

## تبیین جامعه شناختی تأثیرات صنایع فرهنگی بر جنبش های نوپدید دینی

جمشید میرزایی

کارشناسی ارشد جامعه شناسی، دبیر آموزش و پرورش

### چکیده

نوشتار حاضر با رویکرد جامعه شناسی و با روش اسنادی-کتابخانه ای به نگارش درآمده است. در این نوشتار، جنبشهای نوپدید دینی (NRM)، شامل فرقه هایی هستند که از جامعه بزرگتر جدا و با مذهب رسمی موجود مخالفند و عموماً به جای رستگاری، خوشبختی! را هدف خود اعلام می کنند. بررسی ماهیت این گونه گروهها، نقش رسانهها و صنایع فرهنگی در عصر جهانی شدن در گسترش آنها، آسیبهای اجتماعی حادث شده از این پدیده و... از اهم مطالب این نوشتار است. از آنجا که جامعه ما یک جامعه دینی است، ظهور جنبشهای اینچنینی نشان از گروههای ضدفرهنگ و تهدیدی برای امنیت اجتماعی جامعه محسوب می شود. از نظر ماجنبشهای نوپدید، خود را نه به عنوان دشمن دین، بلکه به عنوان رقیب دین مطرح کرده اند؛ یعنی دشمن میخواهد دین را تضعیف کند اما رقیب میخواهد دین را از عرصه بیرون کند و خود جای آن را بگیرد. این گونه گروهها در عصر جهانی شدن، با دسترسی به صنایع فرهنگی، از رسانه های دوربرد برای تبلیغ و ترویج افکار خود استفاده می کنند. در این میان متفکرین، متولیان عرصه فرهنگ و متخصصان صنایع فرهنگی می بایست با افزایش تولیدات صنایع فرهنگی و با برگزاری همایش های کاربردی، کارگاه های آموزشی، جلسات گفتگو و... با حضور خبرگان صاحب نظر در این حوزه، بتوانند خانواده ها و نسل جوان و آینده را از دامهایی که بر سر راه آنان است آگاه کنند.

**واژگان کلیدی:** جنبشهای نوپدیددینی، صنایع فرهنگی، جامعه شناسی، امنیت اجتماعی، رسانه ها.

نشانی محل کار: تهران، قرچک، شهرک طلائی، روبروی دادگاه، دبیرستان نمونه دولتی علی ابن موسی الرضا(ع)،

تلفن: ۰۲۱-۳۶۱۵۲۷۰۰، تلفن همراه: ۰۹۱۲۲۹۴۸۵۱۸

نشانی الکترونیک: mirzaejamshid1979@yahoo.com

### مقدمه

چندین سال است که از طریق رسانه‌ها اخباری از شکل‌گیری، ظهور و پیدایش جریان‌ها و گروه‌هایی با عنوان فرقه‌های نوظهور-که در زبان جامعه‌شناسی، جنبش‌های نوپدید دینی<sup>۱</sup> خوانده شده- در عرصه عمومی مطرح می‌شود. در این نوشتار با دیدی کلان‌نگر، جنبش‌های نوپدید دینی به عنوان متغیر وابسته و صنایع فرهنگی<sup>۲</sup> به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده یعنی می‌خواهیم بدانیم که صنایع فرهنگیچه تأثیراتی بر این جنبش‌ها دارد. بررسی ماهیت و چستی این گونه‌گروه‌ها، زمینه اجتماعی و فرهنگی پیدایش آن‌ها، نقش صنایع فرهنگی، رسانه‌ها در عصر جهانی شدن در گسترش و شیوع این جریان‌ها از اهم مطالبی است که در این نوشتار بدان می‌پردازیم. در این نوشتار به جریان‌ها و جنبش‌های نوپدید دینی به عنوان تهدیدی برای امنیت اجتماعی نگریسته و با الهام از آموزه‌ها و یافته‌های علم جامعه‌شناسی به تبیین و تشریح آن پرداخته می‌شود.

