



Journal of Islamic Propagation

Volume 5 ● No 12 ● Autumn & Winter 2025

The Role of Traditional Propagation in the Political Socialization of New Generations

Mohammad Kazem Karimi*

Abstract

Political socialization is a process through which the political culture of societies is transferred from one generation to another, ensuring the continuity and survival of the political culture. Through political socialization, values that support the stability of the political and social system can be reinforced among society members, while those values that threaten the unity of the political community can be managed. In this context, traditional propagation refers to religious traditional propagation methods, including sermons, mosques, Husseinayahs, religious assemblies, passion plays, eulogizing, Basij bases, and similar forms. These are considered factors that can influence the spread, expansion, and transfer of political beliefs, knowledge, values, and behaviors to new generations.

Key words

Traditional Propagation, Socialization, Political Socialization, Socialization Factors, New Generations.

* Researcher at Islamic Sciences and Culture Academy, Email: mkkarimi_48@yahoo.com.



دو فصلنامه علمی - تخصصی
سال پنجم، شماره دوازدهم، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

نقش تبلیغات سنتی در جامعه‌پذیری سیاسی نسل‌های جدید

محمدکاظم کریمی*

چکیده

جامعه‌پذیری سیاسی، فرایندی است که سبب انتقال فرهنگ سیاسی جوامع از نسلی به نسل دیگر می‌شود و در پرتو آن، فرهنگ سیاسی جوامع استمرار و بقا می‌یابد. به واسطه جامعه‌پذیری سیاسی می‌توان ارزش‌هایی را میان اعضای جامعه تقویت کرد که به ثبات نظام سیاسی و اجتماعی مدد رسانند و آن دسته از ارزش‌ها که یکپارچگی جامعه سیاسی را تهدید می‌کنند، مدیریت کرد. تبلیغات سنتی در اینجا ناظر به تبلیغات سنتی دینی شامل: منبر، مسجد، حسینیه، هیئت‌های مذهبی، تعزیه، مداحی، پایگاه‌های بسیج و نظایر آن است و در ردیف عواملی به شمار آمده‌اند که می‌توانند در بسط، گسترش و انتقال باورها، دانش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای سیاسی مطلوب به نسل‌های جدید اثرگذار باشند.

کلیدواژه‌گان: تبلیغات سنتی، جامعه‌پذیری، جامعه‌پذیری سیاسی، عوامل جامعه‌پذیری، نسل‌های جدید.

* پژوهشگر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، رایانامه: mkkarimi_48@yahoo.com

مقدمه

دستیابی به اهداف هر جامعه، جز در سایه آرامش، همراهی، همدلی، نقش‌پذیری و عمل به تعهدات جمعی از سوی همه اعضای جامعه میسر نیست. جامعه، تنها زمانی مسیر سعادت را طی خواهد کرد و اعضای خود را به کمال مطلوب هدایت می‌کند که همه اعضای جامعه برای درونی کردن ارزش‌ها، قوانین و باورهای آن کوشا باشند و به آنها تعلق خاطر داشته باشند. جامعه‌پذیری سیاسی به عنوان مفهومی مهم در علوم سیاسی و اجتماعی از لایه‌های جامعه‌پذیری است که به چگونگی ارتباط افراد با نهاد سیاست و قدرت، یعنی مدیریت کلان جامعه شامل: دستگاه سیاست‌گذاری، دستگاه‌های اجرایی دولت و سازمان‌های اجتماعی می‌پردازد و رابطه میان آنها را مطالعه و ارزیابی می‌کند. فرایند آشناسازی اعضای جامعه با ارزش‌ها، باورها، گرایش‌ها، نگرش‌های سیاسی درون جامعه، همچنین، آگاه‌سازی درباره سازوکار پدیده‌های سیاسی، چگونگی ارتباط میان آنها و شیوه‌های تعامل اعضای جامعه با آنها، شرایط و شیوه‌های اثرگذاری و اثرپذیری آنها، وظیفه افراد در قبال آنها، ضرورت حضور و استمرار آنها در حیات اجتماعی انسان‌ها، تأثیر آنها بر شیوه‌های کنشگری افراد در ابعاد مختلف حیات اجتماعی و اموری از این قبیل، با مفهوم جامعه‌پذیری سیاسی عجین است.

برخی جامعه‌پذیری سیاسی را بازکردن «در جهان سیاست» به روی اعضای جامعه توصیف کرده‌اند؛ جهانی که مملو از تعهدات، پیمان‌ها، میثاق‌ها، آیین‌نامه‌ها، مقررات و شخصیت‌های سیاسی و دربرگیرنده نمادها، سیاست‌ها و رفتارهای ویژه و مشخص است و همه این عوامل و آگاهی‌ها، در پیشرفت و تکامل نقش شهروندی و شکل‌گیری خود سیاسی افراد نقش اساسی دارند (مهرداد، ۱۳۷۶، ص ۱۷).

اهمیت جامعه‌پذیری سیاسی از آن‌روست که نقش‌ها و کارکردهای متعدد و متنوعی را برای ثبات و بقای نظام سیاسی به عهده دارد و در صورت تحقق مطلوب این کارکردها، کمک شایانی به کارآمدسازی عناصر و اجزای حکومت و پایداری روابط دولت - ملت می‌کند. این کارکردها و وظایف، به طور عمده شامل: علاقه‌مندی و مشارکت فعال در فعالیت‌ها و برنامه‌های سیاسی قانونی، انتقال فرهنگ سیاسی، کسب آمادگی برای نقش‌پذیری سیاسی، مشارکت مدنی و ایفای مسئولیت‌های اجتماعی، حمایت داوطلبانه از نظام سیاسی، آگاهی از حقوق و وظایف

شهر وندی، آشنایی با قهرمانان و اسطوره‌های تاریخی و احترام و وفاداری به نمادها و افتخارات ملی، تمکین و تبعیت از قوانین و مقررات رسمی کشور، پرهیز از رفتار انحرافی و کج‌روانه، همکاری با سازمان‌های اجتماعی و نهادهای مدنی، دفاع و حمایت از تمامیت ارضی کشور و حمایت از ارتباط با دیگر کشورهاست (شرف‌الدین، ۱۳۸۷، ص ۱۸۳).

رد پای جامعه‌پذیری سیاسی در منابع و آموزه‌های دینی نیز قابل پیگیری است و بزرگان دینی و اندیشمندان اسلامی در موارد لازم، اهمیت آن را یادآور شده‌اند. بر همین پایه، اولین جرقه‌های جامعه‌پذیری سیاسی برای امام علی علیه السلام در خانه وحی اتفاق افتاده است که از طریق آن با عطر خوش نبوت آشنا شد و دل او کانون و ظرف معارف الهی و دانش نبوی گردید و از این مسیر، اسباب امامت و هدایت خلق برای ایشان فراهم آمد:

