


نوع مقاله: ترویجی

## روش‌های تربیت جبهه باطل در فضای مجازی؛ تلاشی برای روش‌شناسی تربیتی در فضای مجازی

احمد سعیدی / طلبه سطح دو مؤسسه جوادالائمه (ع) قم

asaeidi91@gmail.com  orcid.org/0000-0003-4133-2258 <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>

پذیرش: ۱۴۰۲/۰۲/۱۵

دریافت: ۱۴۰۱/۱۱/۲۷

### چکیده

بسیاری از انسان‌ها بعد از مدتی، اثر ناپسندی که جبهه باطل از طریق فضای مجازی بر آنها و زندگی‌شان گذاشته را متوجه می‌شوند؛ اما نمی‌دانند که چگونه این تغییرات سوء در آنها پدید آمده است. سؤال اصلی این نوشتار این است که جبهه باطل این اثرات را با چه روش‌هایی روی انسان‌ها و جوامع انسانی ایجاد می‌کند؟ شناخت این روش‌ها کمک شایانی به تشخیص نوع تربیت او سر صحنه واقعیت می‌کند. برای پی بردن به روش‌های مذکور و تحلیل کارکرد آنها، هم از عینک تجربه استفاده شده و هم از پنجره دین به این مقوله نگاه شده است. دو روش تلقین و تقلید (الگوپردازی)، روش‌های عمده‌ای هستند که جبهه باطل در مسیر تربیت وهمانی و باطل خود از آن استفاده می‌کند. نقش سلبریتی‌ها و همچنین هدفی که دشمن از بمباران اطلاعات دارد در اینجا مشخص می‌شود. جالب آنجاست که جدای از علم روان‌شناسی و جامعه‌شناسی روز، نظر اسلام و متن آیات و روایات نشان می‌دهد که این دو روش در نظر خداوند نیز از روش‌های عمده برای تربیت الهی حساب می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: تربیت مجازی، تقابل تمدنی، روش تربیتی، تلقین، تقلید.

## مقدمه

برنامه تربیتی خود دارد؟ و اینکه آیا این روش‌ها در دنیای حقیقی نیز تجربه شده و کارآمد بوده‌اند یا خیر؟ اینها مجموعه سؤالاتی است که سعی شده است در این مقاله به آنها پاسخ داده شود.

لازم به ذکر است که این پژوهش در راستای نشان دادن روش‌هایی است که جبهه باطل در فضای مجازی و در تقابل تمدنی خود با جبهه حق در راستای تربیت باطل خویش از آنها استفاده می‌کند. هدف این تحقیق معرفی و نشان دادن این روش‌ها برای بالا بردن بصیرت تربیتی مواجهه با فضای مجازی است؛ نه نشان دادن راهکار مبارزه با این آسیب‌ها و به کار بردن ضد روش بر روش‌های مذکور.

سعی ما در این مقاله، استفاده از مباحث روز روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه و همچنین استفاده از نگاه‌های توحیدی و دینی در بررسی این روش‌هاست. به عبارت دیگر، روشی که در این مقاله در پیش گرفته شده، روشی تجربی و دینی است؛ لذا هم از کتاب‌های غربی و علوم روز استفاده شده است و هم از کتب و تراث اسلامی و تربیتی شیعه.

عموماً بحث‌های تربیت توحیدی ارائه شده، از نگاه امام خمینی<sup>ع</sup> و بر طبق مسلک تربیتی ایشان است. یکی از امتیازهای دیگر این نوشتار، استناد گفته‌ها به ائمه اطهار<sup>ع</sup> و به نوعی استخراج قواعد و روش‌های تربیتی از کلام ایشان است. به عبارت دیگر این مقاله هم جنبه‌ای روان‌شناسانه دارد و هم جنبه‌ای فقه‌التربیتی.

روش‌شناسی به معنای شناخت راه کنش‌ها یا تاکتیک‌هایی است که برای رسیدن به هدف استفاده می‌شود. همچنین روش‌هایی که برای تغییر انسان و جامعه انسانی و رساندن او از نقطه موجود به نقطه مطلوب و هم‌راستای هدف نهایی به کار گرفته می‌شود، روش‌های تربیتی نام دارد. جبهه باطل، به دولت‌ها، نهادها و شرکت‌هایی گفته می‌شود که مستکبرانه درصدد بردگی ملت‌های دنیا برای منافع مادی شخصی خود هستند. در مقابل این جبهه، جبهه حق قرار دارد که عبارت باشد از مجموعه دولت‌ها و نهادهایی که به دنبال معنویت، عدالت و عقلانیت هستند. فضای مجازی در مقابل فضای حقیقی قرار گرفته و اصطلاحاً به ارتباطی که مردم از طریق رایانه یا گوشی همراه خود با دیگران یا با اطلاعات دارند، گفته می‌شود. موضوع مقاله نیز شناسایی روش‌های تربیتی است که جبهه باطل در بستر همین فضای مجازی استفاده کرده و باعث تربیت باطل انسان‌ها و جوامع می‌شود. لازم به ذکر است که این راهکارها ممکن است هم در جبهه حق و هم در جبهه باطل یکسان باشند.

باطل در سالیانی دراز طی تقابلی سخت با جبهه حق، سعی در نابودی آن داشته است. در این تقابل تمدنی هزاران ساله، هرکدام از دو طرف از ابزارهای مختلفی استفاده کردند که در زمانه ما «فضای مجازی» یکی از مهم‌ترین آن ابزار و به‌مثابه «قدرت نرم» طرفین است. لذا هرکدام که بتواند این فضا را شناخته و از آن بهره‌وافر گیرد، پیروز این میدان است. در زمان حاضر متأسفانه این جبهه باطل است که بر این ابزار سوار شده و هدف اصلی او نیز تربیت وهمانی جوامع انسانی است. این جبهه در این راه از روش‌های مختلفی استفاده کرده که مقاله پیش‌رو درصدد بصیرت‌افزایی نسبت به آن روش‌هاست.

نقصان تحقیقات موجود فضای مجازی، کثرت بررسی‌های سیاسی و رسانه‌ای و قلت بررسی‌های تربیتی است. حتی در پژوهش‌های تربیتی نیز بعضاً به مطالبی اشاره شده که از عمق و جامعیت لازم برخوردار نیست. نگارنده ادعای بررسی عمیق و جامع ندارد؛ ولی در این نوشتار سعی شده است که تا حد امکان این دغدغه جواب داده شود.

