآیند جامعه‌پذیری مهدوی تأثیر گذارند. مهم‌ترین عاملان و نهادهای جامعه‌پذیری مهدوی عبارتند از:

خانواده

خانواده اولین و مهم‌ترین نهاد اجتماعی است که در جامعه‌پذیری و تربیت اجتماعی فرزندان نقش اساسی ایفا می‌کند. در باب اهمیت و ضرورت خانواده متفکران و اندیشمندان مباحث و موضوعات گوناگونی را مطرح نموده و هر کدام از زوایای خاص به آن نگریسته‌اند. خانواده در کنار سایر کارگزاران فرایند اجتماعی شدن مانند گروه همسالان، آموزش و پرورش و نیز وسایل ارتباط جمعی مسئول تربیت و آماده‌سازی اعضا جهت ورود و پذیرش نقش‌های اجتماعی است.

تأثیر مستقیم و غیرمستقیم خانواده به عنوان نخستین ساختار جامعه‌پذیری کودک، عمیق و دیرپاست. مهم‌ترین اثر، شکل‌گیری شخصیت مهدوی در سطح کلان و ایستارهای فرد نسبت به مسئله انتظار و امید به ظهور و تصریح و تعمیق ارزش‌های آنهاست.

مدرسه

به اعتقاد برخی متفکران، تعلیم و تربیت یکی از ابزارهای مهم کمک به بشریت برای برون رفت از بحران‌های اجتماعی جامعه معاصر است که برخی آن را فضای خالی تربیتی یا بحران در تعلیم و تربیت عصر حاضر تعریف کرده‌اند (برزنیکا، ۱۳۷۱ش: ۱۳۶-۱۵۶). هیچ عاملی چون تحصیلات در شکل‌گیری ایستارهای فرد موثر نیست. مدرسه هم به عنوان الگویی از جامعه که در آن گروه‌بندی‌ها، مقررات و رابطه اقتداری ویژه وجود دارد، تمرینی از زندگی اجتماعی است و هم مهم‌ترین ابزار انتقال اطلاعات از طریق کتاب‌های درسی و فعالیت‌های غیردرسی (صبحگاه، اردو، فعالیت‌های پرورشی و...) محسوب می‌شود. نقش مدرسه هم به عنوان بازوی اصلی یک انقلاب در تربیت نسل جدید و هم به عنوان مهم‌ترین مکان برای شکل‌گیری گروه همسان در غیاب بسیاری دیگر از تشکلهای ممکن نوجوانان، به دلیل کمبود امکانات و محدودیت فضای جامعه مدنی در ایران، و هم به عنوان مجموعه‌ای که امکان مطالعه آن بیشتر است توجه ویژه‌ای را در فرآیند جامعه‌پذیری مهدوی جوانان می‌طلبد.

گروه همسالان

شکل‌گیری ایستارهای مذهبی و مهدوی در گروه‌های همسان مکمل عملکرد خانواده، مدرسه، رسانه‌ها و نهادهای مذهبی است. گروه همسان شامل کودکان همبازی، حلقه‌های دوستی، همشاگردی‌های کلاس و سایر گروه‌های کوچکی که با دو ویژگی شباهت در موقعیت و احساس علاقه و عاطفه قوی بین یکدیگر، نقش مهمی در جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی دارند. افراد از آن رو از همسالان خود تأثیر می‌پذیرند که آنان را دوست دارند، برای آنها و رابطه خودشان با آنها احترام و ارزش قائلند و بنابراین مایلند که شبیه یکدیگر گردند، چون متفاوت بودن می‌تواند در تداوم رابطه‌ها دشواری ایجاد کند. گروه همسانان از طریق برانگیختن یا وارد کردن اعضای خود به متابعت از ایستارها یا رفتارهای پذیرفته شده گروه، آنها را جامعه‌پذیر می‌سازد.

در چنین فراگردی، گروه‌های همسان نقش عمده‌ای در ترویج رفتارها و ارزش‌های یاد شده داشته‌اند. در ایران تشکیل پایگاه‌های مقاومت بسیج و انجمن‌های اسلامی در مساجد و

مدارس با کمک به تشکیل گروه همسالان، نقش تقویت‌کننده در فرایند جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی داشته‌اند.