وَلَقَدْ قَرَنَ اللَّهُ بِهٖ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ لَدُنْ أَنْ كَانَ قَطِيْمًا أَكْثَمَ مَلِكٍ مِنْ مَلَائِكَتِهٖ يَسْأَلُكَ بِهٖ طَرِيقَ الْمَكَارِمِ، وَ مَحَاسِنِ أَخْلَاقِ الْعَالَمِ، لَيْلَةً وَ نَهَارَةً. وَ لَقَدْ كُنْتُ أَتَّبِعُهُ اتِّبَاعَ الْفَصِيلِ أَثَرُ أُمِّهٖ يَوْفَعُ لِي فِي كُلِّ يَوْمٍ مِنْ أَخْلَاقِهِ عِلْمًا، وَ يَأْمُرُنِي بِالْإِقْتِدَاءِ بِهٖ. وَ لَقَدْ كَانَ يُجَاوِرُ فِي كُلِّ سَنَةٍ بِحَرَاءٍ فَأَرَاهُ وَ لَا يَرَاهُ غَيْرِي. وَ لَمْ يَجْمَعْ بَيْنَهُ وَاحِدٌ يَوْمَئِذٍ فِي الْإِسْلَامِ غَيْرَ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وَ خَدِيجَةَ وَ أَنَا ثَالِثُهُمَا، أَرَى نَوْرَ الْوَحْيِ وَ الرِّسَالَةِ وَ أَشْمُ رِيحَ النَّبُوَّةِ؛

از آن زمان که پیامبر صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ را از شیر گرفتند، خداوند بزرگ‌ترین فرشته‌اش را ملازم وی ساخت تا شبانه‌روز او را در طریق کرامت و اخلاق نیک براند. من نیز همانند کودکی که در پی مادرش گام برمی‌دارد، به دنبال او می‌رفتم. هر روز روزه‌ای از اخلاق کریمانه خود را برایم می‌گشود و مرا به پیروی از خودش فرمان می‌داد. هر سال به غار حرا می‌رفت و مجاور آن می‌شد. من می‌دیدم و جز من کسی نمی‌دیدش. در آن زمان، اسلام در هیچ خانه‌ای نیامد، جز خانه‌ای که پیامبر خدا صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و خدیجه در آن بود و من، سومین آنها بودم. نور وحی و رسالت را می‌دیدم و بوی پیامبری به مشامم می‌رسید (رضی، ۱۳۹۵، خطبه ۱۹۲).

از منظر امام علی علیه السلام، یکی از عوامل جامعه‌پذیری سیاسی، رهبران جامعه‌اند. رهبران، حاکمان و مدیران به دلیل در اختیار داشتن امکانات جامعه و نقش الگویی‌شان برای گروه‌های سیاسی و اجتماعی، در انتقال باورها، ارزش‌ها و رفتارهای مطلوب و یا ممانعت از تحقق آن، نقش بسزایی دارند. از این رو، فرموده است:

فَاعْلَمْ أَنَّ أَفْضَلَ عِبَادِ اللَّهِ عِنْدَ اللَّهِ إِمَامٌ عَادِلٌ، هُدًى وَ هَدًى، فَأَقَامَ سُنَّةً مَعْلُومَةً وَ أَمَاتَ بِدْعَةً مَجْهُولَةً وَ إِنَّ شَرَّ النَّاسِ عِنْدَ اللَّهِ إِمَامٌ جَائِرٌ ضَلَّ وَ ضَلَّ بِهِ، فَأَمَاتَ سُنَّةً مَاخُودَةً وَ أَخْبَا بِدْعَةً مَثْرُوكَةً؛

بدان که برترین بندگان خدا در پیشگاه او، پیشوای عادل است که خودش [به راه حق] هدایت شده و دیگران را نیز هدایت می‌کند، سنت شناخته‌شده‌ای را برپا می‌دارد و بدعت ناشناخته‌ای را از میان برمی‌دارد و بدترین مردم نزد خداوند، حاکم ستمکاری است که خود گمراه گشته و دیگران را گمراه می‌سازد؛ سنتی را که بدان عمل می‌شود، می‌میراند و بدعتی را که رها شده، زنده می‌سازد (همان، خطبه ۱۶۴).

همین‌طور، امام خمینی موضوع جامعه‌پذیری و تربیت سیاسی نسل‌های جدید را بُعد مهمی از نظام تعلیم و تربیت کشور برشمرده است و در باره اهمیت آن می‌گوید:

بچه‌های ما در هر زمانی، موافق آن زمان باید تربیت بشوند. در روایات هم هست که بچه‌ها تان را تربیت کنید؛ به غیر آن طوری که خودتان هستید،^۱ برای زمان آتیه؛ برای اینکه اینها در زمان آتیه باید دست به کار مملکت و کشور بشوند. شما بچه‌ها را از سیاست، از این طور چیزها دور نگه ندارید. دور نگه داشتن بچه‌ها از سیاست، اساس این می‌شود که وقتی وارد اجتماع شدند، مثل یک آدم کوری وارد اجتماع بشوند. خود اشخاصی که می‌خواهند بعد در این مملکت، در این کشور زندگی بکنند و مقدرات این مملکت دستشان باشد، آنها باید آگاه باشند از همه خدعه‌هایی که کرده‌اند، از همه کارهایی که استعمار کرده، از همه عقب‌نگهداری‌هایی که به دست اینها واقع شده... آنها را وارد کنید در مسائل روز. آنها مطلع باشند از مسائل روز... تربیت و تعلیم باید همه‌جانبه باشد؛ یعنی آن مقداری که کشور احتیاج به آن دارد، انسان احتیاج به آن دارد، خود شخص احتیاج به آن دارد، باید تعلیم و تربیت در آنجا به همه ابعاد [ناظر] باشد (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۶، ص ۱۹۹).

بدین‌سان، دوام و پایداری آرمان‌های انقلاب و نظام اسلامی، تنها در پرتو توجه به زمینه‌ها و

۱. از امام علی (علیه السلام) روایت شده است: «لَا تَقْسِرُوا أَوْلَادَكُمْ عَلَى آدَابِكُمْ فَإِنَّهُمْ مَخْلُوقُونَ لِزَمَانٍ غَيْرِ زَمَانِكُمْ؛ فرزندان خویش را بر آداب خود مجبور مسازید؛ زیرا آنان برای زمانی غیر از زمان شما آفریده شده‌اند» (ابن ابی‌الحدید، ۱۳۴۱، ج ۲۰، ص ۲۶۷).

بسترهای انتقال آنها به نسل‌های جدیدی است که از این پس، باید بار پیشینیان را به دوش کشند و چون درّی گرانبها نگاهبان آن باشند. چنین چشم‌اندازی، تنها با آگاهی به اقتضانات جامعه‌پذیری سیاسی و اهتمام به گسترش همه لوازم آن میسر است. بر این اساس، هدف غایی از جامعه‌پذیری سیاسی، ارتقای حسّ مسئولیت‌پذیری اعضای جامعه به سرنوشت خویش است. طبعاً ضرورت این امر، با مطالبه‌گری اعضای جامعه از مسئولان سیاسی در قبال اختیارات و امکاناتی که به واسطه گماردن آنها در مناصب سیاسی به آنها واگذار شده است، مغایرتی ندارد. شهروند مسئولیت‌شناس، کسی است که در قبال حمایت، مشارکت و همراهی خود به عنوان یک عضو جامعه‌پذیر سیاسی، به دقت تمامی رفتار و عملکرد دستگاه سیاست‌گذاری و مجریان آنها را زیر نظر دارد و برای تحقق خواست‌ها و انتظارات خود از حاکمیت، به کنش سیاسی معقول می‌پردازد. با وجود این، به منظور عدول نکردن اعضای جامعه از الزام‌های جامعه‌پذیری سیاسی برای بیان خواست‌های خود، نظام سیاست‌گذاری و اجرایی کشور باید مسیرهای انتقال مسالمت‌آمیز خواسته‌های شهروندان را به درستی تعریف نماید و برای برآوردن آنها نیز سازوکارهایی در نظر بگیرد تا رسیدگی به موقع صورت پذیرد و شهروندان مجبور نشوند برای مطالبات خود، به مسیرها و ابزارهایی تمسک جویند که با اقتضای جامعه‌پذیری سیاسی مغایر است.