### بیان مسأله

جامعه‌شناسان متأخر برای حضور دین در عرصه عمومی اصطلاحات بسیاری نظیر «ادیان سکولار»، «ادیان تمثیلی»، «ادیان استعاره‌ای»، «ادیان بی‌شکل»، «ادیان موازی»، «ادیان لایت-سبک»، «ادیان خود ساخته»، «دین کدر» و... را در تبیین و تحلیل این پدیده اجتماعی به کار برده‌اند. این دینداری‌ها به تعبیر پیرو روزانوالن، با دویژگی شاخص غیر نهادینه بودن و جایگزین کردن خوشبختی به جای رستگاری شناخته می‌شوند.<sup>(۷)</sup> با این وصف سوالاتی که در اینجا در مورد جامعه ما مطرح است عبارتند از: ماهیت این جنبش‌های نوپدید دینی چیست؟ صنایع فرهنگی و رسانه‌ها در عصر جهانی شدن چه تأثیری بر گسترش و اشاعه این فرقه‌ها داشته است؟ آیا جنبش‌های نوپدید دینی را می‌توان مسأله اجتماعی<sup>۳</sup> و آسیب اجتماعی<sup>۴</sup> برای جامعه تلقی کرد؟

### اهمیت و ضرورت موضوع پژوهش

از نظر ماجنیش‌های نوپدید دینی خود را نه به عنوان دشمن و مخالف دین، بلکه به عنوان رقیب دین مطرح کرده‌اند. در این تفسیر، تفاوت دشمن و رقیب در این است که دشمن و مخالف می‌خواهد دین را تضعیف و کم‌اثر کند اما رقیب می‌خواهد دین را از عرصه بیرون کند و خود را به عنوان آلترناتیو و بدیل معرفی کند و جای آن را بگیرد و خود را در عرصه بنشاند و از طرف دیگر ما با روند فزاینده و رو به رشد صنایع فرهنگی روبرو هستیم و علی‌رغم اینکه دارای جنبه‌های مثبت فراوانی هستند، اما دارای جنبه‌ها و رویه‌های منفی و مخربی نیز هستند. نیل پستمن معتقد است: «یک چنین هجومی به فرهنگ و سواستفاده از آن بدون وجود یک تکنولوژی که راه آن را هموار ساخته و بدون یک نگرش جهانی و تفکری که آن را مطلوب شناخته، ممکن نمی‌بود.»<sup>(۵)</sup> و این‌ها همه اهمیت و ضرورت موضوع را دو چندان می‌کند.

### اهداف پژوهش

<sup>۱</sup>- New Religion Movement(NRM)

<sup>۲</sup>- Cultural Industries

<sup>۳</sup>- Social Problem

<sup>۴</sup>- Social deviations

**هدف کلی:** بررسی جامعه شناختی تأثیرات صنایع فرهنگی بر پیدایش و رشد و گسترش جنبش های نوپدید دینی.  
**اهداف جزئی:** ۱- بررسی ماهیت جنبش های نوپدید دینی؛ ۲- بررسی نقش فرایند جهانی شدن و رسانه ها بر گسترش جنبش های نوپدید دینی؛ ۳- بررسی جنبش های نوپدید دینی به مثابه آسیب و مسئله اجتماعی و تهدیدی برای امنیت اجتماعی.

### روش شناسی پژوهش

این نوشتار پژوهشی بر مبنای روش پژوهشی کتابخانه ای-اسنادی و با رویکرد جامعه شناسی به بررسی اسناد و مدارک و تحلیل های مختلف پرداخته شده و نیز کوشش شده که در تشریح و توضیح نظرات خود، از یافته های پژوهشی سایر پژوهشگران نیز استفاده شود.

