

تأثیر رسانه بر تربیت اعتقادی فرزندان با رویکرد تفاوت نسلی

سعیده انساندوست¹

چکیده

تربیت اعتقادی، که سنگ بنای نظام معرفتی اسلام است، امروزه با چالش روبرو شده است. رسانه‌های مدرن، با شیوه‌های بصری، روایت‌های جذاب و حامل پارادایم‌های فکری مسلط جهانی، به عاملی محوری در شکل‌دهی به ارزش‌ها و سبک زندگی نسل جوان تبدیل شده و با اصول اعتقادی خانواده اسلامی در تضادند؛ که سبب تشدید شکاف بین‌نسلی در تثبیت اعتقادات شده‌اند. پژوهش حاضر، با روش توصیفی و استناد به منابع کتابخانه‌ای، به کاوش در رابطه تأثیرگذار منفی میان نفوذ رسانه‌ای و سلامت تربیت اعتقادی فرزندان پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رسانه، در سطوح مختلف هستی‌شناسی و معاد پذیری فرد تأثیر می‌گذارد؛ اولویت‌بخشی افراطی به جهان مادی و سراب‌های لذت‌جویانه، فرد را دچار چالش هویتی می‌کند. و حاکمیت یافتن نفس اماره و امیال آنی، فرد را از مسیر معنویت حقیقی منحرف کرده و به پذیرش باورهای انحرافی و سطحی سوق می‌دهد. این روند در نهایت، به تخریب تدریجی اعتقادات منجر می‌شود.

کلیدواژه: تربیت اعتقادی، تفاوت نسلی، رسانه، فرزندان.

¹ سطح 2 (کارشناسی)، مدرسه علمیه فاطمه الزهرا سلام الله علیها قائمشهر.

تربیت اعتقادی به معنای آموزش عقاید و شکل دهی باورها و ایجاد گرایش‌ها و بینش‌ها است. تربیت از حقوق فرزندان است، چرا که خداوند در آیه ۶ سوره تحریم، همه را به حفظ خود و خانواده خود از آتش جهنم امر کرده است. و این صیانت جز با ایجاد زمینه لازم برای تربیت، به ویژه تربیت اعتقادی حاصل نمی‌گردد.^۱ در گذشته‌ها گاهی دهه‌ها می‌گذشت، و رقیب جدیدی وارد فضای تربیت نمی‌شد، اما امروزه فن آوری با سرعت بسیارش موجب شده دائماً رقبای جدید به زندگی‌ها وارد شوند. یکی از خطرناک‌ترین رقبای رسانه است.^۲ رسانه از طرق مختلف در تربیت تاثیر می‌گذارد، یکی از آنها تفاوت نسلی است. تفاوت نسلی یعنی دو یا سه نسل پیاپی از نظر عاطفی، ارزشی، گرایشی، تجربی، هنجاری و فرهنگی تدریجاً از هم دور شوند.^۳ امروزه به دلیل رشد سریع رسانه‌ها و سرعت انتقال اطلاعات، خانواده‌ها قادر به انتقال ارزش‌ها و فرهنگ خود به نسل جدید و حفظ آنها در چارچوب اصول اعتقادی خود نیستند. در نتیجه سبب بروز ناسازگاری‌های زیادی در خانواده‌ها شده است. در نتیجه سبب بروز ناسازگاری‌های زیادی در خانواده‌ها شده است. لذا با توجه به اهمیت این موضوع که وابستگی مستقیم به دست‌یابی به هدف آفرینش یعنی بندگی دارد، مقاله حاضر در صدد پاسخ به این سوال است که رسانه چه تاثیری در تربیت فرزند با ایجاد تفاوت نسلی دارد؟

