



پژوهشنامه
تبلیغ اسلامی

دو فصلنامه علمی - تخصصی

سال ششم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۴۰۴

۱۳

صاحب امتیاز: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم

معاونت فرهنگی و تبلیغی

مدیر مسئول: سعید روستاآزاد

سرمدبیر: مصطفی آزادیان

کارشناس امور اجرایی: اکبر اسماعیل پور

مترجم چکیده: محمدرضا عموحسینی

نشریه «پژوهشنامه تبلیغ اسلامی» بر اساس پروانه انتشار به شماره ثبت ۸۵۵۷۰ تاریخ ۱۳۹۸/۵/۱۴ معاونت امور مطبوعاتی و اطلاع‌رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، به عنوان دو فصلنامه تخصصی در زمینه الهیات و معارف اسلامی منتشر می‌شود.

دو فصلنامه پژوهشنامه تبلیغ اسلامی در بانک اطلاعات نشریات کشور (Magiran.com)؛ پایگاه مجلات تخصصی نور (Noormags.ir)؛ پایگاه استنادی سیویلیکا (Civilica.com) پرتال نشریات دفتر تبلیغات اسلامی (<http://journals.dte.ir>) نمایه می‌شود.

هیئت تحریریه در اصلاح و ویرایش مقاله‌ها آزاد است. ● دیدگاه‌های مطرح شده در مقالات صرفاً نظر نویسندگان محترم است.

آدرس نشریه: قم، چهارراه شهدا، معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، گروه تولید محتوا، کدپستی:

۳۷۱۵۷۹۱۸۱۱

تلفن: ۰۲۵ - ۳۱۱۵۲۰۲۱ سامانه نشریه: <http://jip.dte.ir>

ایمانامه: tabligh@dte.ir

قیمت: ۱۸۰/۰۰۰ تومان

چاپ: مؤسسه بوستان کتاب

اعضای هیئت تحریریه

(به ترتیب حروف الفبا)

مصطفی آزادیان

(دانش آموخته حوزه علمیه قم و دکتری ادیان و عرفان)

محمدتقی انصاری پور

(عضو هیئت علمی دانشگاه ادیان و مذاهب)

حجت الله بیات

(عضو هیئت علمی دانشگاه علوم و حدیث)

عباس پسندیده

(عضو هیئت علمی دانشگاه قرآن و حدیث)

حسین جوان آراسته

(عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه)

کریم خان محمدی

(عضو هیئت علمی دانشگاه باقرالعلوم)

ناصر رفیعی محمدی

(عضو هیئت علمی جامعه المصطفی العالمیه)

سعید روستا آزاد

(عضو هیئت علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی)

ابوالفضل ساجدی

(عضو هیئت علمی مؤسسه امام خمینی رحمته)

شیوه‌نامه تدوین مقالات

۱. مقاله باید پیش از این، جایی منتشر نشده و یا همزمان به مجله دیگری ارسال نشده باشد.
۲. پذیرش اولیه مقاله منوط به رعایت راهنمای تدوین مقالات و برخورداری از حداقل استاندارد پژوهشی و پذیرش نهایی آن منوط به تأیید داوران و هیئت تحریریه است.
۳. در صورتی که مقاله مستخرج از پایان‌نامه کارشناسی ارشد یا رساله دکتری است، ذکر نام استاد راهنما الزامی است.
۴. مقالات ترجمه‌ای تنها در صورت داشتن نقد مورد ارزیابی قرار خواهند گرفت.
۵. مقاله در محیط World (با قلم B Lotus ۱۴ برای متن فارسی و با قلم Times New Roman ۱۱ برای متن انگلیسی) حروف چینی گردد.
۶. مقاله باید شامل: عنوان، چکیده فارسی، کلید واژگان، مقدمه، بدنه اصلی، نتیجه، کتابنامه و چکیده انگلیسی باشد.
۷. چکیده مقاله باید شامل هدف، روش و نتایج به دست آمده باشد.
۸. چکیده باید بین ۱۵۰ تا ۲۰۰ کلمه و تعداد کلید واژه‌ها باید بین ۴ تا ۷ کلمه باشد.
۹. مقدمه مقاله باید شامل تعریف مسئله، پیشینه اجمالی پژوهش، ضرورت و اهمیت طرح، جنبه نوآوری بحث، سؤالات اصلی و فرعی باشد.
۱۰. بدنه اصلی مقاله باید محصول مطالعه، تجربه و پژوهش‌های دست اول نویسنده و متضمن دست آورد علمی جدید با تکیه بر نتایج عملی باشد.
۱۱. نتیجه‌گیری مقاله بیانگر یافته‌های تفصیلی تحقیق است که به صورت گزاره‌های خبری موجز بیان می‌گردد.
۱۲. حجم مقاله نباید از ۴۰۰۰ کلمه کمتر و از ۶۰۰۰ کلمه بیشتر باشد.
۱۳. اسامی خاص و اصطلاحات لاتین و ارجاعات توضیحی در پانویس ذکر شود.
۱۴. استنادها در مقاله به شیوه (APA) تنظیم شود.
۱۵. استناد درون‌متن، داخل پرانتز، شامل (نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار، شماره صفحه) باشد.

۱۶. در صورتی که از یک نویسنده در یک سال، دو اثر چاپ شده باشد و در متن مورد استناد قرار گرفته باشد پس از ذکر سال انتشار با حروف (الف و ب) یا (a , b) از هم متمایز گردند.
 ۱۷. اگر تعداد نویسندگان بیش از سه نفر باشد، تنها نام خانوادگی نویسنده اول ذکر شده و پس از آن، از عبارت " و دیگران " استفاده شود.

۱۸. اگر در متن به بیش از یک منبع استناد شده باشد با نقطه ویرگول؛ از هم جدا می‌شوند.