### تعریف مفاهیم و اصطلاحات

**جامعه شناسی:**<sup>۹</sup> مطالعه علمی جامعه انسانی و رفتار اجتماعی آن ها. (۹)  
**فرقه:**<sup>۱۰</sup> تجمع خاص اشخاصی که به آئینی می گروند که توسط همگان به رسمیت شناخته نشده است و در برابر نهادهای اساسی جامعه قرار دارد. (۴)  
**ضد فرهنگ:**<sup>۱۱</sup> به گروه هایی اطلاق می شود که با هنجارها و موازین فرهنگ غالب در جدال است و آن را شدیداً طرد می کند. (۱۳)  
**جنبش:** جنبش اجتماعی را می توان کوشش جمعی برای پیشبرد منافع مشترک، یا تأمین هدفی مشترک، از طریق عمل جمعی خارج از حوزه نهادهای رسمی تعریف کرد. (۱۵)  
**صنایع فرهنگی:**<sup>۸</sup> آن دسته از محصولات فرهنگی هستند که به طور صنعتی و به میزان انبوه تولید می شوند و شامل فعالیت های فیلم، ویدئو، تلویزیون، رادیو، بازی های ویدئویی، موسیقی، کتاب و نشریات است. (۲۱)

### چیستی و ماهیت جنبش های نوپدید دینی

طی دیدگاه های گوناگونی که از دهه ۷۰ با ظهور و شناخت پدیده ای با عنوان "جنبش های نوین دینی" (NRM) در جامعه شناسی امریکا، مطرح شده، آموزه های چنین جمع هایی که اکنون در کل دنیا به نوعی توجه ها را به سوی خود جلب کرده، با عناوینی چون دینداری های جدید، معنویت های جدید، رفتارهای نوین دینی و... مورد بررسی قرار گرفته و به دنبال خود بحث های جنجالی زیادی را در عرصه عموم به راه انداخته اند. (۸)  
برای آنچه که در امریکا واژه فرقه (Sect) به کار می بردند، در اروپا واژه آئین (Cult) استعمال می شود. (۱۷) ملتون پرکارترین محقق در حوزه جامعه شناسی ادیان عصر جدید می نویسد: «بیش از هزار فرقه معنویت گرا در امریکا و بیش از دو هزار جریان معنویت جوئی در اروپاست» (۱۶) در مورد ماهیت و چیستی این فرقه ها باید گفت که فرقه ها

<sup>۹</sup> - Sociology

<sup>۱۰</sup> - Sect

<sup>۱۱</sup> - Counterculture

<sup>۸</sup> - این اصطلاح برای اولین بار از سوی نظریه پردازان مکتب انتقادی (حلقه فرانکفورت) به کار برده شد.

نسبتاً کوچکند و معمولاً هدف آن‌ها دنبال کردن راه حقیقی! است و به کناره گیری از جامعه و فرو رفتن در اجتماعات خودشان گرایش دارند. فرقه از جامعه بزرگتر جداست و با مذهب رسمی موجود مخالف است. واژه فرقه دارای اشاره های تلویحی می باشد و اغلب از عقاید عجیب و غریب، اعمال شیطانی و اغوا کننده، کنترل ذهن و اجبار روانی و احتمالاً سوء استفاده های جنسی و گرایشات مجرمانه حکایت دارد. (۲۴ و ۱۵ و ۲) در مورد رفتار این فرقه ها با اعضایشان باید گفت که بسیاری از این فرقه ها که اکنون مشغول به فعالیتند غالباً « از میان نسل جوان عضو گیری می کنند و جوان ها را از خانواده ها جدا کرده، در خانه های تیمی و مراکز خاصی مستقر کرده و همه روابط آن ها را تحت کنترل در می آورند. اطاعت مطلق و سرسپردگی بی چون و چرا از رهبری فرقه و زندگی مشترک با اعضای فرقه نوعی خاصی از زندگی و شیوه تفکر را به آنان تحمیل می کنند، با آن ها ارتباط جنسی نامشروع برقرار می کنند یا آن ها را به بعضی از مواد افیونی معتاد می کنند تا کاملاً تابع آن ها باشند. در بعضی فرقه ها از اعضا پول می گیرند و می خواهند که کل اموالشان را به رؤسای فرقه منتقل کنند.» (۲۳ و ۲۲) بارکر نیز در مورد رهبران این گروه ها و فرقه ها می گوید: «من در بررسی جنبش ها متوجه شدم که رهبران هرچه بیشتر مقام و رتبه خویش را از هواداران جدا می کردند به همان اندازه تأثیر فرهنگی آنان بیشتر می شد. کاریزما سازی شامل ساختن داستان های درباره او، افسانه بافی درباره دوران کودکی اش، دارا بودن "اشیاء قدسی" و هر داستان دیگری است که از این شخص یک موجود خاص و انسان کامل بسازد.» (۳)