رسانه‌های جمعی

تأثیر رسانه‌ها به ویژه با ظهور فضای مجازی در دوران پساکرونایی اهمیت ویژه‌ای یافته است. رسانه‌های جمعی در جهانی شدن ارزش‌ها و ایستارهای مهدوی نقش مهمی را بازی می‌کند. رسانه‌ها علاوه بر ارائه اطلاعات مشخص و فوری، ارزش‌های بنیادین هر جامعه را به شکل مستقیم یا غیرمستقیم انتقال می‌دهند. همراه شدن پیام‌ها با ویژگی‌های احساسی و صحنه‌های تأثیرگذار در رسانه‌ها قدرت نفوذ و پایداری آنها را دوچندان می‌کند.

سؤال مهمی که پیش می‌آید این است که چگونه می‌توان براساس آموزه‌های مهدویت، فرهنگ رسانه‌ای انسان ساز و جاذب مخاطب بر ساخت نمود و از آن در جامعه‌پذیری مهدوی جوانان بهره گرفت. برای پاسخگویی به این سؤال با الهام از تامپسون نظریه پرداز رسانه بهتر است بین سه نوع تعامل که به واسطه رسانه‌های ارتباطی ایجاد می‌شود تمایز قائل شده و شیوه‌های بر ساخت فرهنگ مهدویت و شیوه‌های مهدویت‌ستیزی غرب را جست‌وجو کنیم (میرزا محمدی و موسوی گیلانی، ۱۳۸۹ ش: ۵-۲۶).

الف) بر ساخت فرهنگ مهدویت با تعامل رو در رو: این نوع تعامل در بافت هم حضوری به وقوع می‌پیوندد. بر ساخت فرهنگ مهدویت به این شیوه ویژگی گفت و شنودی (دیالوژیک) دارد به این جهت لازم است مبلغان این فرهنگ با روان‌شناسی و جامعه‌شناسی ارتباطات و انسان‌شناسی فرهنگی آشنایی داشته باشند. مهم‌ترین وجه این نوع بر ساخت در عرصه کلان و جهانی برقراری ارتباط میان فرهنگی از طریق زبان و ارتباط غیرکلامی، یا آنچه ادوارد تی. هال (۱۹۵۹) زبان خاموش می‌نامد (فرارو، ۱۳۷۹ ش: ۷۷).

داشتن مهارت در زبان دوم، مبلغان فرهنگ مهدویت را در عرصه جهانی قادر می‌سازد که انگاره‌های برقراری ارتباط را در بافت فرهنگی مناسب‌شان درک کنند و همچنین روابط نزدیک فراگیری با خارجیان برقرار سازند. ۹۵ درصد از جهان به کمتر از ۱۰۰ زبان صحبت می‌کنند.

بر ساخت فرهنگ مهدویت با این زبان‌ها به برنامه‌ریزی گسترده‌ای نیاز دارد. بعد دیگر بر ساخت فرهنگ مهدویت، در نظر گرفتن ارتباط غیرکلامی است. حالات چهره، حرکات و اشارات دست، رابطه چشمی از جمله آنهاست. در بر ساخت فرهنگ مهدویت باید از این بعد کمال بهره را برد.

غرب از تعامل رو در رو برای مبارزه با فرهنگ مهدویت بهره می‌گیرد که نمونه آن کنفرانس تل آویو بود. این کنفرانس که ظاهراً با هدف تحلیل انقلاب‌های شیعی به خصوص انقلاب اسلامی ایران تشکیل گردید، در پایان به این نتیجه رسید که انتظار سبز شیعیان را باید سیاه کرد. پس از این کنفرانس ساختن فیلم و بازی‌های رایان‌های در خصوص مسئله مهدویت به شکل چشم‌گیری گسترش یافت. به یقین یکی از اهداف آنها ناامید ساختن آنها جوانان است.