۱۹. کتابنامه در پایان متن بر اساس حروف الفبا و به صورت زیر تنظیم شود:

- مقاله: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان مقاله. عنوان مجله (به صورت ایتالیکی)، دور (شماره)، شماره صفحات آغازین و پایانی مقاله.
- کتاب: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی)، مترجم/ ویراستار/ گردآورنده، چاپ ... ام، محل نشر: ناشر.
- کتاب ترجمه یا تصحیح شده: نام خانوادگی نویسنده، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی). (نام و نام خانوادگی مترجم/ مصحح). محل انتشار: ناشر. (در صورت ترجمه، سال انتشار کتاب به زبان اصلی).
- کتاب چند جلدی: نام خانوادگی، نام نویسنده. (سال انتشار). عنوان کتاب (به صورت ایتالیکی). (شماره جلد). چاپ ... ام، محل انتشار: ناشر.
- مقاله در مجموعه مقالات یا فصلی از یک کتاب دارای ویراستار یا گردآورنده: نام خانوادگی، نام. (سال انتشار). عنوان مقاله/ فصل. نام گردآورنده یا ویراستار. عنوان مجموعه مقالات (به صورت ایتالیکی). شماره صفحات آغازین و پایانی مقاله. چاپ ... ام، محل نشر: ناشر.
- منابع اینترنتی: نام خانوادگی، نام. عنوان مقاله/ کتاب، تاریخ دریافت، آدرس سایت.

۲۰. مسئولیت مقاله

- مسئولیت صحت و سقم مطالب بر عهده نویسنده/ نویسندگان است. از این رو مقالات بیانگر دیدگاه اعضاء هیئت تحریریه نیست.
- فصلنامه در رد یا قبول و ویرایش علمی و ادبی مقالات، آزاد است.
- در صورتی که مقاله بیش از یک نویسنده داشته باشد محتوای مقاله باید مورد تأیید همه نویسندگان باشد.
- نقل و اقتباس از مقاله‌های مجله با ذکر مأخذ آزاد است.
- در صورتی که نویسنده از دستاوردهای پژوهشی دیگران یا بخشی از پژوهش‌های خود، بدون ذکر منبع، استفاده کند، سرقت علمی به حساب آمده و مقاله پذیرفته نمی‌شود.

فهرست مطالب

- ۸ تحلیل پدیدارشناختی تجربیات مبلغان موفق دینی: مدل مفهومی و الگوهای عملیاتی
محمود سلطانزاده
-
- ۲۶ بایسته‌های تبلیغ دینی در نهج البلاغه
محمدحسین افشاری کرمانی
-
- ۴۴ نقش امام جماعت در ترغیب به حضور مردم در نماز جماعت و مسجد
با تأکید بر منویات مقام معظم رهبری
خدیجه عباسی
-
- ۶۲ تبیین روش‌های تبلیغ در جنبش‌های نوپدید دینی هندی بر اساس مبانی ادیان هند
دکتر محمد مهدی علی‌مرد و دکتر سید محمد روحانی
-
- ۹۲ تحلیل سیره‌ام‌البنین و تبیین مبانی انتخاب ولایت‌محور با رویکرد تبلیغی در اندیشه حزب اهل بیت
دکتر حسن خواجه‌وند صالحی
-
- ۱۱۰ وفاق و همبستگی اجتماعی در آموزه‌های نهج البلاغه
دکتر محمد کاظم کریمی
-
- ۱۳۲ بررسی عوامل وسعت و تنگی معیشت با تأکید بر آیات و روایات
علیجان کریمی
-



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

A Phenomenological Analysis of the Experiences of Successful Religious Propagators: Conceptual Model and Operational Patterns

Mahmoud Soltanzadeh*

Abstract

Religious propagation in the contemporary world faces unprecedented challenges and opportunities, necessitating the use of new approaches and effective models. Adopting a phenomenological approach, this research analyzes the lived experiences of eleven successful religious propagators to identify the patterns and key success factors of religious propagation in the present era. The findings indicate that the primary motivation of these propagators has been a sense of social responsibility and ethical-religious concerns. Their starting point was generally pragmatic, small-scale, and based on utilizing minimum available capacities rather than large-scale actions. Furthermore, the most significant challenges were identified as resource constraints, intellectual-cultural hurdles, and communication barriers. Success factors were categorized within an "interconnected constellation" (or system) including faith-spiritual, individual, communicative, and strategic-technological factors. Finally, a conceptual model and four operational patterns (problem-orientation, specialized networking, creating collective identity through social functions, and smart digital propagation) were presented. This research demonstrates that today's successful propagator is a "networked social entrepreneur" who can effectively integrate spirituality with pragmatism and technology.

Key words

Religious Propagation, Successful propagators, Motivation, Starting Point, Challenges, Success Factors, Conceptual Model, Operational Pattern.

* Graduate of Level ʿ from the Qom Seminary and M.A. in Moral Education.

تحلیل پدیدارشناختی تجربیات مبلغان موفق دینی: مدل مفهومی و الگوهای عملیاتی

محمود سلطانزاده*

چکیده

تبلیغ دین در جهان معاصر با چالش‌ها و فرصت‌های بی‌سابقه‌ای روبرو است که ضرورت بهره‌گیری از رویکردهای جدید و الگوهای اثرگذار را ایجاب می‌کند. این پژوهش با اتخاذ رویکردی پدیدارشناختی به تحلیل تجربیات زیسته یازده نفر از مبلغان موفق دینی می‌پردازد تا الگوها و عوامل کلیدی موفقیت در تبلیغ دین در عصر حاضر را شناسایی کند. یافته‌ها نشان می‌دهد انگیزه اصلی این مبلغان، احساس مسئولیت اجتماعی و دغدغه‌های اخلاقی - دینی بوده است. نقطه شروع فعالیت‌های آنان عموماً عمل‌گرا، خردمقیاس و مبتنی بر استفاده از حداقل ظرفیت‌های موجود بوده است، نه اقدام‌های کلان. مهم‌ترین چالش‌های پیش‌رو نیز محدودیت منابع، چالش‌های فکری - فرهنگی و موانع ارتباطی شناسایی شد. عوامل موفقیت نیز در قالب یک «منظومه به هم پیوسته» شامل عوامل ایمانی - معنوی، فردی، ارتباطی و راهبردی - فناورانه دسته‌بندی شدند. درنهایت یک مدل مفهومی و چهار الگوی عملیاتی (مسئله‌محوری، شبکه‌سازی تخصصی، ایجاد هویت جمعی از طریق کارکردهای اجتماعی و تبلیغ دیجیتال هوشمند) ارائه گردید. این پژوهش نشان می‌دهد مبلغ موفق امروزی، یک «کارآفرین اجتماعی شبکه‌ای» است که می‌تواند معنویت را با عمل‌گرایی و فناوری تلفیق کند.