مفهوم‌شناسی

* جامعه‌پذیری سیاسی

جامعه‌پذیری سیاسی،^۱ بخشی از فرآیند جامعه‌پذیری است که طی آن، ایستارهای سیاسی فرد شکل می‌گیرند (آلموند و دیگران، ۱۳۷۷، ص ۵۷)؛ به بیان دیگر، فرایندی است که بر اساس آن، گرایش‌ها، نگرش‌ها، دانش‌ها و ارزش‌های سیاسی جامعه از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود و هدف از آن، تربیت یا پرورش افراد به صورتی است که اعضای کارآمد جامعه سیاسی باشند (مهرداد، ۱۳۷۶، ص ۱۷). لنگتون با ارائه تعریف محدود از جامعه‌پذیری سیاسی، آن را فرایندی می‌داند که از طریق عاملان مختلف جامعه صورت می‌گیرد و به کمک آن، فرد تمایلات

1. Political Socialization.

ایستاری و الگوهای رفتاری مرتبط با سیاست را فرامی‌گیرد. این عاملان، شامل مقوله‌های محیطی مانند: خانواده، گروه همسالان، مدرسه، سازمان‌های بزرگسالان و رسانه‌های همگانی می‌شود. خرده‌فرهنگ‌های طبقاتی، جنسی و سنی را نیز می‌توان در این زمره جای داد (چیلکوت، ۱۳۹۵، ص ۳۵۷-۳۵۸). در برابر، کولمن با ارائه تفسیری موسع، معتقد است جامعه‌پذیری سیاسی فرایندی است که افراد از طریق آن، ایستارها و احساساتی در قبال نظام سیاسی و نقش‌هایی که در آن دارند، کسب می‌کنند. این فراگرفته‌ها شامل: شناخت‌ها (دانسته‌ها یا باورهای فرد درباره نظام، موجودیت و روش کار آن)، احساسات (شیوه احساس فرد در قبال نظام، از جمله حس وفاداری و احساس تکلیف مدنی) و احساس شایستگی سیاسی (نقش بالفعل یا بالقوه فرد در نظام) است (همان، ص ۳۵۸).

یکی از مفاهیم هم‌افق با موضوع جامعه‌پذیری سیاسی، مفهوم «تربیت سیاسی» است؛ اما تفاوت این دو، در این نکته است که تربیت سیاسی، از طریق فرایندهای تعیین‌شده در نهاد آموزش جامعه به صورت مستقیم واقع می‌شود و کنشگران سیاسی از این طریق با ماهیت پدیده‌های سیاسی و وظایف‌شان در برابر آنها آشنا می‌شوند؛ اما جامعه‌پذیری سیاسی، فرایندی است که کنشگران سیاسی به طور غیرمستقیم و به تدریج از طریق قرار گرفتن در بسترها و فضاهای اجتماعی، به ماهیت پدیده‌های سیاسی و کارکرد آنها وقوف پیدا می‌کنند و به عنوان عضوی از جامعه در برابر آنها احساس مسئولیت می‌کنند.

* تبلیغات سنتی

آنچه از تبلیغات سنتی در اینجا اراده می‌شود، تبلیغات سنتی دینی است که با بهره‌گیری از روش‌ها و رسانه‌های مختلفی به ابلاغ پیام دین به مخاطبان مبادرت می‌ورزد. منبر، مسجد، حسینیه، هیئت‌های مذهبی، تعزیه، مداحی، پایگاه‌های بسیج و نظایر آن، از ابزارها و رسانه‌های تبلیغات سنتی دینی شمرده می‌شوند که با وجود پیشرفت علم و فناوری و گسترش وسایل ارتباط جمعی، همچنان دارای کارایی و اثرگذاری هستند و با استقبال مخاطبان مواجه‌اند. در موضوع تبلیغ دینی، قرآن کریم، احادیث و روایات معصومان علیهم‌السلام عالی‌ترین محتوای تبلیغی هستند؛ چنان‌که خداوند متعال از این محتوا به قول ثقیل (گفتار سنگین) که نشان‌دهنده اهمیت تبلیغ و محتوای آن است، یاد کرده است: «إِنَّا سَنُلْقِي عَلَيْكَ قَوْلًا ثَقِيلًا؛ به زودی ما بر تو گفتاری گرانبار

القا می‌کنیم» (مزمل: ۵).

برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های این گونه تبلیغات، به شرح زیر است:

- تبلیغات سنتی، چهره‌به‌چهره و رودرروست و به همین دلیل، دارای عمق و تأثیر بیشتری روی مخاطب است. از این رو، شخصیت، خصوصیات فردی و رفتاری، صدا، حالات چهره و قیافه مبلّغان، در اینجا نقش مهمی ایفا می‌کنند. این ویژگی می‌تواند به ماندگاری تبلیغ مدد رساند و تا مدت‌ها برای مخاطب، تبلیغی ماندگار محسوب شود.

- به خلاف تبلیغات مدرن که قلمرو آن موقعیت جهانی است، قلمرو تبلیغات سنتی، بومی و محلی است و در منطقه خاص انجام می‌پذیرد. بنابراین، مبلّغان می‌توانند در یک شهر، منطقه یا محله متمرکز شوند و برای مخاطبان خود کارایی لازم را داشته باشند. به همین جهت، بدون نیاز به ابزار پیچیده یا اتصال به شبکه جهانی، به راحتی می‌توانند با مخاطب خود ارتباط برقرار کنند. - در تبلیغات سنتی، از ابزار و تکنولوژی پیشرفته و پیچیده استفاده نمی‌شود و در موارد نیاز ممکن است به طور محدود به کار گرفته می‌شود.

- پیام تبلیغ در تبلیغات سنتی، به فرهنگ توده نزدیک‌تر است. از این رو، واژگان و محتوای تبلیغی باید مناسب آن ارائه شود.

- در تبلیغات سنتی، مبلّغ در معرض دید و در دسترس مخاطبان است و فضا به‌طور کلی در اختیار اوست و می‌تواند آن را کنترل کند. به دلیل برقراری ارتباط بصری، محتوای تبلیغی اغلب جسورانه و خلاقانه است و به آسانی برای اکثر مردم قابل درک و گاهی حتی سرگرم‌کننده است. - مردمی بودن، انطباق با عادات و رسوم مردم، حمایت و پشتیبانی مردمی، از دیگر ویژگی‌های تبلیغات سنتی است.