ب) برساخت فرهنگ مهدویت با تعامل رسانه‌ای: در تعامل رسانه‌ای می‌توان فرهنگ مهدویت را در اشکال تعاملی همچون نامه‌نویسی، گفت‌وگوی تلفنی، با استفاده از یک رسانه فنی (کاغذ، سیم برق، امواج الکترومغناطیسی و...) به افرادی که در دوردست از نظر مکان، زمان یا هر دو قرار دارند منتقل نمود. شکل مدرن تعامل رسانه‌ای ایمیل و چت کردن است. این دو شیوه به سبب پتانسیل‌های قوی که در خود دارند می‌توانند به شکل گسترده مورد استفاده قرار گیرند. در اتاق چت فضایی برای دعوت از افراد وجود دارد که می‌توان از آن بهره برد و به شیوه‌های ماهرانه زمینه‌آشنایی افراد را با فرهنگ مهدویت فراهم کرد. اهمیت جامعه‌پذیری مهدوی جوانان در عصر فضای مجازی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

ج) برساخت فرهنگ مهدویت با تعامل شبه رسانه‌ای: در تعامل شبه رسانه‌ای، فرهنگ مهدویت توسط روابط اجتماعی احراز شده به واسطه رسانه‌های توده‌ای (کتاب، روزنامه، تلویزیون، رادیو، سایت، وبلاگ و...) منتقل می‌شود. شبه تعامل رسانه‌ای مانند تعامل رسانه‌ای در طول مکان و زمان گسترده است. در شبه تعامل رسانه‌ای فرهنگ مهدویت برای گستره نامعینی از گیرندگان بالقوه ساخته می‌شود. شبه تعامل در نهاد خود ویژگی تک‌گویی دارد بدین جهت که جریان ارتباط یک طرفه است. در شبه تعامل رسانه‌ای ابزار سینما از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا تصویر و سینما، احساس و ادراک را به صورت توأمان درگیر می‌کند. وانگهی، تصویر یک زبان بین‌المللی است که حتی بدون دانستن زبان و کلام دیگری می‌توان، پیام را به همه کس و در هر شرایطی منتقل ساخت. غرب در سال‌های اخیر در مبارزه علیه مهدویت از شبه تعامل رسانه‌ای در قالب‌هایی مانند تبلیغ جنگ آرماگدون و فیلم «نوسترادموس» و ارائه بازی کامپیوتری مشهور به «جهنم خلیج فارس» بهره می‌گیرد (میرزاحمدی و رضوی گیلانی، ۱۳۸۹: ۱۲).

د) عناصر جامعه‌پذیری رسانه‌ای مهدویت: مهدویت برای رسانه‌ای شدن ضرورت دارد که عناصری را فراهم نماید تا پیام‌های خود را جهانی کنند (میرزاحمدی و رضوی گیلانی، ۱۳۸۹: ۲۰). مهم‌ترین این عناصر عبارتند از:

مهدویت و جغرافیای زبان: ۹۵ درصد از جهان به کمتر از ۱۰۰ زبان صحبت می‌کنند. برای رسانه‌ای کردن آموزه‌های مهدویت زبان عامل کلیدی است. مدعیان دروغین مهدویت و فرقه‌هایی که آموزه‌های مهدویت را به نفع خویش تفسیر می‌کنند از این پتانسیل کمال استفاده را می‌برند. برای مثال بهائیان به زبان‌های زنده دنیا سایت‌ها و برنامه‌های ماهواره‌ای پخش می‌کنند. فرقه ضاله احمدیه به زبان‌های عربی، انگلیسی، اندونزیایی، اردو، فرانسه و حتی آلمانی کتاب و مجله دارد (خاکسار، ۱۳۸۹ش: ۱۲۸).

مهدویت و ابزارها و نهادهای رسانه‌ای: برای انتقال پیام‌ها نیاز به ابزار رسانه‌ای وجود دارد. ابزارهای رسانه‌ای شامل شبکه‌ها و نهادهای ماهواره‌ای، انتشارات و غیره می‌شود. حمایت مالی، فنی، سخت‌افزاری و نرم‌افزاری از سازماندهی و راه‌اندازی و مدیریت این ابزارها ضروری است. سارقان آموزه‌های مهدویت (فرقه‌هایی مانند بهائیت و احمدیه) شبکه‌های ماهواره‌ای در لندن تأسیس کرده‌اند.

مهدویت و مخاطب‌گزینی رسانه‌ای: مخاطب‌شناسی و مخاطب‌گزینی عامل مهمی در راهبردهای رسانه‌ای مهدویت است. بدون شناخت مخاطب ارائه تصویری از راهبردها عملی نیست. دریافت پیام رسانه‌ای، پدیده‌ای انفعالی نیست، بلکه انجام فعل یا فعالیت است. دریافت وابسته به مکان جغرافیایی و دستاوردی مهارتی و پدیده‌ای هرمنوتیک است (تامپسون، ۱۳۸۳ش: ۵۰-۵۳).