در مورد موضوع مورد بررسی کتاب‌ها و مقالات زیادی وجود دارند از جمله: محسن عباسی ولدی در کتاب "من دیگر ما"، جلد ۵، ۶ و ۷، "نقش تلویزیون و بازی‌های رایانه‌ای در تربیت فرزند" بدین نتیجه می‌رسد که رسانه با نفوذ گسترده‌ای که امروزه در خانواده‌ها دارد، سبب ایجاد اختلال در تربیت فرزندان شده است و باورها و گرایش‌های اعتقادی و دینی آن‌ها را دستخوش تغییر کرده است. و نظام رحمانی در مقاله "بررسی نقش رسانه و دینداری در تفاوت‌های بین‌نسلی ارزش‌ها و نگرش‌های ازدواج و تشکیل خانواده (مورد مطالعه: شهر سروآباد)" نتیجه گرفته است که بر نگرش‌های مربوط به ازدواج و تشکیل خانواده، در نسل پسران، رسانه‌ها، و در نسل پدران، عامل دینداری تاثیرگذار بوده است. زیرا نسل پدران چندان تحت تاثیر رسانه قرار نگرفته‌اند. همچنین محمد بندانی در مقاله "تاثیر رسانه بر تربیت کودک" به این نتیجه می‌رسد که که گسترش فضای مجازی منجر به کاهش نقش خانواده به عنوان مرجع، شکاف نسلی به دلیل رشد فناوری و... شده است. با توجه به تحقیقات انجام گرفته؛ بررسی در زمینه تاثیرات منفی رسانه بر تربیت اعتقادی فرزند با رویکرد تفاوت نسلی به صورت مجزا انجام نگرفته است. لذا پژوهش حاضر در صدد پاسخ به این پرسش است که رسانه با توجه به تفاوت نسلی چه تاثیری بر تربیت اعتقادی فرزند

^۱ محمدی پناه، آقایی بجستانی، کهنساری؛ بایسته‌های تربیت اعتقادی فرزند از منظر فقه تربیتی، ص ۲۰۴-۲۰۳.

^۲ عباسی ولدی، من دیگر ما، ج ۱، ص ۳۹.

^۳ موسوی میرکلانی، خانواده، شکاف نسلی و رسانه‌ها، ص ۵۵.

می‌گذارد؟ و برای پاسخ به پرسش یادشده این موارد را بررسی می‌کند: روح انسان در جهان مادی تسخیر شده، هویت دچار چالش شده، انسان دچار خود محوری شده، اسیر بند هوس‌ها شده و در سراب‌های رنگین معنویت سردرگم می‌شود.

1- تسخیر روح در جهان مادی

یکی از تاثیراتی که رسانه با توجه به تفاوت نسلی بر تربیت اعتقادی فرزند می‌گذارد، این است که روح انسان توسط جهان مادی به تسخیر در می‌آید و در واقع انسان به دنیاگرایی روی می‌آورد و همه چیز را در دنیا خلاصه می‌کند.

ریشه دنیا "دنی" است و معنای آن پستی و نزدیک بودن است.¹ هر چیزی که سبب باز داشتن انسان از خدا می‌شود، دنیای مذموم است، چه مال دولتمند باشد، چه علم دانشمند، چه کار باشد، چه معاشرت افسار مبتلا به دنیا به دست آن بازیچه می‌افتد و تا او را فرسوده و نابود نکند، دست بر نمی‌دارد. در نتیجه اهل دنیا توفیق تزکیه نفس و سیر الی الله ندارند، و به کمال خود نخواهند رسید.²

عوامل متعددی سبب می‌شود انسان اسیر حب دنیا شود، مثل عوامل محیطی، زیستی، اجتماعی و از مهمترین این عوامل که تاثیر بسیار زیادی در جامعه امروزی و نقش اساسی و تعیین کننده دارد، رسانه است. در گذشته تغییرات بسیار آرام و کند بود، در نتیجه ارزش‌ها و هنجارها، گرایش‌ها و رفتار نسل‌ها تفاوت در خور توجهی نداشت، و همه به نسل جوان‌تر آموزش داده می‌شد. و به دلیل کندی مسبب‌ها، انسان یا دلبسته دنیا نمی‌شد یا زمان بیشتری طول می‌کشید که دلبسته و اسیر آن شود. اما امروزه با وجود رسانه‌ها و رشد سریع آنها و سرعت انتقال اطلاعات، روند تغییرات بسیار سرعت بیشتری گرفته، و در نتیجه نظام‌های ارزشی رفتاری متفاوتی به وجود آمده است. رسانه دانش، ارزش‌ها، گرایش‌ها و رفتارهای نسل خود را آنچنان تغییر می‌دهد که حتی بسیاری از مواقع با نسل قبل، در تضاد است، و این عوامل سبب ناسازگاری روانی، اجتماعی، اخلاقی بین نسل دیروز و نسل امروز شده است. چرا که نسل قدیم نمی‌تواند ارزش‌ها، هنجارها و فرهنگ خود را به نسل جدید منتقل کند، و یا در او درونی کند، تا نسل حاضر به دلیل غلبه احساسات و محدودیت تجربه ای که دارد، کمتر از تغییرات اثر بگیرد و اسیر حب دنیا نشود. در نتیجه نسل جوان معیارهای خود را از قهرمانان و تاثیرگذارانی که رسانه برای آنها ساخته است، می‌گیرند، و باورها و گرایش‌های خود را شکل می‌دهند. و دیگر خانواده و بزرگان دینی را به عنوان مرجعی برای تعیین رفتارهای خود در نظر نمی‌گیرند. زیرا الگوهایی که رسانه برای مخاطبان خود می‌سازد، بسیار جذاب‌تر و خلاقانه‌تر پیام‌های خود را منتقل می‌کنند.³ به عنوان مثال فضای مجازی به ویژه اینستاگرام پر شده است از سلبریتی‌ها و بلاگرهایی که