* نسل‌های جدید

نسل^۱، به گروهی از انسان‌ها اطلاق می‌شود که با هم معاصرند (انوری، ۱۳۸۱، ج ۸، ص ۷۸۱۴). برخی نیز گفته‌اند: نسل، عبارت است از دوره زندگی توأم با فعالیت مجموعه افرادی که سن‌شان به یکدیگر نزدیک است (معین، ۱۳۸۸، ج ۴، ص ۴۷۲۳). دانشمندان علوم اجتماعی، غالباً

1. Generation.

اصطلاح نسل را برای معرفی کسانی به کار می‌برند که تقریباً هم‌زمان زاده شده‌اند؛ چه خویشاوند نسبی باشند و چه نباشند. در این معنا، معمولاً کوشش می‌شود تا رفتار اعضای نسل با توجه به شرایط زمان آنها توضیح داده شود (جولیوس گولد و ویلیام ل. کولب، ۱۳۷۶، ص ۸۴۴). در این باره که نسل چیست و شرایط شکل‌گیری و نتایج آن کدام است، تلقی‌های نظری متفاوتی در علوم اجتماعی و به طور خاص در جامعه‌شناسی شکل گرفته است. ما نه‌ایم در دهه ۱۹۵۰ و اینگلهارت در دهه ۱۹۷۰ میلادی و نیز ترنر و بسیاری دیگر از جامعه‌شناسان در دهه اخیر، از تحول نسلی به منزله عنصر اصلی تحول اجتماعی و فرهنگی در نقد دیدگاه‌های اقتصادی و جبرگرایانه استفاده کرده‌اند. سپس، از نیمه اول دهه ۱۹۸۰م بحث نسل‌ها به طور جدی توجه جامعه‌شناسان را به خود جلب کرده است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹، ص ۲۳).

به طور معمول، مورخان، انسان‌شناسان و جامعه‌شناسان، اصطلاح «نسل» را به کار می‌برند تا مقطع زمانی متعلق به زندگانی معاصران را برسانند. هنگامی که در تاریخ از نسل‌ها سخن گفته می‌شود، منظور فاصله بین تولد پدران و مادران و تولد فرزندان آنهاست که معمولاً ۳۰ سال در نظر گرفته می‌شود؛ یعنی سه نسل در یک قرن. انسان‌شناسان زمانی آن را به این معنا به کار می‌برند که بخواهند نسب‌نامه‌ها را برای محاسبه تاریخ‌های وقایع سنتی تاریخی به کارگیرند و جامعه‌شناسان آنگاه از کلمه «نسل» استفاده می‌کنند که بخواهند در تحلیل آمار جمعیت، یک برهه زمانی را نشان دهند (جولیوس گولد و ویلیام ل. کولب، ۱۳۷۶، ص ۸۴۴). «تعیین زمان» (مانند مقاطع زمانی ده‌ساله)، «دوره زندگی» (مانند دوره زندگی: کودکی، نوجوانی، جوانی، میان‌سالی و پیری) یا شاخص‌های ترکیبی همچون «تجربه مشترک نسلی» (که بیانگر تعلقات، مرجع‌ها، نگرش‌ها، داورها و ارزش‌های مشترک میان مجموعه‌ای از افراد است)، از اصلی‌ترین معیارها برای شناسایی و طبقه‌بندی نسل‌ها است (آزاد ارمکی، ۱۳۸۹، ص ۱۹).

عوامل و عناصر جامعه‌پذیری سیاسی

جامعه‌پذیری سیاسی، به خلاف امور روان‌شناختی، در خلأ صورت نمی‌گیرد؛ بلکه در محیط سیاست و اجتماع و متأثر از عوامل و مؤلفه‌های متعددی رخ می‌نماید. در همه جوامع، مجموعه‌ای از عوامل و عناصر اجتماعی در سطح جامعه پراکنده‌اند که امر جامعه‌پذیری سیاسی را تسهیل می‌نمایند. برخی از این عوامل، جنبه رسمی دارند و از طریق برنامه‌های از قبل

تعریف شده به جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه مبادرت می‌ورزند. مدرسه و نظام آموزشی در هر کشور، در زمره عوامل آموزش رسمی‌اند که از طریق آگاهی بخشیدن در زمینه هویت ملی، در شکل‌گیری فرهنگ سیاسی نقش قابل توجهی ایفا می‌کنند. کتاب‌های درسی و اطلاعات ارائه شده توسط معلمان و مربیان، معمولاً به آگاهی دانش‌آموزان از سیاست کمک می‌کنند. خانواده، دوستان و گروه همسالان، همسایگان، محیط کار، رسانه‌های همگانی، احزاب و گروه‌های سیاسی، از جمله بسترهای غیررسمی هستند که به دلیل شکل‌گیری ارتباطات دیداری می‌توانند نقش جامعه‌پذیرانه سیاسی پُر قدرتی داشته باشند. از این میان، «خانواده»، به‌ویژه از نظر بسترسازی برای شناخت و کسب باورهای سیاسی و «رسانه‌های جمعی» از طریق انتقال اطلاعات سیاسی، نقش چشمگیری در جامعه‌پذیری سیاسی افراد دارند.

به هر ترتیب، تلاش نظام سیاسی در زمینه کارویژه‌های خود، آنگاه قرین توفیق است که بتواند با فعال‌سازی ظرفیت عوامل جامعه‌پذیری سیاسی، دانش‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و رفتارهای سیاسی مطلوب را به نسل‌های جدید منتقل سازد. اگر این ارزش‌ها و رفتارها از طریق جامعه‌پذیری سیاسی به شکل منطقی انتقال نیابند، دیری نخواهد پایید که با ارزش‌ها و رفتارهای جدیدی که اغلب مطلوب تلقی نمی‌شوند، جایگزین شود. در این صورت، تداوم کارکردی نظام سیاسی با مشکل مواجه می‌شود و امید بستن به تحقق اهداف اجتماعی و فراچنگ آینده مطلوب و مقبول، آرزویی دست‌نیافتنی خواهد بود.

شیوه‌های تأثیرگذاری تبلیغات سنتی بر جامعه‌پذیری سیاسی

سیاست، جزء جدایی‌ناپذیر زیست انسان امروز است و سرنوشت همه عناصر حیات اجتماعی او، به طرز تنگاتنگی به سیاست گره خورده است؛ از تفریح و سرگرمی گرفته تا معیشت و اشتغال، و از پوشش و مسافرت گرفته تا ارتباط و تولید مثل، به‌نوعی با سیاست عجین است. موضوع دین و تبلیغات دینی نیز از زمره اموری است که با سیاست ارتباطی محکم دارد؛ به‌ویژه نظام سیاسی اسلامی که خود را برآمده از دین می‌داند و تولی امور دینی را برای خود، مناسب‌تر می‌داند. نظام سیاسی برای صیانت و گسترش دستاوردهای خود، ناگزیر است ارزش‌ها و هنجارهایی را در جامعه تقویت کند که به ثبات نظام سیاسی و اجتماعی مدد رسانند و آن دسته از ارزش‌ها و هنجارها را که یکپارچگی جامعه سیاسی را تهدید می‌کنند، مدیریت نماید.

تبلیغات سنتی در جامعه اسلامی، در ردیف عواملی است که در بسط و گسترش دانش‌ها، ارزش‌ها و باورهای مطلوب در جامعه و سوق دادن اعضای جامعه به اتخاذ سبک زندگی و رفتار متناسب با آنها اثرگذارند. در این قسمت، با اشاره به مهم‌ترین عناصر تبلیغات سنتی در جامعه اسلامی، شیوه‌های اثرگذاری آنها بر جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه، به‌ویژه نسل‌های جدید را واکاوی می‌کنیم.

۱. مساجد

مسجد، از صدر اسلام تاکنون به‌عنوان محور و پایگاه فعالیت عبادی، سیاسی و اجتماعی مسلمانان به‌شمار می‌رفته است و اهمیت و ضرورت آن در جامعه اسلامی، بدان حد است که نبی اعظم صلی الله علیه و آله در اولین روزهای حضور خویش در شهر مدینه، دستور ساخت مسجد قبا را صادر نمود (مسعودی، ۱۴۰۹ق، ج ۱، ص ۶۳۴).