### آسیب شناسی اجتماعی (جنبش های نوپدید دینی و امنیت اجتماعی)

جامعه ما یک جامعه دینی است و میزان اعتقادات دینی در جامعه ما در حد بسیار بالایی است. نتایج پژوهش های پیمایش نشان می دهد که « شاخص دینداری مردم ایران در مقیاسی بین ۱۰ تا ۱۰۰، حائز نمره ۹/۴۱ بوده است. نتایج این پیمایش نشان می دهد که در حوزه ارزش های سنتی در حوزه دین، ماندگاری و پایداری ارزش ها در کشور ما بیش از حد انتظار بوده است و رتبه ایران در میان ۷۶ کشور جهان، رتبه ۶ بوده است. بیشترین نمره شاخص ها به ترتیب عبارتند از: مصر ۹/۸۳، اندونزی ۹/۷۵، اردن ۹/۶۲ و... کمترین آن نیز به ترتیب عبارت بودند از جمهوری چک ۲/۵۵، ویتنام ۲/۵۹، استونی ۲/۸۶، ژاپن ۳/۳۳، سوئد ۳/۴۱، دانمارک ۳/۵ و...» (۱) از آنجا که جامعه ما یک جامعه دینی است و میزان اعتقادات دینی در جامعه ما در حد بسیار بالاییست باید گفت که ظهور و بروز جنبش های اینچینی نشان از پدیده هایی نظیر آسیب اجتماعی، مسأله اجتماعی و گروه های ضد فرهنگی در کل تهدیدی برای امنیت اجتماعی جامعه ما محسوب می شوند. یکی از جامعه شناسان کشورمان آسیب اجتماعی را چنین تعریف کرده است: «آسیب و یا کجروی اجتماعی به هر نوع عمل فردی و یا جمعی اطلاق می شود که در چارچوب اصول اخلاقی و قواعد عام عمل جمعی جامعه محل فعالیت کنشگر، قرار نمی گیرد لذا با منع قانونی و قبح اخلاقی و اجتماعی مواجهه می گردد.» (۱۲) بطوریکه در چارچوب اصول اخلاقی و هنجاری جامعه، اعمالی نظیر خرافه گرایی، لذت پرستی، اختلاط جنسی، عرفان دارویی و توهمی و... امری پذیرفتنی نیست و با ارزش ها و هنجارهای پذیرفته شده جامعه ما مغایرت اساسی دارد. علاوه بر این از منظر آسیب شناسی اجتماعی و فرهنگی، جنبش ها و فرقه های نوظهور به عنوان گروه های ضد فرهنگ تلقی می شوند زیرا که ویژگی های آن ها با تعریف مفهوم ضد فرهنگ همخوانی دارد؛ وقتی می گوئیم ضد فرهنگ یعنی «خرده فرهنگی که ارزش ها، هنجارها و شیوه زندگی آن اساساً با فرهنگ حاکم در تضاد می