¹ احمدزاده، دنیاگرایی؛ آسیبی فرهنگی از منظر قرآن، ص ۶۳.

² جواد آملی، مراحل اخلاق در قرآن، ج ۱۱، ص ۱۲۳-۱۲۱.

³ میرسارود، تاثیر رسانه‌ها در ایجاد تفاوت بین نسل‌ها، ص ۶۴-۶۱ و ۶۷.

کل روز مشغول جلوه دادن داشته‌ها و امکانات خود و فخر فروشی هستند.¹ تبلیغات فراوان تلویزیونی و انواع برنامه‌های رسانه‌ای، احساس نیاز به کالاهایی که اصلاً مورد نیاز یک فرد نیست را در انسان به وجود می‌آورند. بچه‌ها خوراک و انواع کالاهای لوکس را در آنها می‌بینند و تقاضا دارند که والدین همان‌ها را برایشان تهیه کنند و در بزرگسالی نیز به این روش ادامه می‌دهند. و سبب می‌شود که آنها پر توقع بار بیایند و صبر در تحقق طلب از آنها گرفته شود. و البته همین امر سبب اختلافشان با پدر و مادر می‌شود، و با تهیه نکردن اقلام مورد نیاز آنها توسط والدین، آنها را نامهربان می‌بینند و به دنبال پدر و مادری مهربان هستند. و به این می‌اندیشند که خداوند ناعادل است، که چرا به من پدر و مادر خوب تر نداد، مثل والدین دوستم. و چرا دیگران چیزهایی دارند که من ندارم.² این‌ها مخاطب را به تجمّل طلبی و مصرف‌گرایی سوق می‌دهد که در گذشته وجود نداشته، یا کمتر اهمیت داشته و سبب افزایش حب دنیا در نسل جدید می‌شود. یا اینکه این الگوها در حال ترویج راه‌های آسان و سریع برای رسیدن به ثروت هستند: در خانه بمان و ثروتمند شو، فقط با چند کلیک، مثل بازی "همستر". که راحت طلبی را برای نسل رسانه به ارمغان می‌آورد و می‌خواهند یک شبه ره صد ساله روند.

افرادی که سرگرم رسانه هستند، شادی‌های سطحی و زودگذر و لذت‌های آنی برایشان اولویت می‌یابد. چرا که دستیابی به شادی‌های سطحی بسیار آسان‌تر است؛ تماشای یک فیلم طنز، بردن در بازی.... اما شادی‌های ماندگار به تلاش نیاز دارند؛ زندگی صبورانه با یک همسر بد اخلاق، گذشتن از چیزهایی که دوستشان داریم.... در نتیجه این لذت‌ها سبب از بین بردن انگیزه برای رفتن به سوی شادی‌های عمیق می‌شود. زیرا مثل مخدر عمل می‌کند و موجب می‌شود انسان به شادی‌های عمیق توجه نکند.³ رسانه از این طریق سبب می‌شود فرزندان فاصله بسیار بیشتری با والدین خود پیدا کنند، در نتیجه از دیدگاه متفاوتی به زندگی می‌نگرند و طبق باورهای خود آن را تفسیر می‌کنند. نسل گذشته خود را دانا و با تجربه می‌داند و نسل امروز می‌خواهد با پیشرفت‌های روز یکی شود، در نتیجه بین آنها تعارض به وجود می‌آید.⁴ و چون نسل جدید بیشتر تحت تاثیر رسانه‌های دیجیتال است، بیشتر به این نوع شادی‌ها روی می‌آورد و برایش عادت می‌شود. و این لذات آنی دلبستگی به دنیای فانی را در آنها تشدید می‌کند. به عنوان مثال فرد مشغول یک بازی رایانه‌ای می‌شود، و چون فقط این بازی‌ها شادی سطحی ایجاد می‌کنند، ممکن است زود از آن خسته شود، اینجاست که رسانه، بازی‌های رایانه‌ای فراوان و جدید را بی‌وقفه تولید می‌کند تا همیشه این فرد مشغول

¹ بابایی، جولان سلبریتی‌ها در فضای مجازی و راه‌های کاهش تأثیرات منفی بر روی نسل جوان.

² عباسی ولدی، من دیگر ما، ج ۵، ص ۲۱۱.

³ همان، ج ۶، ص ۸۹-۸۱.

⁴ حضرتی صومعه، رحیمی؛ بررسی جامعه شناختی رابطه رسانه‌های جدید و شکاف بین نسلی در بین جوانان ۲۰-۲۸ ساله و والدین‌شان، ص ۳.

این شادی‌های سطحی بماند. در نتیجه فرد این شادی زودگذر را که آسان به دست می‌آید، ترجیح می‌دهد به شادی عمیق که در دسر دارد.¹

خداوند در قرآن می‌فرماید: "و گفتند: جز این زندگی دنیوی ما هیچ نیست و ما دیگر بار زنده نخواهیم شد و نمی‌میراند ما را جز دست روزگار." ² یعنی انسان تصور می‌کند فقط دنیاست که وجود دارد و همه چیز مادی است و ماورای ماده را انکار می‌کند.³ در بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای خدا وجود ندارد. در برخی هم که خدا وجود دارد، کاملاً متفاوت با چیزی است که در اسلام از خدا گفته شده. یعنی با ارزش‌های نسل گذشته متفاوت است. قرآن می‌فرماید: "هیچ چیزی همانند او نیست." ⁴ "خدا هرگز فرزندی برای خود برنگزید، و هیچ معبودی با او نیست." ⁵ "چشم‌ها او را نمی‌بینند، ولی او چشم‌ها را می‌بیند." ⁶ اما تصویر خدا در این بازی‌ها، صفات خدایی ندارد یا به صورت مادی نشان داده می‌شود. مثلاً در بازی "سیاه و سفید" خدا در قالب یک دست بزرگ ظاهر می‌شود، و می‌شود او را فریب داد، و حیوانات پیامبران او هستند.... کودکی که این بازی‌ها را انجام می‌دهد، چطور می‌خواهد خدایی با این اوصاف را معبود خود قرار دهد و او را عبادت کند؟ چگونه پیامبران را قبول کند، و به دنبال آن امامان را بپذیرد؟ چگونه بپذیرد چنین خدایی عادل است؟ و این‌ها از عوامل مادیگری در نسل آینده خواهند بود.⁷ همانگونه که شهید مطهری یکی از دلایل گرایش به مادیگری را معرفی چهره غیر واقعی از خدا می‌داند. به طوری که کودکان به خدایی ایمان می‌آورند که شبیه انسان است. و وقتی وارد محیط علمی می‌شوند، این مفهوم از خدا را با منطق و مفاهیم علمی سازگار نمی‌بینند، و در نتیجه به کلی خدا را از فکر حذف می‌کنند، و ماوراء الطبیعه را از اساس انکار می‌کنند.⁸ که به انکار همه اصول اعتقادی منجر می‌شود.

همچنین نظریات دیگری نیز وجود دارند که توحید را زیر سوال می‌برند: مثل تصور اینکه کائنات منشأ همه چیز در دنیا است. به عبارتی در اندیشه کسانی که این نظریه را قبول دارند، فرد می‌تواند به کمک نیروی کائنات (عناصر و موجودات این جهان، زمین و زمان، جهان هستی)، به هر چیزی که می‌خواهد برسد! سایت‌ها و ویدیوهای زیادی در این باره وجود دارد که به تبلیغ این نوع نظریه‌ها می‌پردازند: royalmind.ir ، mindino.ir ، drways.com در نتیجه شکاف نسلی ایجاد شده و نسل رسانه‌ای هم به دلیل تجربه کم و جذابیت‌های این الگوها، از آنها تبعیت کرده و ارزش‌های خود را مطابق با این نوع عقیده

¹ عباسی ولدی، من دیگر ما، ج ۶، ص ۸۹-۸۱.