محصولات رسانه‌ای: محصولات رسانه‌ای طیف گسترده‌ای را از کتاب، سی‌دی، وبلاگ، فیلم، عکس و... شامل می‌شود.

نهادهای مذهبی - مهدوی

نهادهای مذهب از طرق گوناگون به جامعه‌پذیر ساختن فرد کمک می‌کند و مجرای مهمی در انتقال ارزش‌ها، هنجارها و اطلاعات است. مذهب از اصلی‌ترین حاملان ارزش‌های اخلاقی و فرهنگی جامعه است. میزان حضور افراد در مناسک و مکان‌های مذهبی و نوع رابطه افراد و متولیان مذهب در نقاط مختلف به شدت متفاوت است ولی در همه جا وجود هویتی دینی و سازمان‌های مذهبی در جامعه‌پذیری مذهبی - مهدوی افراد قابل مشاهده است. این جمله در کشور ما شهرت دارد که «کودکان همراه با شیر مادر اشک‌هایی را که در عزای امام حسین علیه السلام جاری می‌شود می‌نوشند و جانشان با پیام عاشورا عجین می‌شود» (سپهر، ۱۳۸۹ش: ۶۶).

کودکان ما هر روز با دعای فرج، و ذکر صلوات که با دعای ظهور امام عصر علیه السلام ختم

می‌شود بر مبنای اندیشه مبارزه جوی شیعی در نهادهای مذهبی چون حسینیه‌ها و روضه خوانی‌ها و عزاداری‌ها، اندیشه مهدوی را در خود درونی می‌سازند.

با توجه به این‌که نوجوانان امروز در جامعه و آموزش و پرورش اسلامی رشد و پرورش یافته‌اند، انتظار آن است که از باورهای مذهبی راسخ‌تر و استوارتری برخوردار باشند و نسبت به انجام رفتارهای مذهبی تقید و پایبندی بیشتری داشته باشند؛ اما بررسی‌های انجام شده در سال‌های اخیر خلاف انتظار فوق را نشان داده است و نتیجه آن که نماز هنوز جایگاه شایسته خود را حتی در نظام جمهوری اسلامی به دست نیاورده است. براساس مطالعات انجام شده (موسوی و همکاران، ۱۳۹۰؛ رفیع‌پور، ۱۳۸۱) در کشور در دهه‌های اخیر و به خصوص در میان نسل نوجوان، این گرایش‌ها و تمایلات مذهبی کاهش یافته است. از طرفی گرایش روزافزون جوانان به سمت تقلید از فرهنگ‌های غربی و به خصوص تقلید از آن قسمت از فرهنگ غربی که حتی جامعه غرب را نیز با مشکلاتی مواجه کرده است، باعث فاصله گرفتن این گروه از دین و ارزش‌های دینی شده است (مرادی و سبزه‌ای، ۱۳۹۵؛ ش: ۱۶۹).

برخی پژوهش‌ها در دهه‌های گذشته نیز نشان می‌دهد فارغ از طبقه و گروه اجتماعی، ارزش‌های مذهبی در نوجوانان در مرتبه آخر اهمیت پس از ارزش‌های زیباشناختی، علمی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی قرار دارد و همین خود در مجموع افول ارزش‌های مذهبی را در نسل جوان نشان می‌دهد (تیموری، ۱۳۷۸؛ ش: ۶۱). وقتی پایه‌های دینداری در یک جامعه تضعیف شود آموزه‌های مهدوی نیز موضوعیت خود را از دست خواهد داد.

از دلایل کاهش نقش نهادهای مذهبی در جامعه‌پذیری مهدوی افراد، کاهش نفوذ کلام روحانیت است. البته در گروه‌های اجتماعی خاص که رابطه سازمانی با مساجد از طریق گروه‌های مقاومت و فعالیت‌های مذهبی برقرار گردیده است نقش نهادهای مذهبی در جامعه‌پذیری مهدوی آنان قابل انکار نیست.

فرهنگ مهدوی

فرآیند جامعه‌پذیری مهدوی در نهایت منجر به ترسیم چهارچوب فرهنگ مهدوی جامعه می‌شود. وقوع انقلاب اسلامی مسلماً تغییر فرهنگ جامعه را هدف خود قرار داد که مهم‌ترین آن غنای فرهنگ مهدوی و ساختارمندی آن بوده است. در ترسیم نقشه فرهنگ مهدوی، لازم است در سه سطح نظام سیاسی، فرآیند و سیاست‌گذاری نقش افراد در ترویج آموزه‌ها و اهداف مهدوی تشریح شود.