باشد. چنین گروهی آگاهانه برخی از مهم ترین هنجارهای جامعه بزرگتر را رد می کنند و به این امر نیز مباحث می ورزد. «(۹) چه در گروه های شیطان پرست و چه در عرفان های کاذب و وارداتی، جهت گیری اساسی آن ها ضد نظام ارزشی وهنجاری جامعه ماست و هیچ گونه سنخیت و همخوانی با فرهنگ عمومی جامعه ما را ندارند. این گروه های انحرافی و فرقه های نوظهور با بی توجهی و ضدیت با ارزش ها و هنجارهای رسمی و پذیرفته شده جامعه ما، به مسائل اجتماعی دامن می زنند. در نگرش جامعه شناختی، مسأله اجتماعی از مفاهیم اساسی محسوب می شود. جامعه شناسان معمولاً مسئله اجتماعی را «وضعیت اظهار شده ای می دانند که با ارزش های شمار مهمی از مردم مغایرت دارد و معتقدند باید برای تغییر آن وضعیت اقدامی کرد.» (۱۰) منظور از وضعیت اظهار شده وضعیتی است که وجود دارد یعنی کسی نمی تواند منکر وجود گروه ها جنبش های نوپدید دیندر جامعه شود و وجود آن ها را انکار کند. منظور از مغایرت با ارزش ها یعنی اینکه مردم ما در چارچوب نظام ارزشی مورد قبولشان (ارزش های انسانی و دینی) وضعیتی را مسأله اجتماعی می دانند چرا که در نظام ارزشی ما این فرقه ها ضد ارزش محسوب می شوند. منظور از شمار مهمی از مردم اشاره به جمع کثیری از مردم دارد و فقط بحث به خطر افتادن ارزش های یک طبقه یا صنف و یا قشر نیست و مقصود از نیاز به اقدام یعنی اینکه فراخوان و اعلانی برای اقدام در جهت تغییر وضعیت به موازات تعریف وضعیت به عنوان مسئله اجتماعی صورت می گیرد. مثلاً نفس برگزاری همایش های مرتبط با موضوعی افزایش سطح کمی و کیفی تولیدات صنایع فرهنگی مرتبط، نشان می دهد که باید اقدامی کرد و نباید به نظاره نشست.

### صنایع فرهنگی، جهانی شدن و جنبش های نوپدید دینی

می توان گفت که «جهانی شدن به طور خلاصه مربوط به تأثیر مستقیم فضا وزمان در زندگی ماست.» (۱۴) از مؤلفه های جهانی شدن در این حوزه می توان تکنولوژی ارتباطی و رسانه ایواطلاع رسانی، رسانه های جمعی الکترونیک و غیرالکترونیک، بی مرز شدن فرهنگ ها، ادغام فرهنگها، تهاجم فرهنگی و... را بر شمرد. جهانی شدن از خاصیت نفوذی ارتباطات به خوبی بهره جسته تا زمام همه ابعاد فعالیت های اجتماعی را به دست بگیرد. در راستای اهداف جهانی سازی، فناوری رسانه ها یا تکنولوژی ارتباطات بسیار مهم است. این فناوری به شدت از فاصله جغرافیایی کشورها کاسته است. ابتدا ماهواره ها جهان را تسخیر کردند و سپس شبکه جهانی اینترنت. واقعیت های کنونی نشان می دهد کهجوامع نمی توانند نسبت به فرهنگ یکدیگر بی تفاوت باشند یعنیدر مسائل فرهنگی دارای رابطه هستند و در عصر جهانی شدن و رسانه های دوربرد این تبادل فرهنگی بیشتر می شود. اما تهاجم فرهنگی به جریان هایی گفته می شود که در آن فرهنگ بومی، قومی، ملی و اصلی یک جامعه مورد حمله و تسلط غیر نظامی - نظام فرهنگی جامعه دیگری - قرار می گیرد. (۱۹) به نظر یکی از اندیشمندان حوزه ارتباطات، تهاجم فرهنگی یعنی «هرگاه انتقال فرهنگ یک سویه، غیردوطلبانه و سلطه گرانه باشد.» (۱۸) از نظر مک لوهان نیز «فرهنگ ها و تمدن ها هیچ گاه درک نمی کرده اند که ضربه اصلی را از کجا و به چه دلیل خورده اند. ضربه فناوری آنچنان به کندی و نرمی فرود می آید که کسی به درک آن موفق نمی شود.» (۶)

باید گفت که «غرب دارای یک وجه سخت افزاری استمانند ماشین آلات، صنعت و تکنولوژیو یک وجه نرم افزاریمانند فکر، فرهنگ، فلسفه وایدئولوژی.» (۲۰) و صنایع فرهنگی از ترکیب و تعامل و برهمکنش این دو وجه پدید می آیند. جنبش های نوپدید دینباز مدرن ترین و کارآمدترین رسانه ها و نظریه های رسانه ای و ارتباطی و صنایع فرهنگی

برخوردار هستند و از آن‌ها در جهت ترویج ایدئولوژی‌های خود و تسخیر اذهان استفاده می‌کنند. «دارندگان رسانه‌های با برد زیاد می‌توانند از طریق ارسال پیام به قلمرو سرزمین‌های مختلف، باورها، ارزش‌ها و هنجارهای مشترکی را که هر گروه از خود دارد، تغییر دهند و با تغییر آن، هویت و تداوم زندگی گروهی را تحت تأثیر قرار دهند؛ یعنی توسعه فناوریهای جدید ارتباطی این امکان را فراهم آورده تا افراد، گروه‌ها و سازمان‌هایی که بیرون مرزهای یک کشور قرار دارند، بتوانند در باورهایی که هر گروه در باره خودش دارد، تردید ایجاد کنند و آن را زیر سؤال ببرند؛ (۱۱) گسترش رسانه‌های دوربرد، رسانه‌های دیداری- شنیداری جدید، لوح‌های فشرده، صنعت دیجیتال و در مجموع صنایع فرهنگی به رشد و گسترش و رونق این جریان‌ها، کمک فراوانی کرده است. بر این اساس می‌توان گفت که «فناوری ارتباطی جدید و تعامل از فاصله دور، امکان شکل‌گیری گروه‌ها و «ما»هایی را فراهم آورده است که به حضور در مکان واحد نیاز ندارند. فناوری جدید فضایی را فراهم می‌آورد که افراد در آن می‌توانند خود را با دیگران مقایسه کنند، شباهت‌ها و تفاوت‌های خود را با دیگران بشناسند، تشکیل «ما» دهند و تأیید دیگران را هم در این فضا بگیرند.» (۱۱) شواهد و قرائن نشان می‌دهد که جنبش‌های نوپدید دینی و فرقه‌های نوظهور چگونه و با چه حجمی از این رسانه‌های دوربرد و صنایع فرهنگی در جهت تبلیغ و ترویج افکار خود استفاده می‌کنند و علی‌رغم این که ماکس وبر گفته است که ما در جهانی اسطوره‌زدایی شده به سر می‌بریم و جهان ما از اسطوره‌ها جدایی یافته است، اما می‌بینیم که امروز این جنبش‌ها چگونه عقاید خود را در غالب اسطوره‌ها و با کمک رسانه‌ها و صنایع فرهنگی جهانی، اشاعه می‌دهند.

### نتیجه‌گیری (بهره‌سخن)

- ۱- در این عرصه، ما آنطور که باید و شاید، موفق عمل نکرده‌ایم. این ضعف هم در حوزه ابزارها و فناوری و صنایع فرهنگی است و هم در حوزه نیروی انسانی متخصص.
- ۲- چیزی که ما امروز نیاز داریم، پرورش و تربیت انسانی متناسب با عصر حاضر است؛ عصر حاضر انسان ویژه خود را می‌طلبد. انسانی که زمان‌شناس باشد و منظور از زمان‌شناس بودن، زمان فرهنگی است نه زمان تقویمی؛ زیرا جامعه ما به لحاظ زمان تقویمی در قرن بیست و یکم زندگی می‌کند ولی آیا به لحاظ فرهنگی و اجتماعی نیز تماماً در قرن بیست و یکم زندگی می‌کنیم؟
- ۳- در این بیندلسوزان قوم، علمای دینی، روشنفکران، متولیان عرصه فرهنگ و متخصصان صنایع فرهنگی می‌بایست حضوری هوشیارانه در این عرصه داشته باشند. چرا که پای ایمان یک نسل در میان است. اگر دیر به خود آییم و نجنبیم کار به جایی خواهد رسید که نه بر مرده که باید بر زنده گریست!
- ۴- ضمن ایجاد حساسیت عمومی در جامعه، می‌بایست با افزایش سطح کمی و کیفی تولیدات صنایع فرهنگی و نیز با برگزاری همایش‌های کاربردی، کارگاه‌های آموزشی، و جلسات گفتگو و... با حضور علما، جامعه‌شناسان و روانشناسان صاحب نظر در این حوزه، خانواده‌ها و نسل جوان و آینده را از دام‌هایی که بر سر راه آنان است آگاه کرد.

۵- در این میان صنایع فرهنگی اعم از شبکه های مجازی اینترنت و ماهواره هم فرصت است هم تهدید؛ هم نعمت است و هم نعمت. می بایست در این ضیافت جهانی که بر پاشده است حضوری آگاهانه و خردمندانه داشته باشیم و از صنایع فرهنگی موجود به بهترین نحو استفاده کنیم.

۶- باید ماهیت و چیستی این جنبش ها، روش های عضو گیری، رفتارشناسی گروهی و... آن ها را شناسایی و به نسل جدید معرفی کنیم و از آسیب ها و آفت هایی که بر سر راه آنان است پرده برداریم.

۷- در عصر جهانی شدن نمی توان نسبت به صنایع فرهنگی بی تفاوت باشیم و آن را دست کم بگیریم؛ اگر ما نسبت به آن بی تفاوت باشیم، آن نسبت به ما بی تفاوت نخواهد بود و با ما کار خواهد داشت.

## منابع و مراجع

- ۱- آزادارمکی، ت.، ملکی، امیر. «تحلیل ارزش های سنتی و مدرن در سطح خرد و کلان»، ۱۳۸۶، فصلنامه نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۰، بهار ۱۳۸۶، صفحه ۱۱۷.
- ۲- بارکر، ا.، «درآمدی بر جنبش های نوپدید دینی»، ۱۳۸۱، ترجمه باقر طالبی، فصلنامه هفت آسمان، شماره ۱۵، پاییز ۱۳۸۱، صفحه ۲۲۶.
- ۳- بارکر، ا.، «معرفی جنبش های نوپدید دینی»، ۱۳۸۲، مصاحبه با الین بارکر، ترجمه باقر طالبی، ماهنامه اخبار ادیان، سال اول، شماره ۲، تیرماه ۱۳۸۲، صفحه ۵۰.
- ۴- فرهنگ علوم اجتماعی، ۱۳۸۰، بیرو، آلن، چ چهارم، ترجمه باقر ساروخانی، تهران، انتشارات موسسه کیهان، صفحه ۳۳۳.
- ۵- تکنوپولی؛ تسلیم فرهنگ به تکنولوژی، ۱۳۸۵، پستمن، نیل، ترجمه صادق طباطبایی، چ چهارم، تهران، انتشارات اطلاعات، صفحه ۲۶۷.
- ۶- «مفاهمه همدلانه تمدن و مطالعه همگانه فرهنگی»، مجموعه مقالات چیستی گفتگوی تمدن ها، ۱۳۷۷، سیف زاده، حسین تهران، انتشارات سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، صفحه ۲۰۳.
- ۷- شریعتی، س.، «جامعه شناسی مدرنیته دینی»، ۱۳۸۵، متن سخنرانی در گروه جامعه شناسی دین، انجمن جامعه شناسی ایران.
- ۸- شریعتی، س.، باستانی، س. و خسروی، ب.، «نگاهی به پدیده معنویت های جدید در ایران»، ۱۳۸۶، نشریه فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۸، سال سوم، صفحه ۱۶۸.
- ۹- درآمدی بر جامعه، ۱۳۸۵، رابرتسون، یان، ترجمه حسین بهروان، چ چهارم، مشهد، انتشارات به نشر، صفحات ۷۹ و ۲۴.
- ۱۰- رویکردهای نظری هفت گانه در بررسی مسائل اجتماعی، ۱۳۸۶، رایبینگتون، ارل و واینبرگ، مارتین، ترجمه رحمت اله صدیق سروستانی، چ سوم، انتشارات دانشگاه تهران، صفحات ۱۳ و ۱۲.
- ۱۱- علوم اجتماعی؛ جامعه شناسی نظام جهانی، ۱۳۹۰، رجب زاده، احمد، دوران، بهزاد، سیدی، فرشته، چ پنجم، تهران، انتشارات سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، صفحات ۶۳ و ۵۷.
- ۱۲- آسیب های اجتماعی و روند تحول آن، ۱۳۸۲، عبدالهی، محمد، تهران، انتشارات آگاه، صفحه ۱۸.

- ۱۳- مبنای جامعه شناسی، ۱۳۸۲، کوئن، بروس، ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل، چ هفدهم، تهران، انتشارات سمت، صفحه ۶۴.
- ۱۴- جهان رها شده، ۱۳۷۹، گیدنز، آنتونی، ترجمه علی اصغر سعیدی و یوسف حاجی عبدالوهاب، تهران، نشر علم و ادب، صفحه ۳۸.
- ۱۵- جامعه شناسی، ۱۳۸۴، گیدنز، آنتونی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، صفحه ۶۷۹.
- ۱۶- جریان شناسی انتقادی عرفان های نوظهور، ۱۳۸۸، مظاهری سیف، حمیدرضا، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، صفحه ۲۲.
- ۱۷- ملتون، گ. «مطالعه ادیان جدید» ۱۳۸۱، ترجمه باقر طالبی، فصلنامه هفت آسمان، شماره ۱۵، پاییز ۱۳۸۱، صفحه ۲۴۱.
- ۱۸- مولانا، ح. «»، ۱۳۸۲، فصلنامه رسانه، نشریه وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، شماره ۴، زمستان ۱۳۷۲، صفحه ۱۲۳.
- ۱۹- میرزایی، ج. «هویت و جهانی شدن» ۱۳۸۵، مقاله ارائه شده در همایش استانی «آموزش و پرورش، هویت و چالش های فرا رو»، اردیبهشت ماه ۱۳۸۵.
- ۲۰- میرزایی، ج. «انسان ایرانی و جهان جدید» ۱۳۸۸، ماهنامه رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۴۴، پاییز ۱۳۸۸، صفحه ۳۱.
- ۲۱- میرسپاسی، ن.، احمدپورداریانی، م.، علائی، س. «طراحی مدل توسعه کارآفرینی در صنایع فرهنگی»، ۱۳۸۷، تابستان و پاییز ۱۳۸۷، فصلنامه بصیرت، سال پانزدهم، شماره ۴۰، صفحه ۲۲.
- ۲۲- همتی، ه. «اخلاق و عرفان از دیدگاه امام خمینی (ره)»، ۱۳۸۳، ماهنامه کیهان فرهنگی، خرداد ۱۳۸۳، شماره ۲۱۲، صفحه ۲۰.
- ۲۳- همتی، ه. «عرفان دینی و عرفان سکولار»، ۱۳۸۴، ماهنامه کیهان فرهنگی، شهریور و مهر ۱۳۸۴، شماره ۲۲۷-۲۲۸، صفحه ۵۳.
- ۲۴- جامعه شناسی دین، ۱۳۸۱، همیلتون، ملکم، ترجمه محسن ثلاثی، چاپ دوم، تهران، نشر تبیان، صفحه ۲۴۵.