اگرچه هدف اصلی از بنای مسجد با توجه به معنای لغوی آن (جایگاه سجده و تواضع در پیشگاه خداوند)، مکانی برای عبادت و راز و نیاز با خداوند متعال است، امروزه مساجد دارای کارکردهای گوناگونی هستند و به هر نسبت این کارکردها گسترده‌تر و تنوع بیشتری داشته باشد، به ایجاد جذابیت و اقبال بیشتر اقشار مختلف جامعه، به‌خصوص نسل‌های جدید منجر می‌شود. کارکردهای عبادی، آموزشی، تبلیغی، اجتماعی و سیاسی، از زمان تأسیس و ساخت مساجد در صدر اسلام همواره مطمح نظر مسلمانان بوده است و با توجه به موقعیت جغرافیایی مسجد و میزان پراکندگی جمعیت محله‌ها، برخی از این کارکردها با استقبال و اهمیت بیشتری روبه‌رو بوده است. از این میان، دو کارکرد «سیاسی» و «اجتماعی»، از زمره کارکردهای مهمی است که همواره در رونق بخشیدن به جایگاه مساجد در جامعه اسلامی نقش بسزایی داشته‌اند؛ به‌طوری‌که پیامبر خدا پس از بنیان‌گذاری حکومت اسلامی، به منظور آگاه ساختن مسلمانان با اهداف سیاسی اسلام و دخالت دادن آنان در امور حکومت، مسجد را به‌عنوان پایگاه حکومت و نهاد سیاسی اسلام تعیین کرد. از سوی دیگر، مسجد محلّ نمایش تجمع، همبستگی، همدلی و همراهی مسلمانان و عامل مهمی برای آشنایی و اطلاع آنان از یکدیگر و کمک به رفع گرفتاری و مشکلات‌شان است.

امام خمینی ناظر به اهمیت کارکرد سیاسی و اجتماعی مساجد می‌گوید:

مسجدالحرام و مساجد در زمان رسول اکرم - ﷺ - مرکز جنگ‌ها و مرکز سیاست‌ها و مرکز امور اجتماعی و سیاسی بوده. این‌طور نبوده است که در مسجد پیغمبر - ﷺ - همان مسائل عبادی نماز و روزه باشد؛ مسائل سیاسی‌اش بیشتر بوده است. هر وقت می‌خواستند به جنگ بفرستند اشخاص را، بسیج کنند مردم را برای جنگ‌ها، از مسجد شروع می‌کردند (خمینی، ۱۳۸۹، ج ۱۸، ص ۵۱).

در جریان انقلاب اسلامی ایران نیز پُررنگ‌ترین بخش فعالیت مساجد، پس از محور اعتقادی و عبادی، محور سیاست و اجتماع بوده است؛ چراکه مساجد در آگاهی و بیداری اقشار مختلف جامعه در دوران قبل و بعد از انقلاب، نقش مؤثری داشته‌اند. همچنین، پایگاهی نیرومند برای انفاق و خیرات در راه خدا و کمک به نیازمندان و مرکز مبارزه با ظلم و بی‌عدالتی حاکمان و بسیج نیرو و امکانات به منظور مبارزه با دشمنان به شمار می‌رفته‌اند. بر همین وزان، امروزه تمرکز مساجد در کارهایی چون: آگاهی‌بخشی سیاسی، کمک به نیازمندان، تشکیل صندوق‌های قرض‌الحسنه و پرداخت وام، ارائه خدمات بهداشتی و درمانی، انجام اقدام مناسب برای تسهیل ازدواج جوانان، برنامه‌ریزی برای عیادت و سرکشی از بیماران، به‌ویژه بیماران اهل مسجد و اموری از این قبیل، در جذب جوانان و نوجوانان و ارتقای آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی آنان، به‌خصوص کمک به تلقی و داوری مثبت آنان از این پایگاه مهم مذهبی و سیاسی، و به تبع آن، همدلی و همراهی با نظام سیاسی اسلامی، مؤثر خواهند بود.

۲. منبر و سخنرانی

امروزه اگرچه ابزارهای نوین و رسانه‌های جمعی برای تبلیغ دین گسترش چشمگیری یافته‌اند، با این همه، «منبر» به‌عنوان یک رسانه تبلیغی اثرگذار به دلیل ارتباط رودررو و مستقیم با مخاطب، نقش و تأثیر ممتاز خود را حفظ کرده است. بر اساس رسالتی که اسلام برای تبلیغ دین قائل است،^۱ همواره مبلّغان و واعظان دینی دغدغه رشد اخلاقی و دینی مردم را داشته‌اند و منبر از گذشته تاکنون، رسانه‌ای کارآمد برای تأمین چنین هدفی بوده است.

۱. «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَخْشَوْنَهُ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ؛ آنان که رسالت‌های خداوند را ابلاغ می‌کنند و فقط از خدا بیم دارند و جز از خدا، از هیچ کسی نمی‌ترسند» (مانده: ۵۴)؛ «وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ؛ پیامبر وظیفه‌ای جز رسانیدن پیام الهی ندارد» (عنکبوت: ۱۸).

از نظر ارتباطی، سخنرانی و خطابه، با برقراری ارتباط نزدیک میان سخنران و مخاطبان می‌تواند به‌عنوان عنصری تعیین‌کننده عمل کند و دارای اثرگذاری ماندگار باشد. در این فنّ تبلیغی، گوینده و شنونده با هدف مشخص و نه به صورت اتفاقی، کنار هم گرد می‌آیند و رسالت خود را انجام می‌دهند. بر همین پایه، در جریان انقلاب اسلامی، منبر از ابزارهای مهم و رسانه‌ای پُر قدرت برای انقلابیون در پیگیری اهداف انقلاب اسلامی بوده است و روحانیان انقلابی برای مبارزه با حکومت پهلوی، از این رسانه به‌خوبی بهره برده‌اند. روحانیان با سخنرانی‌های خود، علاوه بر این که به تقویت باورهای مردم و بیان احکام دینی می‌پرداختند، مردم را از اوضاع جامعه آگاه می‌کردند و آنان را به مبارزه و تظاهرات علیه رژیم پیشین دعوت می‌کردند و از این نظر، دارای تأثیرگذاری بالایی بوده‌اند.

تبیین، دفاع و اهتمام به عمل به آموزه‌ها و تعالیم دینی، توجه به نیازها و سلیقه‌های متنوع مخاطبان در ارائه پیام، روزآمدی در بیان سخن و القای پیام، آگاهی‌بخشی سیاسی، بیان واقعیت‌های جامعه، اشراف و احاطه به مباحث روز، پرهیز از برانگیختن حساسیت‌های قومی و احترام به تفاوت‌های فکری مخاطبان از سوی واعظان، خطیبان و سخنرانان، از اسباب و فرصت‌هایی است که مسیر جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه را تسهیل می‌سازد و آنان را در ارائه تصویر مثبت از عملکرد و رفتارهای نظام سیاسی مدد می‌رساند.