در سطح نظام سیاسی، دیدگاه شهروندان و رهبران در مورد ارزش‌های مهدوی و سازمان‌های بنیادین نظام سیاسی مورد توجه است. در این سطح مشخص می‌شود که در ارتباط با تحقق ارزش‌های مهدوی کدام نظام سیاسی اسلامی کارایی بیشتری دارد. در سطح فرآیند مطرح می‌شود که از نظام سیاسی اسلامی چه انتظاراتی برای تحقق ارزش‌های مهدوی وجود دارد.

در سطح سیاست‌گذاری نیز مشخص می‌شود که انتظارات رهبران و شهروندان از حکومت و در نهایت اهداف مهدوی و چگونگی دست‌یابی به آنها چیست. تا زمانی که جغرافیای اشاعه فرهنگ مهدویت و جغرافیای مخاطب و توانمندی‌ها، پتانسیل‌ها و محدودیت‌های آن شناسایی نشود راهبردهای رسانه‌ای کارایی لازم را نخواهند داشت. یکی از گام‌های بنیادی در این عرصه تهیه نقشه‌های فرهنگی مهدویت است. دو بعد مهم فرهنگ مهدویت عبارتند از:

بعد اعتقادی: اعتقاد به ظهور منجی، اعتقاد به قریب‌الوقوع بودن ظهور؛

بعد زمینه‌سازی: میزان تمایل به آماده‌سازی ظهور.

سه راهبردهای رسانه‌ای براساس نقشه فرهنگی مهدویت و براساس پتانسیل‌های آن، راهبرد موجی، گلوله برفی و ادغامی است. در راهبرد موجی، رسانه‌ها شکل یک موج را پیدا می‌کنند و مبدأ رسانه‌ای سعی دارد تا به یکباره مقصد و مقاصد رسانه‌ای خود را تحت پوشش قرار دهد. این راهبرد با تأسیس شبکه ماهواره‌ای مهدویت می‌تواند بعد جهانی پیدا کند. پیشنهاد این جانب برای نام این شبکه جهانی شبکه ماهواره‌ای منجی است. در راهبرد گلوله برفی، رسانه‌ها شکل يك گلوله برف را دارند که در ابتدا معدودی مقصد را تحت پوشش خود قرار می‌دهند، ولی وقتی در همین چند مقصد رسانه‌ای جای پای خویش را محکم نمودند، برخی از مقاصد رسانه‌ای تبدیل به مبدأ رسانه‌ای جدیدی می‌شوند که پیام‌های مقصد اولیه را بازتاب می‌دهند.

در مقایسه می‌توان گفت که راهبرد موجی را برای همه کشورها می‌توان به کار گرفت، ولی راهبرد گلوله برفی را در برخی کشورها می‌توان به کار گرفت. اما نتایج عملی راهبرد گلوله برفی بهتر و کاربردی‌تر است و هزینه رسانه‌ای آن نیز کمتر و ریسک آن کمتر است. مخاطبان بیشتری را جذب می‌کند؛ زیرا اصحاب رسانه‌ای آن بومی هستند. امکان ترکیب ایندو راهبرد نیز وجود دارد. همایش‌های بین‌المللی مهدویت در حقیقت این دو راهبرد (موجی و گلوله برفی) را ترکیب می‌کند. مهمانان خارجی همایش مهدویت اگر به جا از آنها استفاده شود مانند

شمع‌های فروزان طرف دیگر راهبردهای ارائه شده در این همایش‌ها پل زدن بین مهدویت نظری و کاربردی با توجه به شرایط زمانی و مکانی و انسانی است. جامعه‌پذیری مهدوی زمانی بارورتر می‌شود که فرهنگ مهدوی پویاتر شود. این پویایی با ذائقه جوانان سازگارتر است؛ چراکه پاسخگوی نیازها و مطالباتی است که تحت شرایط اجتماعی و فرهنگی متغیر جامعه در حال تغییر و تحول است.