² انعام: ۲۹.

³ مطهری، علل گرایش به مادیگری، ص ۴۹.

⁴ شورا: ۱۱.

⁵ مومنون: ۹۱.

⁶ انعام: ۱۰۳.

⁷ عباسی ولدی، من دیگر ما، ج ۶، ص ۱۸۵-۱۸۲.

⁸ مطهری، علل گرایش به مادیگری، ص ۵۸-۵۶.

و ... برخی همچون راثیلیان و کلیسای شیطان، عقایدی ضددینی و انسانی دارند و با انکار دین یا دعوت پیروان خود به استفاده از مواد مخدر، مشروبات الکلی، موسیقی‌های مخرب و خوردن خون به تجربه‌های ناشناخته‌ای کشیده می‌شوند که همگی افکار و اعمال غیرانسانی مثل: خشونت، انتقام، لذت‌جویی، بی‌بندوباری، ناسازگاری و ... را ترویج می‌کنند.» اما همه این لذت‌ها موقتی و گذرا بوده و بیش از پیش به مشکلات روحی روانی افراد اضافه کرده است.¹

امروزه شیطان پرستی، واضح‌ترین شیوه مبارزه با توحید، به شدت توسط رسانه‌ها در حال ترویج است. مثل استفاده از نمادهای شیطان پرستی در بازی‌های مختلف. برخی بازی‌ها شیطان را نجات دهنده انسان و خدا را دشمن انسان معرفی می‌کنند.² در برخی دیگر خدا به علت نقص قدرت تشخیص با شیطان مشورت می‌کند. و شیطان واسطه میان خدا و پیامبر می‌شود.³

در اسلام با سحر به شدت برخورد شده است، اما رسانه‌ها با قدرت زیاد، گرایش به سحر و جادو را به عنوان یک ضرورت در زندگی ترویج می‌کنند و نهادهای سنتی نتوانسته‌اند در برابر این قدرت رسانه‌ها مقاومت کنند و همین امر به گسترش شکاف نسلی دامن زده است. در بسیاری از بازی‌های رایانه‌ای و فیلم‌ها از جادو استفاده می‌شود. آنها راه غلبه بر مشکلات را ارتباط با شیاطین با استفاده از جادو معرفی می‌کنند.⁴

نسل سنتی تفکرگرا و نسل جدید به دلیل رسانه تخیل‌گرا هستند. و این سبب اختلاف آنها در گرایش‌ها و باورها شده است. اندازه طبیعی تخیل مفید است، مثل قوه خشم یا قوای دیگر بدن. اما رسانه‌ها سبب تشدید تخیل در افراد شده‌اند، و آن را به افراط رسانده‌اند. فیلم‌ها و انیمیشن‌ها و بازی‌های تخیلی فرزندان را از عالم واقع دور کرده‌اند. فرد خیال پرداز واقعیت‌ها را نمی‌بیند و برای خود واقعیت‌های خیالی می‌سازد. و به عالم هپروت می‌رود و مدیریت ذهنش را به دست خیال می‌سپارد.⁵ انسان تخیل‌گرا و پندارگرا در خیال خام خود غرق‌اند و از مغز تهی و دلهایشان نیز تهی است، چون پندار محض در دلشان جا یافته، و پندار باطل است. این افراد تخیل می‌کنند که خدا آنها را نمی‌بیند و هر کاری بخواهند می‌توانند انجام دهند، یا اینکه می‌بیند ولی قادر نیست که جلوی آنها را بگیرد یا رجاء افراطی و انتظار آرزومندانه خام دارند و می‌پندارند با تمام گناهانشان خدا آنها را خواهد بخشید! و در نتیجه در تخیل و آرزوهای واهی و رنگین خود سردرگم می‌مانند.⁶

¹ سیدفاطمی، چیستی معنویت اسلامی با رویکردی انتقادی به مفهوم معنویت در جنبش‌های نوپدید معناگرا.

² عباسی ولدی، من دیگر ما، ج ۷، ص ۱۷۷-۱۷۰.

³ همان، ج ۶، ص ۲۳۹.

⁴ همان، ج ۷، ص ۱۸۲-۱۷۸.

⁵ همان، ج ۵، ص ۱۷۳-۱۵۸.

⁶ جوادی آملی، مراحل اخلاق در قرآن، ج ۱۱، ص ۵۸-۵۷ و ۳۰۴.

بنابر این رسانه از طریق تفاوت نسلی که به وجود می‌آورد، سبب می‌شود نسل جدید دچار سردرگمی در معنویت شوند. آنها دین را وارونه و معنویت دینی را تهی از ارزش جلوه می‌دهند، و به جای آن عرفان‌ها و معنویت‌های کاذب را با ارزش معرفی می‌کنند. در نتیجه انسان نیازی برای تبعیت از چنین دینی نمی‌بیند و توحید و به دنبال آن نبوت و امامت و معاد زیر سوال می‌رود. و به جای خدا پرستی، شیطان پرستی و شرک را ترویج می‌دهند و راه عبودیت شیطان را از طریق سحر و جادو و تخیل هموار می‌کنند.

نتیجه گیری

مقاله حاضر به این نتیجه رسیده است که رسانه به دلیل سرعت زیاد، بمباران اطلاعات، الگودهی نامناسب... سبب ایجاد تفاوت نسلی می‌شود که این تفاوت نسلی باعث تنش‌ها و ناسازگاری‌های زیادی در خانواده‌ها می‌شود و سبب ظهور برخی رفتارها و گرایش‌ها در نسل جدید می‌شود که بر تربیت اعتقادی آنها تاثیر چشمگیری می‌گذارد: سبب می‌شود که روح انسان در جهان مادی تسخیر و اسیر شود و انسان به دنیاگرایی روی آورد؛ زیرا تفاوت نسلی ایجاد شده توسط رسانه سبب شد که خانواده‌ها به دلیل فاصله عاطفی، عملکرد قوی و جذاب رسانه... نتوانند ارزش‌های عمیق خود در مورد دنیای ممدوح و مذموم را در نسل جوان درونی کنند و آنها پذیرش ارزش‌های رسانه‌ای را بر عقیده خانواده ترجیح دادند. سبب ایجاد سردرگمی و بی‌معنایی هویتی می‌شود؛ چرا که داده‌ها و گفت‌وگوها و اطلاعات متناقض رسانه‌ای و اجتماعات مجازی، شکل‌گیری یک هویت ثابت و یگانه را مختل می‌کنند. هویت ساخته شده توسط رسانه هویتی است که مدام در حال تغییر است و ناپایدار، و فرد دچار سرگشتگی و پوچ انگاری می‌شود. از طرفی فرد به خود محوری و هوس‌مداری روی می‌آورد؛ به عبارتی رسانه‌ها از طریق تبلیغات، سریال‌ها، چالش‌های فضای مجازی، حجم گسترده‌ای از تصاویر و محتواهای تحریک‌کننده از جمله: پورنوگرافی، تبلیغ سبک زندگی لذت‌گرا...، الگوهای جدید به مخاطب داده و فردگرایی، خودمحوری و هوس‌مداری را گسترش می‌دهند و سبب از بین رفتن انسجام و همگرایی خانواده می‌شود. و همچنین سبب می‌شود که فرد معنویت حقیقی را درک نکرده و غرق سراب‌های معنویت دروغین شود؛ چرا که رسانه به جای معنویت حقیقی، جریان‌های معنویت گرای جدید و عرفان‌های کاذب را برای نسل خود تعریف می‌کند. بنابر این به دلیل جذابیت‌ها و تنوع و گوناگونی محتوای رسانه‌ای و عدم توانایی نسل قدیم در درونی کردن معنویت حقیقی در نسل جدید، این نسل به آنها روی می‌آورد. در نتیجه این پنج عامل هر کدام به صورتی سبب انکار اصول اعتقادات می‌شوند. بعضی معاد را انکار می‌کنند؛ چون آخرت را به فراموشی سپرده و زندگیشان دچار پوچی و بی‌معنایی شده. بعضی عدالت خداوند را انکار می‌کنند؛ زیرا گمان می‌کنند خدا باید به همه امکانات و شرایط یکسان می‌داد. البته همه آنها به انکار توحید می‌انجامد؛ چون محبت غیر، خودبسندگی به خود، برده نفس خود یا دیگران شدن و گرایش به پرستش موجودات دیگر، نفی توحید و بندگی خداست، و به دنبال آن نبوت و امامت انکار خواهند

شد؛ چرا که کسی که از خداوند تبعیت نکند، بالطبع از فرستادگان و اولیاء او هم تبعیت نخواهد کرد و آنها را نفی می‌کند.

منابع

قرآن کریم، انصاریان، حسین.

1. احمدزاده، سید مصطفی، "دنیارایی؛ آسیبی فرهنگی از منظر قرآن"، قرآن و مهندسی فرهنگی، شماره ۵۴-۵۵، ۱۳۸۷ ه.ش، صص 56-58.

2. اکبری، محمود، "خود و ناخود، خودمحوری"، پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۳۹۷ ه.ش (۹ تیر)، مشاهده شده در ۲۲ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzah.net.

3. بابایی، زینب، "جولان سلبریتی‌ها در فضای مجازی و راه‌های کاهش تأثیرات منفی بر روی نسل جوان"، خبرگزاری رسمی حوزه، ۱۳۹۹ ه.ش (۴ آبان)، مشاهده شده در ۲۰ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzahnews.com.

. پناهی، سعید، "نقش رسانه‌ها در انتقال ارزش‌ها و شکاف نسلی"، پژوهشکده باقرالعلوم، ۱۳۸۳ ه.ش، صص 20-35.

5. ترجمان، چرا آدم‌های خوب در شبکه‌های اجتماعی تحمل‌ناپذیر می‌شوند؟، بی‌جا: بی‌نا، ۲۰۲۲ م.

6. تیلور، چارلز، سرچشمه‌های خود: افشین خاکباز، تهران: نشر نی، ۲۰۰۷ م.

7. جوادی آملی، عبدالله، مراحل اخلاق در قرآن، ج ۱۱، قم: مرکز نشر اسراء، چاپ یازدهم، ۱۳۹۰ ه.ش.

8. حاجی آقا زاده، وحید، آشنایی با عرفان‌های نوظهور (درسواره انتقادی)، قم: موسسه آموزش عالی حوزوی خاتم النبیین (ص)، چاپ اول، ۱۴۰۰ ه.ش.

9. حسینیان چشمه، عفت السادات، "الگوهای ضد فرهنگی در رسانه"، پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۴۰۱ ه.ش (۹ بهمن)، مشاهده شده در ۲۱ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzah.net.

10. حسینی دشتی، سیدمصطفی، معارف و معاریف؛ قم: صدر، چاپ دوم، ۱۳۷۶ ه.ش.

11. حضرتی صومعه، زهرا؛ رحیمی، محمد؛ "بررسی جامعه شناختی رابطه رسانه‌های جدید و شکاف بین نسلی در بین جوانان ۲۰-۲۸ ساله و والدین‌شان"؛ مطالعات راهبردی ورزش و جوانان، شماره ۳۰، ۱۳۹۴ ه.ش، صص 1-31.

12. دشتی، محمد؛ نهج البلاغه؛ قم: موسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمومنین، ۱۳۸۱ ه.ش.

1. دهخدا، علی اکبر، لغتنامه دهخدا، ج 14، تهران: دانشگاه تهران، چاپ اول، ۱۳۷۳ ه.ش.

14. رحیمیان، علیرضا، "آزادی و تربیت دینی در فضای مجازی"، فصلنامه تعلیم و تربیت اسلامی، شماره ۵، ۱۴۰۱ ه.ش، صص 28-38.
15. زهیری، علیرضا، "چیستی هویت ملی"، مجله علوم سیاسی، دانشگاه باقر العلوم (ع)، شماره ۲۹، ۱۳۸۴ ه.ش.
16. سایت پژوهه، "هوس و هوسرانی"، ۱۳۹۷ ه.ش (۲۰ فروردین)، مشاهده شده در ۲۲ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، Pajoohe.ir .
17. سعیدی مهر، محمد، کلام اسلامی، ج ۱، قم: کتاب طه، چاپ سی و پنجم، ۱۴۰۰ ه.ش.
18. سیدفاطمی، سیده زهرا، "چیستی معنویت اسلامی با رویکردی انتقادی به مفهوم معنویت در جنبش‌های نوپدید معنآگرا"، سایت پژوهه، ۱۳۹۵ ه.ش (۱۱ آذر)، مشاهده شده در ۲۴ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، Pajoohe.ir .
19. شجاعی، محمدصادق، "نقش و کارکرد رسانه‌ها در هویت یابی یا بحران هویت"، پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۳۹۰ ه.ش (۸ آبان)، مشاهده شده در ۲۱ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzah.net .
20. شیخ صدوق، محمد بن علی، التوحید، قم: جامعه مدرسین، ۱۳۹۸ ه.ق.
21. صانع پور، مریم، "هویت در عصر رسانه‌های دیجیتال"، مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۲، ۱۳۹۰ ه.ش، صص 115-130.
22. طباطبایی، سید علی، "معنویت یعنی تکراری نبودن زندگی"، پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۳۹۹ ه.ش (۲۸ تیر)، مشاهده شده در ۲۴ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzah.net .
23. عباسی‌ولدی، محسن، من دیگر ما، ج ۱ (مشکلات پیش روی تربیت در دنیای امروز)، قم: آیین فطرت، چاپ سی ام، ۱۴۰۲ ه.ش.
24. _____؛ ج ۵ (نقش تلویزیون در تربیت فرزند)، قم: آیین فطرت، چاپ هفدهم، ۱۴۰۲ ه.ش.
25. _____؛ ج ۶ (نقش بازی های رایانه ای در تربیت فرزند)، قم: آیین فطرت، چاپ هجدهم، ۱۴۰۲ ه.ش.
26. _____؛ ج 7 (نقش بازی های رایانه ای در تربیت فرزند)، قم: آیین فطرت، چاپ هجدهم، ۱۴۰۲ ه.ش.
27. عمید، حسن، فرهنگ عمید، ج ۲، تهران: امیرکبیر، چاپ بیست و چهارم، ۱۳۸۱ ه.ش.

28. فرجی، ح، "تحول فردگرایی در جامعه ایران معاصر"، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات. ۱۳۹۸ ه.ش.
29. قبادی، الهام، "دلایل وفور جراحی‌های زیبایی در ایران چیست؟"، باشگاه خبرنگاران جوان، ۱۴۰۳ ه.ش (۲۲ آذر)، مشاهده شده در ۱۳ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، yjc.ir.
30. قرشی بنابی، علی اکبر، قاموس قرآن، ج ۳، تهران: دار الکتب الاسلامیه، چاپ ششم، ۱۴۱۲ ه.ق.
31. محمدی پناه، شیرین؛ آقایی بجستانی، مریم؛ کهساری، رضا؛ "بایسته‌های تربیت اعتقادی فرزند از منظر فقه تربیتی"، نشریه خانواده و بهداشت، شماره ۳۳، ۱۴۰۱ ه.ش، صص 200-212.
3. محمدی، فاطمه؛ درزی نژاد، کوثر؛ "تجربه گذران اوقات فراغت زنان جوان در بستر چالش‌های اینستاگرامی"، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۴، ۱۴۰۳ ه.ش.
33. مطهری، مرتضی، علل گرایش به مادیگری، تهران: صدرا، چاپ سی و سوم، ۱۳۸۹ ه.ش.
34. _____، مجموعه آثار استاد شهید مطهری، ج ۲، تهران: صدرا، چاپ نهم، ۱۳۷۹ ه.ش.
35. معمار، ثریا؛ عدلی پور، صمد؛ خاکسار، فائزه؛ "شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)"، مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، شماره ۴، ۱۳۹۱ ه.ش.
36. مکارم شیرازی، ناصر، اخلاق در قرآن، ج ۲، قم: مدرسه الامام علی بن ابی طالب (ع)، چاپ اول، ۱۳۷۷ ه.ش.
37. موسوی میرکلانی، سید علی، "خانواده، شکاف نسلی و رسانه‌ها"، نشریه رسانه و خانواده، شماره ۴، ۱۳۹۱ ه.ش، صص 52-73.
38. میرساردو، طاهره، "تاثیر رسانه‌ها در ایجاد تفاوت بین نسل‌ها"، فرهنگ قومس، شماره ۱۹، ۱۳۸۱ ه.ش، صص 61-68.
39. نور محمدی، مرتضی، "چالش فرهنگ و هویت در فضای مجازی"، پایگاه اطلاع رسانی حوزه، ۱۳۹۰ ه.ش (۸ آبان)، مشاهده شده در ۲۱ شهریور ۱۴۰۴ ه.ش، hawzah.net.