



Re-examining the Harms of Preachers' Worldliness over the Social Relations from the Perspective of the Qur'an and Hadiths

(Received: 2022/08/16 / Accepted: 2023/07/19)

Seyyed Mohammad Alavizadeh¹

ABSTRACT

One of the main challenges of Tabligh (preaching to Islam), and the most important obstacles to the social relations of Islamic preachers and the impact of their preaching on people's hearts, is the vice of materialistic intention and greediness. Therefore, this research, using library sources and descriptive analytical method, aims to explain the harms of materialistic intention of preachers from the perspective of verses and narrations, and their consequences for the preachers, people, and the process of religious preaching. . The results of this research indicate that the preachers' greediness and money-oriented intention during tabligh to Islam may appear in different forms and instances, all of which fall under the three general headings: love of self (egoism), love of wealth (materialism), and love of status and fame. Religious teachings show that the preacher who loves the world will lose his reputation among people and they will disperse from him, and his words and preaching will not only have no effect, rather, it is possible that he deviate them from the right path, which is the most serious harm of wordliness of preachers, and it is exactly the opposite of the purpose of tabligh, and it distances people from religion whether he wants it or not, with his behavior and actions stemming from his love for the world.

KEYWORDS: Harm, Wordliness, Religion, Preacher, Tabligh, Social Relations.

1- Seminary level 4 student of Qur'an and Psychology, Al-Mustafa International University, Qom, Iran, alavizade@mail.ir



باز پژوهی آسیب‌های دنیادوستی بر روابط اجتماعی مبلغان دین از منظر قرآن و روایات

(تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۵/۲۵ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۸)

سید محمد علوی زاده^۱

چکیده

یکی از مهم‌ترین آفات تبلیغ دین و یکی از موانع اصلی روابط اجتماعی مبلغان دین و اثرگذاری آن‌ها بر قلوب مردم، رذیله دنیادوستی است. از این رو این تحقیق با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و با روش توصیفی و تحلیلی، ضمن معرفی آسیب‌های دنیادوستی مبلغ در تبلیغ دین از منظر آیات و روایات، عواقب آن برای مبلغ، مردم و فرایند تبلیغ دین تبیین تشریح شده است. یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که دنیادوستی مبلغ در تبلیغ دین به اشکال و مصادیق مختلفی ممکن است بروز کند که همه آن‌ها در ذیل سه عنوان کلی حب نفس، مال دوستی و جاه‌طلبی قرار می‌گیرند. آموزه‌های دینی دلالت دارند بر اینکه مبلغ دنیادوست از چشم مردم می‌افتد، آبرویش می‌رود، مردم از دورش پراکنده می‌شوند، کلام و تبلیغش نه تنها اثر ندارد؛ بلکه ممکن است دین مردم را هم بدزد و آن‌ها را از راه حق منحرف کند که این خطرناک‌ترین آسیب دنیادوستی مبلغ است و دقیقاً در نقطه مقابل تبلیغ دین قرار دارد و مبلغ دنیادوست خواه‌ناخواه با رفتار و کردارش که از دنیادوستی او نشئت می‌گیرد، بر ضد دین گام برمی‌دارد و دین مردم را از آن‌ها می‌گیرد.

واژگان کلیدی: آسیب، دنیادوستی، دین، مبلغ، تبلیغ دینی، روابط اجتماعی.

۱. مقدمه

آسیب‌شناسی یا بیان آسیب‌های محبت دنیا یکی از فراوان‌ترین مباحث موجود در آیات و روایات است. آسیب کلمه‌ای فارسی است که به جرح، زخم، صدمه، عیب و نقص یا شکستگی که از زخم و ضرب پیدا آید، رنج، گزند، آزار، زیان، خسارت و درد معنا شده است (دهخدا، ۱۳۹۰: ۳۹؛ معین، ۱۳۸۱، ۱: ۴۷؛ عمید، ۱۳۸۹: ۳۴). آسیب در اصطلاح به آفت (هاشمی شاهرودی، ۱۳۸۷، ۱: ۱۲۶) یا آن دسته از عوامل که سبب اختلال و ناهنجاری‌ها و آفت در پدیده‌ها می‌شود و گاهی به خود اختلالات، آسیب گفته می‌شود. (حاجی، ۱۳۸۱، ۴: ۴۳۳) از این‌رو آسیب‌شناسی دنیادوستی یعنی شناخت صدمات و زیان‌هایی که محبت دنیا بر شخص وارد می‌کند و سبب اختلال و ناهنجاری و آفت در زندگی دنیوی و اخروی می‌شود.

خداوند متعال دنیا را ابزار و وسیله رسیدن به آخرت قرار داده است برای ولی بسیاری از بندگان در زندگی دنیوی، دنیا را به‌عنوان هدف قرار می‌دهند و برای رسیدن به آن دست به هر کاری می‌زنند. پس دنیا به‌خودی‌خود بد نیست و فقط در صورتی بد می‌شود که به‌عنوان هدف برای زندگی قرار بگیرد و انسان بدان عشق بورزد که در این صورت عامل غرق شدن انسان‌ها در لجنزار گناه خواهد بود. از امام صادق (ع) نقل شده است که فرمود: «ریشه همه خطاها و گناهان، عشق به دنیا و دل‌بستگی به دنیاست» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۲: ۳۱۵)

انسان‌ها هرچه بیشتر از دنیا بهره‌مند شوند حرص و طمعشان نسبت به آن افزایش پیدا کرد، هر چه محبت و حرص انسان به دنیا بیشتر شود، در لجنزار گناه غرق‌تر و از خدا دورتر می‌شود. حضرت امام باقر (علیه‌السلام) ضمن تمثیل زیبایی فرمودند:

«حریص به دنیا، مانند کرم ابریشم است که هر چه بیشتر ابریشم به دور خود می‌تند، راه بیرون شدنش را مشکل‌تر می‌کند تا اینکه از غم و اندوه بمیرد» (حر عاملی، ۱۴۰۹، ق، ۱۶: ۲۰)؛ در روایتی دیگر حضرت امام موسی کاظم (ع) ضمن تمثیلی زیبا فرمودند:

«دنیا چون آب دریاست، هر چه تشنه‌کام آن را بیشتر بنوشد، بیشتر تشنه‌شود تا او را بکشد» (حرانی، ۱۳۶۳: ۳۹۶)؛

از این‌رو حرص به دنیا و دنیادوستی در متون دینی بسیار مذمت شده است. بدترین شکل دنیادوستی آن است که کسی با کار آخرت به دنبال رسیدن به دنیا باشد مثل مبلغ و عالم دین با علم و تبلیغ دین به دنبال دنیا باشد. پیامبر خدا (ص) در این باره می‌فرماید:

«بوی بهشت از فاصله پانصد سال به مشام می‌رسد؛ اما کسی که دنیا را با کار آخرت بطلبد،

بوی بهشت را استشمام نمی‌کند» (متقی الهندی، ۱۴۰۱ ق، ۳: ۴۷۴):

از این رو علت انتخاب این موضوع برای تحقیق آن است که اساساً دنیادوستی با اهداف تبلیغ دینی در تضاد است و در اگر کسانی که به کسوت علما و مبلغان دینی وارد شده‌اند دچار آن شوند علاوه بر آخرت، بر دنیای خود و دین مردم ضربه وارد می‌کنند و نه تنها در کار تبلیغ موفق نیستند؛ بلکه علیه دین عمل خواهند کرد؛ بنابراین مبلغان دین نباید نیت خود را به اغراض دنیایی آلوده کنند؛ چراکه علوم دینی، کاربرد و هدف اصلی‌اش اصلاح آخرت است و صلاح آخرت جز به خلوص نیت محقق نمی‌شود. مداومت در توجه کردن به آسیب‌های دنیادوستی توسط مبلغان دین در نهایت منجر به نهادینه‌سازی زهد در وجود آنان می‌شود که نقطه مقابل محبت دنیاست که ثمرات و فواید بسیاری بر آن مترتب است از جمله تقویت روابط اجتماعی مبلغ و موفقیت او در امور معنوی و تبلیغ دین.

در آیات قرآن کریم هم اشارات فراوانی به این رذیله اخلاقی وجود دارد و اکثر آیاتی از قرآن کریم که درباره علمای یهود و بنی‌اسرائیل است، ناظر بر دنیادوستی آنهاست، مثل آیاتی که در موضوع حسادت علمای بنی‌اسرائیل (بقره: ۹۰)، کتمان حق (بقره: ۱۵۹) یا تحریف حقایق (نساء: ۴۶) از طرف آنها نازل شده است. احادیث بسیاری در ذیل همین آیات و غیر آن وجود دارد که به مصادیق و خطرات دنیادوستی از سوی علما که مبلغان دین هم هستند، می‌پردازد. مثلاً در کتاب شریف کافی بابی وجود دارد به نام «بَابُ الْمُسْتَأْكَلِ بِعِلْمِهِ وَالْمُبَاهِي بِهِ» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶) که اشاره به دو شکل از مصادیق دنیادوستی مبلغ دارد؛ یکی کسی که علوم دینی و تبلیغ دین را وسیله ارتزاق خود قرار دهد و دیگر اینکه کسی علم و تبلیغ را وسیله مباحثات و فخرفروشی نسبت به دیگران قرار دهد.

کتب و آثار فراوانی در موضوع کلی محبت دنیا به رشته تحریر درآمده است که از جمله آنها می‌توان به کتاب «کتاب حب دنیا؛ تأدیب شهوت» نوشته آیت‌الله مجتبی‌تهرانی (رحمه‌الله) در دو جلد، کتاب حدیثی «دنیا و آخرت از نگاه قرآن و حدیث» نوشته آیت‌الله محمد محمدی‌ری‌شهری (رحمه‌الله)، کتاب «سرای گذر: دنیا از منظر امام علی علیه‌السلام» نوشته عزیزه فروردین و کتاب «دنیادوستی» نوشته محمدجواد مرادی‌نیا اشاره کرد. همچنین تقریباً در ضمن همه کتب عمومی اخلاق فصول و بخش‌هایی درباره خطرات محبت دنیا به‌عنوان سرچشمه تمام رذایل وجود دارد که به موضوع دنیادوستی عموم مردم پرداخته است. کتبی که در موضوع اختصاصی تبلیغ دین نگاشته شده‌اند هم جامعیت ندارند و به همه مصادیق و

آسیب‌های دنیادوستی اشاره نکرده‌اند. مثلاً در فصل دهم کتاب «اخلاق و آداب در تبلیغ» نوشته حافظ نجفی زنجانی که توسط انتشارات پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم (ع) چاپ شده است به موضوع آسیب‌شناسی مبلغان دینی پرداخته می‌شود که فقط برخی از آن آسیب‌ها با دنیادوستی مبلغ مرتبط است از جمله مادی‌گرایی و دنیاطلبی، ادعای علم به همه چیز، جاه‌طلبی، فساد اخلاقی و اجتماعی، ریاکاری در تبلیغ، استبداد و تک‌روی و بد اخلاقی و بد رفتاری با مردم. همچنین در فصل چهارم کتاب «اخلاق تبلیغ دین (منشور اخلاقی مبلغان در سیره اهل بیت (ع))» اثر مهدی احمدپور که در پژوهشکده اخلاق و معنویت پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی منتشر شد به موضوع «اخلاق تبلیغ دین در آموزه‌های اهل بیت (ع) در عرصه حیات شخصی» پرداخته شده است که برخی از مصادیق آن آسیب دنیادوستی مبلغ دین است. یا کتاب «اخلاق تبلیغ» نوشته اکبر میرسپاه که توسط انتشارات موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) چاپ شده است فقط در ضمن موضوعاتی مانند «اجتناب از فخر فروشی و تبختر» به آسیب دنیادوستی مبلغان دین اشاره شده است.

در آثاری مانند پایان‌نامه «اخلاق تبلیغ دین در سیره و سخن امام صادق (ع)»، نوشته کبرا هواسی که در دانشکده اخلاق اسلامی دانشگاه معارف اسلامی قم به سال ۱۳۹۴ دفاع شد هم هیچ اشاره‌ای به موضوع دنیادوستی نشده است. مقالات متعددی نیز در زمینه آسیب‌شناسی دنیادوستی وجود دارد؛ از جمله مقاله «بررسی دوستی دنیا از نظر اخبار و روایات» نوشته حسین حقانی زنجانی که در مجله درس‌هایی از مکتب اسلام به تاریخ خرداد ۱۳۶۲، سال ۲۳ - شماره ۳ (صص ۵۵ تا ۵۹) و همچنین «خطرات دنیوی و اخروی حب مقام و ریاست در قرآن و روایات» نوشته محمدعلی نیک‌خواه که در مجله مکاتبه و اندیشه در زمستان ۱۳۹۴، شماره ۵۰ (صص از ۲۶ تا ۳۶) به چاپ رسیده‌اند، ولی هیچ‌کدام از این‌ها دنیادوستی مبلغین را به صورت اختصاصی آسیب‌شناسی نکرده‌اند؛ بنابراین در جستجویی که در پایگاه‌های اطلاعاتی انجام دادیم تحقیق مستقلی که فقط در موضوع آسیب‌های دنیادوستی مبلغ در تبلیغ دین نگاشته شده باشد و به همه جوانب آن پرداخته باشد را نیافتیم.

۲. مفهوم‌شناسی

پیش از ورود به بحث ضروری است که معنی کلیدواژه‌های آسیب، دنیادوستی، تبلیغ و دین بیان شود تا در ادامه بتوان، آسیب‌های دنیادوستی مبلغان دینی از منظر قرآن و روایات را

موردبررسی و نقد قرار داد.

دنیادوستی: دنیادوستی به معنی محبت و عشق ورزیدن به دنیاست. کلمه دنیا به معنی این جهان در برابر جهان آخرت (فیروزآبادی، ۱۴۱۴ ق، ۴: ۳۶۰؛ دهخدا، ۱۳۹۰، ۱: ۱۳۵۹) در قرآن مجید ۱۱۵ بار تکرار شده است و در تمام آن‌ها صفت زندگی کنونی است (مگر در چهار مورد که صفت آسمان و کنار بیابان آمده است). این کلمه معمولاً در مقابل آخرت استعمال می‌شود. اگر از «دنی» و «دنائت» به معنی پستی باشد، زندگی دنیا را دنیا می‌گوییم از این جهت که نسبت به زندگی آخرت پست‌تر و ناچیزتر است و اگر دنیا از «دنو» به معنی نزدیکی باشد؛ زندگی دنیا را دنیا می‌گوییم از این جهت که از زندگی آخرت به ما نزدیک‌تر است (تهرانی، ۱۳۸۱: ۱۴۷).

تبلیغ: واژه تبلیغ مصدر باب تفعیل از ماده «بلغ» است که در لغت به معنی وصول یا رسیدن است و تبلیغ و ابلاغ به معنای ایصال یا رساندن است (ابن منظور، ۱۴۱۴ ق، ۸: ۴۱۹). عین واژه تبلیغ در قرآن کریم به کار نرفته است، ولی افعال این باب به صورت‌های ذیل آمده است: «بَلَّغْتَ» (مائده: ۶۷)، «أُبَلِّغُكُمْ» (اعراف: ۶۲ و ۶۸؛ احقاف: ۲۳)، «يُبَلِّغُونَ» (احزاب: ۳۹)، «بَلِّغْ» (مائده: ۶۷) و «يُبَلِّغْنَ» (اسراء: ۲۳). صورت ثلاثی مجرد ریشه بلغ نیز ۵۱ بار به صیغه‌های فعلی یا اسمی و صورت باب افعال آن پنج بار به صورت فعلی ذکر شده است. واژه بلاغ، به معنای تبلیغ و ابلاغ و در مقام تأکید بر وظیفه پیامبران، پانزده بار تکرار شده است (عبدالباقی، ۱۹۹۸ م: ۱۳۴-۱۳۵). همه این واژه‌ها در قرآن فقط در معنای لغوی به کار رفته‌اند و مفهوم اصطلاحی متعارف و امروزی آن را ندارند.

امروزه واژه تبلیغ یا تبلیغات در فارسی، معادل چهار اصطلاح متفاوت عربی اعلام، دعایه، دعوت، اعلان و چند اصطلاح متمایز انگلیسی propagation (به معنای اشاعه و ترویج و تکثیر و رساندن صحیح یک مطلب است که بار ارزشی مثبت دارد)، propaganda (به معنای پیام توخالی و هیاهوی بی‌محتواست که بار ارزشی منفی دارد) و mission (به معنی تبلیغ دینی مسیحیت) و advertising یا advertisement (به معنای آگهی و پیام‌های بازرگانی در روزنامه‌ها و مجله‌ها) و commercial (به معنای پیام‌های بازرگانی تلویزیونی و رادیویی که این دو مورد اخیر از نظر ارزشی خنثی هستند، ولی در عمل، معمولاً محتواهایی غیرواقعی ارائه می‌دهند، از این رو بار ارزشی منفی پیدا می‌کنند) به کار رود (خندان، ۱۳۷۴: ۱۷-۴۵؛ سهرابی رنانی؛ رشیدپور؛ اعتباریان، ۱۳۹۵: ۴۶). در این تحقیق مقصود ما از تبلیغ، رساندن مجموعه‌ای از اطلاعات دینی و شرعی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد

یک موضوع است.

دین: دین با کسر دال مصدر است و در لغت عربی به معنی اطاعت، جزا، (فراهیدی، ۱۴۰۹ ق، ۸: ۷۳) پرستش و پاداش است که به طور استعاره درباره شریعت به کار می‌رود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ ق، ۱: ۳۲۳) و در لغت فارسی به کیش، طریقت، شریعت در مقابل کفر معنا شده است (دهخدا، ۱۳۹۰، ۱: ۱۴۰۳).

در قرآن، ماده «دین» و مشتقات آن ۱۰۱ بار و در سه معنا به کار رفته است (اسماعیلی زاده، ۱۳۹۱: ۲۷-۴۶). وقتی به کسر دال باشد یا به معنی آیین، شریعت و طاعت است مثل آیه «إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ» (آل عمران: ۱۹) و از آن ملت نیز تعبیر شده است. در آیه «وَمَا جَعَلْنَا عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ مِلَّةَ أَبِيكُمْ» (حج: ۷۸) به شریعت اسلام دین و ملت هر دو گفته شده است (قرشی بنایی، ۱۴۱۲ ق، ۲: ۳۸۰) یا به معنی جزا، مکافات، پاداش و حسابرسی مثل آیه «مَالِكِ يَوْمِ الدِّينِ» (فاتحه: ۴) و فتح دال به معنی بدهی و قرض است مثل آیه «أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ» (بقره: ۲۸۲).

به خاطر نوع بسیار زیاد ادیان در جوامع بشری، دین یکی از موضوعاتی است که به سختی تعریف می‌شود. دانشمندان علوم و ادیان مختلف برای پیدا کردن یک یا چند وجه اشتراک در تعریف ادیان کوشیده‌اند، ولی کارشان به جایی نرسیده است. این امر موجب شده است که تعریف‌های بی‌شماری برای دین ارائه شود که تقریباً هیچ کدام از آن‌ها جامع و مانع نیستند. برخی گفته‌اند دین به معنی اعتقاد به یک امر قدسی است و برخی آن را ایمان به موجودات روحانی دانسته‌اند. گروهی دیگر گفته‌اند دین عبارت است از ایمان به یک یا چند نیروی فوق بشری که شایسته اطاعت و عبادت هستند (توفیقی، ۱۳۸۵، ۱۴).

اندیشمندان غربی و متکلمان مسیحی در تعریف از دین، برخی به جنبه معرفت‌شناسی دین پرداخته، برخی به جنبه اعتقادی و باورمندی دین توجه کرده‌اند، عده‌ای بر جنبه کاربردی و عملی دین تکیه کرده، عده‌ای دیگر از بعد جامعه‌شناسانه، روان‌شناسانه و مانند آن به تعریف دین پرداخته‌اند. به‌طور کلی هر کدام از تعاریف به جنبه‌ای از آن اشاره کرده و از جنبه دیگر غافل شده‌اند (ابراهیم‌زاده آملی، ۱۳۸۳: ۱۸-۲۴). اندیشمندان مسلمان هم متأثر از قرآن تعاریف متعددی از دین ارائه داده‌اند؛ برخی آن را با نگاه کلامی به دین‌داری تعریف کرده‌اند (مصباح یزدی، ۱۳۹۳، ۱: ۱۱) که از معنی مورد نظر ما دورتر است؛ چرا که در تعریف دین باید جنبه الهی آن که همان دین به مفهوم مکتب باشد مورد توجه قرار گیرد نه دین‌داری و دیانت که به کارکرد

دین و جنبه بشری و عملی دین برمی گردد و وصف انسان دین‌ورز و حاصل دین‌داری او است. برخی از این تعاریف دین را به مطلق مکتب معنی کرده‌اند؛ اعم از مکاتب مادی و معنوی (طباطبایی، ۱۳۸۸: ۲۵-۲۷) که بازهم از معنی موردنظر ما دور است. برخی دیگر دین را به معنی مکتب الهی که موجب سعادت دین و دنیای بشر می‌شود معنی کرده‌اند (طباطبایی، ۱۴۱۷ ق، ۲: ۱۳۰؛ همان، ۱۶: ۱۹۳ و طریحی، ۱۳۶۲، ۲: ۷۶) که به معنی موردنظر ما نزدیک‌تر است؛ ازاین‌رو عبدالله ابراهیم‌زاده آملی در کتاب «دین‌پژوهی» بعد از نقل بیش از ده تعریف از طرف اندیشمندان مسلمان و غیرمسلمان سعی کرده است تعریفی جامع و مانع ارائه کند. به نظر وی دین مرکب است از مجموعه معارف نظری و عقیدتی، احکام و قوانین عملی و دستورات اخلاقی، در ابعاد گوناگون فردی و اجتماعی، سازگار با عقل و فطرت انسانی که از سوی خداوند یکتا توسط پیامبران برای هدایت همه‌جانبه مادی و معنوی بشر فرستاده شد و در صورت پیاده شدن به‌طور کامل، سعادت و رستگاری دنیوی و اخروی انسان را تأمین می‌کند (ابراهیم‌زاده آملی، ۱۳۸۳: ۲۴). مصداق این تعریف فقط دین اسلام است و مقصود ما هم از تبلیغ دین در این تحقیق، تبلیغ دین اسلام است.

روابط اجتماعی: عبارت روابط اجتماعی از دو واژه «روابط» و «اجتماعی» تشکیل شده است. کلمه روابط جمع رابطه است که واژه‌ای است مأخوذ از عربی و به معنی علاقه، علقه، وصله، پیوند و آنچه بدان چیزی را به چیزی ببندند (دهخدا، ۱۳۹۰: ۱۴۲۶). همچنین گفته شده است که تأثیر و نفوذی که یک چیز در دیگری داشته باشد را رابطه می‌گویند (شعاری نژاد، ۱۳۷۵: ۳۴۵). واژه اجتماعی وصف برای روابط است که برای تخصیص آن آمده است. واژه اجتماعی برای جدا کردن روابط اجتماعی از روابط انسان با خود، با خدا، با طبیعت و جمادات و همچنین روابط علمی، سیاسی، دینی، فرهنگی، کاری، عاشقانه، جنسی و درسی و... است. مقصود ما از روابط اجتماعی، روابط، تعاملات، کنش‌ها و واکنش‌های بین فردی مبلغ با مردم است.

۳. خطرات دنیادوستی مبلغ

مبلغ دین، وظیفه و رسالتش تبلیغ دین است و نه گرفتن دین مردم، چراکه اگر مبلغ دین شیفته دنیا باشد، گرچه مدعی تبلیغ دین است؛ ولی در عمل دین مردم را می‌دزدد، ازاین‌رو خطر چنین مبلغی بسیار زیاد است و باید از وی حذر کرد، حضرت رسول‌الله (ص) درباره لزوم حذر از

این گونه افراد فرمود: «خدا به داود وحی فرمود که: میان من و خودت عالم فریفته دنیا را واسطه قرار مده که تو را از راه دوستیم بگرداند؛ زیرا که ایشان راهزنان بندگان جویای من اند» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶). امام صادق (ع) هم در این باره می‌فرماید: «اگر عالمی را دوستدار دنیا یافتید او را بر دین خود متهم سازید، زیرا دوستدار هر چیزی بر محوریت محبوب خود می‌چرخد» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶).

امام خمینی (رحمه‌الله) در این باره می‌فرماید:

«اگر نفوسی تزکیه نشده و تربیت نشده وارد بشوند در هر صحنه، در صحنه توحید، در صحنه معارف الهی، در صحنه فلسفه، در صحنه فقه و فقهات، در صحنه سیاست، در هر صحنه‌ای که وارد بشوند، اشخاصی که تزکیه نشدند و تصفیه نشدند و از این شیطان باطن رها نشدند، خطر این‌ها برای بشر، خطرهای بزرگ است» (موسوی خمینی، ۱۳۸۹، ۱۴: ۳۹۱).

شهید ثانی نیز در کتاب «منیة المرید» دعایی برای طالب علم آموزش می‌دهد با این معنی که «خداوند! به تو پناه می‌برم از این که گمراه شوم یا گمراه کنم» (شهید ثانی، ۱۴۰۹ ق: ۲۰۵). عمل مبلغ به گفتار خود، علاوه بر اینکه تبلیغ عملی است، شرط تأثیر تبلیغ نیز هست به خصوص که مردم نسبت به شیوه زندگی مبلغ و خانواده او بسیار حساس هستند و از کسی که سخن خدا و رسول و ائمه را به زبان جاری می‌کند توقع صفا و اخلاص و وارستگی و پارسایی دارند و اگر زندگی او و همسر و فرزندانش با تجملات گره بخورد سخن او بی‌اثر یا کم‌اثر خواهد شد (قرائتی، ۱۳۸۸: ۱۳). کسی که مردم را به نیکی دعوت می‌کند باید خود به آنچه می‌گوید باور داشته باشد و نشانه باورمندی این است که خودش نیکوکار و اهل عمل باشد، کسی که می‌خواهد آمر به معروف باشد باید قبلش عمل‌کننده به معروف باشد و کسی که می‌خواهد ناهی از منکر باشد باید قبلش ترک‌کننده از منکر باشد، کسی که می‌خواهد مبلغ دین باشد باید قبلش دین‌دار باشد چون در غیر این صورت مخاطبین از او حرف‌شنوی نخواهند داشت و گفتار و تبلیغش تکویناً بی‌تأثیر است و در مخاطبش هم نمی‌تواند تغییری ایجاد کند. از این رو حضرت رسول‌الله (ص) در حالی که خودشان خرما خورده بودند، کودکی را که در خوردن خرما زیاده‌روی می‌کرد نصیحت نکردند و فرمودند که بچه را فردا بیاورید و فرمودند: «چون خودم خرما خورده بودم، اگر او را نصیحت می‌کردم تأثیری نداشت» (ذوالفقاری، ۱۳۸۵: ۵۳۹). امیرالمؤمنین علی (ع) هم می‌فرماید: «گفتار سودی ندارد مگر اینکه با کردار همراه گردد» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۱۵۳). خداوند متعال هم در قرآن کریم عالمان بی‌عمل را توبیخ کرده و گفتار بدون عمل را

ناپسند شمرده است (صف: ۲-۳؛ بقره: ۴۴). در بیان خطرات عالم دنیادوست روایت شده است که خداوند به داوود (ع) وحی کرد که:

«میان من و خودت، عالمی را که دل‌باخته دنیاست قرار مده که تو را از طریق محبت بازمی‌دارد. اینان، در حقیقت، راهزنان راه بندگانِ جویای من هستند. کمترین کیفی که به آنان می‌دهم، این است که شیرینی مناجات با خودم را از دل‌هایشان برمی‌دارم» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶)؛

از این رو مهم‌ترین آسیب و خطر مبلغان دنیادوست نه تنها عدم موفقیت در تبلیغ دین؛ بلکه دین دزدی و انحراف مردم از دین و مسیر حق است. این‌طور افراد نه تنها کلامشان اثر ندارد بلکه کلام دیگر مبلغان را نیز بی‌اثر می‌کنند چرا که نگاه خیلی از مردم به مبلغان دین نگاه صنفی است و نه نگاه شخصی! و اگر در شخصی عیبی ببینند به حساب همه می‌گذارند. مشخصه اصلی این افراد، منفعت‌طلبی، عافیت‌طلبی و قدرت‌طلبی است و در بدترین شکل ممکن اعمال و کردار خود و یا امور باب میلشان را با منابع دینی تئوریزه و توجیه می‌کنند، اینجاست که دین مردم را می‌زدند و آن‌ها را از مسیر حق منحرف می‌نمایند.

۴. آسیب‌شناسی اجتماعی برخی از مصادیق دنیادوستی مبلغ

در ادامه در ذیل سه مصداق کلی حب دنیا یعنی حب نفس، حب ثروت و حب جاه به بررسی و تبیین جوانب مختلف و آسیب‌شناسی برخی از مصادیق دنیادوستی و اغراض دنیوی و غیرخدایی که در مبلغان دین و علما شایع است می‌پردازیم.

الف) حب نفس

حب نفس به معنی خودخواهی (دهخدا ۱۳۹۰: ۱۰۰۴) یا عشق به خود است که به طور غریزی در هر انسانی وجود دارد، اما در بین مردم از نظر شدت و ضعف متفاوت است؛ بدین معنی که اصل حب نفس از کاستی‌ها و نقایص انسان نیست، بلکه خداوند آن را آفریده تا موجب جلب منفعت و دفع ضرر برای انسان شود (دغیم و جهامی، ۲۰۰۶ م: ج ۱: ۹۳۹)؛ بنابراین حب نفس در صورتی صفتی رذیله و مصداقی از دنیادوستی منفی است که در جلب منافع مادی و دفع ضررهای دنیوی از حد اعتدال خارج شده و موجب دفع منافع معنوی و جلب ضررهای اخروی شود. از منظر امام خمینی (ره) در عین اینکه حب نفس یکی از مصادیق حب دنیا است، اساس و ریشه آن هم هست و تمام فسادهایی که در بشریت پیدا شده است، منشأ حب نفس

است. حب به جاه، حب به مقام، حب به مال و حب به همه انگیزه‌های شهوانی از حب نفس پیدا می‌شود و انبیا اساس کارشان این بوده است که این حب نفس را تا آن مقدار که ممکن است سرکوب کنند و نفس‌ها را مهار نمایند (موسوی خمینی، ۱۳۸۹، ۱۶: ۱۶۲). حب نفس به اشکال مختلفی می‌تواند بروز کند که در ادامه به چند مصداق شایع آن در تبلیغ دین اشاره می‌شود.

۱. خودبزرگ‌بینی: باوجود رذایل تکبر و عجب که هر دو نوعی از خودبزرگ‌بینی

هستند نمی‌شود قلب‌های مردم را برای پذیرش حق، رام و مطیع نمود، بلکه این فروتنی است که موجبات محبوبیت، مقبولیت و سرافرازی در میان مردم را فراهم می‌کند. مبلغی که فروتن و متواضع است، خودبه‌خود مقبولیت و محبوبیت مردمی پیدا می‌کند؛ همان چیزی که بسیاری تلاش می‌کنند از راه‌های ناصحیح به دست آورند. امیرالمؤمنین (ع) در این باره می‌فرماید: «میوه فروتنی، محبوبیت (در میان مردم) است» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۲۴۹) و «میوه تلخ تکبر، بدگویی (مردم)» (همان: ۳۱۰). مبلغ دینی اگر به‌خاطر توفیقات و توانمندی‌هایی که کسب کرده است دچار رذیله مذموم و منفور خودبزرگ‌بینی شود، هم از چشم خدا می‌افتد و هم از چشم مردم، چراکه هیچ‌کس انسان متکبر فخرفروش را دوست ندارد: «إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا» (نساء: ۳۶) بنابراین تبلیغ چنین مبلغی یا اثر ندارد یا اینکه ضدتبلیغ است و نتیجه عکس خواهد داد چراکه دیگر دست محبت و یاری پروردگار همراه او نیست و از چشم مردم می‌افتد و از او حرف‌شنوی ندارند.

۲. خود عالم‌پنداری: یکی دیگر از اشکال دنیادوستی در تبلیغ دین خود عالم‌پنداری

است که نوعی خودبزرگ‌بینی شعبه‌ای از حب نفس است. ریشه خود عالم‌پنداری هم جهل است، پیامبر اکرم (صلی‌الله‌علیه‌وآله) درباره مدعی عالم بودن می‌فرماید: «هرکسی که بگوید: من عالمم، یقیناً جاهل است» (مجلسی، ۱۴۰۳ ق، ۲: ۱۱۰). حضرت امیرالمؤمنین (ع) نیز در نامه‌اش به امام مجتبی (ع) ضمن اشاره به این رذیله می‌فرماید:

«من انواع نادانی‌ها را به تو گوشزد کردم تا خود را عالم نشماری و اگر چیزی به تو رسید که آن را شناختی، بزرگش نشماری؛ زیرا عالم کسی است که بداند آنچه می‌داند، در برابر آنچه نمی‌داند اندک است و از این رو خود را نادان می‌شمارد و با اطلاع از این امر (که دانسته‌هایش اندک است) بر کوشش خود برای تحصیل دانش می‌افزاید؛ لذا باید پیوسته دانشجو و شیفته دانش باشد و از آن بهره‌گیر و نسبت به عالمان فروتن و با اعتنا باشد و خاموشی اختیار کند و از خطا پرهیز و شرم داشته باشد و اگر به چیزی رسد که نمی‌داند، آن را انکار و رد نکند؛ زیرا به

نادانی خود معترف است» (حرانی، ۱۳۶۳: ۴۶).

یکی از زشت‌ترین رفتارهایی که ممکن است از سوی مبلغ خودبزرگ‌بین سر بزند این است که نه تنها به سخن مردم گوش نمی‌دهد؛ بلکه سخنان را قطع می‌کند و این یعنی اینکه خواننده‌ام، شنیده‌ام، می‌دانم و نیازی به شنیدن ندارم و این نوعی خودبزرگ‌بینی و تحقیر و خورد کردن شخصیت طرف مقابل است؛ لذا قطع سخن دیگران شیوه‌ای ناپسند و نشانه کم‌ظرفیتی و بی‌ادبی است. در این باره رسول خدا (ص) می‌فرماید:

«هرکس وسط حرف دیگران بپرد و سخن برادر مسلمانش را قطع کند، همانند این است که صورت او را مجروح ساخته است» (حر عاملی، ۱۴۰۹ ق، ۱۲: ۱۰۶، باب ۷۳).

معصومین (ع) هرگز چنین عمل زشتی را مرتکب نمی‌شدند و هرگز سخن کسی را قطع نمی‌کردند و خوب به سخنان مخاطب خود گوش می‌دادند و تا تمام شدن سخنش صبر می‌کردند (طبرسی، ۱۴۱۲ ق، ۱۳۷۰: ۱۱؛ طباطبایی، ۱۳۸۱: ۱۸؛ ابن بابویه، ۱۳۷۸، ۲: ۱۸۴).

۳. عدم اعتراف به ندانستن: یکی دیگر از نشانه‌های مبلغ خودخواه این است که هرگز «نمی‌دانم» یا «فراموش کرده‌ام» نمی‌گوید. مبلغ دین هرچقدر هم که باسواد و مسلط به منابع دینی باشد بازهم ممکن است، جواب برخی از پرسش‌ها را نداند که یا آن را فراموش کرده باشد یا خارج از تخصص وی است. اگر ندانستن یا فراموش کردن عیب است، عیب بزرگ‌تر آن است که انسان جواب پرسش‌هایی را هم که نمی‌داند، بدهد! برخی جواب غلط می‌دهند که بسیار خطرناک است، برخی دیگر با زیرکی، توریه می‌کنند و از زیر بار پاسخ‌شانه خالی می‌کنند و درحالی که به راحتی می‌توانستند بگویند: «نمی‌دانم» یا «فراموش کرده‌ام» حضرت علی (ع) درباره این گونه افراد می‌فرماید: «کسی که گفتن «نمی‌دانم» را ترک کند سبب هلاکت دنیا و عقبای خود شود» (نهج البلاغه، حکمت ۸۵).

۴. کتمان حق: بسیار اتفاق می‌افتد که مجبور می‌شویم در امور روزمره زندگی و حتی تبلیغ دین بین اعتراف به حق و تحمل ضرر بر خودمان یا ضرر بر عزیزانمان یا از دست دادن آنچه مورد علاقه ماست یکی را انتخاب کنیم که حقیقتاً در این موارد، انتخاب حق، مردانگی و همت بسیار بزرگی را می‌طلبد. اکثر علمای بنی اسرائیل در این آزمون مردود شدند، چراکه آن‌ها بین موقعیت اجتماعی و منافع مادی که از این موقعیت عایدشان می‌شد و اعتراف به رسالت حضرت رسول الله (صلی الله علیه و آله) و اعلام رسالت ایشان، موقعیت اجتماعی و منافع مادی را برگزیدند و رسالت حضرت را کتمان و انکار کردند از این رو خداوند متعال و همه لعنت کنندگان

ایشان را لعنت می‌کنند (بقره: ۱۵۲) و درباره عواقب اخروی ایشان می‌فرماید: «کسانی که آنچه را خداوند از کتاب نازل کرده، پنهان می‌دارند و به‌وسیله آن، بهای ناچیزی به دست می‌آورند، آنان، جز آتش در شکم‌های خویش فرو نبرند و خدا روز قیامت با ایشان سخن نخواهد گفت و پاکشان نخواهد کرد و عذابی دردناک خواهند داشت» (بقره: ۱۷۴). حضرت امام صادق (ع) حق‌گویی را نشانه ایمان معرفی می‌کنند:

«نشانه ایمان حقیقی آن است که حق را، گرچه به زیانت باشد، بر باطل، اگرچه به نفعت باشد، ترجیح دهی» (ابن بابویه، ۱۳۶۲، ۱: ۵۳)؛

بنابراین کسی که حق را کتمان می‌کند ایمان ندارد و به‌حکم قاعده فلسفی «معطی الشیء لا یکون فاقداله» (ابراهیمی دینانی، ۱۳۸۰، ۲: ۳۶۸) کسی که ایمان ندارد نمی‌تواند مبلغ ایمان برای مردم باشد.

۵. ترس از غیر خدا: کتمان و عدم بیان حقیقت به‌خاطر محافظه‌کاری‌ها و مصلحت‌اندیشه‌های بی‌جا و گزینشی بیان کردن معارف الهی و فرار از گفتن حقایق و معارف موردنیاز مردم، یکی از خطاهای بزرگی است که ممکن است از علما و مبلغان دین و حتی دیگر آگاهان جامعه سر بزنند که ریشه در حب نفس و دنیادوستی دارد. افشای حقایق و واقعیت‌ها ممکن است موجب رنجش خاطر اربابان زر و زور و تزویر و نفاق واقع شود که این امر هم ممکن است خطراتی برای آبرو، جان، مال و موقعیت افشاکننده داشته باشد، ولیکن مبلغ دینی باید در راه تبلیغ دین از غیر خدا واهمه‌ای نداشته باشد و آنچه را که جامعه نیاز دارد و وظیفه‌اش اقتضا می‌کند را ابلاغ و افشا کند هم‌چنان که معصومین (ع) به‌عنوان مبلغان دین الهی از غیر خدا واهمه‌ای نداشتند. قرآن کریم در وصف مبلغان الهی می‌فرماید:

«کسانی که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند و از هیچ کس جز خدا واهمه‌ای نداشتند» (احزاب: ۳۹).

سیره عملی معصومین (ع) هم بیانگر این است که ایشان از تهدید اربابان زر و زور و تزویر و نفاق هرگز ترسیدند و با شجاعت در برابر بدعت‌ها و انحرافات مردم ایستادگی کردند و یکی پس از دیگری به‌درجه رفیع رسیدند. در زیارت جامعه کبیره می‌خوانیم: «شما (راهنمای) راه استوار و صحیح، شهیدان سرای فانی و شفیعان سرای باقی هستید» (ابن بابویه، ۱۴۱۳، ق، ۲: ۶۱۳).

۶. شهوت‌رانی: «شهوت»، کشش نفس به‌خواسته خود را می‌گویند (راغب اصفهانی،

۱۴۱۲ ق: ۴۶۸) که بر دو قسم است؛ صادق و کاذب. شهوت صادق، شهوتی است که بدون آن بدن مختل می‌شود؛ مانند شهوت به غذا هنگام گرسنگی و شهوت کاذب، شهوتی است که بدن بدون آن مختل نمی‌شود (همان: ۴۶۹). واژه شهوت بیشتر به معنای شهوت جنسی و بعضاً در مورد حرص بر خوردن و داشتن مال و جاه و زینت و امثال این‌ها به کار می‌رود. حضرت امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) درباره عواقب شهوت‌رانی می‌فرماید: «پیروی از شهوات دین را نابود می‌کند» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۴۳۴) و کسی که دین ندارد قادر بر دین‌دار کردن دیگران نیست. کسانی که بنده شهوات خود هستند، نه تنها قادر بر ارشاد و هدایت بندگان خدا نیستند؛ بلکه آن‌ها را از راه راست هم دور می‌کنند. خداوند متعال در این باره می‌فرماید: «خدا می‌خواهد شما را ببخشد (و از آلودگی پاک نماید)، اما آن‌ها که پیرو شهوات‌اند، می‌خواهند شما به کلی منحرف شوید» (نساء: ۴).

ظاهراً اکثر آیات و روایاتی که از شهوت‌رانی منع کرده و آن را توییح می‌کنند درباره شهوت‌رانی از راه حرام است که حتی آلوده شدن مبلغان دین هم بدان بعید نیست؛ چراکه مثال‌هایی وجود دارد مبنی بر اینکه افراد بسیار وارسته‌ای همچون برصیصای عابد مستجاب‌الدعوه هم در دام شهوت گرفتار شده و دین و دنیای خود را هم‌زمان بر باد فنا داده‌اند. پیروی از شهوت حتی در حلال هم به هیچ‌وجه زیبنده مبلغان دین نیست. مثلاً تعدد زوجات اگرچه به اجماع فقها جایز است؛ اما به اجماع همان فقها تک‌همسری مستحب است (طوسی، ۱۳۸۵، ۵: ۱۱۱) پس مبلغ دین بهتر است بر همان مستحب اکتفا کند و با تعدد زوجات موجب بدبینی مردم نسبت به مبلغان دین نشود و آن‌ها را از دور خودش پراکنده ننماید مخصوصاً در این دوران که بسیاری از مردم و جوانان از نعمت ازدواج محروم هستند.

۷. شکم‌بارگی: پیامبر اکرم (ص) شهوت شکم را هم‌ردیف شهوت جنسی قرار داده و با این تعبیر از عاقبت پیروی از آن‌ها اظهار نگرانی می‌کنند:

«بیشترین چیزی که سبب دوزخی شدن امت من می‌شود، دو چیز میان‌تهی است، شکم و فرج» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۲: ۷۲).

مرحوم فیض کاشانی درباره نقش شهوت شکم در هلاکت می‌نویسد:

«بزرگ‌ترین عوامل هلاکت انسان، شهوت شکم است، همان بود که آدم و حوا را از بهشتی که دارالقرار بود به دنیا که دار نیاز و افتقار است فرستاد... در حقیقت شکم سرچشمه شهوات و منشأ دردها و آفات است؛ زیرا حتی شهوت جنسی نیز پیرو آن است و به دنبال این دو، شهوت

در جمع‌آوری مال و مقام است که وسیله‌ای برای سفره‌های رنگین‌تر و زنان بیشتر محسوب می‌شود و به دنبال آن‌ها، تنازع در دسترسی به مال و مقام و کشمکش‌ها به وجود می‌آید و آفت ریا و خودنمایی و تفاخر و تکاثر و خودبرتربینی از آن متولد می‌گردد، سپس این امور عاملی برای حسد، کینه، عداوت و دشمنی می‌شود و دارنده آن را به ارتکاب انواع ظلم‌ها و منکرات و فحشاء می‌کشاند» (فیض کاشانی، ۱۴۱۷، ق، ۵: ۱۴۵)؛

از این رو پیروی از شهوت شکم و پرخوری هم مثل شهوت جنسی به هیچ‌وجه زیبنده مبلغ دین نیست. در تورات آمده است که «خداوند عالم چاق را دشمن می‌دارد» (فیض کاشانی، ۱۴۱۷، ق، ۵: ۱۴۸)؛ شاید به این دلیل که در چشم مردم چاقی نشانه تبلی و تن‌پروری، پرخوری و رفاه بیش‌ازحد است که این باعث ایجاد فاصله بین او و مردم می‌شود.

ب) مال دوستی

مال دوستی یا حب مال و ثروت یکی از مصادیق بارز و شایع دنیادوستی است که خطراتی زیادی برای مردم به‌ویژه برای مبلغین دین دارد. از منظر قرآن کریم مال دوستی مایه غفلت از یاد خداست (منافقین: ۹)؛ از این رو مبلغ دین که یکی از رسالت‌های او توجه دادن مردم نسبت به خداست نباید خودش به واسطه مال دوستی از یاد خدا غافل باشد. همچنین مال دوستی سبب از بین رفتن دین و ایمان بندگان است. حضرت امام محمد باقر (ع) در این باره می‌فرمایند: «دو گرگ درنده خون‌خوار در گله بی‌شبان که یکی از جلو و دیگری در عقب آن بیفتند دیرتر گله را از بین می‌برند تا حب مال و جاه که دین مؤمن را از میان می‌برد» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۲: ۳۱۵).

شاید علت اینکه مال دوستی سبب از بین رفتن دین و ایمان شخص می‌شود این باشد که به دنبال آن گناهان و رذایلی همچون حرام‌خواری (طباطبایی، ۱۴۱۷، ق، ۲۰: ۲۸۳)، حسد (نراقی، ۱۳۷۷، ۳: ۲۶۸) و بخل (نراقی، ۱۳۷۷، ۳: ۱۶۷) می‌آید که هرکدام مانعی بزرگ بر سر دین‌داری هستند؛ بنابراین مال دوستی، دین مبلغ دین را هدف گرفته و آن را از بین می‌برد و کسی که دین ندارد چطور می‌تواند مردم را دین‌دار کند؟! در ذیل به بررسی اختصاصی چند مصداق مهم از مصادیق و نمودهای مال دوستی در تبلیغ دین می‌پردازیم:

۱. درخواست مزد از مردم: یکی از اساسی‌ترین شروط تأثیرگذاری گفتار مبلغ بر مستمعین آن است که پول‌دوست و پول‌پرست نباشد یعنی از مردم درخواست مزد نمی‌کند. مبلغ

باید ابراز حرص و ولع نسبت به پول بیشتر نداشته باشد و طوری رفتار کند که مردم احساس نکنند که به آن‌ها نیازمند است و کاری نکند که رسالت تبلیغی به صورت شغل و حرفه‌ای برای کسب مال و ثروت جلوه کند به عبارت دیگر سزاوار نیست که مبلغ دینی با مردم رفتار کاسب مآبانه داشته باشد و برای خود مزد مشخص کند و سر به اصطلاح پاکت چانه بزند؛ چرا که این گونه رفتارها موجب می‌شود که مبلغ از نظر مردم سقوط کند و تبلیغش بی‌ارزش گردد و سخنش بر دل‌ها تأثیر نگذارد؛ زیرا مردم ذاتاً با مبلغ مادی میانه خوبی ندارند. خداوند متعال هم می‌فرماید از کسی پیروی کنید که پول دوست و پول پرست نباشد: «از کسانی پیروی کنید که از شما اجر و مزدی درخواست نمی‌کنند و خودشان هم هدایت شده هستند» (یس: ۲۱). در این راستا امام کاظم (ع) به هشام فرمود:

«از طماعی پرهیز و از آنچه مردم دارند ناامید باش (چشم‌داشتی نداشته باش)، چشم طمع به مخلوق را در خود بمیران؛ زیرا طمع و چشم‌داشت، کلید هر ذلت است، عقل را می‌دزدد، انسانیت‌ها را می‌برد، آبرو را لکه‌دار می‌کند و دانش را از بین می‌برد» (حرانی، ۱۳۶۳: ۳۹۹).

معصومین (ع) برای امر تبلیغ دین از کسی مزد نمی‌خواستند و این مسئله از جهت روانی در جذب افراد بسیار مؤثر است. وقتی مردم ببینند که کسی بدون هیچ چشم‌داشت مادی برای هدایتشان تلاش می‌کند، برایشان روشن می‌شود که آن شخص، هدایت مردم را به خاطر رشد و تعالی آنان دوست دارد.

خداوند متعال از عده‌ای از انبیاء حکایت کرده که به امت خود می‌فرمودند: «بر این [رسالت] اجری از شما طلب نمی‌کنم. اجر من جز بر عهده پروردگار جهانیان نیست» (شعراء: ۱۰۹؛ ۱۲۷؛ ۱۴۵؛ ۱۶۴؛ ۱۸۰) و همچنین موارد متعددی حکایت شده که خداوند متعال به رسول خدا (ص) امر می‌فرمود که به امت خود بگوید: «بگو: من برای رساندن پیام آسمانی خود هیچ مزدی از شما نمی‌خواهم» (فرقان: ۵۷؛ سبا: ۴۷؛ فرقان: ۵۷).

از قدیم تأمین هزینه‌های نهاد روحانیت شیعه به صورت وجوهات شرعی و وقف و... بر عهده مردم بوده است، برخلاف اهل سنت که غالباً حکومت‌ها عهده‌دار تأمین هزینه آن‌ها هستند، از این رو روحانیت شیعه مردمی‌تر از روحانیت اهل سنت است (مطهری، مرتضی، ۱۳۹۰، ۲۴: ۶۱). این مطلب برای روحانیت شیعه هم یک تهدید است هم یک فرصت، تهدید از این جهت که ممکن است مبلغ دینی آنچه بگوید که مردم دوست دارند نه آنچه را که نیاز دارند و باید بگوید و فرصت از این جهت که روحانیت شیعه چون وامدار حکومت‌ها نیست همیشه همراه و پشتیبان

مردم است و از حمایت آن‌ها برخوردار است. برای اینکه مبلغ از این تهدید در امان باشد باید فرمایش مولای متقیان امام علی (ع) را آویزه گوش خود گرداند که:

«باید نیاز به مردم و بی‌نیازی از آن‌ها، در قلبت جمع شوند تا نیازت به آن‌ها، باعث نرمی در گفتار و خوش‌رویی شود و بی‌نیازی‌ات از آن‌ها، باعث حفظ آبرو و بقای عزت باشد» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۲: ۱۴۹).

۲. ارتزاق از طریق دین و علم: مبلغ دین نباید به تبلیغ دین به چشم منبع کسب و درآمد نگاه کند بلکه باید آن را یک وظیفه و رسالت بداند و در رزق و روزی به خداوند متعال توکل کند چراکه خداوند متعال رزق و روزی اهل علم را من حیث لایحتسب (از جایی که گمان نمی‌شود) و به طور خاص متکفل شده و ضمانت کرده است (شهید ثانی، ۱۴۰۹ ق: ۱۶۰).

درباره عواقب دنیوی کسب رزق از طریق امور دینی امام صادق (ع) فرمود:
«کسی که نیتش از آموزش حدیث سود بردن در دنیا باشد، در آخرت بهره‌ای ندارد و کسی که از حدیث خیر آخرت را بخواهد خداوند خیر دنیا و آخرت را به او عطا خواهد کرد» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶).

همچنین امام سجاد (ع) فرمود: «پرهیز از آنکه ما را وسیله نان خوردن خودسازی که خدا فقرت را خواهد افزود» (کشی، ۱۴۰۹ ق: ۱۲۵). در این باره حضرت امیرالمؤمنین (ع) فرمودند: «آنکه دین را وسیله ارتزاق خود می‌کند، بهره‌اش از دین همان چیزی است که آن را می‌خورد (و در آخرت بهره‌ای ندارد)» (حرانی، ۱۳۶۳: ۲۲۳). امام رضا (ع) هم فرمودند: «خاندان محمد را وسیله امرارمعاش خود نسازید که وسیله ارتزاق قراردادن ایشان، کفر است» (همان: ۵۱۴).

۳. تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری: مبلغ دینی در واقع پیشوای مردم است و مردم در امور دنیوی و اخروی خود به او نگاه می‌کنند از نگاهی دیگر مبلغ دینی خادم مردم است و چه خدمتی بالاتر از اینکه به مردم دین‌داری را آموزش می‌دهد و آموخته‌هایشان را یادآوری می‌نماید؟ چنین فردی باید ساده‌زیست باشد و از اشرافیت به دور باشد تا بتواند به مردم بهتر خدمت کند و با مردم ناتوان همراهی و همدردی نماید و درک ملموس‌تری از زندگی آنان داشته باشد و توانگران هم با نگاه به وی از سرکشی و طغیان بازداشته شوند.

حضرت امیرالمؤمنین (ع) در این باره می‌فرمایند:

«خداوند مرا برای مخلوقاتش امام قرارداد، پس بر من واجب کرد که برای خواهش‌های نفسانی و خوراکی، نوشیدنی و لباس‌هایم اندازه‌ای، مثل ناتوان‌ترین مردمان، قرار دهم تا فقیر به

فقر من اقتدا کند و ثروتمند به خاطر ثروتش طغیان نکند» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۱: ۴۱۰). یکی از ویژگی‌های انبیا (ع) که در جذب قلوب مردم بسیار مؤثر بوده است، زهد، ساده‌زیستی و عدم دل‌بستگی آنان به دنیا است. مثلاً اگر پیامبر اکرم (ص) اهل دنیا و اشرافی‌گری بودند، هرگز اصحاب صُفّه زندگی خود را در مکه رها نمی‌کردند تا در مدینه با فقر کنند و در راه اسلام فداکاری نمایند.

اصولاً قدر مشترک زندگی تمام انبیاء و اولیای الهی پرهیز از تجمل‌گرایی و دنیاطلبی است. آنان برخلاف صاحبان زر و زور و تزویر که با مظاهر مادی مردم را جذب خود می‌کنند، با ساده‌زیستی و بی‌آلایشی مردم را شیفته مکتب و مرام خود می‌سازند؛ از این رو کسی که شیوه انبیاء را برای زندگی انتخاب کرده و در سلک مبلغان دین درآمده، برای اینکه بتواند رسالتش را به نحو احسن انجام دهد و مردم هم به حرفش گوش کنند، باید به شیوه انبیا زندگی کند و به‌مرور زمان و با روی آوردن دنیا به وی دچار تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری نشود.

آراستگی ظاهری که لازمه تبلیغ است با تجمل‌گرایی و تشریفات کاملاً متفاوت است ولی این نکته را هم باید در نظر داشت که افراط در رسیدگی به وضع ظاهر و اسراف در استفاده از اتومبیل، منزل، لباس و وسایل زندگی گران‌قیمت و آن‌چنانی منجر به تجمل‌گرایی خواهد شد. معصومین (ع) در عین اینکه ظاهری پاکیزه و آراسته داشتند، از تجمل‌گرایی شدیداً متنفر بوده و آن را از آفات دین‌داری می‌دانستند. امام سجاد (ع) از خداوند درخواست می‌کند:

«خدایا آن مال و ثروتی که برای من کبر و خودبینی ایجاد کند یا به ستمگری و سرکشی منجر شود را از من دور کن» (امام چهارم، ۱۳۷۶، دعای ۳۰: ۱۳۸).

۴. تواضع در برابر ثروتمندان: یکی از تکنیک‌های ارتباطی و اخلاق حسنه اجتماعی که مبلغ دینی باید داشته باشد صفت تواضع است که باید فقط به‌خاطر خدا باشد و نه به‌خاطر دنیا و انتظار رسیدن خیر از طرف مقابل! چون فقط تواضع به‌خاطر خداست که انسان را بلندمرتبه می‌کند (حرانی، ۱۳۶۳: ۴۶). مردم ناخودآگاه خیلی خوب فرق انسان متواضع با انسان چاپلوس را می‌فهمند و اگر خدای ناکرده مبلغی در مقابل ثروتمندان به‌خاطر ثروتشان تواضع کند هم آن ثروتمند می‌فهمد و هم بقیه مردم؛ و این رذیله نتیجه‌ای جز خوار شدن آن بنده در نزد مردم و خداوند نخواهد داشت. حضرت امیرالمؤمنین (علیه‌السلام) درباره عاقبت کسی که در برابر ثروتمندان کرنش و تواضع می‌کنند فرمود: «هر کس در مقابل ثروتمند به‌خاطر ثروتش تواضع کند دوسوم دینش از بین خواهد رفت!» (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۲۸).

ج) جاه‌طلبی

یکی دیگر از آسیب‌هایی که در تبلیغ دین وجود دارد و از دنیادوستی نشئت می‌گیرد، جاه‌طلبی یا حب جاه و مقام و قدرت‌طلبی است. شخص جاه‌طلب به فکر تسخیر دل‌های مردم، برای کسب موقعیت اجتماعی و قدرت است و نه خدمت به خلق الله و ابلاغ دین خدا به آن‌ها. حضرت امام صادق (ع) در مذمت جاه‌طلبی می‌فرماید:

«آیا خیال می‌کنید که من نمی‌توانم خوبان شما را از اشرار شما تشخیص بدهم؟! بله به خدا قسم که می‌توانم، به‌درستی که سرورترین شما کسی است که دوست دارد عده‌ای پشت سرش حرکت کنند» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۲: ۲۹۹).

امام سجاد (علیه‌السلام) در مذمت جاه‌طلبی با ابزار دین فرمودند:

«پرهیز از اینکه به نام ما (و طرفداری از ما) به سروری برسی که خدا تو را پست خواهد کرد» (مجلسی، ۱۴۰۳ ق، ۲: ۱۶۲)؛

بنابراین مبلغ دینی باید قوت داشته باشد که نیتش را فقط برای خدا خالص گرداند و از محبوبیت و شهرتی که در بین مردم به دست آورده است سوءاستفاده نکند و آن را وسیله‌ای برای زراندوزی و کسب مقام و قدرت نگرداند و این را بداند که اگر خداوند به‌واسطه توفیق علم، به وی محبوبیت، شهرت، ثروت، قدرت و مقام را عنایت کرد آن‌ها را باید از خدا بداند و برای خدا خرج کند نه برای خودش. جاه‌طلبی به اشکال مختلفی ممکن است بروز کند که در ذیل به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود.

۱. طلب علم به خاطر فخرفروشی: عالم و مبلغ دینی باید با هر انگیزه‌ای که از حب دنیا سرچشمه می‌گیرد مبارزه کند؛ از جمله فخرفروشی و مباحثات نسبت به بندگان خدا؛ چراکه همه نعمات، توفیقات و فضیلت‌ها از جانب خداوند است و به‌هیچ‌وجه راضی نیست که کسی به‌خاطر آن‌ها بر بندگان فخرفروشی شود. فخرفروشی و مباحثات به‌خاطر اینکه مثلاً مجتهد شده است، منبر و روضه زیبایی دارد، پامنبری‌های بسیاری دارد، فلان شهر و هیئت وی را دعوت کرده و... باید توجه داشت که فخرفروشی به‌خاطر هر چیزی و از جمله به‌خاطر علم و سواد، از جهل و حماقت سرچشمه می‌گیرد چراکه از نظر حضرت امیرالمؤمنین علی (ع) فخرفروشی عین حماقت است: «هیچ رفتاری احمقانه‌تر از تفاخر و خودستایی نیست» (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۳۱۱). از این رو عالمی که فخرفروشی می‌کند عالم نیست و عالم نماست و تفاخر، توهمی است که موجب تباهی دین و دنیای انسان می‌گردد، از این رو باید مبلغ دینی سعی کند که نفسش را از

این رذیله تهذیب و تطهیر کند و عاجزانه از خداوند متعال بخواهد که او را از فخرفروشی مصون بدارد همچنان که امام سجاد (ع) از خداوند متعال می‌خواهد که ایشان را از مباهات و فخرفروشی مصون بدارد: «وَاعْصِمْنِي مِنَ الْفَخْرِ» (امام چهارم، ۱۳۷۶، دعای ۲۰: ۹۲). درباره عواقب مباهات و فخرفروشی از امام باقر (ع) روایت شده است که فرمود: «کسی که دانش طلبد تا با آن در برابر علما فخرفروشی کند ... پس جایگاه او آتش است» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۱: ۴۷).

۲. طلب علم به خاطر جدال: یکی دیگر از انگیزه‌های دنیاطلبانه در تبلیغ دین بحث وجدل ناسالم با مردم است که از حب نفس نشئت می‌گیرد که شعبه‌ای از شعب دنیا دوستی است. هم جدل گناه است و هم مقدمات آن که با اخلاص منافات دارند؛ عالم و مبلغ دینی که برای بحث وجدل با مردم آماده می‌شود در واقع اخلاص ندارد و هدفش از تبلیغ به کرسی نشاندن رأی خود است نه ارشاد قربه‌الی‌الله مردم. از امام باقر (ع) روایت شده است که: «کسی که دانش طلبد تا به وسیله آن با کم‌خردان درآویزد و بحث وجدل کند (و بر آن‌ها پیروز شود)، پس جایگاه او آتش است» (کلینی، ۱۴۰۷، ق، ۱: ۴۷).

همچنین آیات و روایات فراوانی وارد شده است که امر به ترک جدال و کشمکش با مردم کرده است و نتایج بد و عواقب وخیم آن را بیان نموده است که همه آن‌ها مضر به حال مبلغ و تبلیغ دین است. خداوند متعال خطاب به مؤمنین می‌فرماید: «و باهم نزاع و ستیزه مکنید که سست و بیمناک می‌شوید و تسلط و حکومتتان از میان می‌رود» (انفال: ۴۶)؛ بنابراین مبلغ مجادله گر بر مخاطبین خود تسلطی نخواهند داشت.

امیرالمؤمنین (ع) می‌فرماید: «هر کس از آبروی خود بیمناک است از جدال پرهیزد» (نهج البلاغه، حکمت ۳۶۲). حضرت امام صادق (ع) هم می‌فرماید: «از ستیزه‌جویی در دین پرهیزید؛ زیرا دل‌ها را از یاد خدا بازداشته، نفاق را به ارث می‌گذارد و کینه و دشمنی را زنده می‌کند» (تهرانی، ۱۳۸۱، ۴: ۲۰۹)؛ از این رو کسی که به خیال تبلیغ دین مطالعه می‌کند، کلاس می‌رود و آماده می‌شود که بتواند به خوبی بحث وجدل کند، باید بداند که در کارش اخلاص ندارد و بحث وجدل، تبلیغ نیست؛ بلکه ضد تبلیغ است و نتیجه‌ای جز بی‌آبرویی، سبک شدن در چشم مردم، کینه، عداوت و دورویی مردم نسبت به وی نخواهد داشت. از این رو وقتی مبلغ دید که انتقاد، پرسش و پاسخ، گفتگو، بحث منطقی و دوستانه با مردم به بیراهه و جدل کشیده می‌شود سریع بحث را ترک کند که جز خسران و دورتر شدن از هدف تبلیغ نتیجه‌ای نخواهد داشت.

۳. ریاکاری: از جمله آسیب‌هایی که در تبلیغ دین وجود دارد و از دنیادوستی نشئت می‌گیرد، ریاکاری، جلب توجه مردم و تلاش برای کسب محبوبیت در بین مردم است. ریا از ریشه «رای» مشتق شده و به معنی تظاهر برخلاف آنچه در باطن وجود دارد (شرتونی، ۱۳۸۵، ۲: ۳۳۳) و اینکه معناست که شخصی کاری را با انگیزه دیده شدن توسط مردم (القزوینی الرازی، ۱۳۹۹ ق، ۲: ۴۷۳) و نشان دادن به دیگران انجام دهد نه برای تقرب به خدا (قرشی بنایی، ۱۴۱۲ ق، ۳: ۳۵).

باید توجه داشت که شیفته جلب توجه مردم بودن ناشی از یک خلأ و کمبود درونی به نام «اختلال شخصیت نمایشی و جلب توجه» یا «Histrionic personality disorder» است که شخص مبتلا به آن تلاش بسیار زیادی برای جلب توجه افراد مختلف می‌کند و اغلب اوقات به صورت نمایشی یا به شکل نامناسب رفتار می‌کند تا توجه دیگران را به سوی خود جلب نماید، چون خودباوری این گونه افراد به تأیید دیگران وابسته است (Free, ۲۰۲۱ RacoonyRE, encyclopedia English Wikipedia).

پیامبر خدا (ص) می‌فرمایند: «ای اباذر! ... هر کس علم را برای آن بخواهد که مردمان رو به سوی او کنند، بویی از بهشت به مشام او نخواهد رسید» (حکیمی و دیگران، ۱۳۸۰، ۲: ۵۳۵). از امام باقر (ع) روایت شده است که فرمود: «کسی که دانش طلبد تا به وسیله آن مردم را به خود متوجه سازد، پس جایگاه او آتش است» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۷)؛ از این رو مبلغ دینی باید با تهذیب نفس، خود را این بیماری قلبی و رذیله نجات دهد و سعی کند که خود را در مسیری قرار دهد که توجه خالق را به سوی جلب کند و نه توجه مخلوق و این را بداند که قلب‌ها و توجهات مردم در دست خداست و تنها اوست (آل عمران: ۲۶) به طوری که اگر مبلغ دین خودش را برای خدا خالص کرد خداوند همه چیز از جمله قلوب مؤمنین را در برابر او خاضع و خاشع خواهد کرد (شعیری، بی تا: ۱۰۰).

۴. کرنش در برابر مستکبران: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های هر مؤمن و به‌ویژه مبلغ دین عزت نفس و آزادگی است و اینکه نباید به هیچ قیمتی دین خود را به دنیای ناچیز بفروشند. مؤمن هرگز به خاطر دنیا، خودش را در برابر مستکبران و ارباب زر و زور و تزویر خوار و ذلیل نمی‌کند و فریب زرق و برق دنیا را نمی‌خورد و مصداقی از فرمایش امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) است که در توصیف متقین فرمود: «خداوند متعال در نزدشان باعظمت است پس به غیر از او، همه چیز در چشمشان خوار و حقیر می‌باشد» (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۳)؛ از این رو مبلغ دین نباید با نزدیک

شدن به قدرتمندان و مقامات و چالپوسی در مقابل آن‌ها در پی کسب قدرت باشد که در این صورت دزد دین مردم خواهد بود. رسول خدا (ص) در این باره فرمودند:

«دانشمندان فقیه تا هنگامی که وارد دنیا نشده‌اند امین پیغمبران‌اند» عرض شد یا رسول‌الله! معنی ورودشان در دنیا چیست؟ فرمود: «پیروی سلطان، پس چون چنین کنند نسبت بدینتان از ایشان برحذر باشید» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ۱: ۴۶).

۵. حسادت به دیگر مبلغان دین: حسد یکی از گناهان کبیره است که انسان را از عدالت خارج می‌کند و وعده آتش جهنم به صاحب آن داده شده است. (دستغیب، ۱۳۸۷: ۱۲۴) رسول خدا (صلی‌الله‌علیه‌وآله) آفت رایج بین علما را حسد معرفی می‌کند که موجب دخول آن‌ها در آتش جهنم می‌شود؛ آنجایی که می‌فرماید: «شش طایفه‌اند که به خاطر شش چیز بدون حساب و کتاب به دوزخ می‌روند» از آن جمله می‌فرماید: «وَالْعُلَمَاءُ بِالْحَسَدِ» (شعیری، بی‌تا: ۱۴)؛ دانایان و دانشمندان نیز به واسطه حسد. حسادت نه تنها موجب هلاکت خود عالم و مبلغ دین می‌شود بلکه اثرات مخربی در بین مردم بجا خواهد گذاشت چون موجب سلب اعتماد مردم هم از مبلغ حسود و هم از مبلغ محسود و به‌طور کلی بدبینی به کل علما و مبلغان دین می‌شود چرا که شخص حسود معمولاً ضربه‌اش را با بدگویی و غیبت و تهمت به محسود وارد می‌کند. از این رو یکی از آسیب‌های مهمی که در تبلیغ دین وجود دارد حسادت است که آن‌هم از دنیادوستی نشئت می‌گیرد. ملا احمد نراقی (ره) منشأ حسادت را دنیادوستی می‌داند که به صورت‌های مختلف از جمله: بخل، حب شهرت و آوازه، سخت بودن این که یکی از امثال و اقران انسان یا شخصی که از او پست‌تر است از او بالاتر باشد، تکبر و تعجب از اینکه محسود حقیر و پست در نظر حاسد، دارای نعمت عظیم باشد (نراقی، ۱۳۷۸: ۴۶۱-۴۶۴) که هرکدام از این‌ها از مبلغ دینی هم ممکن است سر بزنند. مثلاً کسی که علوم دین را فرا گرفته است اگر مهذب نشده باشد و تزکیه نکرده باشد، نمی‌تواند بالاتر از خودش را ببیند و اگر دید که مردم، کسی دیگر را بر او مقدم می‌دارند و مدح و ثنای او را می‌کنند، حسد ورزیده و خود را مستحق‌تر به مدح و ثنا می‌بیند (دستغیب، ۱۳۸۷: ۱۲۴).

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که دنیادوستی و اغراض دنیوی مبلغ در تبلیغ دین به اشکال مختلفی ممکن است بروز کند که به‌طور کلی در چند دسته ذیل قرار می‌گیرند:

۱. حب نفس: مثل خودبزرگ‌بینی، عُجب، خود عالم‌پنداری، عدم اعتراف به ندانستن، عافیت‌طلبی، ترس از غیر خدا در راه تبلیغ دین، کتمان حق و رها کردن حق در مواقع ضرر، شهوت‌رانی و شکم‌پرستی.

۲. مال دوستی یا حب مال و ثروت: مثل پول‌پرستی، ارتزاق از طریق دین و علم، زراندوزی، تجمل‌گرایی و اشرافی‌گری.

۳. جاه‌طلبی یا حب جاه و مقام: مثل طلب علم به خاطر فخرفروشی و مباحات، طلب علم به خاطر جدل کردن با مردم، ریاکاری، حسد و همچنین کرنش در برابر مستکبرین و ارباب زر و زور و تزویر.

مبلغی که اسیر دنیاست روابط اجتماعی‌اش با مردم به شدت آسیب دیده و ضعیف می‌شود به این صورت که از چشم مردم می‌افتد و در نزد آن‌ها پست و خوار می‌گردد، بنابراین از دورش پراکنده می‌شوند و نه کلام و تبلیغش نه تنها اثر ندارد؛ بلکه ممکن است دین مردم را هم بدزدد چراکه تاریخ و تجربه ثابت کرده است اشتباه عالم و مبلغی که مهذب و خودساخته نیست هم برای خودش بسیار زیان‌بار است و هم برای مردم و جامعه. به طور کلی مبلغ دنیا دوست اسباب تخریب دین، دنیا و آخرت خودش را فراهم می‌کند چرا که بر اساس روایات در دنیا، فقیر می‌شود، آبرویش می‌رود، دینش را نابود می‌کند و در آخرت از بهشت محروم است و جایگاهش آتش جهنم است و عذاب‌های دردناک در انتظار اوست.

بر اساس آموزه‌های دین اگر کسی در دنیا در پی آخرت باشد، خداوند خیر دنیا و آخرت را به وی عطا خواهد کرد، ولی اگر هدفش فقط دنیا باشد از نعمات ابدی آخرت محروم خواهد شد؛ چراکه دنیا و آخرت در دست خداست و اوست که در دنیا و آخرت به بندگان روزی می‌دهد؛ از این رو مبلغان دین باید با استعانت از پروردگار و توسل به اولیاءالله، قبل از شروع تبلیغ و هم‌زمان با ابلاغ پیام‌های دین، نفوسشان را از محبت دنیا که سرچشمه همه پلیدی‌هاست تهذیب و پاک کنند و سعی کنند که روزبه‌روز بر اخلاص خود بیفزایند و انگیزه‌های غیر خدائی را از خود دور نمایند تا روابط آن‌ها با مردم تقویت شده و تبلیغشان اثرگذار باشد و برای دین و دنیا و آخرت خود و مردم مفید واقع شوند.

فهرست منابع

قرآن کریم.

- ۱- ابراهیم‌زاده آملی، عبدالله، (۱۳۸۳)، دین پژوهی، چاپ دوم، تهران، تحسین.
- ۲- ابراهیمی دینانی، غلام حسین، (۱۳۸۰)، قواعد کلی فلسفی در فلسفه اسلامی، ۳ جلد، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- ۳- ابن طاووس، علی بن موسی، (۱۴۰۹ ق)، إقبال الأعمال (ط- القديمة)، ۲ جلد، چاپ دوم، تهران، دارالکتب الإسلامیه.
- ۴- ابن منظور الافریقی المصری، ابی الفضل جمال الدین محمد بن مکرم، (۱۴۱۴ ق)، لسان العرب، ۱۵ جلد، چاپ سیزدهم، بیروت، دار صادر.
- ۵- ابن بابویه، محمد بن علی، (۱۳۶۲)، الخصال، تحقیق و تصحیح: غفاری، علی اکبر، ۲ جلد، چاپ اول، قم، جامعه مدرسین.
- ۶- ابن بابویه، محمد بن علی، (۱۳۷۸)، عیون أخبار الرضا (علیه السلام)، تحقیق و تصحیح: لاجوردی، مهدی، ۲ جلد، چاپ اول، تهران، نشر جهان.
- ۷- ابن بابویه، محمد بن علی، (۱۴۱۳ ق)، من لا یحضره الفقیه، تحقیق و تصحیح: غفاری، علی اکبر، ۴ جلد، چاپ دوم، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۸- اسماعیلی زاده، عباس، (۱۳۹۱)، «واکاوی معنای «دین» در کاربردهای قرآنی آن»، آموزه‌های قرآنی، شماره ۱۵.
- ۹- امام چهارم، علی بن الحسین (علیه السلام)، (۱۳۷۶)، الصحیفة السجادیة، چاپ اول، قم، دفتر نشر الهادی.
- ۱۰- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، (۱۳۶۶)، تصنیف غررالحکم و درر الکلم، تحقیق و تصحیح: درایتی، مصطفی، چاپ اول، قم، دفتر تبلیغات.
- ۱۱- توفیقی، حسین، (۱۳۸۵)، آشنایی با ادیان بزرگ، چاپ نهم، تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت): مؤسسه فرهنگی طه: مرکز جهانی علوم اسلامی.
- ۱۲- تهرانی، مجتبی، (۱۳۸۱)، اخلاق الهی، چاپ اول، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
- ۱۳- حاجی، محمدعلی، (۱۳۸۱)، آسیب‌شناسی تربیت دینی، دانشنامه امام علی علیه السلام (زیر نظر علی اکبر رشاد)، ۱۲ جلد، چاپ اول، تهران، مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
- ۱۴- حر عاملی، محمد بن حسن، (۱۴۰۹ ق)، وسائل الشیعة، ۳۰ جلد، چاپ اول، قم، مؤسسه آل‌البیت (علیهم السلام).
- ۱۵- حرانی، حسن بن علی ابن شعبه، (۱۳۶۳)، تحف العقول، تحقیق و تصحیح: غفاری، علی اکبر، چاپ دوم، قم، جامعه مدرسین.
- ۱۶- حریری، محمد یوسف، (۱۳۸۵)، فرهنگ اصطلاحات قرآنی، بی جا، قم، هجرت.
- ۱۷- حکیمی، محمدرضا و حکیمی، محمد و حکیمی، علی، (۱۳۸۰ ش)، الحیاة، ترجمه احمد آرام، ۶ جلد، چاپ اول، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی.

- ۱۸- خندان، محسن، (۱۳۷۴)، *تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی*، چاپ اول، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- ۱۹- دستغیب، عبدالحسین، (۱۳۸۷)، *اخلاق اسلامی*، چاپ چهاردهم، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۲۰- دغیم، سمیح؛ جهامی، جیرار، (۲۰۰۶م)، *الموسوعة الجامعة لمصطلحات الفكر العربی و الإسلامی*، ۲ جلد، چاپ اول، بیروت، مکتبه لبنان ناشرون.
- ۲۱- دهخدا، علی اکبر، (۱۳۹۰)، *لغت نامه دهخدا*، ۲ جلد، چاپ دوم، تهران، انتشارات دانشگاه تهران.
- ۲۲- ذوالفقاری، حسن، (۱۳۸۵)، *داستان‌های امثال*، چاپ دوم، تهران، مازیار.
- ۲۳- راغب اصفهانی، أبو القاسم الحسین بن محمد، (۱۴۱۲ ق)، *المفردات فی غریب القرآن*، المحقق: صفوان عدنان الداودی، چاپ اول، دمشق و بیروت: دار القلم و الدار الشامیة.
- ۲۴- سهرابی رنانی، مریم و رشیدپور، علی و اعتباریان، اکبر، (۱۳۹۵)، «شناسایی عوامل تأثیرگذار بر اثربخشی تبلیغات فرهنگی بر مبنای نظریه برخاسته از داده‌ها و ارائه الگوی اثربخشی تبلیغات فرهنگی»، فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، شماره ۱۹.
- ۲۵- شرتونی، سعید، (۱۳۸۵)، *اقرب الموارد فی فصیح العربیة و الشوارد*، ۵ جلد، چاپ دوم، تهران، اسوه.
- ۲۶- شریف الرضی، محمد بن حسین، (۱۴۱۴ ق)، *نهج البلاغة (للصباحی صالح)*، تحقیق و تصحیح: فیض الإسلام، چاپ اول، قم، هجرت.
- ۲۷- شعاری نژاد، علی اکبر، (۱۳۷۵)، *فرهنگ علوم رفتاری*، چاپ دوم، تهران، امیرکبیر.
- ۲۸- شعیری، محمد بن محمد، بی تا، *جامع الأخبار*، چاپ اول، نجف، مطبعة حیدریة.
- ۲۹- شهید ثانی، زین الدین بن علی، (۱۴۰۹ ق)، *منیة المرید*، تحقیق و تصحیح: مختاری، رضا، چاپ اول، قم، مکتب الاعلام الإسلامی.
- ۳۰- طباطبایی، سید محمدحسین، (۱۳۸۱)، *سنن النبی (صلی الله علیه وآله) (آداب، سنن و روش رفتاری پیامبر گرامی اسلام)*، مترجم: حسین استاد ولی چاپ سوم، تهران، پیام آزادی.
- ۳۱- طباطبایی، سید محمدحسین، (۱۴۱۷ ق)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، چاپ پنجم، قم، دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۳۲- طباطبایی، محمدحسین، (۱۳۸۸)، *شیعه در اسلام*، چاپ پنجم، قم، مؤسسه بوستان کتاب (مرکز چاپ و نشر دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم).
- ۳۳- طبرسی، حسن بن فضل، (۱۴۱۲ ق)، *مکارم الأخلاق*، چاپ چهارم، قم، شریف رضی.
- ۳۴- طریحی، فخرالدین بن محمد، (۱۳۶۲)، *مجمع البحرین*، ۶ جلد، تحقیق احمد الحسینی، چاپ اول، تهران، انتشارات مرتضوی.
- ۳۵- طوسی، محمد بن حسن، (۱۳۸۵)، *الخلاف*، ۲ جلد، چاپ ۶، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۳۶- عبد الباقي، محمد فؤاد، (۱۹۹۸ م)، *المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الکریم*، بی جا، مصر، دار الکتب المصریة.

- ۳۷- عمید، حسن، (۱۳۸۹)، فرهنگ فارسی عمید، چاپ اول، تهران، راه رشد.
- ۳۸- فراهیدی، خلیل بن احمد، (۱۴۰۹ ق)، العین، ۹ ج، چاپ دوم قم، مؤسسه دار الهجرة.
- ۳۹- فیروزآبادی، محمد بن یعقوب و مرتضی زبیدی، محمد بن محمد، (۱۴۱۴ ق یا ۱۹۹۴ م)، تاج العروس فی شرح القاموس، محقق: علی شیری، ۲۰ جلد، چاپ اول، بیروت - لبنان، دار الفکر.
- ۴۰- فیض کاشانی، ملا محسن و ابن شاه مرتضی، محمد، (۱۴۱۷ ق)، المحجة البيضاء، ۸ جلد، چاپ چهارم، قم، دفتر انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
- ۴۱- قرائتی، محسن، (۱۳۸۸)، قرآن و تبلیغ، ویراست ۲، چاپ هفتم، تهران، مرکز فرهنگی درسهایی از قرآن.
- ۴۲- قرشی بنابی، علی اکبر، (۱۴۱۲ ق)، قاموس قرآن، ۷ جلد، چاپ ششم، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- ۴۳- القزوینی الرازی، أبو الحسین أحمد بن فارس بن زکریاء: (۱۳۹۹ ق - ۱۹۷۹ م)، معجم مقاییس اللغة، المحقق: عبدالسلام محمد هارون، ۶ جلد، دارالفکر.
- ۴۴- کراجکی، محمد بن علی، (۱۴۱۰ ق)، کنز الفوائد، تحقیق و تصحیح: نعمه، عبدالله، ۲ جلد، چاپ اول، قم، دارالذخائر.
- ۴۵- کشی، محمد بن عمر، (۱۴۰۹ ق)، رجال الکشی - إختيار معرفة الرجال، تحقیق و تصحیح: طوسی، محمد بن حسن / مصطفوی، حسن، چاپ اول، مشهد، مؤسسه نشر دانشگاه.
- ۴۶- کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق، (۱۴۰۷ ق)، الکافی، محقق - مصحح: غفاری علی اکبر و آخوندی، محمد، ۸ جلد، چاپ چهارم، تهران، دارالکتب الإسلامیه.
- ۴۷- متقی الهندی، علاءالدین علی بن حسامالدین، (۱۴۰۱ ق / ۱۹۸۱ م)، کنز العمال فی سنن الأفعال والأفعال، المحقق: بکری حیانی - صفوة السقا، چاپ پنجم، بیروت، مؤسسه الرساله.
- ۴۸- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی، (۱۴۰۳ ق)، بحار الأنوار، ۱۱۱ جلد، چاپ دوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
- ۴۹- مصباح یزدی، محمدتقی، (۱۳۹۳)، آموزش عقاید، ۳ جلد، چاپ شصت و ششم، تهران، مؤسسه انتشارات امیرکبیر، شرکت چاپ و نشر بین الملل.
- ۵۰- مطهری، مرتضی، (۱۳۹۰)، مجموعه آثار شهید مطهری، بی جا، تهران، صدرا.
- ۵۱- معین، محمد، (۱۳۸۱)، فرهنگ فارسی معین، ۲ جلد، چاپ چهارم، تهران، آدنا (کتاب راه نو).
- ۵۲- موسوی خمینی، سید روح الله، (۱۳۸۹): صحیفه امام خمینی (رحمه الله)، ۲۲ جلد، چاپ پنجم، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (رحمه الله).
- ۵۳- نراقی، احمد بن محمد مهدی، (۱۳۷۸)، معراج السعادة، چاپ ششم، قم، مؤسسه انتشارات هجرت.
- ۵۴- نراقی، محمد مهدی، (۱۳۷۷)، علم اخلاق اسلامی (ترجمه جامع السعادات)، ترجمه سید جلال الدین مجتوی، ۳ جلد، چاپ چهارم، تهران، انتشارات حکمت.
- ۵۵- هاشمی شاهرودی، محمود، (۱۳۸۷)، فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت (علیهم السلام)، چاپ اول، مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی، قم.

REFERENCES

* The Holy Qur'an.

1. Ibrahimzadeh Amoli, Abdullah, (1383), Religious studies, second edition, Tehran, Tahsin.
2. Ibrahim Dinani, Gholam Hussein, (1380), General Philosophical Rules in Islamic Philosophy, Vol. 3, Tehran, Research Institute of Human Sciences and Cultural Studies.
3. Ibn Tavus, Ali ibn Musa, (1409 AH), Iqbal al-A'maal (Old Edition), Vol. 2, second edition, Tehran, Dar al-Kitab al-Islamiyya.
4. Ibn Manzour al-Afriqi al-Misri, Abul-Fadl Jamaluddin Muhammad ibn Mukarram, (1414 AH), Lisan al-Arab, Vol. 15, 13th edition, Beirut, Dar Sadir.
5. Ibn Babawayh, Muhammad bin Ali, (1362), Al-Khisal, research and correction: Ghaffari, Ali Akbar, Vol. 2, first edition, Qom, Jami'a al-Mudarrisin.
6. Ibn Babawayh, Muhammad bin Ali, (1378), Uyoun Akhbar al-Ridha (A.S.), research and correction: Lajurdi, Mahdi, Vol. 2, first edition, Tehran, Nashr Jahan.
7. Ibn Babawayh, Muhammad bin Ali, (1413 AH), Man la Yahdhuru al-Faqih, research and correction: Ghaffari, Ali Akbar, Vol. 4, second edition, Qom, Islamic Publications Office affiliated with the Qom Seminary Teachers Association.
8. Ismaeilizadeh, Abbas, (1391), "Analysis of the Meaning of Religion in its Qur'anic Usages", Quranic Teachings, No. 15.
9. The fourth Imam, Ali bin Al-Husain (A.S.), (1376), Al-Sahifah al-Sajjadiyah, first edition, Qom, Al-Hadi Publishing House.
10. Tamimi al-Amidi, Abdul Wahid bin Muhammad, (1366), Ghurar al-Hikam wa Durar al-Kalim, research and correction: Drayati, Mustafa, first edition, Qom, Daftar Tablighat Institute.
11. Tawfighi, Hossein, (1385), Getting to Know the Great Religions, 9th edition, Tehran: Studying and Compiling Humanities Books of Universities Organization (Samt): Taha Cultural Institute: World Center for Islamic Sciences.
12. Tehrani, Mojtaba, (1381), Divine Ethics, first edition, Tehran, Contemporary Cultural Institute of Knowledge and Thought.
13. Haji, Mohammad Ali, (1381), Pathology of Religious Education, Encyclopedia of Imam Ali (under the supervision of Ali Akbar Rashad), 12 volumes, first edition, Tehran, Contemporary Cultural Institute of Knowledge and Thought.
14. Hur Amili, Muhammad bin Hasan, (1409 AH), Wasa'il al-Shi'a, 30 volumes, first edition, Qom, Aal al-Bayt Organization (A.S.).
15. Harrani, Hasan bin Ali Ibn Shu'ba, (1363), Tuhaf al-Uqoul, research and correction: Ghaffari, Ali Akbar, second edition, Qom, Jami'a al-Mudarrisin.
16. Hariri, Muhammad Yusuf, (1385), Dictionary of Qur'anic Terms, (n.p.), Qom, Hijrat.
17. Hakimi, Muhammad Reza; Hakimi, Muhammad; and Hakimi, Ali, (1380), Al-Hayat, translated by Ahmad Aram, 6 volumes, first edition, Tehran, Farhang Islamic Publishing House.
18. Khandan, Mohsen, (1374), Islamic Tablighat and Knowledge of Social Communication, first edition, Tehran, Islamic Propaganda Organization Publishing Center.
19. Dastghaib, Abdul-Hossein, (1387), Islamic Ethics, 14th edition, Qom, Islamic Publications office affiliated with the Jami'a al-Mudarrisin, Qom.
20. Daghim, Samih; Jahami, Jirar, (2006), Al-Masua'a al-Jami'a li-Mustalahat al-Fikr al-Arabi al-Islami, 2 volumes, first edition, Beirut, Lebanese Publishers Library.

21. Dehkhoda, Ali Akbar, (1390), Dehkhoda dictionary, 2 volumes, second edition, Tehran, Tehran University Press.
22. Zulfiqari, Hasan, (1385), Amthal Stories, second edition, Tehran, Maziar.
23. Raghīb Isfahani, Abu al-Qasim al-Hussein bin Muhammad, (1412 AH), Al-Mufradat fi Gharib al-Qur'an, researcher: Safwan Adnan al-Davoudi, first edition, Damascus and Beirut: Dar al-Qalam and al-Dar al-Shamiyyah.
24. Sohrabi Rannani, Maryam; Rashidpour, Ali; and Itibarian, Akbar, (1395), "Identifying factors influencing the impact of cultural advertisements based on the theory derived from data and presenting a model of the impact of cultural advertisements", Quarterly Journal of Social and Cultural Strategy, No. 19.
25. Shartouni, Saeed, (1385), Aqrab al-Mawarid fi Fus'h al-Arabiyyah wa al-Shawarid, 5 volumes, second edition, Tehran, Oswah.
26. Sharif al-Razi, Muhammad bin Hussein, (1414 AH), Nahj al-Balaghah (edited by: Subhi Salih), research and correction: Faizu'l Islam, first edition, Qom, Hijrat.
27. Shoarinejad, Ali Akbar, (1375), Culture of Behavioral Sciences, second edition, Tehran, Amir-Kabir.
28. Shuairi, Muhammad bin Muhammad, (n.d.), Jami' al-Akhbar, first edition, Najaf, Haydariyyah Press.
29. Shahid Thani, Zainuddin bin Ali, (1409 A.H.), Munyat al-Murid, research and correction: Mokhtari, Reza, first edition, Qom, Maktabah al-Ilam al-Islami.
30. Tabatabai, Seyyed Muhammad Husein, (1381), Sunan al-Nabi (PBUH) (Manners, Traditions and Behavior of the Prophet of Islam), translator: Hossein Ostad Wali, third edition, Tehran, Payam Azadi.
31. Tabatabai, Seyyed Muhammad Hussein, (1417 AH), Al-Mizan fi Tafsir al-Qur'an, 5th edition, Qom, Islamic Publications Office of Jami'a al-Mudarrisin, Qom.
32. Tabatabai, Seyyed Muhammad Hussein, (1388), Shia in Islam, 5th edition, Qom, Boṣṭān Kitāb Institute (Islamic Tablighat Office Publishing Center of Qom Seminary).
33. Tabarsi, Hassan bin Fazl, (1412 AH), Makarim al-Akhlaq, 4th edition, Qom, Sharif Razi.
34. Turaihi, Fakhruddin bin Muhammad, (1362), Majma al-Bahrain, 6 volumes, research by Ahmad Al-Husseini, first edition, Tehran, Mortazavi Publications.
35. Tousi, Muhammad bin Hasan, (1385), Al-Khilaf, 2 volumes, 6th edition, Qom, Islamic Publications Office affiliated with of Jami'a al-Mudarrisin, Qom.
36. Abdul Baqi, Muhammad Fouad, (1998), Al-Ma'jam al-Mufahris li-Alfaz al-Qur'an al-Karim, (n.p), Egypt, Dar al-Kitab al-Misriyyah.
37. Omid, Hasan, (1389), Farhang Farsi Omid, first edition, Tehran, Rah Rushd.
38. Farahidi, Khalil bin Ahmad, (1409 AH), Al-Ain, 9 volumes, second edition of Qom, Dar Al-Hijrat Institute.
39. Firouzabadi, Muhammad bin Yaqub and Murtaza Zubaidi, Muhammad bin Muhammad, (1414 AH / 1994), Taj al-Arus fi Shar al-Qamoos, researcher: Ali Shiri, 20 volumes, first edition, Beirut-Lebanon, Dar al-Fikr.
40. Faiz Kashani, Mulla Mohsen and Ibn Shah Mortaza, Muhammad, (1417 AH), Al-Muhajjah al-Beyda, 8 volumes, 4th edition, Qom, Islamic Publications Office affiliated with Jamia al-Mudarrisin, Qom.

41. Qeraeti, Mohsen, (1388), Qur'an and Tabligh, 2nd edition, 7th edition, Tehran, Cultural Center of Lessons from the Qur'an.
42. Qorashi Bonabi, Ali Akbar, (1412 AH), Qamoos Quran, 7 volumes, 6th edition, Tehran, Dar al-Kutub al-Islamiyyah.
43. Al-Qazwini al-Razi, Abu al-Hussein Ahmed bin Faris bin Zakaria; (1399 A.H. - 1979), Mu'jam Maqayis al-Lughah, research: Abdussalam Mohammad Haroun, 6 volumes, Dar al-Fikr.
44. Karajaki, Muhammad bin Ali, (1410 AH), Kanz al-Fawa'id, research and correction: Nimah, Abdullah, 2 volumes, first edition, Qom, Dar al-Zakhair.
45. Al-Kashshi, Muhammad bin Omar, (1409 AH), Rijal al-Kashshi - Ikhtiyar Ma'rifah al-Rijal, research and correction: Tusi, Muhammad bin Hassan / Mustafawi, Hasan, first edition, Mashhad, University Publishing House.
46. Kulaini, Muhammad bin Yaqoub bin Is'haq, (1407 AH), Al-Kafi, research and correction: Ghaffari Ali Akbar and Akhundi, Muhammad, 8 volumes, 4th edition, Tehran, Dar al-Kutub al-Islamiyyah.
47. Mottaghi al-Hindi, Alauddin Ali bin Husamuddin, (1401 A.H./1981), Kanz al-Ummal fi Sunan al-Aqwal wa al-Afal, research: Bakri Hayani - Safwa al-Saqqa, 5th edition, Beirut, Al-Risalah Institute.
48. Majlisi, Muhammad Baqir bin Muhammad Taqi, (1403 AH), Bihar al-Anwar, 111 volumes, second edition, Beirut, Dar Ihya al-Turath al-Arabi.
49. Misbah-Yazdi, Mohammad Taqi, (2013), Amoozesh Aqaed (Teaching Beliefs), 3 volumes, 66th edition, Tehran, Amirkabir Publishing House, International Publishing Company.
50. Motahari, Morteza, (1390), Collection of Works, (n.p.), Tehran, Sadra.
51. Moin, Mohammad, (1381), Moin Farsi Farhang, 2 volumes, 4th edition, Tehran, Adna (Ketaf Rah Now).
52. Mousavi Khomeini, Seyyed Ruhollah, (1389): Sahifeh of Imam Khomeini, 22 volumes, fifth edition, Tehran, Imam Khomeini editing and publishing institute.
53. Naraghi, Ahmed bin Mohammad Mahdi, (1378), Mi'raj al-Sa'adah, 6th edition, Qom, Hijrat Publications Institute.
54. Naraghi, Mohammad Mahdi, (1377), The Science of Islamic Ethics (translation of Jami' al-Sa'adat), translated by Seyed Jalaluddin Mojtavavi, 3 volumes, 4th edition, Tehran, Hikmat Publications.
55. Hashemi Shahroudi, Mahmoud, (1387), Farhang Fiqh Mutabiq Mazhab Ahl al-Bayt (A.S.), first edition, Islamic Jurisprudence Encyclopaedia Institute, Qom.
56. RacoonyRE, (2021), Histrionic personality disorder, Free encyclopedia English Wikipedia: https://en.wikipedia.org/wiki/Histrionic_personality_disorder.