۳. هیئت‌های مذهبی

یکی از ارکان مهم و مؤثر در بقا، استمرار و ترویج مکتب اهل بیت علیهم‌السلام را باید «هیئت‌های مذهبی» به شمار آورد که در توسعه و تعمیق فرهنگ دینی و تقویت فرهنگ کار گروهی و جمعی در جامعه دینی، نقش اساسی ایفا می‌کنند. هیئت‌های مذهبی، از سنتی‌ترین نهادهای اجتماعی هستند که بر محور تعظیم شعائر دینی و محبت اهل بیت عصمت و طهارت علیهم‌السلام، به‌ویژه بزرگداشت شهادت سالار شهیدان حضرت اباعبدالله الحسین علیه‌السلام و اصحاب و یاران باوفایش فعالیت می‌کنند. اگرچه اصلی‌ترین رسالت هیئت‌های مذهبی، اقامه عزاداری و سوگواری در شهادت حضرت سیدالشهدا و احیای فرهنگ عاشورا و بزرگداشت شعائر مذهبی و دینی است، نقش و کارکرد آنها در شکل‌دهی تعاملات اجتماعی در سطوح مختلف جامعه و تسهیل روابط گروه‌های اجتماعی با حکومت نیز قابل چشم‌پوشی نیست. بر همین اساس، کارکردهای

گوناگونی مانند: نقش آفرینی سیاسی، الگوسازی‌های تاریخی و دینی، تقویت باورهای دینی و تقویت همبستگی اجتماعی، از زمره کارکردهایی است که امروزه به طور معمول از هیئت‌های مذهبی انتظار می‌رود و کم‌وبیش فعالیت خویش را در این مسیر گسیل می‌دارند.

افزون بر این، هویت‌بخشی مذهبی، از کارکردهای مهمی است که هیئت‌ها با تحفظ بر هنجارها، ارزش‌ها و اخلاقیات رایج در جامعه اسلامی تقوم می‌یابند و سبب تمایز آنها از یکدیگر است. افراد با حضور در دسته‌جات، تکایا و حسینیه‌ها و گوش سپردن به آیات الهی و روایات اهل بیت علیهم‌السلام و نیز اشعار مداحان در مدح و ثنای آنان، به فرهنگی رهنمون می‌شوند که مبنای آن، رعایت معنویات، اخلاقیات، اصول و مبانی انسانی، خودشناسی و خداشناسی است. این کارکرد، افراد را برای کسب یک هویت مذهبی و زیست دینی کمک می‌کند.

همچنین، هیئت‌های مذهبی در جریان انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی، از نظر کشاندن گروه‌های اجتماعی به مبارزات انقلابی و بسیج عمومی در جنگ، به کارکرد سیاسی و اجتماعی خود هویت بخشیده‌اند. بر همین اساس، بخش درخور توجهی از نیروهای مردمی، از سوی هیئت‌های مذهبی که اغلب در کنار مساجد و حسینیه‌ها تکوّن یافته بودند، به جبهه‌های نبرد اعزام می‌شدند و در طول حضور رزمندگان در جبهه‌های جنگ، این هیئت‌ها پشتیبانی‌کننده و تقویت‌کننده روحیه اعتقادی، اخلاقی و معنوی رزمندگان در دوران دفاع مقدس بودند.

افزون بر این، هیئت‌های مذهبی در زمینه‌های دیگری چون انجام اعمال انسان‌دوستانه، انفاق و دستگیری از محرومان، ایجاد صندوق‌های قرض‌الحسنه و اعطای وام‌های بدون بهره و راه‌اندازی سیستم‌های خدمات درمانی رایگان و... فعالیت می‌کنند و اسباب ارتباط افراد خیر و دارای توان مالی با افراد بی‌بضاعت و کم‌توان جامعه را فراهم می‌آورند. بنابراین، هیئت‌های مذهبی می‌توانند در رفع مشکلات جامعه مؤثر باشند و همان‌طور که حضرات معصومان علیهم‌السلام دغدغه و اهتمام جدی به رفع مشکلات مردم داشتند، هیئت‌های منسوب به آنان نیز باید در این زمینه از خود پیشگامی نشان دهند. از این رو، اگر مردم دریابند که هیئت‌ها به نیازها و مشکلات آنان اهتمام دارند، زمینه‌های جذب و گرایش به آنها بیشتر می‌شود و از این طریق، می‌توان انتظار داشت فرصت‌هایی برای ارتقای روحیه انقلابی در جامعه و نیز گرایش به اخلاق، معنویت و سبک زندگی ایرانی اسلامی در وجود افراد نهادینه شود.

۴. پایگاه‌های مقاومت بسیج

بسیج و تفکر بسیجی، عنصری برآمده از ضرورت‌های انقلاب اسلامی و دفاع مقدس است و در طول چهار دهه انقلاب اسلامی، به تحقق اهداف آن کمک شایانی نموده است. ارتباط مستقیم بسیج با خواست و اراده ارکان نظام اسلامی از یک سو، و دارا بودن پایگاه مردمی از سوی دیگر، به تبلور رابطه دولت - ملت ساخت و سامان ویژه‌ای داده است. حضور مردم در صحنه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی و دفاعی نظام اسلامی که بر پایه نظام نظری اسلام شکل گرفته و در قالب‌های مختلفی از جمله «بسیج عمومی» تبلور یافته، توانسته است آثار و نتایج مثبتی برای کشور، به‌ویژه در طول هشت سال دفاع مقدس، به ارمغان آورد.

بر همین اساس، پایگاه‌های مقاومت بسیج که زیرمجموعه حوزه مقاومت بسیج و از رده‌های ساختار سازمانی سازمان بسیج مستضعفین در سپاه پاسداران انقلاب اسلامی می‌باشند و بیشتر در داخل مساجد ایجاد شده‌اند، با هدف تحقق مأموریت‌های بسیج فعالیت می‌کنند و متولی امور گوناگونی چون: دفاع از نظام اسلامی، برگزاری مراسم مذهبی، همیاری مردمی در حوادث طبیعی و انسانی و مانند آن هستند. قرار گرفتن پایگاه‌های بسیج در کنار مساجد، می‌تواند با تشریک مساعی برای حل بسیاری از مشکلات محلات، به‌ویژه در زمینه محرومیت‌زدایی، حل مشکلات مردمی، مقابله با آسیب‌های اجتماعی چون: اعتیاد، طلاق و نزاع‌های محلی اثرگذار باشند. بر همین پایه، در قالب اجرای طرح «محلّه‌های اسلامی»، پایگاه‌های بسیج و مساجد با محوریت امام جماعت، هیئت امناء، فرمانده پایگاه به‌عنوان مدیر اجرایی و همه کسانی که در یک محلّه در قالب «شورای تحول و تعالی» نقش‌آفرینی می‌کنند، با رویکرد احصای مسائل محلّه و استفاده از ظرفیت‌های مردمی و بسیج و مطالبه‌گری از دستگاه‌های اجرایی، در پی حل مسائل هر محلّه هستند (tasnimnews.com/fa/news/1401/07/27).

به‌هررو، بسط و گسترش تفکر بسیجی بین جوانان کشور که در ساحت شناختی، عاطفی و رفتاری گروه‌های بسیجی تبلور یافته و آثار و نتایج آن به منصفه ظهور رسیده، می‌تواند به بهبود و ارتقای جامعه‌پذیری سیاسی نسل‌های جدید و گسیل دادن آنان برای حمایت از آرمان‌های انقلاب اسلامی و نظام اسلامی مدد رساند. اگر نسل‌های جدید اهتمام جهادگران بسیجی در رسیدگی به مشکلات و مسائل جامعه و محلّه خویش را مشاهده کنند، بدون تردید از نظر بینش،

گرایش و کنش سوگیری مثبت به این تشکیلات در وجود آنان شکل خواهد گرفت و در ارزیابی نهایی، با دستاوردهای نظام سیاسی رفتاری همدلانه خواهند داشت.