نتیجه‌گیری

جامعه‌پذیری مهدوی جوانان، رمز ماندگاری، و پویایی نظام مقدس اسلامی است. در جمهوری اسلامی ایران باگذشت چهار دهه از انقلاب، مسئله جوانان و چگونگی هویت‌یابی آنان تبدیل به یک موضوع اساسی شده است. در جامعه در حال گذار ایران، یکی از مسائل اساسی حفظ و اشاعه ارزش‌های مبتنی بر آموزه‌های مهدوی، نهادینه ساختن آنها و جاری ساختن آن در جریان رشد جوانان است.

نتایج پژوهش مویدی است بر این که با توسعه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی از میان کارگزاران متعدد جامعه‌پذیری مهدوی، خانواده، مدرسه، گروه همسالان، نهادهای دینی و رسانه‌ها بیشتر حائز اهمیت هستند که آثار خود را به شکلی مداوم و مستمر و موثر بر افراد وارد می‌آورند. چنانچه این کارگزاران در راستای آموزش و درونی کردن هنجارهای اجتماعی و فرهنگ مهدوی عملکرد مناسبی نداشته باشند، جامعه‌پذیری مهدوی دچار اختلال می‌شود.

شیوه‌های مختلفی برای دریافت پیام‌های مهدوی و درونی شدن آن در شخصیت فرد یا جامعه‌پذیری مهدوی وجود دارد. فرایند جامعه‌پذیری مهدوی از سه طریق عمده تقلید، آموزش و تجربیات مهدوی صورت می‌گیرد که لازم است از همه آنها در زمان‌ها و مکان‌های مناسب استفاده شود. این فرایند در نهایت منجر به ترسیم چهارچوب فرهنگ مهدوی جامعه می‌شود. وقوع انقلاب اسلامی مسلماً تغییر فرهنگ جامعه را هدف خود قرار داد که مهم‌ترین آن غنای فرهنگ مهدوی و ساختارمندی آن بوده است. فرهنگ مهدوی، در سطوح نظام سیاسی، فرایند و سیاست‌گذاری، در تعامل با یکدیگر شکل می‌گیرد. دو بعد مهم فرهنگ مهدویت بعد اعتقادی و بعد زمینه‌سازی است که باید تلاش شود در جامعه‌پذیری مهدوی جوانان به هر دو بعد اهمیت داده شود. براساس آنچه بررسی شد در پایان موارد زیر پیشنهاد می‌شود:

الف) توجه به نقش تربیت خانوادگی و آئین دوست‌یابی در جامعه‌پذیری مهدوی: معاشرت با

دوستان نقشی مهم در جامعه‌پذیری مهدوی جوانان دارد. اصلاح شیوه‌های تربیت خانوادگی در حیطه آموزش خانواده قرار دارد که این کار توسط مدارس، رسانه‌ها به ویژه صداوسیما و مراکز مشاوره خانواده قابل تحقق است.

ب) ترغیب جوانان به فعالیت‌های مهدوی در نظام آموزشی: لازم است نظام آموزشی مدرسه با ترغیب آنها به فعالیت مهدوی به کنترل فرایند جامعه‌پذیری دینی کمک نماید.

ج) توجه به اهمیت رسانه‌های مهدوی: تأسیس شبکه ماهواره‌های مهدویت با نام «منجی» که ۲۴ ساعته به زبان‌های زنده جهان برنامه پخش کند می‌تواند در جامعه‌پذیری رسانه‌ای مهدویت نقش کلیدی داشته باشد.