پژوهش‌های مرتبط با این مقاله در دو دسته تقسیم‌بندی می‌شوند: اول مقاله‌هایی که درباره تأثیر فضای مجازی بر تعلیم و تربیت نگاشته شده‌اند؛ مانند: «تأثیر فضای مجازی در تعلیم و تربیت رسمی» (ترابی‌زاده، ۱۳۹۹)؛ «فضای مجازی و نظام تعلیم و تربیت؛ فرصت‌ها و چالش‌ها» (علیشیری و موسوی‌زاده، ۱۳۹۵).

دوم مقاله‌هایی که در مورد روش‌های تربیتی تلقین و تقلید نوشته شده‌اند؛ مانند: «روش الگویی در تربیت اسلامی» (نریمانی، ۱۳۹۵)؛ و «روش تربیتی تذکر در قرآن کریم» (قائم‌مقدم، ۱۳۸۷). تفاوت این پژوهش با پژوهش‌های دسته اول آن است که پژوهش‌های دسته اول روی اثراتی که فضای مجازی بر انسان می‌گذارد تمرکز کرده‌اند؛ اما این مقاله درصدد بررسی روش‌های پنهان و نیمه‌پنهانی است که این تأثیرات از طریق آنها گذاشته می‌شود. تفاوت پژوهش پیش‌رو با دسته دوم از پژوهش‌ها هم در تطبیق روش‌ها بر فضای مجازی و بررسی روان‌شناسانه و جامعه‌شناسانه آنهاست.

اصلی‌ترین سؤالی که در تأثیر تربیتی فضای مجازی بر انسان‌ها وجود دارد، نحوه این اثرگذاری و به عبارت دیگر روشی است که این تأثیرپذیری در دل آن اتفاق می‌فتد. سؤالات دیگری نیز در این بین مطرح است؛ مثل اینکه این روش‌ها در فضای حقیقی با استفاده از چه ابزاری در حال اثرگذاری خود هستند؟ یا اینکه آیا اسلام نیز با این روش‌ها موافق بوده و جدای از هدف، آیا این روش‌ها را در

سال ۱۳۹۲ اعلام کرد که بالغ بر ۶۱/۰۶ درصد جمعیت کشور به اینترنت متصل هستند (باقری چوکامی، ۱۳۹۵، ص ۱۸۴)، که این تعداد در سال ۱۳۹۶ به ۷۲/۸ درصد رسید (گزارش وضعیت اجتماعی و فرهنگی ایران تابستان ۱۳۹۹).

فضای سایبری و مجازی به حدی در معادلات اجتماعی و سیاسی دنیا اثرگذار است که جوزف نای، نظریه‌پرداز «قدرت نرم»، این فضا را کلید قدرت در قرن ۲۱ عنوان کرده است که هم می‌تواند نتیجه مطلوب را درون فضای خود و هم خارج از فضای سایبری و در عالم واقع برای سیاستمداران برآورده سازد (باقری چوکامی، ۱۳۹۵، ص ۱۸۲).

### ۳. فضای مجازی و قدرت نرم

یکی از مهم‌ترین عرصه‌هایی که فضای مجازی جایگاه خود را در آن نشان می‌دهد، عرصه «جنگ نرم» و دستیابی به قدرت نرم است. در حال حاضر کل مردم دنیا در یک نبرد خاموش با یکدیگر هستند؛ نبردی که نام دیگرش جنگ نرم است. هدف این جنگ، غلبه «گفتمان تمدنی» هریک از دو طرف درگیری است. اما پیروزی این جنگ بدون داشتن قدرتی متناسب با خودش، امکان‌پذیر نیست؛ امری که ما امروزه با نام قدرت نرم می‌شناسیم.

«از نظر جوزف نای، قدرت نرم عبارت است از: توانایی کسب مطلوب از طریق جاذبه، نه از طریق اجبار یا تطمیع. قدرت نرم از جذابیت‌های فرهنگ، ایده‌آل‌های سیاسی و سیاست‌های یک کشور ناشی می‌شود. وقتی سیاست‌های یک کشور از نظر دیگران مشروع و مورد قبول باشد، قدرت نرم آن افزایش می‌یابد» (افتخاری، ۱۳۹۴، ص ۱۸).

از مهم‌ترین ابزارها برای به‌دست آوردن قدرت نرم، رسانه‌ها هستند و فضای مجازی نیز موطنی وسیع برای آنهاست. رسانه‌ها از طریق تولید «واقعیت‌های مجازی» ادراک مردم از واقعیات را تغییر می‌دهند در آن حد که برخی از اندیشمندان معتقدند، رسانه‌ها با استفاده از واقعیت‌های مجازی بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط می‌شوند (همان، ص ۲۰۰). با این تقریر، واقعیت‌های مجازی اصلی‌ترین نماد قدرت هستند که رسانه‌ها غالباً در بستر فضای مجازی به جوامع هدف القا می‌کنند.

### ۴. جنگ اراده‌ها، فضای مجازی و تربیت

در حقیقت ما الآن درگیر جنگ نرمی هستیم که بستر زورآزمایی دو قدرت نرم هستند؛ یکی قدرت نرم جبهه حق به محوریت جمهوری اسلامی

روش نویسنده بر مصداق‌یابی و تطبیق روش‌ها با وقایع فضای مجازی نبوده؛ اما در بعضی موارد برای تنویر بیشتر افکار مخاطبان به این موارد، پرداخته شده است. دغدغه نگارنده ارائه مطلبی کاربردی بوده؛ لذا از غرق شدن در اصطلاحات و تعاریف و نظرات مختلف اجتناب گردیده و به روح مطالب و واژه‌ها توجه بیشتری شده است؛ تا مخاطب، سریع زمین بازی را شناخته و بصیرت مقابله با روش‌های تربیت باطل را داشته باشد.

آنچه در این نوشتار پس از بیان اهمیت تربیت در بستر فضای مجازی و تقابل تمدنی حق و باطل به آن پرداخته می‌شود، روش‌هایی است که جبهه باطل که خود به‌نوعی مبدع فضای مجازی است، در تربیت باطل خویش آنها را به کار می‌برد. در این مقاله به دو کلان روش تلقین و تقلید پرداخته شده است. هرکدام از این دو، تعریف شده و کارکرد آنها در دنیای واقعی بیان گردیده است. سپس هرکدام از آنها مورد بررسی روان‌شناسانه و دین‌شناسانه قرار گرفته و بعضاً مصادیق اثرگذاری این دو روش نیز ذکر گردیده است؛ مصادیقی مثل نقش سلبریتی‌ها براساس تأثیرگذاری از طریق روش تقلید و نقش بمباران اطلاعات براساس تأثیرگذاری از طریق روش تلقین.

### ۱. تربیت مجازی و تقابل تمدنی

در این بخش به جایگاه تربیت در فضای مجازی، آن‌هم در بستر تقابل تمدنی حق و باطل پرداخته شده است. توضیح این مطلب که جبهه باطل چگونه در راستای «استعمار فرانسه» و به اسم «جهانی‌سازی» و با ابزار فضای مجازی نوعی سیطره واحد در فرایند تربیت باطل خویش پیش گرفته و از آن بهره می‌برد.

### ۲. اهمیت فضای مجازی در دنیای کنونی

امروزه فضای مجازی یکی از اجزای مهم زندگی فردی و اجتماعی جوامع بشری است. بدون فضای مجازی، کار کردن در جامعه و رفع حوائج روزمره نیز دشوار است. گستره‌ای که فضای مجازی در زندگی ما ایجاد کرده و نیز گستره‌ای که ما برای فضای مجازی در زندگی خویش باز کرده‌ایم، گستره بزرگ و تأثیرگذاری است؛ لذا نمی‌شود از کنار آن عبور کرده و کنکاش در آن را امری بی‌فایده و حتی کم‌فایده دانست.

براساس آمارهای منتشرشده، تعداد کاربران اینترنت در ایران که در سال ۱۳۸۵ یازده میلیون نفر بودند؛ در سال ۱۳۹۲ به بالغ بر ۴۵ میلیون رسیده‌اند. مرکز مدیریت توسعه ملی اینترنت (متما) نیز در

بیش از ۸۵ درصد اطلاعات و اخباری که از رادیوها و تلویزیون‌ها پخش یا در مطبوعات جهان چاپ می‌شود، ساخته و پرداخته این چهار آژانس خبری است. نکته جالب‌تر اینجاست که اخباری که این چهار آژانس در مورد کشورهای صنعتی و پیشرفته غربی پخش می‌کنند، صد برابر اخبار و گزارش‌هایی است که از دیگر کشور می‌دهند (واعظی، ۱۳۸۶، ص ۱۰۰).

معنای واضح‌تر جمله بالا این است که ذهن مردم دنیا محصور در اخباری است که این چهار آژانس خبری صهیونیستی - آمریکایی تولید می‌کنند و آن چیزی را باور دارند که این خبرگزاری‌ها برایشان نقل می‌کنند. مردم ایران نیز با اتصال به اینترنت و عضویت در شبکه‌های مجازی از این قاعده مستثنا نیستند.

در نگاه کلان، این نوع فرایند، محصول نظریه‌ای به نام جهانی‌سازی است؛ نظریه‌ای که کسانی مثل فوکویاما، هانتینگتون و تافلر سردمدار آن هستند. جهانی‌سازی به معنای این است که قدرت‌های بزرگ، کشورهای دیگر را حتی به زور و ظلم هم که شده به سوی «دهکده جهانی» که همه ارزش‌ها و ساختارهای سیاسی و فرهنگی و اقتصادی در آن واحد است، سوق می‌دهند (واعظی، ۱۳۸۶، ص ۱۳۸). جهانی‌سازی به عبارت دیگر همان استعمار فرانوپی است که مقام معظم رهبری بارها به آن اشاره فرموده‌اند (۱۳۸۳/۱۱/۱۵).

پس از شکست نسبی و سپری شدن دوران حاکمیت فراگیر دو نوع سلطه استعماری مستقیم و غیرمستقیم (استعمار کهنه و استعمار نو)، در چهار دهه اخیر سلطه استعمار نامرئی یا همان استعمار فرانو از طریق جهانی‌سازی به اجرا درآمد. جریان جهانی‌سازی یا غربی‌سازی ابتدا با پیوند فرهنگ و تکنولوژی و سپس یکپارچه کردن بازارها از طریق سازمان تجارت جهانی و بعد با برقراری نظم نوین جهانی، روند تکمیل و تحکیم سلطه فرهنگی اقتصادی و سیاسی را دنبال کرده است (منصوری، ۱۳۹۳، ص ۲۲).

با توجه به مطالب بالا می‌توان گفت که دشمن در عرصه فضای مجازی به دنبال القای باورهای غربی و سبک زندگی سکولار به مردم دنیا، به اسم آزادی عقیده و صلح کل، آن هم با شعار جهانی‌سازی و رفتن به سمت تشکیل دهکده واحد جهانی است. پس در واقع می‌توان گفت که جبهه باطل با استفاده از فضای مجازی که بخش اعظم آن در دستان خودش است، دنبال تربیت باطل و شیطان‌ی مردم دنیا و طبیعتاً مردم ایران اسلامی است.

ایران و دومی قدرت نرم جبهه باطل به محوریت کشور استکباری آمریکا. باید دید که در این بلیشوی میدان نبرد، هدف اصلی هریک از دو طرف چیست؟ به عبارت دیگر این همه تلاش برای تغییر در چیست؟ مقام معظم رهبری در صحبتی به این سؤال پاسخ دادند: به طوری که این جنگ را «جنگ اراده‌ها» و هدف را تغییر اراده مردم دانستند. ایشان ضمن بیان نقشه دشمن برای تحریف یا همان واقعیت‌های مجازی که در بالا اشاره کردیم؛ ایستادگی در برابر تحریف‌ها و ضدضربه شدن مقابل آنها را مساوی با بی‌اثر شدن تحریم‌ها عنوان کردند؛ به نحوی که حتی تحریم‌ها را هم برای عوض کردن اراده مردم و ذیل جنگ اراده‌ها تعریف کردند (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۱۳۹۹/۵/۱۰).

همان‌طور که در تعریف قدرت نرم هم ذکر شد؛ اصل مطلب، جذب مردم و اراده آنان است. اصل مطلب به سلطه درآوردن و یا همراه کردن فکر و قلب مردم است. اصل مطلب، تغییر در باورهای آنان و کاشتن تخم عقیده هر جبهه در ذهن نیروهای جبهه دیگر است. پس در واقع هر دو جبهه در فضای مجازی دنبال همراهی اراده‌ها و باورهای مردم با خود هستند. همراهی اراده‌ها و باورها و تغییر در آنها نام دیگری دارد که به آن «تربیت» می‌گویند. تربیت در واقع عوض کردن عقاید، خلیقات و رفتارهای انسان است. البته در سنت اسلامی این امر که به «تهذیب اخلاق» معروف و جزو یکی از سه شاخه حکمت عملی است، در راستای مثبت و الهی آن تعریف شده است (حسنی و موسوی، ۱۳۹۸، ص ۶۴). لکن اگر طبق مبانی غربی جلو برویم حتی می‌توان به تغییر در جهت منفی نیز تربیت اطلاق کرد (مایر، ۱۳۹۸، ص ۱۰).

## ۵. فضای مجازی و جهانی‌سازی

در زمان حاضر مشکل جبهه حق در این نبرد آن است که حجم وسیعی از اطلاعات، اخبار و محتواهایی که در فضای مجازی وجود دارد، برخاسته و یا تحت نظر شرکت‌های وابسته به استکبار است. به طوری که در سه دهه گذشته کارتل‌ها و تراست‌های آمریکایی، اروپایی و صهیونیستی در یکدیگر ادغام شدند و بنگاه‌های عظیم تبلیغاتی و رسانه‌ای را تشکیل دادند (واعظی، ۱۳۸۶، ص ۹۹). به طور مثال خبرگزاری‌های رویترز، آسوشیتدپرس، یونایتدپرس و فرانس پرس بیش از ۵۵ هزار دفتر در سراسر جهان دایر کرده‌اند و روزانه بیش از ۵۵ میلیون کلمه به ۱۸۵ کشور جهان مخابره می‌کنند.

## ۶. روش اول: تقلید (الگوپردازی)

«تقلید»، «الگوپردازی»، «الگوسازی» یا «الگوگیری» نام‌هایی است که بر این روش گذاشته‌اند. این روش یکی از روش‌های متنی است که جبهه باطل به کمک آن سعی در تربیت وهمانی در همه عرصه‌های تهاجم فرهنگی خود و مخصوصاً در فضای مجازی کرده است.

### ۶-۱. تعریف و کارکرد تقلید

مقصود از «تقلید» یا «اصل الگوپردازی» روشی است که در آن به واسطه فرایندهای رفتاری - شناختی، فرد در نتیجه مشاهده رفتار یک فرد دیگر (الگو) - یعنی با دیدن، شنیدن یا حتی مطالعه درباره آن - رفتار خود را تنظیم می‌کند. از جنبه روان‌شناسانه، الگوپردازی و الگوپذیری نوعی یادگیری مشاهده‌ای است که انسان با مشاهده رفتار دیگران، از آنها می‌آموزد و عمل می‌کند (شجاعی، ۱۳۸۹، ص ۱۹۱).

با الگوسازی و الگودهی، رفتار موردنظر برای یادگیرنده نشان داده می‌شود. یادگیرنده رفتار الگو را مشاهده و سپس الگو را تقلید می‌کند. البته قدرت الگوپذیری در افراد مختلف متفاوت است؛ ولی با توجه به تجربه‌های بشری می‌توان گفت که قدرت و مهارت‌های تقلیدی درون اکثر افراد وجود دارد (میلتن برگر، ۱۳۹۳، ص ۹۳).

روان‌شناسان علاوه بر شرطی‌سازی چه کلاسیک و چه کنش‌گر (دو نوع از راه‌های شرطی‌سازی)، این روش را نیز در کنار راه‌های اصلی یادگیری می‌آورند. در این روش لازم نیست که حتماً الگو منحصر در انسان باشد؛ بلکه هرگونه محرکی از جمله یک اتاق تزیین شده، یک نقشه از راه‌ها، یک دستورالعمل کتاب و از این قبیل موارد نیز می‌توانند نقش الگو را بازی کنند (کاویانی، ۱۳۹۸، ص ۲۶۷). هر انسانی تجربه تقلید را بسیار در زندگی خود داشته است. اولین موارد تقلید انسان، تقلید او از والدینش است. می‌توان با مشاهده شباهت اعتقادات، رفتارها و حتی لحن صحبت فرزندان نسبت به والدین، به این امر رسید. جالب اینجاست که وقتی از آنها سؤال می‌کنید که چرا این اعتقادات و رفتارها را دارید؟ آنها جواب مشخصی ندارند.

مُدّهایی که در جامعه رواج پیدا می‌کند، یا اصطلاحات کلامی خاصی که با دیدن یک فیلم و سریال در دهان عامه مردم می‌افتد (هیوز و جی. کرولر، ۱۳۹۵، ص ۵۲۶)، حرکات بدنی و الفاظ کنایه‌ای و یا حتی نوع راه رفتن و لحن صحبت بازیگران و یا فوتبالیست‌ها موارد قابل مشاهده‌ای از تقلید اجتماعی است.

## ۶-۲. تقلید در آیات و روایات

بحث الگوسازی یکی از مهم‌ترین روش‌های تربیتی، چه در ناحیه جبهه حق و چه در ناحیه جبهه باطل است. این روش به قدری مهم است که قرآن کریم صریحاً به آن اشاره فرموده و رسول اکرم ﷺ و حضرت ابراهیم ﷺ را اسوه‌ها و الگوهای حسنه برای مؤمنان معرفی می‌کند و التزاماً دستور به پیروی از ایشان و الگوگیری از حضراتشان می‌دهد (احزاب: ۲۶؛ ممتحنه: ۴).

نمونه دیگری که از الگوپذیری در قرآن کریم مشاهده می‌شود، داستان قایلی و جنازه برادرش هابیل است که با مشاهده کلاغی که شیئی در زمین دفن می‌کرد، او نیز همین کار را نسبت به جنازه برادرش انجام داد (کاویانی، ۱۳۹۸، ص ۲۶۸).

در روایات کثیره‌ای نیز می‌توان به اهمیت این روش پی برد. نمونه بارز آن روایاتی است که در باب مجالست با اخیار و عدم مجالست با اهل معاصی و یا باب دعوت به غیر لسان ذکر شده است (کلینی، ۱۴۲۶ق، ج ۴، ص ۵۹۸؛ ج ۳، ص ۵۵۸). علت بعضی از این توصیه‌ها و منع‌ها اثرگیری خواسته و ناخواسته (الگوپذیری خواسته و ناخواسته) انسان از آنهاست.

به‌عنوان مثال در حدیثی جالب از رسول خدا ﷺ آمده است که مثال همنشین خوب، مثال عطاری است که اگر از عطر خود به تو ندهد، بوی خوشش به تو می‌رسد. مثال همنشین بد نیز مثل کوزه‌پزی است که اگر لباس تو را هم نسوزاند، بوی ناخوش کوره به تو می‌رسد (محمدی ری‌شهری، ۱۳۸۴، ج ۱۱، ص ۵۴۳۲).

یا در روایتی دیگر از امام صادق ﷺ داریم: دعوت‌کننده مردم به سمت حق باشید؛ البته نه با زبانتان؛ بلکه با دیده شدن ورع و سخت‌کوشی و نماز و خیر رساندن‌تان؛ چراکه این‌گونه اعمال، داعی و دعوت‌کننده مردم است. در این روایت، حضرت، دیدن عمل را باعث انگیزش مردم به سمت آن عمل و به عبارت دیگر الگوپردازی مردم از عامل می‌داند (کلینی، ۱۴۲۶ق، ج ۳، ص ۵۵۸).

### ۶-۳. سلبریتی‌ها، الگوهای فضای مجازی

الگوگیری در بستر فضای مجازی عموماً از کسانی صورت می‌پذیرد که ما آن را با نام «سلبریتی» می‌شناسیم. مشاهیر یا سلبریتی‌ها به شخص یا اشخاصی اطلاق می‌شود که معمولاً در زمینه‌های هنر، جنگ، علم، ورزش، رسانه، مدل، سیاست، ادبیات، مذهب و نظایر آن

سؤال دیگری که ذهن انسان را به خود مشغول می‌کند و دارای اثر کاربردی می‌باشد، آن است که سلبریتی‌ها خودشان تحت الگوپذیری چه کسی بوده و با چه دستی هدایت می‌شوند؟

می‌توان هر دو سؤال را با یک جمله جواب داد و آن حاکمیت هنجارهای فضای مجازی بین‌المللی نسبت به فضای مجازی کشور خودمان است؛ امری که در صفحات پیش با نام جهانی‌سازی و تشکیل دهکده واحد جهانی از آن نام بردیم. به عبارت دیگر چون فضای مجازی داخل کشورمان بومی نشده و حتی فیلترها هم، قدرت پیش‌گیری از این مهم را ندارند؛ مخاطبان فضای مجازی، آن نوع از هنجارها و سبک الگوپذیری‌ای را انتخاب می‌کند که عموم مردم دنیا از آن پیروی می‌کنند. این امر خواه ناخواه منجر به سلبریتی شدن چهره‌های بازیگر و فوتبالیست می‌شود.

وقتی به عرصه فرهنگ الگوپذیری جهانی نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که استکبار با طرحی از پیش تعیین شده، الگوهای جامعه را طوری قرار داده است که علم و بصیرت درونشان کمرنگ و تعلقشان به دنیا و امور دنیایی پررنگ باشد؛ تا بدین وسیله هم مردم دنیا را به دنیاگرایی بیشتر سوق داده و هم سلبریتی‌ها را با ثروت و شهرت دنیایی رام خود گرداند.

#### ۷. روش دوم: تلقین

دومین روشی که باطل در تربیت خود در فضای مجازی از آن استفاده می‌کند، تلقین است. در ذیل به تعریف و کارایی‌های تلقین در علوم روان‌شناسی، نتیجه آن در جامعه، نظر اسلام در این مورد و استفاده آن در فضای مجازی می‌پردازیم.

##### ۷-۱. تعریف تلقین

تلقین معانی مختلفی در علوم سیاسی، اجتماعی، روان‌شناسی و... دارد. اما شاید بتوان جمع‌بندی موردنظر را این دانست که تلقین عبارت است از: القای یک عقیده به شخص مخاطب، بدون بیان استدلال؛ به طوری که شخص، طبق آن عقیده، عمل و رفتار کند (موسوی، ۱۳۹۲).

##### ۷-۲. کاربرد تلقین

انسان‌ها در طول زندگانی خود پیوسته دچار تلقین دیگران و ترتیب اثر دادن به آن هستند. بارها شده که در معامله‌ها و یا

در یک جامعه یا فرهنگ عامه دارای سرشناسی و معروفیت باشند. چنین اشخاصی به راحتی از طریق مردم، به‌ویژه قشر جوان قابل شناسایی هستند و به رسمیت شناخته می‌شوند.

تأثیرگذاری این قشر بر رفتارهای مردم و جریانات اجتماعی آن قدر زیاد است که مقام معظم رهبری نیز در یکی از بیاناتشان قشر هنرمند را کنار قشر دانشجو و حوزوی و دانشمند قرار داده و ایشان را جزو قشر تأثیرگذار اجتماع می‌داند و به لزوم همراهی ایشان با آرمان‌های انقلاب اشاره می‌کند (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۹۷/۳/۷).

۶-۴. فعالیت سلبریتی‌های فضای مجازی در راستای تربیت باطل در ایران، هنرمندان و بازیگران قشر غالب سلبریتی‌ها را شکل می‌دهند و حتی اهل ادبیات و سیاست و مذهب هم نسبت به آنان دارای محبوبیت و مشهوریت کمتری هستند. امری که انسان را نسبت به این مهم حساس می‌کند آن است که این سلبریتی‌ها در مواقع متعدد، خارج از تخصص خود اظهارنظر کرده و خیل عظیمی از دوستدارانشان را با خود همراه ساخته و اثرات مخربی بر جامعه و تربیت اسلامی آن و حتی بهره‌دنیوی مردم می‌گذارند.

جدای از اظهارات بعضی از سلبریتی‌ها که در تناقض صددرصدی با دین مبین اسلام قرار دارد (مثل اینکه سگ نجس نیست؛ نباید قصاص کرد؛ شوهرخواهر محرم است؛ با ناخن مصنوعی می‌شود نماز خواند؛ تساوی حقوق زن و مرد و حق زن برای سقط جنین (مشرق نیوز)؛ رفتار و سبک زندگی آنها ضربه‌ای چند برابر به پیکره تربیت اجتماعی جامعه ایرانی می‌زند.

مهمانی‌ها و دورهمی‌های ایشان، نوع پذیرایی‌ها، خانه‌های به اصطلاح لوکس و سبک پوشش و نوع تعاملی که با زیر پا گذاشتن هنجارهای اسلامی صورت می‌گیرد، چیزی نیست که بر کسی پوشیده باشد؛ چراکه عکس‌ها و فیلم‌های این مجالس در فضای مجازی به وفور یافت می‌شود.

##### ۶-۵. نقشه استکبار در الگوسازی واحد فرهنگی

اما علت این پدیده چیست؟ چرا به جای اینکه علماء، دانشمندان و مصلحان اجتماعی به عنوان سلبریتی و الگوهای جامعه ما قرار بگیرند، هنرمندان و بازیگرانی که بعضاً تقید خاصی نسبت به مذهب و حتی ملیت و غیرت ملی خود ندارند، این عنوان را یدک می‌کشند؟

یکی از موارد تلقین که در تعالیم اسلام می‌توان به آن اشاره کرد و آن را از موارد تلقین به‌شمار آورد، باب پر آیه و روایت «ذکر» است. ذکر درواقع نوعی القای مطلب به نفس است؛ نوعی تلقین به خود است، که حتی اگر ذکر زبانی هم باشد، اگر زیاد تکرار شود بالاخره ملکه انسان شده و به قلب او نفوذ پیدا کرده و اثراتش در افکار و رفتارش مشاهده می‌شود.

امام خمینی<sup>ع</sup> در کتاب وزین شرح چهل حدیث، مطلبی از استاد خود/آیت‌الله شاه‌آبادی می‌آورند که ذکر را به تلقین کلمات به طفل، تشبیه کرده‌اند. این مطلب گواه واضحی از تلقینی بودن جنس ذکر است: شیخ عارف کامل ما، جناب شاه‌آبادی، روحی فدا، می‌فرمودند شخص ذاکر باید در ذکر، مثل کسی باشد که به طفل کوچک زبان باز نکرده می‌خواهد تعلیم کلمه را کند؛ تکرار می‌کند، تا اینکه او به زبان می‌آید و کلمه را ادا می‌کند. پس از آنکه او ادای کلمه را کرد، معلم از طفل تبعیت می‌کند؛ و خستگی آن تکرار برطرف می‌شود و گویی از طفل به او مددی می‌رسد. همین‌طور کسی که ذکر می‌گوید باید به قلب خود، که زبان باز نکرده، تعلیم ذکر کند (موسوی خمینی، ۱۳۹۸، ص ۲۹۲).

#### ۷-۴. نقش تکرار در تلقین

شاید بتوان گفت عنصر مهمی که در تلقین وجود دارد، تکرار است و اگر تکراری وجود نداشته باشد در اکثر مواقع انتظاراتی که از تلقین داریم برآورده نمی‌شود و یا به عبارت بهتر، تلقینی رخ نمی‌دهد. «تکرار یک مطلب تأثیر ناخودآگاه شگفت‌انگیزی در فرد و جامعه دارد. تنها لازم است مطلبی که بیان می‌شود برای بار اول تست شود که آیا زمینه موجود، با این متن تناسب دارد یا ندارد؛ اگر اندک مناسبی بود، یعنی تأثیر منفی ایجاد نکرد؛ قابل تکرار است. اگر اندک اثر مثبت داشته باشد، با تکرار، آن اثر بیشتر و بیشتر می‌شود. لازم نیست مطلب جدید یا استدلالی ضمیمه شود؛ همین که نام یک فرد را طی چندین ماه، هر روز در اکثر روزنامه‌ها بنویسند، هر کسی به او علاقه‌مند بوده، علاقه‌مندتر می‌شود و هر کسی از او متنفر بوده، متنفرتر می‌شود؛ جنگ عکس‌ها در راهپیمایی‌ها و مجامع بزرگ و تبلیغات انتخاباتی مصداقی از همین قاعده است» (کاوپانی، ۱۳۹۸، ص ۱۳۹).

شاید شما هم تجربه کرده باشید که وقتی مطلب بدی را برای بار اول در مورد یک شخص خوش نام می‌شنوید، باورتان نمی‌شود؛

تصمیم‌گیری‌های کاری، نظر دیگران بدون ارائه استدلال از طرف ایشان، نگاه انسان را عوض کرده و تصمیمش را تغییر داده است. بارها شده که افراد، تحت تأثیر دیگران، رشته دانشگاهی خود را انتخاب کرده و وقتی در کار انجام شده قرار گرفته‌اند، دیده‌اند که آنچه که فکر می‌کردند، نبوده و به درد این کار و این رشته نمی‌خورند. بسیار شده که در لباس فروشی با اینکه لباس خاصی را پسندیده‌ایم، ولی وقتی نظر منفی همسر، مادر و یا دوستان را شنیده‌ایم؛ بدون مطالبه استدلالی خاص، از تصمیم خود صرف‌نظر کرده و لباسی دیگر را انتخاب کرده‌ایم.

در آزمایشی جالب به سه گروه آزمودنی اطلاعاتی در مورد شخصیتشان ارائه دادند؛ اما این اطلاعات ساختگی و برنامه‌ریزی شده بود؛ چراکه به گروه اول اطلاعاتی مثبت از شخصیتشان ارائه شد؛ به گروه دوم اطلاعاتی منفی و به گروه سوم نیز اطلاعاتی داده نشد.

بلافاصله بعد از ارائه اطلاعات، سه گروه را در آزمونی شرکت دادند که در آن امکان تقلب وجود داشت؛ ولی تقلب ممنوع بود. نتیجه جالبی مشاهده شد؛ گروهی که اطلاعات منفی در مورد خودشان دریافت کرده بودند، بسیار بیشتر از گروهی که اطلاعات مثبت در مورد خودشان دریافت کرده بودند، دست به تقلب زدند و گروهی که اطلاعاتی دریافت نکرده بودند از لحاظ میزان تقلب در میانه این دو گروه قرار گرفتند (سالاری‌فر، ۱۳۹۸، ص ۱۰۲).

در آزمایشی دیگر که درواقع رخدادی طبیعی بود، شایعه شد که در فیلیپین احتمال حمله تروریستی با مواد زیستی وجود دارد و این امر باعث آن شد که ۱۴۰۰ دانشجو به دکترا مراجعه کنند. نکته جالب اینجاست که تعداد کمی از آنان فقط دچار آنفولانزای خفیف شده بودند و بقیه اصلاً مریضی‌ای نداشتند؛ بلکه فقط دچار واکنش‌های روان‌زاد به شایعات شده بودند. این نوع تلقینی که ایشان دچار آن شده بودند، در جامعه‌شناسی با «هیجان انبوه» شناخته می‌شود (هیوز و جی. کرولر، ۱۳۹۵، ص ۵۲۷).

#### ۷-۳. تلقین در اسلام

با اینکه در مورد تلقین و امکان استفاده از آن در تربیت اسلامی بحث‌هایی است (موسوی، ۱۳۹۲)؛ این نوشتار به‌خاطر عدم اطالعه کلام از بیان آنها خودداری می‌کند؛ ولی موارد متعدد استفاده از تلقین را می‌توان در آیات و روایات و تعالیم اهل‌بیت<sup>ع</sup> جست‌وجو کرد.

ولی اگر این مطلب از زبان‌های مختلف و حتی زبان یک نفر زیاد تکرار شود، کم‌کم به صورت ناخودآگاه باورتان شده و در برخورد با آن شخص، این باور، نمود پیدا می‌کند. لذا یکی از راه‌های باور خداوند در زندگی این است که آن‌قدر با خودمان بگوییم خدا هست، خدا می‌بیند و خدا حاضر است که کم‌کم باورمان شود. این همان فرایندی است که در فرایند تأثیرگذاری ذکر وجود دارد.

در ادامه مطلبی که امام از استاد خویش آورده بودند؛ *آیت‌الله شاه‌آبادی* راز تکرار اذکار را گشوده شدن زبان قلب و به عبارت دیگر نشستن آن مفهوم در قلب دانستند (موسوی خمینی، ۱۳۹۸، ص ۲۹۲)؛ چنانچه خود امام نیز راز تکرار را در به‌وجود آمدن ملکات و حالات در روح انسان و باز شدن زبان قلب می‌دانند (موسوی خمینی، ۱۳۸۷، ص ۴۴۸).

علت این تأثیر را نیز می‌توان نقش‌پذیری بسیار شدید نفس از امور پیرامون خود دانست. نفس انسان مثل خمیر اسباب‌بازی می‌ماند؛ هر شکلی به آن بدهی قبول می‌کند و به هر سویی او را ببری، می‌آید. علت اثرپذیری انسان از هم‌نشینان، محیط، رفتار دیگران و از جمله تکرار خبر یا عقیده را می‌توان در همین خوگیری شدید نفس آدمی جست. وقتی خبری برای نفس، پیاپی تکرار شود، گویا دست‌های نانواست که پیاپی بر خمیر نفس آدمی فرود آمده و آن را به شکلی که خودش می‌خواهد، درمی‌آورد.

#### ۷-۵. استفاده جبهه باطل از تلقین در فضای مجازی

شیوه استفاده جبهه باطل از تلقین در فضای مجازی با توجه به هیمنه گسترده‌ای که در آنجا دارد، امر واضحی است. به این ترتیب که هرچه در راستای منافع و اهداف استکباری خویش باشد، به کرات در سایت‌ها و کانال‌های خبری بازتاب داده و در دهان سلبریتی‌ها و صاحب‌نفوذان اجتماعی می‌گذارند تا مردم آرام آرام باورش کنند. در طرف مقابل نیز امری که خلاف منافع استکباری ایشان باشد را با بهانه‌های مختلف، از جمله خشونت‌گرایی، حقوق بشر و آزادی، سانسور کرده و شامل قانون فیلترینگش می‌کنند.

به‌عنوان مثال اگر در صفحه‌های مجازی و کانال‌های تلگرامی شیوه شورش اجتماعی به مردم ایران آموزش داده شود، یا تبلیغات بی‌حجابی و همجنس‌گرایی انجام گیرد و یا اینکه صحنه‌های خلاف شأن اجتماعی در فضای مجازی پخش شود، که هدفش زیرسؤال بردن فرهنگ ایرانی - اسلامی باشد، به اسم آزادی به آنها میدان

داده و حتی باعث شیوع بیشترشان نیز می‌شوند.

کار آنجا گره می‌خورد که با پدیده‌ای به نام «سکوت فیزی» مخروطی» مواجه می‌شویم؛ به این معنا که وقتی تبلیغات طرف مقابل زیاد شد، در طرفداران اندیشه خودی نوعی حالت سستی و تنه‌ماندن رخ می‌دهد؛ به گونه‌ای که مخالفت با اندیشه طرف مقابل را ناهمجوری با جامعه در نظر گرفته؛ لذا سکوت می‌کنند و این دوباره ایحاد چرخه جدید برای هرچه بیشتر مطرح شدن اندیشه طرف مقابل است (رفیع‌پور، ۱۳۹۶، ص ۲۳۶؛ همو، ۱۳۹۳، ص ۲۴۵).

#### ۷-۶. تلقین ناامیدی بزرگ‌ترین تهدید تربیتی در فضای مجازی

تلقین جو ناامیدی و وضعیت بسیار خراب اوضاع کشور، چه از زبان سلبریتی‌ها و چه در اخبار جعلی و چه حتی در اخبار واقعی که دچار بزرگ‌نمایی منفی شده است، باعث از دست دادن روحیه امید به آینده در مردم کشور و بخصوص جوانان ایران زمین می‌شود. می‌توان این مورد را بزرگ‌ترین تهدید تربیتی در عرصه فضای مجازی دانست.

مقام معظم رهبری در بیانات خویش به کرات نقشه دشمن در تلقین جو ناامیدی در کشور را بیان فرموده، اثرات مخرب آن را شرح داده و لزوم مقابله با این هجمه را در دستور کار جوانان و مردم کشورمان وارد کرده‌اند. به‌عنوان مثال ایشان در صحبتی ضمن بیان نقشه دشمن در ناامید کردن ملت ایران، ابزار این کار را فضای مجازی عنوان کردند (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۹۶/۱۰/۶). معظم‌له با اشاره به جریان تحریف و واژگونی واقعیت‌ها توسط دشمن به اثر ناامیدی مردم، که همانا توقف و گرفته شدن نیروی حرکت است، اشاره می‌کنند:

اوضاع را بد جلوه می‌دهند، با صدها زبان، با صدها وسیله. اگر نقطه قوتی در کشور باشد که مطلقاً انکار می‌کنند؛ یا به سکوت برگزار می‌کنند یا انکار می‌کنند. خب، کارهای خوبی در کشور دارد انجام می‌گیرد؛ مطلقاً [حتی] یکی از اینها در تبلیغات خارجی دشمنان ما منعکس نیست. نقطه ضعفی اگر وجود داشته باشد، آن را ده برابر می‌کنند؛ گاهی صد برابر می‌کنند که این نقطه ضعف را بزرگ کنند؛ برای چیست؟ برای این است که روحیه مردم تضعیف بشود، امید مردم، بخصوص امید جوان‌ها؛ چون وقتی امیدوار باشند، تحرک جوان‌ها، تحرک فوق‌العاده است، جوان‌ها بیشتازند،



پیش‌رانند؛ اگر چنانچه امید از آنها گرفته شد، متوقف می‌شوند، مثل ماشینی که بنزینش تمام می‌شود، این‌جور [متوقف] می‌شوند (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۹۹/۵/۱۰).

یعنی اگر ناامیدی در مردم به‌وجود آمد به این معناست که گرچه هدف و آرمان دارند؛ اما آن آرمان دست‌نیافتنی است؛ لذا دیگر برای رسیدن به آرمان خویش که همان آرمان‌های انقلاب باشد، تلاشی نکرده و گوشه‌ای قعود می‌کنند. ایشان در صحبت‌های متعددی علت ایجاد ناامیدی را القای (تلقین) بن‌بست به مردم ایران بیان می‌دارند. به عبارت دیگر راه ناامیدی مردم را قبول القائات دشمن در به بن‌بست رسیدن کشور می‌دانند (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۹۷/۵/۲۲ و ۹۹/۵/۱۰).

این خطری بس بزرگ در عرصه تربیت اجتماعی است. اگر از مردم حرکت گرفته شود، در واقع تربیت و رشدی هم اتفاق نمی‌افتد. به عبارت دیگر اگر رواج بی‌حجابی و سبک زندگی غربی در فضای مجازی باعث انحراف تربیتی می‌شود، القای ناامیدی در فضای مجازی باعث زیرسؤال رفتن اصل و اساس تربیت می‌گردد؛ چراکه تربیت چیزی جز حرکت در راستای رشد فردی و اجتماعی نیست. در واقع اگر ناامیدی نباشد تربیتی نیست؛ که در آن انحرافی رخ بدهد یا خیر.

### نتیجه‌گیری

در واقع هدف این نوشتار بصیرت‌افزایی نسبت به راه‌ها و روش‌هایی است که هر روز بر روی ما اجرا شده است، بی‌آنکه مطلع باشیم. این بصیرت، ما را نسبت به بسیاری از خطرات در کمین‌مان ایمن می‌سازد؛ مثل مسابقه‌دهنده‌ای که نسبت به همه مراحل مسابقه اشراف دارد. طبیعتاً این شخص نسبت به کسی که نمی‌داند یا حتی کمتر می‌داند، احتمال باختش کمتر است.

به‌عنوان مثال اگر کسی بداند که کثرات فضای مجازی با او و رابطه‌اش با خداوند و حالات روحی و معنوی چه می‌کند، طبیعتاً گرایشش به فضای مجازی کمتر می‌شود. یا اگر کسی از نقش تلقین در فضای مجازی باخبر شود، در بزنگاه‌هایی که خودش دچار تلقین فضای مجازی می‌شود، می‌تواند نگاهی از بالا انداخته و خویش را از گرداب تلقین ناروا بیرون بکشد. اگر کسی از قدرت تقلید آگاه باشد و حس‌گرهای درونی‌اش روی این موضوع حساس شوند، وقتی که سلبریتی مورد علاقه‌اش حرفی زده یا کاری انجام می‌دهد، سریع نسبت به آن رفتار متقاد نشده و سعی در تحلیل استقلالی خویش از حرکت او می‌کند.

### منابع.....

- افتخاری، اصغر، ۱۳۹۴، *دانشنامه قدرت نرم*، تهران، دانشگاه امام صادق (ع).
- باقری چوکامی، سیامک، ۱۳۹۵، *موج چهارم جنگ نرم*، تهران، زمزم هدایت.
- بیانات رهبر معظم انقلاب، در: Khamenei.ir
- ترابی‌زاده، سمیه، ۱۳۹۹، «تأثیر فضای مجازی بر تعلیم و تربیت رسمی»، *پژوهشنامه اورمزد*، ش ۵۱، ص ۹۷-۱۱۴.
- حسینی، حمیدرضا و هادی موسوی، ۱۳۹۸، *حکمت عملی*، قم و تهران، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سمت.
- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۹۳، *دریغ است ایران که ویران شود*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- ، ۱۳۹۶، *توسعه و تضاد*، تهران، شرکت سهامی انتشار.
- سالاری‌فر، محمدرضا، ۱۳۹۸، *روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی*، قم و تهران، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سمت.
- شجاعی، محمدصادق، ۱۳۸۹، *روان‌شناسی تنظیم رفتار با رویکرد اسلامی*، قم، دارالحدیث.
- علیشیری، سعید و احترام‌السادات موسوی‌زاده، ۱۳۹۵، «فضای مجازی و نظام تعلیم و تربیت: فرصت‌ها و چالش‌ها»، در: *کنفرانس بین‌المللی پژوهش در مهندسی، علوم و تکنولوژی*.
- قائم‌مقدم، محمدرضا، ۱۳۸۷، «روش تربیتی تذکر در قرآن کریم»، *تربیت اسلامی*، ش ۶، ص ۵۷-۹۲.
- کاوایی، محمد، ۱۳۹۸، *روان‌شناسی و تبلیغات*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- کلینی، محمدبن یعقوب، ۱۴۲۶ق، *کافی*، قم، دارالحدیث.
- گزارش وضعیت اجتماعی و فرهنگی ایران تابستان ۱۳۹۹، تهران، مرکز آمار ایران.
- مایر، فردریک، ۱۳۹۸، *تاریخ اندیشه‌های تربیتی*، ترجمه علی‌اصغر فیاض، تهران، سمت.
- محمدی ری‌شهری، محمد، ۱۳۸۴، *میزان الحکمه*، قم، دارالحدیث.
- منصوری، جواد، ۱۳۹۳، *استعمار فرانو (نظام سلطه در قرن بیست و یکم)*، تهران، امیرکبیر.
- موسوی خمینی، روح‌الله، ۱۳۸۷، *تهذیب نفس و سیر و سلوک از دیدگاه امام خمینی*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
- ، ۱۳۹۸، *شرح چهل حدیث*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ع).
- موسوی، نفی، ۱۳۹۲، «تحلیل مفهوم تلقین در تربیت دینی»، *نواوری‌های آموزشی*، ش ۴۷، ص ۴۴-۶۶.
- میلتن برگر، ری‌موند، ۱۳۹۳، *شیوه‌های تغییر رفتار*، ترجمه علی‌فتحی آشتیانی، تهران، سمت.
- نریمانی، فریبا، ۱۳۹۵، «روش الگویی در تربیت اسلامی»، در: *کنگره علوم اسلامی، علوم انسانی*.
- واعظی، حسن، ۱۳۸۶، *استعمار فرانو جهانی‌سازی*، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ع).
- هیوز، مایکل و کرولین جی. کرولر، ۱۳۹۵، *مبانی جامعه‌شناسی*، ترجمه مهرداد هوشمند و غلامرضا رشیدی، تهران، سمت.