زمینه‌های تحقق جامعه‌پذیری سیاسی مطلوب

امروزه، تجربه‌های افراد از رفتار دیگران (افراد و گروه‌ها)، عامل مهمی در جامعه‌پذیری سیاسی یا گریز از آن به شمار می‌رود. بر همین پایه، جامعه ایرانی به دلیل بهره‌گیری بیشینه از عواطف و احساسات، دامنه اثرپذیری‌اش از تجربه‌های دیگران نیز به همان نسبت بیشینه است و به دلیل آنکه ابزار دآوری درباره گفتار و عمل دیگران نیز همان عواطف و احساسات است و نه چیز دیگر، این ابزار در رویارویی با موقعیت‌های ایجادشده از سوی دیگران، دچار اثرپذیری مضاعف است. افراد به دلیل تماس و ارتباط با سازمان‌ها و دستگاه‌های حکومتی، اعم از پلیس، نظام مالیاتی، شهرداری‌ها، دادگاه‌ها و غیر آن، تجربه‌های مستقیم و غیرمستقیمی دارند که آنان را به استقبال از جامعه‌پذیری یا عکس آن سوق می‌دهند. چگونگی واکنش دستگاه‌های اجرایی حکومت و رعایت انصاف و عدالت در این تعامل، و یا به عکس، رواداشتن بی‌انصافی و ناعدالتی در حق شهروندان، بیش از هر عاملی در نوع جامعه‌پذیری سیاسی آنان اثرگذار است. چنانچه دستگاه‌های اجرایی حکومت در انجام وظایف خود در قبال مردم اهتمام مضاعف داشته باشند، می‌توان انتظار داشت اعضای جامعه در تمکین از اصول، سیاست‌ها و باورهای رایج جامعه که از مسیر حکومت القا می‌شود، اهتمام بیشتری داشته باشند.

بدین‌سان، جامعه‌پذیری سیاسی، امری دوسویه است؛ از یک سو، اعضای جامعه باید به سرنوشت خود و جامعه‌شان اهتمام داشته باشند و زیست اجتماعی و سیاسی مناسب را با نظر به افق‌های دوردست و از طریق همسویی با باورها، ارزش‌ها و ایستارهای سیاسی جامعه جست‌وجو کنند و از سوی دیگر، دستگاه قدرت باید هم‌زمان در زمینه ایجاد مکانیزم‌های تشویقی و حمایتی و زدودن موانع ساختاری و اجرایی برای جامعه‌پذیری سیاسی، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری مناسب داشته باشد. طبیعی است، هر اندازه که این تعامل دوسویه حکومت - مردم، در جامعه‌ای وثیق‌تر و نهادینه‌تر باشد، امید آنکه تجلیات جامعه‌پذیری سیاسی در آن جامعه عمیق‌تر و اثرگذارتر باشد، بیشتر است. در برابر، هرچه دامنه این تعامل محدودتر و گزینشی‌تر باشد، جلوه‌های جامعه‌پذیری سیاسی نیز به همان میزان کم‌رنگ‌تر و نحیف‌تر خواهد

بود. آلموند در این باره می‌گوید:

سهولت فروپاشی حکومت‌های کمونیستی اروپای شرقی در سال ۱۹۸۹م، نشان می‌دهد که با وجود تلاش‌هایی که از بالا برای جامعه‌پذیری مستقیم مردم صورت می‌گرفت، عملکرد خود این حکومت‌ها تا چه حد، مشروعیت‌شان را متزلزل ساخته بود (آلموند و دیگران، ۱۳۷۷، ص ۸۲).

بر این اساس، برای تحقق جامعه‌پذیری مطلوب، باید نظام فرهنگی و تبلیغی جامعه چنان محیطی به وجود آورد که افراد به نوعی نظم اخلاقی درونی پایبند شوند. به همین دلیل، یکی از هدف‌های عمده فرایند اجتماعی‌شدن، باید عبارت باشد از ادغام موازین و ارزش‌های گروهی در وجدان‌های فردی؛ به نحوی که اعضای جامعه ارزش‌های گروهی را نه به‌عنوان معیارهای تحمیلی از خارج، بلکه به‌عنوان ارزش‌ها و معیارهای شخصی خویش بپذیرند (نسکی و لنسکی، ۱۳۶۹، ص ۴۹). از این رو، اتکای صرف بر روش‌های مبتنی بر تشویق و تنبیه‌های بیرونی برای جامعه‌پذیر ساختن اعضای جامعه، بدون توجه به عملکرد عناصر حکومت در بخش‌های مختلف اجرایی، تقنینی و قضایی که سبب سست شدن پیمان‌های اجتماعی در سطح جامعه می‌شود، کم‌اثر خواهد بود.

گفتنی است، چنان‌که امیر مؤمنان علی علیه السلام در نهج البلاغه گوشزد نموده است، جامعه‌پذیری سیاسی تا آنجا مطلوب تلقی می‌شود که اسباب انتقال صفات و ملکات نیکو در نسل‌های جدید را پدید آورد و میراث گذشته به مثابه سرمایه‌ای ارزشمند، باعث عبرت‌آموزی این نسل‌ها و جلب تعلق خاطر آنان شود؛ اما افتخار بدون مبنا به میراث گذشته و تحکم در پیروی از صفات و ملکات نامطلوب گذشتگان، نزد ایشان امری نامطلوب و مستحق سرزنش است. به این سبب، آن حضرت از پیروی بدون منطق از ارزش‌های سیاسی جاهلی و رفتارهای ناپسند گذشتگان، بر حذر داشته و فرموده است:

أَلَا فَالْحَذَرَ الْحَذَرَ مِنْ طَاعَةِ سَادَاتِكُمْ وَ كُبَرَائِكُمْ! الَّذِينَ تَكْبَرُوا عَنْ حَسَبِهِمْ وَ تَرَفَّعُوا فَوْقَ نَسَبِهِمْ وَ أَلْقُوا الْهَجِيئَةَ عَلَى رَبِّهِمْ وَ جَاخَدُوا اللَّهَ عَلَى مَا صَنَعَ بِهِمْ، مُكَابِرَةً لِقَضَائِهِ وَ مُعَالَبَةً لِأَلَائِهِ. فَإِنَّهُمْ قَوَاعِدُ أَسَاسِ الْعُصْبِيَّةِ وَ دَعَائِمُ أَزْكَانِ الْفِتْنَةِ وَ سُيُوفُ اغْتِرَاءِ الْجَاهِلِيَّةِ؛

آگاه باشید، زنه‌ار! زنه‌ار! از پیروی و فرمان‌برداری سران و بزرگان‌تان؛ آنان که به اصل و حَسَب خود نازیدند و نژاد خویش را برتر دیدند و زشتی‌ها را به خدا نسبت دادند و نعمت‌های خدا را بر خود انکار کردند تا با حکم و قضای الهی مبارزه کنند و بر نعمت‌های او چیره شوند. آنان شالوده تعصب جاهلی، ستون‌های ارکان فتنه و شمشیرهای تفاخر جاهلیت‌اند (رضی، ۱۳۹۵، خطبه ۱۹۲).