منابع

۱. اگ، برن؛ نیم، کف (۱۳۵۲ش)، *زمینه‌های جامعه‌شناسی*، ترجمه و اقتباس: امیرحسین آریانپور، تهران: انتشارات دهخدا.
۲. برزنیکا، ولفگانگ (۱۳۷۱ش)، *نقش تعلیم و تربیت در جهان امروز*، ترجمه: مهر آفاق بایوردی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۳. بیرو، آلن (۱۳۶۶ش)، *فرهنگ علوم اجتماعی (انگلیسی - فرانسه - فارسی)*، ترجمه: باقر ساروخانی، تهران: کیهان.
۴. پیشگر، زری (۱۳۸۷ش)، «مفهوم‌شناسی دین»، *فصل‌نامه خط اول*، سال دوم، شماره ۶.
۵. تامپسون، جان. پ (۱۳۸۰ش)، *رسانه‌ها و مدرنیته*، ترجمه: مسعود اوحدی، تهران: سروش.
۶. تیموری، کاوه (۱۳۷۸ش)، «بررسی نظام ارزشی نوجوانان شهر تهران و عوامل موثر بر آن»، *فصل‌نامه فرهنگ عمومی*، شماره ۱۸ و ۱۹.
۷. خاکسار، سلمان (۱۳۸۹ش)، *پژوهش‌نامه علوم راهبردی*، تهران: دانشگاه عالی دفاع ملی، سال اول، شماره ۱.
۸. رفیع‌پور، فرامرز (۱۳۸۱ش)، *کندوکاوها و پنداشته‌ها*، تهران: انتشارات شرکت سهامی انتشار.
۹. روشه، گی (۱۳۶۷ش)، *مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی عمومی*، کنش اجتماعی، ترجمه: هما زنجانی‌زاده، مشهد: دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۰. سپهر، مسعود (۱۳۷۶ش)، *بررسی مصادیق بارز عوامل و علل بروز و راه‌های مبارزه با خرافات و موهومات مجدد و تحجر فکری، مقدس‌آبی و ظاهرگرایی*، شورای فرهنگ عمومی کشور، گزارش

طرح تحقیقاتی.

۱۱. سپهر، مسعود (۱۳۸۹ش)، «یک چهارچوب نظری برای جامعه‌پذیری سیاسی نوجوانان ایران. تحقیقات حقوق خصوصی و کیفری»، *دانشنامه حقوق و سیاست*، سال ششم، شماره ۱۳.
۱۲. شفرز، برنهارد (۱۳۸۶ش)، *مبانی جامعه‌شناسی جوانان*، ترجمه: کرامت‌الله راسخ، تهران: نشر نی.
۱۳. علاقه‌بند، علی (۱۳۶۶ش)، *جامعه‌شناسی آموزش و پرورش*، تهران: نشر روان.
۱۴. فرارو، گری. پی (۱۳۷۹ش)، *انسان‌شناسی فرهنگی*، ترجمه: غلام‌علی شاملو، تهران: انتشارات سمت.
۱۵. فروتن، یعقوب (۱۳۹۲ش)، «استراتژی جامعه‌پذیری دینی در ایران»، *مطالعات ملی*، شماره ۱۴.
۱۶. قرشی بنایی، علی‌اکبر (۱۳۷۱ش)، *قاموس قرآن*، بی‌جا: دارالکتب اسلامی، ششم.
۱۷. کوئن، بروس (۱۳۷۲ش)، *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: توتیا.
۱۸. کازنو، ژان (۱۳۷۳ش)، *جامعه‌شناسی وسایل ارتباط جمعی*، ترجمه: باقر ساروخانی و منوچهر محسنی، تهران: مؤسسه اطلاعات.
۱۹. مرادی، گلمراد؛ سبزه‌ای، محمدتقی (۱۳۹۵ش)، «شناخت عوامل مرتبط با کم توجهی به باورها و ارزش‌های دینی در بین دانش‌آموزان دبیرستانی استان کرمانشاه»، *دین و ارتباطات*، شماره ۲۳ (پیاپی ۴۹).
۲۰. معین، محمد (۱۳۹۲ش)، *فرهنگ لغت*، تهران: امیرکبیر.
۲۱. موسوی خمینی، سید روح‌الله (۱۳۶۸ش)، *صحیفه انقلاب*، تهران: سازمان چاپ و انتشارات ارشاد اسلامی.
۲۲. موسوی، سیده زهرا؛ موسوی، سیدرفیع؛ حیدری، حسین (۱۳۹۰ش)، «بررسی میزان پایبندی به مناسک و رفتارهای دینی و عوامل موثر بر آن (مورد مطالعه: دانش‌آموزان مقطع متوسطه شهرستان زنجان)»، *جامعه‌شناسی مطالعات جوانان*.
۲۳. میرزاحمدی، علی؛ موسوی گیلانی، سیدرضی (۱۳۸۹ش)، «راهبردهای رسانه‌ای مهدویت در بستر جغرافیای فرهنگی - سیاسی»، *فصل‌نامه مشرق موعود*، شماره ۴.

24. Berger, P. L. (1967).The sacred canopy, Garden city, New York: Doubleday.
25. Pluss, C. (2007); Analysing non-doctorinal socialization:, British Journal of Sociology, Vol58, Issue 2, PP 253-275.

