

بسم الله الرحمن الرحيم

نقش رسانه های اجتماعی در ترویج و تبیین نماز در بین نسل نو

مهسا پیشداد^۱

نرگس حاتمی نیا^۲

ریحانه صفامنش^۳

چکیده

انسان در زندگی خود، نیاز به ارتباط با دیگران دارد و از این طریق نیاز های خود رو برآورده میکند. چرا که انسان ذاتا موجودی اجتماعی می باشد و نمی تواند به تنهایی خواسته های خود را برآورده کند. انسان از همان ابتدا، برای برقراری ارتباط، روش های مختلفی به کار برده تا، به وسایل مدرن امروز رسیده است. ابزارهای جمعی علاوه بر آن که ابزاری برای سرگرمی مردم اند ابزاری برای آموزش، پرورش، فکر، اندیشه، تحول و تکامل جامعه بوده و از این جهت بسیار حائز اهمیت است به همین سبب میتوانند نقش مهمی در تربیت نسل حاضر ایفا کنند. در مقاله ی پیشرو ابتدا به نقش های مثبتی که رسانه های اجتماعی در زندگی فردی و اجتماعی ما دارند اشاره شد و پس از آن چالش های موجود در فضای مجازی و راهکارهای بهبود آن مورد تحقیق و بررسی قرار گرفت. پژوهش حاضر به روش توصیفی و تحلیل محتوا و با استفاده از منابع کتابخانه ای نگاشته شده است. از جمله نتایج بدست آمده این است که: . نماز، مهمترین رکن اعتقادی دین است که بر اقامه آن تاکید شده است. رسانه های جمعی، این توانایی را دارند که با در نظر گرفتن اصول صحیح و منطقی کودکان و نوجوانان را با نماز آشنا کنند اما در این راه از هرگونه شتابزدگی در انتقال مفاهیم خودداری کنند چرا که هر نوع اقدامی در این رابطه بدون درک و شناخت نیازهای واقعی نتیجه مناسبی در بر نخواهد داشت.

کلید واژه ها : نماز، رسانه، رسانه های اجتماعی، فرهنگ نماز، نسل نو، جامعه.

^۱ - طلبه پایه دو سطح ۲ موسسه آموزش عالی الزهرا(س) دزفول pimahsa28@gmail.com

^۲ - طلبه پایه ۲ سطح ۲ موسسه آموزش عالی الزهرا(س) دزفول nargeshatamin090@gmail.com

^۳ - طلبه پایه ۲ سطح ۲ موسسه آموزش عالی الزهرا(س) دزفول reyhaneh540.com@gmail.com

مقدمه

در عصر حاضر، رسانه‌های اجتماعی به عنوان یکی از قدرتمندترین ابزارهای ارتباطی و شکل‌دهنده افکار عمومی، نقش پررنگی در زندگی روزمره افراد به ویژه نسل جوان ایفا می‌کنند. این پلتفرم‌ها با ایجاد شبکه‌های گسترده ارتباطی، امکان دسترسی سریع و آسان به اطلاعات را فراهم آورده‌اند و به همین دلیل در شکل‌گیری باورها، ارزش‌ها و رفتارهای نسل جدید تأثیر بسزایی دارند.

از سوی دیگر، دین و معنویت همواره به عنوان یکی از ابعاد مهم زندگی انسان‌ها مطرح بوده است و نماز به عنوان یکی از ارکان اصلی دین اسلام، نقشی محوری در تربیت فردی و اجتماعی ایفا می‌کند. با این حال، در دنیای پرشتاب امروز و با گسترش سبک زندگی مدرن، گرایش به انجام فرایض دینی به ویژه در میان نسل جوان با چالش‌هایی مواجه شده است. هدف از این پژوهش، بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج و تبیین نماز در بین نسل جوان و شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های موجود در این حوزه است. افراد مختلفی در این زمینه مقالات و کتاب‌هایی نوشته‌اند از جمله: در مقاله‌ی جایگاه رسانه در ترویج دین در بین عموم مردم آورده شده: یکی از راهکارهای ایجاد تعامل بین انسانها و انتقال آموزه‌ها و مفاهیم دینی به خصوص ترویج فرهنگ نماز و استفاده از پایگاه‌ها، فناوری‌ها، وسایل ارتباطی نوین و شاهره‌های اطلاعاتی همچون بستر رایانه، اینترنت، رسانه‌های دیجیتال و الکترونیکی و فضای مجازی است.

در این راستا، سوال اساسی این است که چگونه می‌توان از پتانسیل بالای رسانه‌های اجتماعی برای ترویج و تبیین اهمیت نماز در میان نسل نو بهره برد؟ آیا این ابزارهای نوین می‌توانند در ایجاد انگیزه و ترغیب جوانان به اقامه نماز مؤثر باشند؟ یا اینکه ماهیت این رسانه‌ها با ماهیت معنوی نماز در تضاد است؟

۱. مفهوم شناسی

۱-۱ اهمیت نماز در اسلام

نماز مهمترین اعمال دینی است که اگر قبول درگاه خداوند عالم شود، عبادتهای دیگر هم قبول می شود و اگر پذیرفته نشود اعمال دیگر هم قبول نمی شود. همان طور که اگر انسان شبانه روزی پنج نوبت در نهر آبی شستشو کند، چرک در بدنش نمی ماند نمازهای پنجگانه هم انسان را از گناهان پاک می کند. سزاوار است که انسان نماز را در اول وقت بخواند و کسی که نماز را پست و سبک شمارد مانند کسی است که نماز نمی خواند. پیغمبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم فرمود: کسی که نماز را سبک شمارد به خدا قسم روز قیامت در کنار حوض کوثر، با من ملاقات نخواهد کرد. (مجلسی، ۱۳۸۶، ج ۸۰، ص ۹)

۱-۲ تعریف رسانه و ارتباط جمعی و انواع آن

رسانه:

تعریف رسانه در معنای عام بر روش یا ابزار فنی یا مادی تغییر شکل پیام به علاماتی دلالت دارد که مناسب انتقال از یک مجرای معین است. در معنای محدودتر، به واسطه مادی انتقال علایم دلالت می کند. (رستمیان، ۱۴۰۲/۳/۲۰)

ارتباط جمعی:

ارتباط جمعی به فرایند انتقال پیام از فرستنده یا فرستندگان با استفاده از وسایل ارتباطی برای گروه غیر محدودی از مردم با سرعتی زیاد گفته می شود. (دادگران، ۱۳۷۴)

ویژگی نسل نو :

منظور از نسل نو در این مقاله متولدین ۱۹۹۵ الی ۲۰۱۰ یا ۱۳۷۴ تا ۱۳۹۰ می باشد. این نسل ویژگی هایی دارد که عبارت اند از:

۲. علاقه شدید به ارتباطات مجازی و رسانه‌های دیجیتال

۳. طرفداری از خلاقیت و نوآوری

۴. اظهارنظرها و احساسات شخصی به صورت آزاد (آزادی بیان)

۵. اعتقاد جدی به گفتگو و مذاکره برای بهبود وضعیت

۶. واقع‌بینی و درک واقعیت

۷. تعهد به اصول اخلاقی (رستمیان، ۱۴۰۲/۳/۲۰)

۲- نقاط قوت استفاده از رسانه های اجتماعی

هنگام نگاه کردن به جدیدترین شکل شبکه های اجتماعی، نکات مثبت زیادی وجود دارد که باید در نظر گرفت

1-2 افزایش آگاهی از فواید نماز

رسانه ها و وسایل ارتباط جمعی، در عصر حاضر تحول چشمگیری یافته اند. در میان رسانه هایی چون سینما، رادیو، تلویزیون، ماهواره و شبکه های اینترنت، تلویزیون تاثیر فراوانی بر شکل گیری افراد اجتماع دارد. از طریق تلویزیون می توان به مقاصد گوناگونی نظیر اطلاع رسانی، تعلیم و تربیت، اندیشه پردازی (فرهنگ سازی)، و افزایش آگاهی های اجتماعی نزدیک شد. هر اندازه که رسانه به بهترین شکل به کار گرفته شود، منابع و فواید آن در زمینه کمک به رشد صحیح و سالم افراد و تحول و پیشرفت جامعه به سوی کمال مطلوب بیشتر است. برنامه هایی که از رسانه ملی (تلویزیون) پخش می شود، موجب تحکیم خانواده و ترویج و انتشار مسائل دینی می شود. بسیاری مواقع افراد جامعه، اطلاعاتی در یک زمینه دارند و فواید کاری را می دانند، اما از انجام آن غفلت می کنند و یا موفق به انجام آن نمی شوند. عده ای نیز با وجود آگاهی داشتن به طور عمد اقدام نمی کنند و خلاف آن عمل می کنند. پس رسانه با چند دسته خانواده مواجه است: خانواده های بی اعتقاد به مسائل مذهبی، خانواده های غیر مذهبی که می توان با دلایل منطقی آنها را توجیه کرد، خانواده های مذهبی ناآگاه و خانواده های مذهبی توانمند و آگاه. بنابراین برنامه ها باید طوری باشند که نماز خواندن در خانواده های مذهبی را تحکیم و خانواده های ناآگاه را با دلایل منطقی توجیه کند. این امر در تلویزیون از طریق روش های مستقیم و غیر مستقیم امکان پذیر است.

روش تلقین و القا در رسانه

اصل تغییر ظاهر نیز در برنامه های تلویزیون اهمیت خاص دارد. طبق این اصل هر گاه بخواهیم تغییر و تحولی در باطن کسی پدید آوریم، باید امکان تغییر ظاهر را در او به وجود آوریم، به عبارتی اگر در ظاهر فردی تحولاتی به وجود آید، احساسات، افکار و تصمیم گیری های مطلوبی در درون او ایجاد خواهد شد. از روش هایی که ناظر به این اصل است، روش تلقین به نفس است. تلقین به صورت قولی، که از طریق به زبان آوردن قولی معین و فعلی که به آشکار ساختن عملی، تاثیر در درون فرد به وجود می آورد (باقری، خسرو نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، ۱۳۹۸، ج ۱)

هر گاه دو گونه تلقین قولی و فعلی در هم آمیزند، تاثیری دوجندان به بار می آورند. با تلقین، هیجانات و نگرش ها جذب می شوند. «تلقین در اخلاق، می تواند جذب عادات خوب شخصی و رسوم جامعه را تسهیل کند و غالباً ابزار نیرومندی در تقویت وجدان است. نماز برجسته ترین چهره این به هم آمیختگی است. نماز گزار سخنان معینی بر زبان می راند و حرکات معینی انجام می دهد که هر یک، با حالات باطنی ویژه ای تناسب دارد. در رسانه از طریق نشان دادن این تلقین قولی و فعلی و به روش مستقیم، زیبایی های نماز به نمایش گذاشته می شود و تاثیر ویژه خود را القا می کند.

روش زمینه سازی و اسوه سازی در رسانه:

اصل اصلاح موقعیت در تربیت اسلامی نیز اهمیت خاص دارد. مطابق این اصل برای زدودن پاره ای از حالات و رفتارهای نامطلوب و برای ایجاد حالات و رفتارهای مطلوب در انسان، باید محیط او را تغییر داد و به سطح مطلوبی رساند. برای اجرا کردن این اصل روش هایی مانند زمینه سازی و اسوه سازی مناسب است. (باقری ۱۳۹۸ ج ۱)

در زمینه سازی، اوضاع و بسترها به طور مناسب انتخاب و تنظیم می شوند، به طوری که هم احتمال بروز رفتارها و حالات مثبت افزایش می یابد، و هم احتمال بروز رفتارها و حالات منفی کاهش می یابد. روش اسوه سازی، از شیوه های عینی و کاربردی تربیت اسلامی است و بر جان و دل متربی می نشیند. شخصیت کودک و نوجوان از این طریق ساخته می شود. در روش اسوه سازی با ارائه الگویی خوب و نیک، نمونه رفتار و کردار مطلوب عملاً در معرض دید فرد قرار می گیرد و به گونه ای او را به پیروی از آن الگو وادار می کند، تا مطابق با آن، عمل نمونه در خود پدید آورد. استفاده از شخصیت های اجتماعی و تاریخی و ملی و مذهبی در زمینه نماز، می تواند بسیار موثر باشد. در برنامه هایی که توجه و دقت نوجوان و جوان را به سمت نماز جلب می کند، می توان زمینه مناسب را ایجاد کرد.

- را به صورت آشکار و پنهان و مستقیم و غیر مستقیم و در قالب‌های مختلف برنامه‌ای، در سطوح فردی و اجتماعی جامعه هدف عینیت بخشد:

یک - باید‌ها

1- فرهنگ‌سازی، بازتولید فرهنگ اسلامی - ایرانی، پیرایه‌زدایی، برجسته‌سازی ابعاد مهم، ترویج و احیای آرمان‌های فرهنگی فراموش شده و هدایت آنها از سطح ناخودآگاه به سطح خودآگاه حافظه ملی، حفظ و تقویت هویت اسلامی - ایرانی.

2- تلاش برای جامعه‌پذیری متناسب توده‌ها و رشد و تعالی همه‌جانبه مخاطبان از طریق پادکست، ویدئو کست، فیلم‌های کوتاه و بلند و....

3- جلب و جذب کردن هر چه بیشتر مخاطبان به عنوان متریان از طریق تولید و ارائه دادن محصولات فرهنگی متناسب با نیازها و انتظارات آنها.

4- القا و ارتقای حس امنیت، مسئولیت‌پذیری، جمع‌گرایی، هم‌بستگی، خودباوری فردی و ملی، امید به آینده، آرامش خاطر، نشاط و شادمانی، عزت و کرامت نفسانی، غرور ملی، شور انقلابی از طریق محتواهای جوان و نوجوان پسند.

دو - نبایدها

1- ترویج ندادن مدها و نمادهای فرهنگی بیگانه، جلوه‌های رفتاری فرقه‌ها و جریان‌های انحرافی و...

2- ترویج ندادن چهره‌ها، رفتارها، تکیه کلام‌ها، مثل‌ها، پوشش‌ها، آرایش‌ها، حرکات، نمادها و نشانه‌های نامتناسب با هنجارهای فرهنگ اسلامی - ایرانی.

3- تجویز نکردن قانون‌گریزی، تجمل‌گرایی، اشرافی‌گری، مصرف‌گرایی، تن‌پروری، بی‌اعتنایی، بیگانه‌گرایی، خودباختگی، بی‌کاری، بیهودگی، اباحی‌گری، لاابالی‌گری، سبک‌سری، پوچ‌گرایی، خوش‌مشریبی، ریاکاری و...

4- ارائه ندادن برنامه‌های متضمن مفاهیم و حرکات مبتذل، لوده، بی‌معنا، غیر اخلاقی، جلف و سبک، نفرت‌زا، به کارگیری ادبیات گمپنسیسم و کوچه بازاری، تکیه کلام‌های سخیف و رکیک، موسیقی‌های مشکوک و...

5- سبک نشمردن مقدسات، مقامات مذهبی، مفاخر، میراث فرهنگی و اجتماعی، آداب و سنن صحیح و الگوسازی از شخصیت‌های حقیر و بدون ویژگی‌های ارزشی مطلوب.

6- تمرکز نکردن بر صورت‌ها و قالب‌ها و غفلت از مضامین و محتوا، ارائه ندادن محصولات کم‌محتوا و ضعیف، پرهیز از زدودن حساسیت‌های بایسته و پسندیده، تحریک و تهییج بی‌مورد مخاطب، دامن زدن به اختلاف‌ها، جابه‌جا کردن اصل و فرع‌ها، مخدوش ساختن نظری و عملی خط قرمزها، استفاده از کارشناسان بدون صلاحیت علمی و شخصیتی و... (شرف الدین پاییز ۱۳۹۰)

4-4 همکاری با روحانیون و مبلغین

تبلیغ دین، هی‌چگاه محصور در مکان و زمان و ابزار خاصی نبوده، مبلغان دین اسلام از گذشته تاکنون، از هر فرصتی برای تبیین معارف اسلام بهره برده‌اند. پیش از این، منبر، یکی از موثرترین و قدیم‌ترین ابزارهای تبلیغ دین محسوب می‌شد که البته هنوز هم با وجود گسترش شبکه‌های اجتماعی، جایگاه خاصی در بین مردم دارد؛ اما با پیشرفت تکنولوژی و استقبال مردم از ابزارهای جدید رسانه‌ای و تبلیغاتی، به خصوص فضای مجازی، ضرورت بهره‌گیری از آنها در کنار سایر فعالیت‌های تبلیغی ضروری به نظر می‌رسد (ره‌آورد نور، شماره ۶۱، حسامپور، هادی). امروزه، بیشتر افراد جامعه کوشش می‌کنند تا در جریان مسائل گوناگون قرار بگیرند تا از این طریق بتوانند به طور مستقیم یا غیرمستقیم، نقش خاص خویش را در جامعه ایفا نمایند. در این میان، وسایل ارتباط جمعی جدید با هدف انتقال اطلاعات و مبادله افکار و عقاید، نقش بزرگی را در راه پیشرفت فرهنگ و تمدن بشری بر عهده گرفته‌اند. از نگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی، رسانه در عصر حاضر، مهم‌ترین ابزار جنگ بین قدرت‌ها به شمار می‌رود. ایشان در ۲۸ اردیبهشت سال ۱۳۸۳ در بازدید از سازمان صدا و سیما با اشاره به این موضوع می‌فرماید: «امروز تأثیر رسانه‌ها و تلویزیون‌ها و هنرها و این شبکه‌های عظیم اطلاع‌رسانی اینترنتی... از سلاح و از موشک و از بمب اتم بیشتر است. امروز دنیا، یک چنین دنیایی است. روزبه روز هم دارند این میدان را گسترش می‌دهند.» اما در بین رسانه‌های گوناگون، فراگیر شدن استفاده از فضای مجازی و فناوری‌های مرتبط با آن در تمامی حوزه‌های زندگی بشر، این فضا را به عرصه‌ای بسیار خطرناک و مهم تبدیل کرده است. از این رو، حضور گسترده طلاب و روحانیون، به عنوان متولیان امور دینی و فرهنگی در این فضا، با هدف روشنگری و مقابله با برنامه‌های تخریبی دشمن و ترویج معارف و مفاهیم دینی، امری ضروری می‌باشد.

وظیفه روحانیت در فضای مجازی

در ادامه، به بررسی مهم ترین وظایف روحانیت در فضای مجازی می پردازیم:

1. ضرورت پیشرفت حوزه های علمیه هماهنگ با علم و فناوری
2. استفاده از ظرفیت گسترده فضای مجازی
3. لزوم آشنایی با فضای مجازی و ابزارهای مرتبط با آن
4. حضور فعال و اثرگذار در فضای مجازی
5. بهره گیری از فضای مجازی و حقیقی در کنار یکدیگر
6. مقابله با شبهه پراکنی و پاسخ به شبهات (پایگاه اطلاع رسانی حوزه ۱۳۸۶/۲/۹)

نظرپژوهشگر برای روحانیون و مبلغین در ارتباط با نسل نو

1- طلبه ها میتوانند از یک سال قبل از سال تکلیف ، برای بچه ها موضوع نماز و روش یادگیری آن را در مدرسه توضیح دهند .

2- از فواید و ضرورت نماز خواندن برای نسل جدید استفاده کنن .

3- جشن تکلیف بچه ها را بسیار باشکوه برگزار کنن و اسم آن را (جشن بندگی) بزارن .

4- قبل از جشن تکلیف با والدین درمورد توجه به نماز فرزندانشون صحبت کنند .

5- میتوانند مسابقاتی در مورد نماز و فواید آن طراحی کنن که بچه به آنها پاسخ دهند و بعد به افراد برگزیده جایزه بدهند .

6- طلبه های عزیز میتونن سر کلاس درسی بچه ها بروند و ارکان و جزئیات نماز رو از آنها پیرسند .

7- کتاب های کوچکی میتوانند در زمینه نماز و احکام نماز به آنها هدیه بدهند .

8- از کارهای هنری و شعر قصه در زمینه نماز و نماز خواندن میتونند استفاده کنند .

نتیجه گیری:

درست است که امروزه آسیب‌های اجتماعی شکل تازه‌ای به خود گرفته و بروز و ظهوری متفاوت نسبت به قبل دارد اما بررسی این آسیب‌ها نشان می‌دهد که تمام مسائل امروز اعم از بی‌بندوباری‌ها، گسست‌های روابط خانوادگی، بحران هویت، انحرافات جنسی و... ریشه در گناه و دور شدن جامعه از تقوا و همچنین عمل نکردن یا کم‌رنگ شدن عمل به فرایض و دستورات دینی دارد و قطعاً راه برون رفت از این مشکلات بازگشت به سنت‌های الهی و سبک زندگی دینی است و در این بین نماز به دلیل تاثیراتی که بر دور کردن انسان از فحشا و منکر دارد، نقش ویژه‌تری را ایفا می‌کند. فقط با این تفاوت که ذائقه‌ی افراد و به ویژه جوانان از فضای رسانه متأثر گشته و دیگر شیوه‌های سنتی اقامه نماز پاسخگو نیست و باید به شناسایی راه‌های امروزی و متناسب با فضای جامعه اقدام کرد. پرداختن به مسائل اعتقادی به ویژه هنگامی که یک سوی قضیه، نوجوانان باشد نیازمند جزم اندیشی و دقت نظر بیشتری است. آنها با روح لطیف و پاک خود این آمادگی را دارند که هر پیامی را از سوی فرستنده اش دریافت و آن را در وجود خود نهادینه سازند در چنین حالتی اگر پیام‌ها مسموم و گمراه کننده باشد این احتمال وجود دارد که آنها راه را از بیراه تشخیص ندهند و دچار لغزش شوند. در شرائط کنونی که دین ستیزان، با بهره گیری از انواع رسانه ها، سعی در گمراه کردن افکار جامعه اسلامی دارند، لازم است که دست اندرکاران رسانه های جمعی به ویژه تلویزیون، حساسیت بیشتری به خرج داده و با تولید برنامه های مفید، نوجوانان را به بهترین شکل ممکن با ارزشها و اعتقادات دینی آشنا ساخته و شرائطی فراهم نمایند که آنها با میل و رغبت به سمت انجام فرائض دینی گرایش پیدا کنند نه اینکه اجباری برای این کار داشته باشند. نماز، مهمترین رکن اعتقادی دین مبین است که بر اقامه آن تاکید شده است. رسانه های جمعی، این توانایی را دارند که با در نظر گرفتن اصول صحیح و منطقی کودکان و نوجوانان را با نماز آشنا کنند اما در این راه از هرگونه شتابزدگی در انتقال مفاهیم خودداری کنند چرا که هر نوع اقدامی در این رابطه بدون درک و شناخت نیازهای واقعی نتیجه مناسبی در بر نخواهد داشت. ساخت و تولید برنامه های آشنایی با نماز و همچنین سایر موضوعات مرتبط با آن، باید با چنان دقت و ظرافتی انجام پذیرد که آنها با میل و رغبت به تماشای آنها گرایش پیدا کنند که در این راه نقش خانواده ها نیز غیر قابل انکار است چرا که آنان نیز می توانند پا به پای فرزند خود برنامه های مناسب را به تماشا بنشینند و با تشویق و ترغیب، زمینه علاقمندی کودکان را به تماشای برنامه های تولیدی خاص خودشان را فراهم سازند. نکته ی آخر اینکه، تلویزیون رسانه ای است که می تواند با

آگاهی و درایت، نقش مفید و ارزشمندی در آشنایی کودکان و نوجوانان با فریضه نماز داشته باشد به شرطی که همه اصول مربوط به روان شناسی آنها از سوی تولید کنندگان برنامه های تلویزیونی مورد توجه قرار گیرد.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم
۲. الکساندر، بابیسی، مترجم: آریایی نیا، مسعود، تلویزیون دینی، مناسک حیران گر در نمایش بزرگتر اجتماعی، تهران، سروش، ۱۳۸۵
۳. باقری، خسرو، نگاهی دوباره به تربیت اسلامی، ج ۱، تهران: مدرسه، چ ۴۴، ۱۳۹۸
۴. بهشتی، محمد و همکاران، آرای دانشمندان مسلمان در تعلیم و تربیت و مبانی آن، ج ۴، تهران: سمت، چ ۴، ۱۳۹۸
۵. خبر آنلین، خبرگزاری تحلیلی ایران، ۱۴/۸/۱۴۰۱، منبع شرق
۶. پایگاه اینترنتی جمعیت همیاران سلامت روان اجتماعی ایران
۷. پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۹/۲/۱۳۹۶
۸. دادگران، سید محمد، مبانی ارتباط جمعی، فیروزه، ۱۴۰۲، نشریه مجازی
۹. سایت پایداری ملی، پروین صفایی، ۱۳۹۲
۱۰. سایت ایوسی، وحید اکبری، ۱۴/۵/۱۴۰۳
۱۱. سایت میلنگ، پایگاه خبری روانشناسی و بهداشت روان، یاسین نجفی زادگان، ۲۱/۴/۱۴۰۲
۱۲. سایت موسسه فرهنگی آموزشی امام حسین (ع)، محمد نجاتی نسب، ۱۳۹۸
۱۳. سایت ایسنا، سید محمود میر فیضی، ۳۱/۵/۱۳۹۸
۱۴. سایت قنوت، هادی عجمی، ۱۴۰۳/۶/۲۰
۱۵. فصلنامه ره آورد نور، هادی حسامپور، ۲۹/۱۲/۱۳۹۶
۱۶. مجلسی، محمد باقر، مترجم: بهبودی، محمد باقر، بحار الانوار، ج ۸۰، ۷۷ تهران: اسلامیه، چ ۴، ۱۳۸۶
۱۷. نشریه دین و رسانه _ سید حسین شرف الدین، پاییز ۱۳۹۰
۱۸. وبلاگ آخرین اخبار، حجت الاسلام والمسلمین سید جواد بهشتی، ۳۱/۵/۱۴۰۱