نتیجه

این نوشتار با موضوع نقش تبلیغات سنتی در جامعه‌پذیری سیاسی نسل‌های جدید، تلاش کرده است تبلیغات سنتی دینی را در ردیف عواملی به شمار آورد که می‌توانند در بسط، گسترش و انتقال باورها، دانش‌ها، ارزش‌ها و رفتارهای سیاسی مطلوب به نسل‌های جدید اثرگذار باشند. تبلیغات سنتی دینی، شامل شیوه‌هایی از تبلیغ دین است که از طریق رسانه‌هایی مانند: منبر، مسجد، حسینیه، هیئت‌های مذهبی، تعزیه، مداحی، پایگاه‌های بسیج و نظایر آن به ابلاغ پیام دین به مخاطبان مبادرت می‌ورزند و با وجود پیشرفت فناوری و گسترش وسایل ارتباط جمعی، همچنان دارای کارایی و اثرگذاری هستند و با استقبال مخاطبان مواجه‌اند.

بر این پایه، با اشاره به عوامل و عناصر اصلی جامعه‌پذیری سیاسی در جوامع و تقسیم آنها به دو دسته رسمی و غیررسمی، شیوه‌های اثرگذاری تبلیغات سنتی دینی بر جامعه‌پذیری سیاسی نسل‌های جدید را واکاوی نموده است و آنها را در ردیف عواملی به شمار آورده است که در بسط و گسترش دانش‌ها، ارزش‌ها و باورهای مطلوب در جامعه و سوق دادن اعضای جامعه به اتخاذ سبک زندگی و رفتار متناسب با آنها اثرگذارند. از این میان، به نقش و تأثیر برخی عناصر تأثیرگذار در تبلیغات سنتی دینی نظیر: مسجد، منبر و خطابه، هیئت‌های مذهبی و پایگاه‌های بسیج، در جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه اشاره شده است. بر این اساس، تمرکز مساجد در کارهایی چون: آگاهی‌بخشی سیاسی، کمک به نیازمندان، تشکیل صندوق‌های قرض الحسنه و پرداخت وام، ارائه خدمات بهداشتی و درمانی، اقدام برای تسهیل ازدواج جوانان، برنامه‌ریزی برای عیادت و سرکشی از بیماران و اموری از این قبیل، در جذب جوانان و نوجوانان و ارتقای آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی آنان، و به تبع آن، همدلی و همراهی با نظام سیاسی، مؤثر خواهند بود.

امروزه، منبر و خطابه به‌عنوان رسانه‌ای اثرگذار در: تبیین، دفاع و اهتمام به عمل به آموزه‌ها و تعالیم دینی، توجه به نیازها و سلیقه‌های متنوع مخاطبان در ارائه پیام، روزآمدی در بیان سخن و القای پیام، آگاهی‌بخشی سیاسی و بیان واقعیت‌های جامعه، از اسباب و فرصت‌هایی است که مسیر جامعه‌پذیری سیاسی اعضای جامعه را تسهیل می‌سازد و آنان را در ارائه تصویر مثبت از عملکرد و رفتارهای نظام سیاسی مدد می‌رساند. هیئت‌های مذهبی نیز اگرچه اصلی‌ترین رسالت خود را اقامه عزاداری و سوگواری در شهادت حضرت سیدالشهدا و احیای فرهنگ عاشورا و بزرگداشت شعائر مذهبی و دینی دانسته‌اند، نقش و کارکرد آنها در شکل‌دهی تعاملات اجتماعی در سطوح مختلف جامعه و تسهیل روابط گروه‌های اجتماعی با حکومت، قابل چشم‌پوشی نیست. بر همین اساس، کارکردهای گوناگونی مانند: نقش‌آفرینی سیاسی، الگوسازی‌های تاریخی و دینی، تقویت باورهای دینی و تقویت همبستگی اجتماعی، از زمره کارکردهایی است که امروزه به‌طور معمول، از هیئت‌های مذهبی انتظار می‌رود و کم‌وبیش فعالیت خویش را در این مسیر گسیل می‌دارند. همچنین، پایگاه‌های مقاومت بسیج نیز که بیشتر در داخل مساجد ایجاد شده‌اند و با هدف تحقق مأموریت‌های بسیج فعالیت می‌کنند، متولی امور گوناگونی چون: دفاع از نظام اسلامی، برگزاری مراسم مذهبی، همیاری مردمی در حوادث طبیعی و انسانی و مانند آن هستند و هریک از زمینه‌ها به سهم خود، می‌تواند فرصت‌های جامعه‌پذیری سیاسی نسل‌های جدید را مضاعف سازد.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آلموند، گابریل آبراهام، جی. بینگهام پاول جونیوز و رابرت جی. مونت، ۱۳۷۷، چارچوبی نظری برای بررسی سیاست تطبیقی، ترجمه: علیرضا طیب، چاپ دوم، تهران، مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۳. آزادارمکی، تقی، ۱۳۸۹، جامعه‌شناسی ایران: جامعه‌شناسی مناسبات بین نسلی، چاپ اول، تهران، نشر علمی.
۴. ابن‌ابی‌الحدید، عزالدین ابوحامد، ۱۳۴۱، شرح نهج‌البلاغه، قم، مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.

۵. انوری، حسن، ۱۳۸۱، فرهنگ بزرگ سخن، چاپ اول، تهران، انتشارات سخن.
۶. چیلکوت، رونالد، ۱۳۹۳، نظریه‌های سیاست مقایسه‌ای، ترجمه: وحید بزرگی و علیرضا طیب، چاپ پنجم، تهران، خدمات فرهنگی رسا.
۷. خمینی، روح‌الله، ۱۳۸۹، صحیفه امام، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۸. رضی، محمدبن حسین، ۱۳۹۵ق، نهج البلاغه، تدوین: صبحی صالح، قم، دار الهجرة.
۹. شرف‌الدین، حسین، ۱۳۸۷، «جامعه‌پذیری سیاسی و تربیت سیاسی»، فصلنامه راه تربیت، سال دوم، شماره ۵.
۱۰. شیروانی، علی، ۱۳۹۱، ترجمه نهج البلاغه (کلام امیرالمؤمنین علی ابن ابی طالب علیه صلوات المصلین)، چاپ سوم، تهران، دفتر نشر معارف.
۱۱. گولد، جولیس و همکاران، ۱۳۷۶، فرهنگ علوم اجتماعی، گروه مترجمان، تهران، مازیار.
۱۲. لنسکی، گرهارد و جین لنسکی، ۱۳۶۹، سیر جوامع بشری، ترجمه: ناصر موفقیان، چاپ اول، تهران، سازمان انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
۱۳. المسعودی علی بن الحسین، ۱۴۰۹ق، مروج الذهب ومعادن الجوهر، تحقیق: أسعد داغر، قم، دار الهجرة.
۱۴. معین، محمد، ۱۳۸۸، فرهنگ فارسی، چاپ ۲۶، تهران، امیرکبیر.
۱۵. مهرداد، هرمز، ۱۳۷۶، زمینه‌های جامعه‌شناسی سیاسی: جامعه‌پذیری سیاسی، تهران، پازنگ.
۱۶. وبگاه تسنیم نیوز، کد خبر: ۲۷۹۰۶۱۴، تاریخ مشاهده: ۱۴۰۱/۰۷/۲۷، نشانی: