

آسیب‌شناسی اجتماعی مداحی: کالایی شدن مداحی یا تربیت دینی؟!۱

نرگس شیخعلی‌پور^۱، مهدی بذرکار^۲

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۱/۲۷ - تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۰۲)

چکیده

در جهان مدرنیته امروز، بسیاری از ارزش‌های فرهنگی، تربیتی، اخلاقی و دینی جوامع تغییر کرده و با نام متجددشدن دستخوش تحولاتی شده‌است. مداحی نیز از این تغییر، محفوظ و مصون نیست. بنابراین، شاهد تحولاتی در سبک و سیاق مداحی هستیم. مداحی به‌عنوان میراث شیعه با هدف پاسداری از ارزش‌ها و انتقال آن، یک‌روش تربیتی در جامعه است. اما امروزه، شاهد انحرافات در آن هستیم که مداحی را به کالایی مادی، که احساس لذت مخاطب در آن شرط است، تبدیل کرده و آن را از هدف اصیل خود یعنی تربیت دینی و بصیرت‌افزایی دور کرده است. پژوهش حاضر، با هدف بررسی آسیب‌های مداحی به‌شیوه کیفی - تحلیلی انجام شده و به‌مسائلی، همچون غلبه منطق بازاری بر منطق دینی، تعصب سیاسی به‌جای تربیت سیاسی، تبدیل مناسک مداحی به‌نمایش و سوء استفاده عاطفی در جهت منافع مادی در مداحی پرداخته است و با ارائه چند راهکار در این حوزه به‌پایان می‌رسد.

کلید واژه‌ها: مداحی، تقدس‌زدایی، لذت‌گرایی، نمایش.

۱. دانشجوی دکتری دانشکده فرهنگ و ارتباطات امام صادق، رشته دانش اجتماعی مسلمین، (نویسنده مسئول)؛
n26697842@gmail.com
mahdibazrkar@ut.ac.ir

۲. استادیار، استاد دانشگاه آزاد قم، دانشکده معارف اسلامی؛

بیان مسئله

مداحی و عزاداری، یکی از اصلی‌ترین نمادهای فرهنگ ایرانی - اسلامی به‌شمار می‌آید و به‌سبب علاقه مردم به مجالس روضه و مدح، مخاطب همگانی در مراسمات مداحی به‌چشم می‌خورد. مداحی را می‌توان، میراث شیعه نامید و سبب نامیدن این اسم برای آن، منتقل کردن ارزش‌ها و باورهای دینی به‌نسل‌های بعد است. تجمع نقش هنر، ادبیات، شعر، پرورش روح ایمان و فرهنگ‌سازی، در مداحی دیده می‌شود. هدف غایی مداح، پراکندن معرفت، حکمت و امید بین اقشار جامعه است؛ بنابراین یک مداح خوب، با این معیار باید سنجیده شود که تا چه اندازه توانست در مردم جامعه معرفت افزایی ایجاد کند.

بعد از انقلاب اسلامی، مداحان به‌عنوان طبقه اجتماعی واجد قدرت در نظام اجتماعی ایران، کارکردها و عملکردهایی را متناسب با جایگاه اجتماعی خود به‌نمایش می‌گذارند و اقدام به قدرت‌نمایی یا به‌تعبیری بر جامعه اثر می‌گذارند (پابرجا و مقصودی، ۱۴۰۰: ۳۱۵۰).

اما امروزه با تغییر جوامع از سنتی به‌مدرن، بسیاری از ارزش‌های فرهنگی نیز دستخوش تغییراتی شده‌اند. مداحی نیز از این تغییر مصون نمانده است و به‌بانه جذب نوجوانان و جوانان امروزی، شاهد تغییراتی در سبک مداحی و نفوذ برخی نمادهای جدید در آن هستیم. این تغییر و تحولات باعث شد، مداحی از سبک سنتی خود خارج شود. خروج از سبک سنتی و تحول در مداحی، لزوماً آسیب‌زا نیست؛ زمانی سخن از آسیب گفته می‌شود که کارکرد معرفت‌افزایی آن از بین رفته و رویکرد مادی‌گرایی بر مداحی غلبه کند. به‌عبارت دیگر، شاهد کم‌رنگ‌شدن معنویت و افزایش جلوه‌های نمایشی و ظاهری در این مجالس مدح هستیم که هدف جذب مخاطب در آن، اهمیت پیدا می‌کند. با توجه به اهمیت مداحی در حفظ و انتقال ارزش‌ها، لزوم پرداختن به آسیب‌هایی که گریبان‌گیر مجالس مذهبی و مداحی شده است، احساس می‌شود. از این‌رو این پژوهش، باهدف آسیب‌شناسی مداحی عصر مدرن انجام می‌گیرد و با ذکر پیشنهادهایی درباره اهمیت یافتن نقش تربیتی مداحی در جامعه به‌پایان می‌رسد.

ضرورت آسیب‌شناسی

آسیب‌شناسی مداحی، به‌معنای محدود کردن آن نیست، بلکه برای حفظ قداست، هنر

و اثرگذاری مثبت آن در جامعه است. اگر این آسیب‌ها بررسی و اصلاح نشوند، ممکن است به تدریج، مداحی از هدف اصلی خود (تبلیغ معارف اهل بیت علیهم‌السلام و تهذیب نفس) فاصله گیرد و به‌عاملی برای اشاعه انحرافات تبدیل شود.

مداحی به‌عنوان یک‌هنر مذهبی، باید در خدمت ترویج معارف اسلامی و اهل‌بیت علیهم‌السلام باشد. آسیب‌شناسی، به‌شناسایی انحرافات احتمالی (مانند تحریف تاریخ، بزرگ‌نمایی‌های نادرست و ترویج خرافات) کمک می‌کند تا محتوای مداحی‌ها با آموزه‌های اصیل دینی هماهنگ بماند. بنابراین، آسیب‌شناسی اجتماعی، تنها یک‌مطالعه نظری نیست؛ بلکه ابزاری برای مدیریت بحران‌ها و چالش برای ساختن جامعه‌ای پویا و توانمند است.

مبانی نظری

در این پژوهش، از چندین نظریه برای بررسی ابعاد مختلف موضوع استفاده شده است که به‌صورت خلاصه، آنها را شرح می‌دهیم:

۱. جامعه‌نمایش گیدور

مفهوم جامعه‌نمایش، برساخته فیلسوف فرانسوی گیدور است که برنظریه‌های معاصر فرهنگ و جامعه تاثیر زیادی داشته است. از نظر گیدور، نمایش «طیف وسیعی از پدیده‌های کاملاً و واقعاً مجزا را کنار هم می‌آورد و آنها را تعیین می‌کند». این مفهوم، جامعه‌ای را نمایندگی می‌کند که در آن مصرف تصاویر، کالاها و رویدادهای نمایشی سازمان‌یافته‌اند. خاصیت نمایش‌های رسانه‌ای، این است که ارزش‌های اساسی جامعه معاصر را تجسم می‌بخشند و در شیوه زندگی افراد موثرند. گیدور، نمایش را وادار ساختن فرد به دیدن جهان از طریق واسطه‌های خاص مختلف می‌داند. در پی این فرآیند، به‌طور طبیعی حس بینایی، حس برتر انسان برای دیدن جهان می‌شود، درحالی‌که در گذشته و سایر دوران، حس لامسه حس برتری انسان‌ها بود. در جامعه نمایش، منطق نمایش، افراد خنثی را به‌مصرف نمایش‌های زندگی اجتماعی دیگران از درون حریم منازلشان مجبور می‌کند.

جامعه‌نمایشی، محصولات خود را از طریق سازوکارهای فرهنگی اوقات فراغت، مصرف و خدمات و سرگرمی‌ای که دیکته تبلیغات و نوعی فرهنگ رسانه‌ای تجاری شده بر آنها حاکم است، می‌پراکند. این تغییر ساختاری در یک جامعه‌نمایش، مستلزم نوعی کالایی‌سازی بخش‌های قبلاً استعمارنشده زندگی اجتماعی و گسترش کنترل دیوان‌سالارانه (دولتی) بر قلمروهای اوقات فراغت، میل و زندگی روزمره است. در این جامعه کاملاً مدیریت‌شده، نمایش به نقطه‌ای می‌رسد که حیات و زندگی اجتماعی را کاملاً تسخیر می‌کند (گی‌دبور: ۱۹۶۷: ۶۳-۵۳).

۲. تراژدی فرهنگ

زیمل در نظریه «تراژدی فرهنگ»، تضاد بنیادین بین فرهنگ ذهنی (سوژه/افراد) و فرهنگ عینی (ابژه/ساخته‌های انسانی) را تحلیل می‌کند. او معتقد است در جامعه مدرن، فرهنگ عینی (شامل نهادها، فناوری، هنر و محصولات فرهنگی) به سرعت مستقل می‌شود و از کنترل و درک افراد فراتر می‌رود، در حالی که فرهنگ ذهنی (خلاقیت و نیازهای فردی) به همگامی با این رشد قادر نیست. این شکاف، «تراژدی فرهنگ» نامیده می‌شود. پیامد تراژدی فرهنگ، محصولات فرهنگی مستقل‌شده‌ای است که خلاقیت فردی را محدود می‌کند و جهان زیست انسان را از معنا تهی می‌سازد.

۳. فایده‌گرایی

فایده‌گرایی، یک نظریه اخلاقی نتیجه‌گراست که «درستی یا نادرستی اعمال» را براساس پیامدهای آنها ارزیابی می‌کند. بر این اساس، اخلاقی‌ترین عمل، عملی است که بیشترین سود یا کمترین ضرر را برای اکثریت افراد به همراه داشته باشد. جرمی بنتام به عنوان نماینده مکتب فایده‌گرایی، شادکامی و تلخکامی را صرفاً به عنوان محاسبه‌ای از لذات ایجابی و آلام سلبی مطرح می‌کند. یک چیز به عنوان منفعت یک فرد مطرح می‌شود تا منفعت را افزایش دهد. او طبیعت انسان را تحت دو حاکم مطلق لذت و الم می‌داند (هنری وست، ۲۰۱۰: ۴۵).

۳. سرمایه اجتماعی

از دیدگاه پاتنام، در هرگروه یا جامعه‌ای براساس عضویت افراد در انجمن‌ها و گروه‌های اجتماعی گوناگون یا میزان زمانی که افراد صرف دیدار با یکدیگر می‌کنند یا میزان مشارکت افراد در امور سیاسی اجتماعی و مانند آن، از همدلی و اعتماد بین آنها ایجاد می‌شود که می‌تواند بر وجوه دیگر زندگی آنها تاثیر مثبت بگذارد، این خود، نوعی سرمایه اجتماعی است. شاخص‌های سرمایه اجتماعی از نظر پاتنام، اعتماد، هنجارها و شبکه‌های اجتماعی است که با تسهیل کنش‌ها کارایی جامعه را افزایش می‌دهد (حقیقتیان، ۱۳۹۶: ۸۰). وی، سرمایه اجتماعی را به‌عنوان همبستگی اجتماعی دارای ویژگی‌های زیر در نظر می‌گیرد:

- مجموعه‌ای متراکم از سازمان‌ها و شبکه‌های اجتماعی محلی؛
- سطوح بالای تعهد مدنی یا مشارکت در شبکه‌های اجتماعی محلی؛
- هویت محلی قوی و مثبت و نیز احساس تجانس و برابری با اعضای اجتماع.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نظر هدف، به‌صورت کاربردی است؛ زیرا با مطالعه و بررسی متون موجود، به آسیب‌شناسی مداحی می‌پردازد تا دانش کاربردی نسبت به آن را افزایش دهد. از نظر ماهیت، به‌شیوه کیفی - تحلیلی انجام شده و جمع‌آوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای بررسی گردیده است. در پایان، برای تبیین آسیب‌ها، مدل‌سازی کیفی از آن ارائه شده است.

پیشینه تحقیق

درباره آسیب‌هایی که گریبانگیر مداحی و عزاداری شده است، مطالعات مختلفی انجام گرفته است که در ذیل به‌برخی از آنها اشاره می‌کنیم:

- اکبر طالب‌پور (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای باعنوان «تقدس‌زدایی نرم از مداحی با نوحه

پاپ» به آسیب‌هایی اشاره می‌کند که به‌جنبه موسیقی مداحی وارد شده است. این مقاله، تأثیر موسیقی پاپ به‌منزله یکی از نمادهای قدرت نرم غربی در پاپ‌نمودن نوحه و تأثیر آن را در تغییر ارزشی عزاداران بررسی می‌کند. ۲۰۰ کلیپ فارسی و ترکی، که در فاصله سال‌های ۱۳۸۲ تا ۱۳۹۲ اجرا شده، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوای کمی بررسی شدند. نتایج پژوهش نشان می‌دهند که اولاً، تقارن معناداری میان مفاهیم مرتبط با نوحه عاری از تقدس در بین نمونه‌های آماری هردو زبان وجود دارد که نشانگر فاصله‌گرفتن نوحه از متن مذهبی و تقدس‌زدایی از نوحه است. ثانیاً، همگرایی میان نوحه‌های فارسی و ترکی در زمینه تقدس‌زدایی مشاهده می‌شود.

- فاطمه پیری و علی فرزین (۱۴۰۱)، در تحقیق خود تحت عنوان «آسیب‌شناسی شعر عاشورایی از منظر مقام معظم رهبری با تکیه بر اشعار معاصر» آسیب‌هایی از جمله غلو، دروغ، اشعار سست و بدون سند، اشعار با محتوای نامناسب، استفاده از عبارات سخیف که برهم زننده اتحاد بین مسلمین است، بررسی کرده است.

- سیدمحمدحسین هاشمیان و منیره بصیرتی (۱۳۹۸)، در مقاله‌ای با نام «آسیب‌شناسی عزاداری از چشم‌انداز تحلیلی صنعت فرهنگ آدرنو و سیاست‌گذاری آن» با رویکرد روش‌شناسی تحلیلی، به توضیح تغییر سبک مداحی‌های اخیر از سنتی به پاپ پرداخته‌اند. بهار و کاهبرده (۱۳۸۸)، در مقاله خود با عنوان «تحول نقش واعظ و مداح در اجرای مناسک عاشورا» با شیوه کیفی و استفاده از تکنیک‌هایی مانند مصاحبه و مشاهده مشارکت‌آمیز، به بررسی تحول نقش دو عنصر اساسی این مناسک، یعنی

واعظ و مداحان پرداخته‌اند و داده‌های به‌دست‌آمده از آن نشان می‌دهد که در این مناسک برخلاف گذشته، مداحان به‌عنوان نماد دین‌داری عاطفی محور و واعظ به‌عنوان مرجع دینی در حاشیه قرار گرفته‌اند.

- مظاهری در کتاب رسانه شیعه، به موضوع آیین‌های سوگواری و هیئت‌های مذهبی با تأکید بر دوران پس از پیروزی انقلاب ۱۳۵۷ پرداخته است. هدف و دغدغه اصلی نویسنده در این کتاب، بررسی و تحلیل تغییرات و تطورات مناسکی -گفتمانی مجالس و آیین‌های عزاداری شیعیان ایرانی در طول تاریخ، به‌ویژه دوره معاصر و نیز فهم منطق این تغییرات

بوده است. وی پس از تعریف مفاهیم بنیادی در تحلیل آیین‌های عزاداری و هیئت‌های مذهبی، الگوهای مختلف برای گونه‌شناسی هیئت‌ها (که عبارت‌اند از «ستی»، «سیاسی دوره جنگ»، «سیاسی دوره پس از جنگ» و «عامه‌پسند (پاپ)»، به‌اضافه گونه فرعی «شبه‌هیئت»، ارائه می‌کند. در ادامه با محوریت مدلی چهارگانه از گونه‌های کلان هیئت‌های مذهبی در فصل‌های مستقل، به‌تفصیل ویژگی‌ها و مختصات هریک از گونه‌های مذکور می‌پردازد.

جایگاه مدح در اسلام

مدح در لغت‌نامه دهخدا، به‌معنای ستایش، ثنای به‌صفات جمیله، وصف به‌جمیل و توصیف به‌نیکوئی است.

ارزش مدح به‌عواملی، مانند شخصیت و کمالات محبوب و میزان معرفت محب نسبت به‌وی بستگی دارد. هرچقدر محبوب، صفات نیک و درجات معنوی در عبودیت داشته باشد، مدح و عزاداری برای او ارزشمندتر خواهد بود. از این‌رو، در قرآن کریم نیز مدح بندگان، شایسته خداوند دیده می‌شود. بنابراین، می‌توان گفت: مداحی ثمره محبت است؛ چراکه با این رفتار، دلبستگی مسلمان به‌امری بیان می‌شود. به‌همین علت است که روش همیشگی اهل بیت علیهم‌السلام، گرامی‌داشت شاعران مکتبی مانند دعبل خزاعی، کمیت‌بن زید اسدی و حسان‌بن ثابت است (رحیمی اقدم، ۱۳۹۹: ۲۶).

تأثیر مداحی بر جامعه

مداحی به‌عنوان میراث شیعه، اهمیت بسیاری در ترویج فرهنگ دارد. باید در نظر داشت مداحی و عزاداری، عنصر مقوم اسلام است. فلسفه مداحی، نوعی اعلام وابستگی به‌حق بوده که در صور مختلف تبلور یافته است. تأثیر مداحی بر جامعه در دو سطح خرد و کلان قابل بررسی است:

الف) سطح خرد

۱. تأثیر روانی

مداحی از آنجا که همراه با گریستن است، سبب نوعی تخلیه فشار روانی بر فرد

می‌شود که این موضوع آرامشی برای وی به‌ارمغان می‌آورد. از سوی دیگر برخی از اندیشمندان، ریشه دینداری را در کشش‌های درونی خود انسان جست‌وجو می‌کنند و برای دین، منشأ فطری قائل‌اند؛ برای نمونه، اریک فروم معتقد است که جان یا روح آدمی فطرتاً دارای کارکرد دینی بوده، همچنین از طریق صدها آزمون و تجربه عملی می‌توان دریافت، جان آدمی، حاوی همه آن چیزهایی بوده که در آموزه‌های دین آمده است (مورنو، ۱۳۷۶: ۹۳). مداحی و عزاداری از آنجاکه یک امر دینی است به‌فطرت انسانی باز می‌گردد و انسان در مجالس اهل بیت علیهم‌السلام به‌نوعی به‌سوی فطرت خود خوانده می‌شود. بدیهی است، امری که مطابق با فطرت انسان باشد، احساس مثبتی در او به‌وجود می‌آورد. برخی پژوهش‌ها، حاکی از آن است که شرکت در مجالس عزاداری و مداحی با افسردگی رابطه معکوس دارند. به‌عبارت دیگر، کسانی که در مراسم مذهبی شرکت کرده‌اند با کاهش نمره افسردگی مواجه شده‌اند (مرعشی، ۱۳۹۲: ۲۲۷).

۲. رشد معنوی فرد

بنابر نگاه شیعه، حضور در مجالس عزاداری و گریستن بر اهل بیت علیهم‌السلام، سبب آمرزش گناهان و معنویت می‌شود. رشد معنوی، اغلب به‌احساس عمیق‌تر قدردانی، رضایت و شادی درونی منجر شده است؛ زیرا فرد به‌جای تمرکز صرف بر مادیات، به‌دنبال معنا و ارتباط عمیق‌تر با خود دیگران و جهان می‌گردد.

ب) سطح کلان

مداحی افزون بر تاثیر بر فرد، می‌تواند در جامعه نیز اثرگذار باشد. مخاطب مداحی، هم مردم عادی کوچه و بازار هستند و هم نخبگان و اندیشمندان ایرانی - اسلامی به آن توجه دارند و در مراسم شرکت می‌کنند. بنابراین، آیین مداحی علاوه‌بر پیوند داشتن با فرهنگ نخبگان، در زمره فرهنگ روزمره نیز قرار می‌گیرد. با توجه به‌وجود مخاطب همگانی در مداحی، اهمیت آن معلوم است؛ چرا که این مزیت را دارد که در سطح وسیع اثرگذار باشد. به همین سبب، لازم است به‌چند مورد از تاثیرات مداحی بر جامعه،

به صورت محدود اشاره شود:

۱. بزرگداشت شعائر الهی

جوهری، شعائر را به معنای چیزی می‌داند که علم و نماد بوده و همانند لباس رو، معرف انسان باشد و سبب حصول معرفت شود. او هرچیز را که باعث شناخت و برافراشتن پرچم خداپرستی باشد، شعائر دین می‌نامد (جوهری: ۶۹۸). آیین مداحی با ذکر و یاد معصومان، پرچم اسلام و خدا را برافراشته و از این جهت از مصادیق شعائر و نماد اسلام است؛ چرا که شهادت امام حسین علیه السلام باعث شد اسلام از خطر نابودی نجات پیدا کند و مسلمانان به بازنگری خود بپردازند. مجالس عزاداری، به ویژه در دهه محرم پر از نمادهای اسلامی هستند. کارکرد نمادها در زندگی بشر بیشتر مشارکتی، انسجام بخشی و بیانگر پابندی و تعلق افراد یک جامعه به یک ملت و فرهنگ خاص است. دو کارکرد مهم نمادها در عرصه معماری و زیستگاه اجتماعی «بیان معنا» و «ایجاد حس هویت» است (فولادی، حسن پور، ۱۳۹۴: ۱۳۳).

۲. بالارفتن سرمایه اجتماعی

پاتنام در کتاب دموکراسی و سنت، یکی از مقبول ترین تعاریف را در نزد جامعه‌شناسان درباره مفهوم سرمایه اجتماعی بیان می‌کند. وی سرمایه اجتماعی را به عنوان اعتماد، هنجارها و شبکه‌های پیوند تعریف می‌نماید که همکاری کنشگران برای نیل به سود متقابل را تسهیل می‌کند. نتیجه این همکاری، انواع متفاوتی از کنش‌های جمعی است (وینتر، ۲۰۰۰: ۳). مداحی از این حیث که بستری برای ایجاد کنش جمعی فراهم می‌کند، در سرمایه اجتماعی اثرگذار است. مداحی در مراسم مذهبی، موجب گردهمایی مردم می‌شود. این گردهمایی، به ایجاد و تقویت روابط عاطفی و احساس تعلق مشترک کمک می‌کند. زمانی که افراد در قالب یک جمع، به مداحی گوش می‌دهند، نوعی همدلی و اشتراک ارزشی شکل می‌گیرد که سرمایه اجتماعی را افزایش می‌دهد. مداحان با خواندن مضامین مذهبی، باعث می‌شوند که افراد در یک چارچوب هویتی

مشترک قرار بگیرند و نتیجه آن، افزایش اعتماد متقابل بین مردم و همبستگی اجتماعی است. همچنین، مداحی‌ها بیشتر در قالب هیئت‌های مذهبی عمل می‌کنند و مکانی برای ارتباط مردم با یکدیگرند. این ارتباط سبب بسیج منابع در مواقع نیاز و تقویت سرمایه اجتماعی می‌شود.

۳. تقویت بنیه فکری

جامعه ما در حال حاضر در یک جنگ شناختی قرار دارد. همان‌طور که از نام آن برمی‌آید، شناخت انسان مورد حمله قرار می‌گیرد. در جنگ شناختی، هدف قراردادن قوه شناخت و تفکر عموم مردم و نخبگان جامعه با استفاده از تغییر هنجارها، باورها، نگرش‌ها و رفتار از طریق مدیریت ادراک است (عراقی و دیگران، ۱۴۰۱: ۱۴۸). وظیفه مداح در جنگ شناختی، بصیرت‌افزایی است. مداح باید در مردم جامعه دغدغه به‌وجود آورد. وقتی دغدغه ایجاد شود، انسان احساس مسئولیت می‌کند و تمام توان تفکر خود را برای حل مسئله و دفاع از عقایدش به‌کار می‌گیرد. گفتنی است که سلاح جنگ شناختی، اعتبارزدایی، قداست‌زدایی و ناامیدسازی است؛ از همین‌روست که مداح باید به‌شناسایی دشمن زمانه خویش برای مردم اهتمام داشته باشد. تثبیت ایده عقب‌ماندگی برای مردم کشورهای مسلمان با ابزار ناامیدی از سوی رسانه در جنگ شناختی انجام می‌گیرد. در مقابل نیز، مداحی رسانه‌ای است که رودررو با بخش وسیعی از جامعه ارتباط دارد و باید هدف آگاه‌سازی جامعه را از توانایی‌های خود و امیددادن به جوانان و نوجوان، برای ایجاد انگیزه به‌منظور تحرک و عمل در دستور کار خود قرار دهد. بعد از بررسی تاثیر مداحی بر جامعه، نیاز است به‌موضوع اصلی پژوهش، یعنی آسیب‌شناسی مداحی بپردازیم.

آسیب‌شناسی مداحی

چهار نوع انحراف و آسیبی که متوجه مداحی و عزاداری است در ذیل به‌بحث گذاشته می‌شود:

۱. سوء استفاده از احساسات عاطفی و مذهبی در جهت منافع مادی

هیجان را می‌توان سوبیه مملو از انرژی عمل تعریف کرد. هیجانات نه اموری پیشااجتماعی یا پیشافرہنگی؛ بلکه معانی فرهنگی و مناسبات اجتماعی‌اند که به‌طرز جدانشدنی درهم فشرده‌اند. همین فشرده‌سازی است که به‌آنها توان انرژی‌بخشی به‌کنش را می‌دهد (ایوا ایلوز، ۱۳۹۹: ۸). بنابراین هیجانات، منبعی برای ایجاد کنش در جامعه هستند. مداحی در این بین، می‌تواند از طریق برانگیختن هیجانات، مانند خشم، نفرت، غم، ترحم و... سهم عمده‌ای در کنشگری داشته باشد. جعل واقعه و تاریخ، تحت عنوان بدعت در اینجا معنا پیدا می‌کند. مداح برای تحریک احساسات و هیجانات، از اغراق‌های غیر واقعی استفاده می‌کند؛ چراکه می‌تواند با این عمل مردم را به‌شور بیاورد. این عمل، سبب وهن شیعه است؛ چراکه در حالت هیجان، افراد تابع احساس‌اند و قدرت تجزیه و تحلیل به‌کنار گذاشته می‌شود. به‌عبارت دیگر، هیجان بر فرد چیره می‌گردد. در حالی که فرهنگ مداحی، باید اهل بیت (علیهم‌السلام) را به‌همراه بیان واقعیات معرفی کند. در این نگاه، مدح نوعی رسانه است که ابزاری موثر برای تبیین دینی و اجتماعی به‌شمار می‌آید. اگر مدح، صرفاً به‌برانگیختن احساس پردازد؛ شکوفایی تعقل در آن دیده نمی‌شود و معرفت‌شناسی صورت نمی‌گیرد.

اهمیت دیگر مداحی، ایجاد همبستگی و وحدت بین مسلمانان است. وحدت و انسجام، زیربنای توسعه جامعه است. وحدت اجتماعی به‌عنوان یک‌عامل انسجام‌بخش، زمینه را برای کاهش تنش‌های گروهی فراهم می‌کند (پاتنام، ۲۰۰۰). مداحی می‌تواند با ایجاد یک‌هویت جمعی، توانایی جامعه را برای مقابله با بحران افزایش دهد. پیش شرط ایجاد وحدت، ارتباط مناسب بین فرهنگ‌های مختلف است. برقراری ارتباط به‌معنای در پراکنش گذاشتن هیجانات و تعلیق درگیری‌های هیجانی شخص در رابطه اجتماعی است (ایوا ایلوز، ۱۳۹۹: ۱۰۰). زبان مداح، این توانایی را دارد که در الگوهای ارتباط اجتماعی نفوذ کند. با این نفوذ، امکان تحریک هیجانات و احساسات فراهم می‌شود؛ به‌گونه‌ای که حتی می‌تواند با تولید انزجار، ارتباط بین مسلمانان را مخدوش کند. با توجه به این مسئله، شهادت حضرت زهرا(س) با دو رویکرد قابل بررسی است:

الف) رویکرد نخست اینکه، مداح می‌تواند با بیان شاخص‌هایی، مانند بصیرت، ولایت‌پذیری یا ظلم‌ستیزی آن حضرت(س) از طریق الگوسازی، رویکرد تربیتی اتخاذ کند. ب) رویکرد دیگر آنکه، تنها به بُعد قاتلان آن حضرت و لعن و سب آنان بپردازد. در نتیجه، انزجار تولیدشده و احساس خشم، مانع از برقراری ارتباط مناسب با دیگر مسلمانان، مانند سنی مذهب می‌شود. در نهایت امر، تضعیف وحدت مسلمان را شاهد هستیم. تحقیقات نشان می‌دهد که اختلافات مذهبی در جهان اسلام، مانع شکل‌گیری اتحادهای استراتژیک می‌شود و غرب و رژیم صهیونیستی از این تفرقه برای پیشبرد اهداف ژئوپولیتیک خود استفاده می‌کنند (مادریک، ۱۹۸۲).

بعد از بررسی اهمیت هیجانات و تاثیر آن بر افراد جامعه، لازم است که بُعد موسیقایی و آهنگ مداحی بررسی شود؛ چراکه موسیقی نیز بر هیجان اثر دارد. مداح به‌عنوان میراث شیعه سه‌جنبه دارد: ۱. مضمون و محتوا؛ ۲. صدای مداح؛ ۳. لحن موسیقی. زمانی مداحی کامل و اثرگذار است که به هر سه جنبه آن توجه شود؛ به‌همین سبب به آن «هنر مرکب» نیز گفته می‌شود. آسیمی که امروزه، گریبان‌گیر مداحی شده؛ توجه بیش از اندازه به بُعد موسیقی به‌بانه جذب مخاطب و نوجوان، ایجاد شور و ترویج سبک جدید یا حماسی است. در نتیجه تأکید بیش از حد بر این بُعد، شاهد دو اثر هستیم:

۱. کاهش عمق محتوایی متن مداحی؛

۲. تمایل به سبک پاپ و راک در برخی مداحان.

مطالعات نشان می‌دهد، موسیقی بر سه‌حیطه شناختی، هیجانی و رفتاری اثر می‌گذارد و سبب ایجاد انگیزه، درک مشترک، حس آرامش، علاقه اجتماعی و پارادوکس هیجانی می‌شود (حسینی و طاهری، ۱۴۰۲: ۱۹۸). اما موسیقی، کارکرد منفی نیز دارد. زمانی که سبک‌های خشن، مانند پاپ یا راک وارد موسیقی می‌شود، اثرات مخرب آن نیز ظاهر می‌گردد. در کتاب نیل پستمن (۱۹۸۵) با نام زندگی در عیش، مردن در خوشی بیان می‌شود که موسیقی پاپ، جامعه را به سمت تفریحات زودگذر و بی‌توجهی به مسائل عمیق سوق می‌دهد. در نتیجه، باید در نظر داشت که اگر موسیقی پاپ در مداحی ظاهر شود، فضای مداحی چیزی جز یک‌امر تفریحی در نظر گرفته نمی‌شود و امر تربیتی در آن معنایی ندارد.

به‌طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت که مداحی، ابزاری برای انتقال فرهنگ دینی است و فرهنگ‌سازی، امری تدریجی است که صرفاً با تحریک هیجان صورت نمی‌گیرد. تلفیق مداحی با سبک‌های موسیقی مانند پاپ، نتیجه‌ای جز غلبه فرم بر محتوا ندارد. مداحی‌ای مناسب است که افزون‌بر ایجاد شور در مخاطب، شعور او نیز ارتقا یابد و رشد فکری جامعه را افزایش دهد. آسیب، زمانی صورت می‌گیرد که ملاک مداحی، تنها سبک و موسیقی جذاب باشد. این نوع مداحی با تحریک هیجان و احساسات، مطابق با ذائقه مصرفی مخاطب است و حس لذت، معیار پسندیدن مدح مطرح می‌شود.

۲. تبدیل شدن مناسک مداحی به‌نمایش

نمایش، قلب غیرواقعی جامعه واقعی است؛ چراکه واقعیت زیسته‌شده را به‌طور مادی بیان می‌کند (گی‌دبور، ۱۳۹۲: ۵۶). شاید بتوان نمایش را، جعلی از حقیقت دانست. در حالت نمایش، امر مقدس معنا ندارد؛ زیرا بنا به قول دورکیم، امر مقدس، والا و متعالی بوده و در برابر امر عرفی‌ای قرار دارد که به‌زندگی روزمره و فاقد تقدس مربوط است. بنابراین نمایش، امری عرفی است که از هرگونه قداست عاری است. حال آنکه مناسک، اعمال جمعی هستند که طبق قواعد معین و در مواجهه با امور مقدس انجام می‌گیرند. این اعمال نه‌تنها بازنمایی‌گر باورهای دینی‌اند، بلکه خود تقویت‌کننده و زنده نگه‌دارنده این باورها هستند (دورکیم، ۱۴۰۲: ۵۵). در نتیجه، تقدس جزئی از مناسک است.

به‌موازات مدرن‌شدن جوامع، ممکن است مداحی سنتی به‌مداحی نمایشی تبدیل شود که سرتاسر تجلی مادیات است. در اینجا کارکرد غایی، توسعه نمایش خودمداحی است و هدف تربیتی در آن دیده نمی‌شود. مداحی نمایشی، بازسازی مادی یک‌توهم دینی است؛ زیرا عزاداران، توهم احساس دینی و معنویت را دارند و تنها تماشاگران منفعل هستند. تطبیق اجتماعی این قضیه، دسته‌بری‌هایی است که صدای طبل و سنج از صدای مداح بیشتر به‌گوش می‌رسد و حاضران در صحنه، فقط به‌تماشا مشغول‌اند و بیشتر از روی عادت و تقلید در آن فضا حضور دارند. حال آنکه، فلسفه تربیتی سینه‌زنی و دسته‌بری، تعظیم شعائر و منتقل کردن ارزش‌های دینی است. مداح باید در

دسته‌های عزاداری، سیر صعودی تعمیم‌یافته‌ای از نمودن به‌داشتن را طی کند و به‌جای نشان‌دادن، داشته‌ای معنوی و تربیتی تحویل جامعه دهد.

گاهی هدف مداحی نمایشی، توسعه خودمداحی می‌شود. مداح برای رونق‌دادن به‌مجلس خود، به‌نوجه پروری اقدام می‌کند. بدین ترتیب، مقوله کمیت وارد عزاداری می‌شود و میزان صدای گریه و تعداد مریدها اهمیت پیدا می‌کند تا به‌قولی به‌مجلس شور دهد. این‌گونه مداحی نمایشی، وحدتش برپایه ریا می‌شود؛ زیرا نوحه و گریه، برپایه اخلاص و برای اهل‌بیت علیهم‌السلام نیست. اگر مداحی به‌عنوان میراث و منسک شیعه، دغدغه‌پروری را اصل قرار دهد، شناخت عقلانی جای عمل تقلیدی را می‌گیرد و این موضوع برای جامعه دینی اهمیت دارد.

علت اینکه مناسک مداحی و عزاداری هیچ‌گاه تکراری نمی‌شود، بازتولید معنای آن به‌طور مداوم از سوی شیعیان است. این نمادها در بستر جامعه عینیت یافته و به‌عنوان ابژه دینی رویت‌پذیر هستند (کاهبرده، ۱۳۹۴: ۸). در نتیجه، حفظ و نگهداری ارزش‌های دین و نیرومندساختن جامعه شیعه برای مقابله با دشمن از طریق انتقال معنای نمادها و بازتولید آن به‌نسل‌های بعد، میسر می‌شود. اما در مداحی نمایشی، گاهی جعل نماد اتفاق می‌افتد. برگزاری حجله عروسی برای حضرت قاسم علیه‌السلام، مصداق دیگری برای این ادعاست که هیچ‌گونه سند معتبری برای آن دیده نمی‌شود. بالطبع، وقتی شناختی از فلسفه نمادها وجود نداشته باشد، هر سال، برای برگزاری این مراسمات اغراق بیشتری می‌شود. نمایش این نماد تصنعی در مداحی، روند مبتذل‌سازی را دنبال می‌کند؛ زیرا شاهد نقوش پر زرق و برق برای حجله عروسی و کل کشیدن در مجلس عزاداری هستیم. قاطعانه می‌توان گفت: مراسمات مربوط به عروسی در مجلس عزاداری اهل‌بیت علیهم‌السلام جایگاهی ندارند.

۳. تعصب سیاسی به‌جای تربیت سیاسی

دین در لغت، به‌معنای انقیاد، خضوع، پیروی، اطاعت و تسلیم است و در اصطلاح، یعنی مجموعه عقاید، اخلاق، قوانین و مقرراتی که برای اداره امور جامعه انسانی و

پرورش انسان‌ها نازل شده است (جوادی آملی، ۱۳۷۳: ۷۳). از این‌رو، تربیت سیاسی، اجتماعی، اخلاقی و اعتقادی، برنامه یک‌تربیت صحیح دینی است. تربیت سیاسی، شامل بیان ظلم‌ستیزی، عدالت‌خواهی، ولایت‌پذیری و تبیین ارتباط ائمه با سیاست است. یکی از مباحث مهم تفکر شیعه، ملازمت دین و سیاست و ضرورت تأسیس حکومت اسلامی است. با توجه به آیات و روایات، به‌نظر می‌آید سیاست در قلمرو دین قرار دارد و یک‌رابطه منطقی و ماهوی با یکدیگر دارند (ملکی، ۱۳۹۸: ۱۵۳). در نگاه شیعه، سیاست از دین جدا نیست؛ زیرا تمام امامان شیعه در مبارزه با دستگاه خلافت شهید می‌شدند و با حاکمان آن زمان به‌طرق مختلف مبارزه می‌کردند. مداحان به‌عنوان سفیران فرهنگ عاشورا و انقلاب اسلامی، باید به‌تربیت سیاسی حاضران نیز توجه کنند. اما امروزه، با مداحان سکولار در هیئت‌ها روبه‌رو هستیم که بُعد سیاسی سیره اهل‌بیت را انکار می‌کنند و صرفاً به‌بیان واقعه شهادت می‌پردازند، در حالی‌که هیچ‌گونه تحلیلی از آن صورت نمی‌گیرد. روضه و اشعار این نوع از مداحان، به‌تقویت روحیه جهاد و مقاومت نمی‌پردازد و شناسایی دشمن زمانه برای مردم در این هیئت‌ها، معنایی ندارد.

همان‌طور که مداح سکولار به‌دین آسیب می‌زند، «مداحی‌ابزاری» نیز صدمه دیگری برستون اسلام وارد می‌کند؛ زیرا ممکن است موجب تفرقه شود و انسجام اجتماعی را از بین ببرد. در «مداحی‌ابزاری»، مداحی، ابزاری برای بروز سیاسی‌بازی و جناح‌گرایی می‌شود. تعصب سیاسی، پیش‌داوری ذهنی است که سبب گمراهی انسان و مانع شناسایی حقیقت می‌شود. فرانسیس بیکن از این تعصبات، با نام «بت» یاد می‌کند. وظیفه مداح در گام اول، کنار گذاشتن بت‌های ذهنی خود و در مرحله بعد، تبیین مفاهیم سیاسی در قالب مضامین مذهبی است. اتخاذ این رویکرد باعث می‌شود تا ذهن مردم به‌مسائل سیاسی جامعه خود حساس شود و بی‌تفاوتی در برابر وقایع زمانه از بین برود.

۴. غلبه منطق بازاری بر منطق دینی

عقلانیت، ابزاری به‌عنوان مفهوم کلیدی در علوم اجتماعی، به‌طور عموم براساس معیارهای کارایی و انتخاب بر اساس هزینه و فایده است تا کارآمدترین مسیر ممکن

انتخاب شود. بروز عقلانیت ابزاری در مداحی، به معنای تسلط یافتن منطق کارآمدی سودمحوری و ابزاری شدن این پدیده فرهنگی مذهبی است؛ به گونه ای که ارزش های ذاتی آن تحت الشعاع اهداف بیرونی قرار می گیرد. آسیب شناسی مداحی رویکرد فایده گرایی را می توان از سه جهت بررسی کرد:

۱. **تبدیل مداحی به صنعت سرگرمی:** مداحی در این حالت، از یک منسک معنوی به کالایی مصرفی تبدیل می شود که مخاطب نه برای تفکر، بلکه برای لذت حسی، آن را مصرف می کند. به همین سبب، ممکن است مداحان تلاش کنند تا با ابزارهایی مخاطب را جذب کنند. رقابت مداحان بر تعداد دنبال کنندگان در فضای مجازی یا تأکید بر جذابیت های ظاهری، مانند لباس، نورپردازی و صحنه پردازی های پرهزینه، مصداقی از این نوع رویکرد است.

۲. **سودمحوری در مداحی:** زیمِل در نظریه خود با نام «تراژدی فرهنگ»، برحالی تأکید می کند که فرهنگ عینی (دستاوردهای مادی) بر فرهنگ ذهنی (فرایند معنابخشی به زندگی) چیره می شود. زمانی که جامعه مدرن تر می شود، اختلافاتی میان فرهنگ عینی و ذهنی به وجود می آید. زمانی که فرهنگ عینی بر فرهنگ ذهنی غلبه پیدا کند تراژدی فرهنگ اتفاق می افتد. مسئله تراژدی فرهنگ را در مداحی نیز شاهد هستیم. زمانی که هدف، کسب دستمزد کلان (مصداق فرهنگ عینی) برای مداح می شود، تضاد با ارزش های اخلاقی (فرهنگ ذهنی) اتفاق می افتد؛ زیرا مداح باید نماد ایثار و معنویت باشد، در حالی که این گونه مداحی، عرصه ای برای نمایش ثروت و منزلت اجتماعی می شود.

۳. **بروز پدیده ستاره سازی در مداحی:** در جامعه سنتی، احترام یافتن مداح در نزد دیگران از طریق محتوای اشعار و اخلاص وی بود. اما در عصری که شهرت در آن، موضوعی است که از سوی مرکزیت رسانه های روابط عمومی به رسمیت شناخته می شود، ماهیت تأیید و احترام به شخص مداح نیز دستخوش تغییراتی شده است (ذکایی، ۱۴۰۲: ۱۴). بنابراین، رابطه بین رسانه و مداح بیشتر می شود و ممکن است مداح درگیر نوعی «خودبرندسازی» شود. فالوئر یا دنبال کنندگان به عنوان نماد طرفدار و کسب محبوبیت به عنوان هدف، اهمیت می یابد. حتی، فن پیچ ها برای حمایت از مداحان

شکل می‌گیرد که نتیجه ظهور آن، بروز درگیری‌ها و مشاجرات در بستر فضای مجازی بین نقادان و طرفداران مداح است. جامعه اسلامی به‌جای ستاره‌سازی، به‌الگوسازی نیاز دارد؛ زیرا یکی از نیازهای فطری انسان برای تربیت، حس الگوخواهی و تقلیدپذیری است. روش الگویی از شیوه‌های عینی و کاربردی تعلیم و تربیت است. از دیدگاه روان‌شناسان، بیشترین نقش در تکوین شخصیت و تربیت، از آن الگوهاست؛ زیرا دریافت پیام از طریق الگو آسان‌تر از دریافت از طریق عامل ذهنی و آموزشی است. از سوی دیگر، عامل عینی موثرتر می‌باشد (حیدری و محمدی، ۱۳۹۰: ۲۰). بنابراین، مداح اگر به‌جای ستاره در فضای مجازی، الگو در فضای حقیقی باشد، در هویت‌سازی نوجوانان جامعه مؤثر است.

آسیب‌شناسی مداحی در یک‌نگاه

غلبه منطق بازاری بر منطق دینی	تعصب سیاسی به‌جای تربیت سیاسی	تبدیل مناسک مداحی به‌نمایش	سوءاستفاده عاطفی در جهت منافع مادی
۱. تبدیل مداحی به‌صنعت سرگرمی	۱. مداحان سکولار	۱. مداحی نمایشی	۱. بدعت و اغراق‌های غیرواقعی
۲. سودمحوری در مداحی	۲. مداحی ابزاری برای جناح‌گرایی	۲. حاضران منفعل	۲. برانگیختن احساس بدون تعقل
۳. بروز پدیده ستاره‌سازی در مداحی	۳. جعل نماد و نبود بازتولید ارزش‌های دینی	۳. جعل نماد و نبود بازتولید ارزش‌های دینی	۳. از بین بردن هویت جمعی
	۴. واردشدن مقوله کمیت به‌مداحی	۴. واردشدن مقوله کمیت به‌مداحی	۴. غلبه فرم بر محتوا

جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها

۱۰۵ مداحی بر جامعه، تاثیر زیادی دارد و از آنجا که امری دینی است، ابزاری برای تحقق امر اسلامی در جامعه به‌شمار می‌آید. زمانی آسیب وارد مداحی می‌شود که

جایگاه علت معده و علت حقیقی در آن عوض می‌گردد؛ برای نمونه نورپردازی، صدای خوش، ایجاد سبک موسیقی جدید، جذب نوجوان و فضا سازی به‌عنوان یک علت معده هستند؛ یعنی عواملی که زمینه را برای وقوع یک مداحی خوب فراهم می‌کنند. اما علت حقیقی در مداحی، حفظ و انتقال ارزش‌ها و بصیرت‌افزایی در راستای تربیت جامعه است. زمانی که هدف مداحی، تنها ظواهر باشد و عوامل معده، اصل قرار گیرند؛ مداحی از هدف غایی خود بازمی‌ماند و به‌امری نمایشی تبدیل می‌گردد که معنویت و تقدس در آن کمرنگ می‌شود. در ذیل راهکارهایی برای افزایش اثرگذاری تربیتی مداحی بر جامعه ارائه شده است:

● طراحی برنامه‌ریزی بلندمدت در مداحی متناسب با اهداف تربیتی، نه صرفاً مناسبت‌محور؛

● مداحی ویژه کودک و نوجوان با استفاده از زبان ساده، قصه‌گویی و مفاهیم تربیتی مناسب؛

● سپردن مسئولیت به نوجوانان در هیئت‌ها؛

● انطباق روایت تاریخ اهل بیت علیهم‌السلام با شرایط روز برای بصیرت‌افزایی؛

● استفاده از آیات قرآن و مفاهیم عمیق اسلامی، مانند ولایت‌پذیری، ایثار و دفاع از مظلوم؛

● برجسته‌کردن ویژگی ولایت‌پذیری اهل بیت علیهم‌السلام؛

● برگزاری کلاس‌هایی برای تربیت مداح با تأکید بر سه‌جنبه مداحی (موسیقی، صدا

و محتوا)؛

● استفاده از محتوا و اشعار پرمعنا.

منابع

- ایوا. ایلوز (۱۳۹۹)، شکل‌گیری سرمایه‌داری هیجانی، در نقد صنعت روانکاوی، مترجم روزان مظفری، انتشارات نگاه.
- پابرجا، غلامرضا و مجتبی مقصودی (۱۴۰۲)، «مداحی و سیاست‌ورزی در جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر مداحان و شاعران آئینی)»، ماهنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، دوره ۴، شماره ۴ (پیاپی ۱۶)، ص ۳۱۳۸-۳۱۶۱.

- پستمن، نیل (۱۴۰۱)، زندگی در عیش، مردن در خوشی: گفت‌مان عمومی در عصر تبلیغات، ترجمه وحید طباطبایی، انتشارات نیلوفر.
- جوهری (۱۴۰۷ق)، الصحاح، ترجمه احمد عبدالغفور، ج ۲، بیروت، انتشارات دارالعلم للملایین.
- حسینی محمدرضا و جیران طاهری چمعالی (۱۴۰۲)، «پدیدارشناسی نقش انواع موسیقی بر هیجان، شناخت و رفتار جوانان»، نشریه رویش روان‌شناسی، سال ۱۲، شماره ۱ (پیاپی ۸۲)، ص ۱۹۷-۲۰۶.
- حقیقتیان، منصور (۱۳۹۶)، آموزش و پرورش و بازتولید نابرابری، نشر افکار.
- حیدری، عبدالکریم و زهرا محمدی (۱۳۹۰)، «ضرورت وجود الگو برای زنان مسلمان»، پژوهشنامه اسلامی زنان و خانواده، سال ۴، شماره ۸، ص ۱۳-۴۲.
- دورکیم، ا (۱۳۸۳)، صوربنیادی حیات دینی، ترجمه باقرپیرهام، تهران، نشر مرکز.
- ذکایی، محمدسعید و سیمین ویسی (۱۴۰۲)، «سلبریتی‌های ایرانی: گونه‌ها، استراتژی‌ها و تعاملات»، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره ۲۴، شماره ۶۴ (پیاپی ۹۶)، ص ۳۹۷.
- رحیمی اقدم، علی (۱۳۹۹)، عزاداری و مداحی (آداب و احکام)، پژوهشکده باقرالعلوم، سازمان تبلیغات اسلامی.
- صنعتی، حسین (۱۳۹۷)، نظریه‌های جامعه‌شناسی، انتشارات احسان، تهران.
- عراقی، عبدالله؛ بیدگلی، محمد و اصغر رجبی (۱۴۰۱)، «واکاوی اهداف جنگ شناختی دشمن و راهکارهای تاب آوری مقابله با آن با تاکید بر آموزه‌های قرآن»، فصلنامه علمی مطالعات دفاع مقدس، دوره ۸، شماره ۴۱ (پیاپی ۳۲)، ص ۱۴۳-۱۶۲.
- فولادی، محمد و مریم حسن‌پور (۱۳۹۴)، «نقش نمادگرایی و نماد در زندگی بشر؛ تحلیلی جامعه‌شناختی»، فصلنامه علمی پژوهشی معرفت فرهنگی اجتماعی، سال ۶، شماره ۴ (پیاپی ۲۴)، ص ۱۳۳-۱۵۲.
- کاهبرده، نسیم (۱۳۹۴)، عاشورا، مناسک، معنا، انتشارات خیمه.
- گی‌دبور (۱۳۸۲)، جامعه نمایش: تفسیرهایی در باب جامعه نمایش، ترجمه بهروز صفدری، تهران، انتشارات آگه.
- ماکس وبر (۱۹۲۲)، اقتصاد و جامعه، ترجمه عباس منوچهری، انتشارات سمت.
- مرعشی، سیدعلی (۱۳۹۲)، «تاثیر شرکت در عزاداری‌های محرم بر وضعیت خلقی (درجه افسردگی) دانشجویان دانشگاه شهید چمران اهواز»، نشریه دستاوردهای روان‌شناختی، شماره ۱ (پیاپی ۱)، ص ۲۲۶-۲۱۳.

- ملکی، علی (۱۳۹۸)، «رابطه دین و سیاست از دیدگاه شیعه امامیه (با تأکید بر دکترین مهدویت از منظر قرآن و روایات)»، پژوهشنامه معارف قرآنی، سال ۱۰، شماره ۳۷، ص ۱۶۸-۱۴۱.
- مونو، آنتونیو (۱۳۷۶)، یونگ، خدایان و انسان مدرن. ترجمه داریوش مهرجویی، تهران، انتشارات مرکز.
- هنری. وست (۲۰۱۰)، فایده‌گرایی جان استوارت میل، ترجمه امیرحسین نقی‌پور، زنجان، انتشارات آذرکوک.
- Winter, Lan, (2000) Towards a Theorised Understanding of Family Life and Social Capital. working Paper No1. Aprail2000, Australian Institute of Family studies.
- Marvin Mudrick, (1982), The Muslims Are Coming! The Muslims Are Coming!, 35, No. 1 (Spring, 1982), pp. 130-138 (9 pages).