کلیدواژه‌گان: تبلیغ دین، مبلغان موفق، انگیزه، نقطه شروع، چالش‌ها، عوامل موفقیت، مدل مفهومی، الگوی عملیاتی.

* دانش‌آموخته سطح ۳ حوزه علمیه قم و کارشناسی ارشد تربیت اخلاقی.

مقدمه

تبلیغ دین در جایگاه یکی از ارکان اصلی گسترش آموزه‌های دینی و ترویج ارزش‌های اسلامی، همواره نقشی حیاتی در تحول فرهنگی و اجتماعی جوامع ایفا کرده است. امروزه با توجه به تغییرات سریع و پویا در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی و فناوری، ضرورت به‌کارگیری روش‌های جدید و متناسب با تحولات جهانی در امر تبلیغ دین، بیش از پیش احساس می‌شود. مواجهه با فرهنگ‌های مهاجم و بسترهای متنوع اجتماعی، مبلغان دینی را با چالش‌ها و فرصت‌های بی‌سابقه‌ای مواجه کرده است که استفاده از رویکردهای مؤثر، نوآورانه و تشکیلاتی را طلب می‌کند.

این پژوهش با اتخاذ رویکردی پدیدارشناختی در پی واکاوی عمیق تجربیات زیسته مبلغان دینی است تا از رهگذر تحلیل محتوای کیفی تجربیات میدانی آنان، به شناسایی انگیزه‌ها، عوامل موفقیت، چالش‌ها و الگوهای اثرگذار در فرایند تبلیغ دین دست یابد. تمرکز اصلی پژوهش بر تجربیات موفق مبلغانی است که با بهره‌گیری از دانش دینی و اجتماعی و با تکیه بر روش‌هایی چون ایجاد مراکز دینی، برگزاری نشست‌های آموزشی، استفاده از ظرفیت‌های محلی و تعامل با نهادهای اجتماعی، گام‌های مؤثری در تحول اجتماعی و دینی برداشته‌اند.

نوشتار حاضر ضمن تحلیل این تجربیات، به بررسی چالش‌ها و فرصت‌های پیش‌روی مبلغان می‌پردازد و راهکارها و الگوهای عملی را برای بهبود فرایند تبلیغ دین در جوامع متنوع ارائه می‌دهد. امید است یافته‌های این تحقیق بتواند راهگشای فعالان و نهادهای متولی تبلیغ دین برای ارتقای اثربخشی فعالیت‌ها و تقویت نقش اجتماعی دین در جهان معاصر باشد.

پیشینه مطالعاتی

مطالعات متعدد در حوزه مبلغان دینی نشان داده‌اند که تبلیغ دین در جهان معاصر با چالش‌ها و فرصت‌های متعددی مواجه است که نیازمند رویکردهای جدید و اثرگذار است. فاطمی مهر و علینی (۱۴۰۳ ه.ش) در پژوهش‌های خود به اهمیت اهداف تبلیغ دین و نقش مؤثر مبلغان دینی در ترویج دینداری اشاره کرده‌اند. مطالعات فولادی و ندا (۱۴۰۳ ه.ش) بر نقش فضای مجازی و فناوری‌های جدید ارتباطی در اثربخشی تبلیغ دینی تأکید ویژه دارند و چالش‌های

موجود در این فضا را به دقت تحلیل کرده‌اند. استوار می‌مندی (۱۴۰۲ هـ.ش) به ویژگی‌های فرهنگی و اجتماعی مبلغان دینی در عصر انقلاب اسلامی پرداخته است و نقش مسئولان و جامعه را در فرایند تبلیغ برجسته می‌کند. همچنین تحقیقات حاجی زاده و حاجی پور (۱۴۰۲ هـ.ش) شبکه‌های اجتماعی و جهاد تبیین را بسترهای جدید تبلیغ دینی معرفی می‌کند که فعالان دینی باید از آن بهره‌مند شوند.

در سطحی عملیاتی‌تر، مطالعات ملکوتی‌نیا (۱۴۰۲ هـ.ش) و محمودی مزرعاوی و همکاران (۱۴۰۱ هـ.ش) به سمت بینش‌های تربیتی و شناختی مبلغان موفق دینی رفته‌اند و عناصر مهمی چون مهارت‌های ارتباطی، فهم مخاطب و نقش آموزه‌های دینی در تربیت مبلغ را تبیین کرده‌اند. همچنین حکیمیان (۱۳۹۹ هـ.ش) و قربانی و فراهی (۱۳۹۷ هـ.ش) چالش‌های اخلاقی و ارتباطی تبلیغ را در گستره‌های فرهنگی مختلف بررسی کرده‌اند.

در جمع‌بندی این مطالعات، مؤلفه‌های کلیدی موفقیت مبلغان دینی بر پایه ایمان، اخلاص، کارآمدی استراتژیک و فناوری شکل می‌گیرد. همه‌اندیشمندان اسلامی، انگیزه خدمت و دغدغه اجتماعی را از مهم‌ترین عوامل موفقیت فعالان دینی دانسته‌اند؛ با این وجود، خان محمدی (۱۳۹۲ هـ.ش) چالش‌های ساختاری نظیر مشکلات ارتباطی و محدودیت منابع را از موانع جدی در تبلیغ معرفی می‌کند.

این پژوهش بسیاری از این یافته‌ها را تأیید و توسعه می‌دهد و نوآوری آن در ارائه الگوی «شروع خرد و عمل‌گرا» و ترکیب منظومه‌ای عوامل موفقیت است. این پژوهش با ارائه یک مدل مفهومی برخلاف مدل‌های سنتی که بر برنامه‌ریزی کلان و نهادسازی تأکید دارند، به این نتیجه رسیده است که این موفقیت اغلب از اقدامات ملموس، کوچک‌مقیاس و هوشمندانه با بهره‌گیری از حداقل ظرفیت‌های موجود سرچشمه می‌گیرد. افزون بر این تلفیق معنویت با فناوری و مدیریت راهبردی، نشان‌دهنده کارآفرینی اجتماعی شبکه‌ای در قالب مبلغان موفق امروز است که تمام عوامل ایمان، فردی، ارتباطی و راهبردی را به گونه‌ای یکپارچه به کار می‌گیرند.

روش‌شناسی

این پژوهش با بهره‌گیری از رویکرد کیفی و با استفاده از روش تحقیق پدیدارشناختی، به تحلیل تجربیات زیسته و بینش‌های مبلغان دینی فعال در عرصه‌های مختلف تبلیغی می‌پردازد. رویکرد

پدیدارشناختی به پژوهشگر امکان می‌دهد تا با تمرکز بر تجربیات شخصی شرکت‌کنندگان، معنای زیربنایی فعالیت‌های تبلیغی را درک کند (کوربین و استراس، ۱۳۸۴ ه.ش؛ قاسمی و دیگران، ۱۴۰۰ ه.ش؛ بودلایی، ۱۳۹۵ ه.ش).

شرکت‌کنندگان و فرایند نمونه‌گیری

جامعه مورد مطالعه، یازده نفر از مبلغان و فعالان موفق دینی است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و با معیارهای زیر انتخاب شده‌اند:

الف) داشتن سابقه فعالیت مستمر میدانی در عرصه تبلیغ دین؛

ب) خلق نوآوری یا الگوی اثرگذار در روش‌های تبلیغی، مانند تأسیس نهادهای جدید، استفاده از روش‌های ارتباطی جدید یا حل مسائل اجتماعی پیچیده؛

ج) داشتن تأیید از نهادهای معتبر حوزوی؛

د) تجربیات غنی و متنوع در بافت‌های فرهنگی - اجتماعی مختلف.

فهرست مبلغان به این ترتیب است:

ردیف	نام	سمت و زمینه فعالیت
۱	حسین خلیلو	مؤسس ۵ مرکز اسلامی در برزیل
۲	حسن مرادی	مؤسس مدرسه امام خمینی و گروه جهادی بلاغ
۳	صدرا بهرامی	مسئول گروه فقه راهبردی حوزه مشکاة
۴	محمدحسین کفیل	معاون نوآوری و شتاب‌دهی مرکز آلاء
۵	سیدهادی حسینی اصل	کارشناس مشاوره خانواده و از بنیان‌گذاران مؤسسه اوجمان
۶	احسان رنجبر	مدیر مؤسسه آوای زندگی پاک (کمپ ترک اعتیاد)
۷	رضا کریمی	مؤسس هیئت الزوار الزهراء
۸	محمد مهدی الهی منش	مؤسس مجموعه تربیت بنیادی
۹	سیدعلی هاشمی چمگردانی	فعال تبلیغی شهرستان لنجان استان اصفهان/ ترک اعتیاد، ایجاد اشتغال، تسهیل ازدواج و ...
۱۰	میثم امرودی	مدیر مدارس ایرانیان در کویست ورئیس سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران
۱۱	علی نقایی	فعال تبلیغی شهرستان شاهین‌شهر استان اصفهان/

موفق در کاهش ۳۷ درصدی پرونده‌های طلاق شهرستان (۱۷ درصد سازش قطعی و ۲۰ درصد ارجاع به زوج‌درمانی)	
---	--

ابزار و فرایند گردآوری داده‌ها

داده‌های مورد نیاز در درجه اول از طریق گزارش مبلغان در رویداد طلبه تحول‌آفرین گردآوری شدند. افزون بر گزارش‌های شفاهی تجربیات میدانی این مبلغان در رویداد، از مصاحبه‌های منتشرشده آنان در نشریات و رسانه‌ها به عنوان داده مکمل استفاده شد. محورهای گزارش این موارد را دربر می‌گرفت:

۱. انگیزه‌ها و زمینه‌های آغاز فعالیت تبلیغی؛
۲. نقاط عطف و اولین اقدامات عملی (نقطه شروع)؛
۳. مهم‌ترین چالش‌ها و موانع پیش‌رو؛
۴. عوامل و استراتژی‌های کلیدی در موفقیت پروژه‌ها.

فرایند تحلیل داده‌ها

تحلیل داده‌ها در چهار مرحله و با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA انجام پذیرفته است:

۱. کدگذاری باز: در این مرحله، داده‌های متنی حاصل از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و گزارش‌ها، به واحدهای معنایی کوچک‌تر تقسیم و کدهای اولیه به آنها اختصاص داده شد. مثال: عبارت گزارش‌دهنده: «بسیاری از معضلات به دلیل کمبود علم و آگاهی در جامعه است» ← کد اولیه: «درک مشکل به عنوان کمبود آگاهی».
۲. کدگذاری محوری: در این مرحله، کدهای اولیه مشابه در قالب مفاهیم محوری دسته‌بندی شدند. مثال: کدهای «شروع از یک نهاد کوچک و ملموس»، «شروع از مسجد و فضای مجازی»، «کار فردی و عدم انتظار برای تشکیل تیم» و «استفاده از ظرفیت‌های موجود و محلی»، تحت مفهوم محوری «نقطه شروع عملیاتی فعالیت» قرار گرفتند.
۳. کدگذاری انتخابی و استخراج درون‌مایه‌ها: در این مرحله، مفاهیم محوری در قالب درون‌مایه‌های اصلی و فراگیر سازماندهی شدند. این درون‌مایه‌ها عبارت بودند از: انگیزه شروع،

نقطه شروع عملیاتی، چالش‌ها و موانع و عوامل موفقیت.

۴. تحلیل تفسیری: در نهایت ارتباط بین درون‌مایه‌ها تحلیل گردید و الگوهای کلان استخراج شد.

یافته‌های پژوهش

تحلیل گزارش‌های یازده مبلغ موفق، مضامین و الگوهای کلیدی در انگیزه‌ها، نقطه شروع، چالش‌ها و عوامل موفقیت فعالیت‌های تبلیغی آنان را آشکار کرد. این یافته‌ها در جداول زیر به اختصار و ساختار یافته ارائه شده‌اند.

جدول ۱: انگیزه‌های شروع فعالیت تبلیغی

انگیزه‌های مبلغان برای آغاز فعالیت‌های تبلیغی عمدتاً ریشه در تجربیات شخصی، دغدغه‌های اجتماعی و احساس مسئولیت دینی دارد. این انگیزه‌ها را می‌توان در چند محور اصلی دسته‌بندی کرد:

تکرار در نمونه‌ها	مثال از گزارش (شاهد)	زیرمضمون	مضمون اصلی
بالا	«بسیاری از معضلات به دلیل کمبود علم و آگاهی در جامعه است. ریشه بسیاری از مشکلات را حوزه می‌دانستم. لذا دغدغه من این شد که حوزه بروم و ملا شوم» (مرادی)	پاسخ به یک معضل	دغدغه اجتماعی
بالا	«هر موقع برای مردم دویدم، حال دل خودم بهتر شد. هر موقع روحم خراب بود، برای حل مشکل مردم دویدم، حالم بهتر شد» (الهی منش)	احساس مسئولیت برای حل مسئله	
متوسط	«رفیق هم حجره‌ای باهوشی داشتیم که نیرهوشی‌اش کار دستش داد و معتاد شد. چی شد که این جوری شد؟ این شد دغدغه من؟ غصه من؟» (حسینی اصل)	مواجهه با آسیب‌های اجتماعی	تجربه شخصی

متوسط	«دشمن کجا را می‌زند: اول ولایت فقیه، دوم کارآمدی دین. این نشانه مؤثر بودن این دو جا است» (امرودی)	مقابله با تهدیدات بیرونی	تقویت هویت دینی
پایین	«هدف ایجاد مرکزی برای تجمع شیعیان مهاجر لبنانی و عراقی و... بود» (خلیلو)	خدمت به جامعه شیعه	
پایین	«مسئله ما اثرگذار کردن این مخاطب در آینده جامعه بود؛ لذا در ابتدا دنبال اتصال جامع نخبگانی با بدنه مردم بودیم» (کریمی)	اثرگذاری در سطح کلان	جذب نخبگان

تحلیل کلی: انگیزه‌ها عموماً ریشه در مسئولیت‌پذیری اجتماعی و دغدغه‌های اخلاقی - دینی دارند.

جدول ۲: نقاط شروع عملیاتی فعالیت

تکرار در نمونه‌ها	مثال از گزارش (شاهد)	زیرمضمون	مضمون اصلی
بالا	«مهم‌ترین بستر این شاکله، هیئت است. هیئت در مسجد یعنی حول محور اهل بیت. هیئت هم نصرت ولی الهی را دنبال دارد هم دغدغه ارتباط نخبگان با مردم تأمین می‌شد» (کریمی). «مرکز اسلامی امام مهدی علیه السلام تأسیس شد؛ با هدف ایجاد مرکزی برای تجمع شیعیان مهاجر لبنانی و عراقی و...» (خلیلو).	تأسیس یک نهاد کوچک	شروع خرد و ملموس
متوسط	«کار از مسجد شروع شد. در ادامه با رفتن به زمین کشاورزی شروع کردم» (هاشمی چمگردانی).	شروع از مسجد	استفاده از بسترهای موجود
متوسط	«ضبط اولین جلسات را با موبایل شروع کردیم. از همان مقدار که علم داریم، امکانات	استفاده از فضای مجازی	

	داریم، شروع کنیم» (الهی منش).		
عمل‌گرایی	«تنهایی شروع کنیم. لازم نیست منتظر تکمیل تیم شویم. تیم کم‌کم درست می‌شود» (الهی منش).	شروع بدون تیم کامل	بالا
شناسایی زبان مشترک	زمینه فوتبال هم داشتند یعنی نقطه اشتراک را فهمیدم (هاشمی چمگردانی).	یافتن نقطه اشتراک با مخاطب	متوسط

تحلیل کلی:

- نقطه شروع، بسیار عمل‌گرا و مبتنی بر نگاه به «امکانات موجود» و نه «امکانات ایده‌آل» است.
- یک الگوی تکرار شونده، «شناسایی یک زبان، مکان یا علاقه مشترک» به عنوان نقطه اتکا برای آغاز ارتباط است.
- بسیاری از مبلغان موفق کار را «خرد و ملموس» (یک هیئت، یک مسجد، یک صفحه مجازی) آغاز کرده‌اند و سپس آن را توسعه داده‌اند، نه اینکه از ابتدا به دنبال طرح‌های کلان باشند.

جدول ۳: چالش‌ها و موانع پیش‌رو

فعالیت در عرصه تبلیغ دین همواره با چالش‌ها و موانع متعددی همراه بوده است. تحلیل تجربیات مبلغان حاضر در این مطالعه، نشان می‌دهد که این چالش‌ها را می‌توان در چند دسته کلی طبقه‌بندی کرد:

تکرار در نمونه‌ها	مثال از گزارش (شاهد)	زیرمضمون	مضمون اصلی
متوسط	«ارتباط با افراد غیرمسلمان مانند مسیحیت و دعوت از آنان برای سخنرانی در موضوعات مشترک در کلیسا و مسجد با هدف شکستن تفکر منفی نسبت به شیعه به عنوان یک گروه رادیکال» (خلیلو).	تصورات منفی	چالش‌های فکری-فرهنگی

بالا	«حتماً فن مدیریت را یاد بگیرید تا با هزینه کمتر، سرعت بیشتری داشته باشید» (الهی مش).	محدودیت مالی و انسانی	محدودیت منابع
بالا	اگر مردم با ما همراه شدند، گره‌ها باز خواهد شد (هاشمی چمگردانی).	جذب و اعتمادسازی	چالش‌های ارتباطی
پایین	«تمام روش‌های مطرح ترک اعتیاد را مطالعه کردیم. سرخ شروع ارتباط و اثرگذاری در هر جمعی را باید پیدا کرد» (رنجبر).	ارتباط با اقشار خاص	
متوسط	یکی از پرتکرارترین آسیب‌های جمع حوزوی، کامل گرابودن است (حسینی اصل).	کامل‌گرایی	چالش‌های درونی
متوسط	متأسفانه نه بدنه حوزه توقع ورود به این عرصه‌ها را دارد و نه خود طلبه (صدرا بهرامی).	نداشتن آمادگی آموزشی	

تحلیل کلی:

تجربیات مبلغان نشان می‌دهد اگرچه چالش‌ها متنوع و گاهی بسیار جدی هستند، عبورناپذیر هم نیستند. کلید غلبه بر این موانع در «خلاقیت»، «پایداری»، «عمل‌گرایی» و «تکیه بر مشارکت‌های مردمی» نهفته است. مبلغان موفق به جای تمرکز بر محدودیت‌ها، بر شناسایی و استفاده از حداقل ظرفیت‌های موجود (حتی یک گوشی موبایل یا یک زمین فوتبال) تمرکز کرده‌اند و از آن به مثابه نقطه شروعی برای اثرگذاری بهره برده‌اند.

جدول ۴: عوامل موفقیت

تحلیل تجربیات مبلغان شرکت‌کننده در این مطالعه نشان می‌دهد که موفقیت در فعالیت‌های تبلیغی محصول ترکیبی از عوامل ایمانی، فردی، ارتباطی و مدیریتی است. این عوامل را می‌توان در قالب دسته‌بندی‌های زیر ارائه داد:

تکرار در نمونه‌ها	مثال از گزارش (شاهد)	زیرمضمون	مضمون اصلی
بالا	«خدا هادی است؛ لذا ما لازم است از نقطه‌ای که می‌دانیم که درست است، شروع	توکل و ایمان	عوامل ایمانی - معنوی

	کنیم. خداوند در حین حرکت آدم‌ها و لوازم آن را فراهم می‌کند» (الهی منش).		
بالا	«آدم‌ها بیشتر جذب مرام و اخلاف انسان می‌شوند تا محتواهای ما، مانند صدق ما، اخلاص ما، تعهد ما، پیگیری و دلسوزی ما نسبت به مخاطب» (الهی منش). مردم اگر اخلاص ما را ببینند، همراه می‌شوند (هاشمی چمگردانی).	اخلاص	
بالا	«از نقطه ممکن شروع کنیم. ما ضبط اولین جلسات را با موبایل شروع کردیم» (الهی منش).	عمل‌گرایی و شجاعت	عوامل فردی
بالا	«موانع در حین کار هست. موانع برای متوقف شدن نیست، بلکه برای رشد کردن و محک زدن اراده است» (الهی منش).	پایداری و استقامت	
بالا	«لسان قوم را یاد گرفتیم. در بین آنها بودم» (رنجبر).	شناسایی زبان مشترک	عوامل ارتباطی
بالا	«کمک مؤمنانه گفتند به ما. هم شروع به کمک کردیم. صد نفر کارتن‌خواب را ترک دادیم و شغل دادیم. ما الان ۱۲ هزار خیر ۵۰ هزار تومانی داریم. منتها باید اعتماد جلب کنیم، فعال شویم و گزارش کار دهیم تا مردم مشارکت کنند» (هاشمی چمگردانی).	جلب اعتماد از طریق عمل	
متوسط	«تشکیل تیم حل مسئله برای شکل‌گیری یک تیم، آرمان مشترک لازم است» (بهرامی).	تیم‌سازی تخصصی	عوامل راهبردی
پایین	«از پالایش پرونده‌ها، علت‌های طلاق به ترتیب زیر است: ۱. اعتیاد؛ ۲. بیکاری؛ ۳. نوع؛ ۴. ترک منزل؛ ۵. طلاق عاطفی؛ ۶.	آسیب‌شناسی علمی	

	خشونت و بداخلاقی؛ ۷. خیانت» (علی بقایی).		
متوسط	«شناسایی دیگر مسلمانان در دیگر شهرهای برزیل از طریق فضای مجازی و سفر به آن شهرها و ایجاد مرکز اسلامی در همان شهرها» (خلیلو).	استفاده از فناوری	

تحلیل کلی:

عوامل موفقیت در تبلیغ دین چونان منظومه‌ای به هم پیوسته است؛ از این رو ایمان و اخلاص، موتور محرک است؛ شجاعت و عمل‌گرایی، جرقه شروع؛ و راهبردهای هوشمندانه (مانند کشف زبان مشترک، تیم‌سازی و آسیب‌شناسی)، چرخ‌هایی هستند که این موتور را به پیش می‌برند. هیچ‌یک از این عوامل به تنهایی کافی نیستند؛ اما ترکیب آنها - همان‌گونه که در تجربیات این مبلغان مشاهده شد - می‌تواند به الگوهای موفقیت‌آمیزی بینجامد.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش که نشان‌دهنده نقش محوری انگیزه‌های اجتماعی - دینی، عمل‌گرایی و ترکیب عوامل ایمانی، فردی، ارتباطی و راهبردی در موفقیت مبلغان است، نیازمند بحثی تطبیقی در بستر ادبیات موجود است. مطالعه حاضر از جنبه‌های کلیدی، یافته‌های تحقیقات پیشین را تأیید و در برخی جنبه‌ها آن را بسط می‌دهد.

از یک‌سو، تأکید بر «دغدغه اجتماعی» و «احساس مسئولیت» به مثابه انگیزه اصلی مبلغان دارد و هم‌سو با یافته‌های پژوهشی، «نیت خالص و انگیزه خدمت» را پایه هر فعالیت مذهبی موفق می‌دانند. از سوی دیگر، شناسایی «کامل‌گرایی» به عنوان یک چالش درونی را «آسیب‌شناسی روانشناختی طلاب» تأیید می‌کند.

با این حال این پژوهش از دو منظر نوآوری دارد:

نخست: «کشف الگوی عمل‌گرایانه، شروع خرد» است. برخلاف مدل‌های کلاسیک تبلیغ که بر برنامه‌ریزی کلان و نهادین تأکید دارند (مانند مدل سلسله‌مراتب اثرگذاری مک کوئیل)، یافته‌های ما نشان می‌دهد موفقیت اغلب از اقدامات ملموس و کوچک‌مقیاس (مانند تأسیس

یک هیئت یا یک کانال مجازی) و با استفاده از «حداقل ظرفیت‌های موجود» سرچشمه می‌گیرد. این امر تناقضی ظاهری با ادبیات برنامه‌ریزی استراتژیک ایجاد می‌کند؛ اما در واقع «راهبردی تکاملی» را پیشنهاد می‌دهد که از پایین به بالا و با آزمون و خطا شکل می‌گیرد. دوم: «تلفیق منحصر به فرد معنویت با فناوری و مدیریت راهبردی» است. این پژوهش نشان می‌دهد مبلغ موفق امروزی، یک «کارآفرین اجتماعی شبکه‌ای» است که توکل و اخلاص (عوامل ایمانی) را با شجاعت عمل‌گرایانه (عامل فردی)، مهارت کشف زبان مشترک (عامل ارتباطی) و تیم‌سازی تخصصی و استفاده هوشمند از فناوری (عوامل راهبردی) به صورت منظومه‌ای به هم پیوسته ترکیب می‌کند.

مدل مفهومی پیشنهادی: منظومه موفقیت در تبلیغ دینی

با ترکیب یافته‌های این پژوهش و ادبیات موجود، مدل مفهومی زیر به عنوان دستاورد نظری این تحقیق پیشنهاد می‌شود. این مدل روابط بین عوامل چهارگانه را به تصویر می‌کشد:

[عوامل ایمانی-معنوی] (توکل، اخلاص)



[عوامل فردی] (عمل‌گرایی، شجاعت، پایداری) ← به عنوان موتور محرکه



[عوامل ارتباطی] (شناسایی زبان مشترک، جلب اعتماد) ← به عنوان پل ارتباطی



[عوامل راهبردی - فناوری] (تیم‌سازی تخصصی، آسیب‌شناسی علمی، استفاده از فناوری)

← به عنوان تسهیل‌گر و مقیاس‌دهنده



[موفقیت در تبلیغ دینی] (اثربخشی، نفوذ و تحول اجتماعی)

تبیین مدل: الگوریتم مدل مفهومی «منظومه موفقیت در تبلیغ دینی» با بنیان‌های ایمانی و اخلاص به عنوان موتور محرکه و جهت‌دهنده کل فرایند آغاز می‌شود. مبلغ در این مرحله با توکل بر خدا و تصفیه نیت، سرمایه معنوی لازم برای پایداری در مسیر پرچالش تبلیغ را فراهم

می‌آورد. سپس با تکیه بر این پشتوانه معنوی، وارد عرصه عمل می‌شود و بدون منتظر ماندن برای شرایط ایده‌آل یا منابع کامل، از یک نقطه ممکن و با حداقل امکانات موجود (مانند یک مسجد، یک گروه کوچک یا یک کانال مجازی ساده) کار را آغاز می‌کند. این اقدام جسورانه و عمل‌گرایانه، جرقه اولیه حرکت را می‌زند.

پس از آن نوبت به ایجاد پل ارتباطی با مخاطب می‌رسد. مبلغ در این گام با مطالعه و درک دنیای ذهنی و عینی مخاطب، به دنبال یافتن زبان و نقطه اشتراک برای گفتگو می‌گردد و اعتماد او را نه تنها با سخنرانی، که از طریق عمل و ارائه خدمات ملموس و حل مسائل واقعی جلب می‌کند. این اعتمادسازی، زمینه‌ساز تأثیرگذاری عمیق‌تر است. در گام بعد برای تضمین ماندگاری و توسعه کار، از راهبرد و فناوری بهره‌گیری می‌شود که شامل تشکیل تیم‌های تخصصی، آسیب‌شناسی علمی مسائل و استفاده هوشمندانه از ابزارهای دیجیتال برای تولید محتوا و شبکه‌سازی است. این مرحله، حرکت را از سطح اقدام فردی به نهاد یا جریان اجتماعی پایدار ارتقا می‌دهد.

در نهایت، تعامل پویا و چرخه‌ای این عوامل به خروجی مطلوب، یعنی «تحقق اثربخشی، نفوذ و تحول اجتماعی» منجر می‌شود. اما فرایند در اینجا متوقف نمی‌شود، بلکه با ارزیابی مستمر نتایج و بازخوردگیری، چرخه به مرحله اول بازمی‌گردد تا با دانش و تجربه جدید تقویت شود و با استمرار بهبود یابد. این چرخه پویا، مبلغ موفق امروزی را به «کارآفرین اجتماعی شبکه‌ای» تبدیل می‌کند که معنویت را با عمل‌گرایی و مدیریت راهبردی درمی‌آمیزد.

پیامدها و الگوهای عملیاتی

یافته‌های این پژوهش و مدل مفهومی ارائه‌شده، دارای پیامدهای نظری و عملی مهمی برای فعالان عرصه تبلیغ دین است. این یافته‌ها نه تنها نقشه راهی برای فعالیت‌های میدانی ترسیم می‌کنند، بلکه چارچوبی برای بازتعریف مبلغ موفق در جهان امروز ارائه می‌دهند. بر این اساس چهار الگوی عملیاتی کلیدی زیر برای مبلغان پیشنهاد می‌شود که همگی ریشه در داده‌های پژوهشی و تجربیات زیسته مبلغان موفق دارند:

الگوی اول: تبلیغ «مسئله‌محور و جامعه‌بنیاد»

این الگو بر ضرورت عبور از تبلیغ انتزاعی و کلیشه‌ای تأکید دارد. نقطه شروع در این الگو، «شناسایی یک مسئله عینی و ملموس» در جامعه هدف است؛ همان‌گونه که مبلغ شاهین‌شهر با تمرکز بر معضل طلاق و ریشه‌یابی علل آن یا آقای رنجبر با پرداختن به مسئله اعتیاد عمل کردند. مبلغ در این رویکرد به جای ارائه صرف مفاهیم نظری، با «همکاری نهادهای محلی» (مانند دادگستری، شورای شهر، مراکز درمانی) و از طریق ارائه راه‌حل‌های عملی برای حل آن مسئله خاص، اقدام می‌کند. این رویکرد ضمن جلب اعتماد جامعه، کارآمدی دین را در حل مسائل واقعی زندگی به نمایش می‌گذارد و از این طریق به تقویت هویت دینی کمک می‌کند.

الگوی دوم: «شبکه‌سازی تخصصی و تیم‌محور»

یافته‌ها نشان می‌دهند مواجهه با مسائل پیچیده اجتماعی امروز، فراتر از توانایی یک فرد است. این الگو بر تشکیل «تیم‌های کوچک و چابک متشکل از افراد با تخصص‌های مکمل» تأکید دارد. نمونه عینی این الگو را می‌توان در گروه آقای صدرا بهرامی مشاهده کرد که با گردآوری متخصصان حوزوی، جامعه‌شناسان، روان‌شناسان و فعالان رسانه‌ای، به مطالعه و حل مسئله کاهش جمعیت می‌پردازند. در این مدل، هر عضو بر اساس تخصص و استعداد خود نقش‌آفرینی می‌کند که این امر همسو با تأکید آقای حسینی اصل بر «کشف استعداد و مسیر شخصی‌شده» است. این شبکه‌های تخصصی، اثربخشی و عمق مواجهه با مسئله را به شدت افزایش می‌دهند.

الگوی سوم: «ایجاد هویت جمعی از طریق کارکردهای اجتماعی»

این الگو بر این اصل استوار است که اعتماد پیش‌زمینه هرگونه تأثیرگذاری کلامی است. مبلغ در این رویکرد به جای شروع با منبر و سخنرانی، با «ارائه خدمات اجتماعی ملموس و مورد نیاز جامعه» اعتمادسازی می‌کند. تجربه آقای هاشمی چمگردانی در شاهین‌شهر با راه‌اندازی نهضت‌های کمک‌مؤمنانه، اشتغال‌زایی برای کارتن‌خوابان و پرداخت بدهی مغازه‌داران، نمونه بارز این الگوست. این خدمات ضمن حل بخشی از مشکلات جامعه، هویت جدیدی مبتنی بر ایثار، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و عملگرایی دینی ایجاد می‌کند. این هویت جمعی بستر بسیار

مناسبی برای انتقال مفاهیم عمیق‌تر اعتقادی فراهم می‌آورد.

الگوی چهارم: «تبلیغ دیجیتال هوشمند و شبکه‌ای»

این الگو استفاده از فضای مجازی را از حاشیه به متن فعالیت تبلیغی می‌آورد. بر اساس تجربه آقای الهی‌منش و آقای خلیلو، فضای مجازی دیگر ابزار جنبی نیست، بلکه «میدان اصلی فعالیت» است. این الگو بر «تولید محتوای جذاب و هدفمند»، «شبکه‌سازی با نخبگان و مخاطبان» و «ایجاد جامعه‌های مجازی حول محور مفاهیم دینی» تأکید دارد. این مدل امکان اثرگذاری در مقیاس جهانی و دسترسی به نسل جوان را - که بخش عمده‌ای از زندگی خود را در این فضا سپری می‌کنند - فراهم می‌کند.

در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت این چهار الگوی عملیاتی، در واقع تجلی عینی «منظومه موفقیت» ارائه‌شده در مدل مفهومی هستند. این الگوها نشان می‌دهند که چگونه می‌توان عوامل ایمانی، فردی، ارتباطی و راهبردی را در قالب برنامه‌های عملیاتی منسجم و اثربخش ترکیب کرد و تبلیغ دین را از فعالیت سنتی و منفعلانه به حرکتی پویا، تحول‌آفرین و پاسخ‌گو به نیازهای جهان معاصر تبدیل کرد.

جمع‌بندی نهایی

می‌توان ادعا کرد این پژوهش با کشف الگوی «شروع خرد و عمل‌گرا» و «منظومه به‌هم‌پیوسته عوامل موفقیت»، گامی فراتر از مطالعات پیشین که بر یک یا دو بعد متمرکز بودند، برداشته است. تبلیغ دین در جهان امروز نیازمند مبلغی است که این منظومه را درک کند: جامعه‌شناسی که با توکل و عمل‌گرایی، پیام دین را نه به صورت انتزاعی، که در قالب پاسخ به نیازهای واقعی و از مسیر هوشمندانه شبکه‌سازی و فناوری ارائه دهد. مدل پیشنهادی می‌تواند چارچوبی برای آموزش، ارزیابی و برنامه‌ریزی برای مبلغان آینده باشد.

محدودیت‌های پژوهش و پیشنهادها برای پژوهش‌های آینده

این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بود که می‌تواند چراغ راه مطالعات آینده باشد. تمرکز بر تجربیات موفق به طور طبیعی باعث شد تا به تجربیات ناموفق و درس‌های آموخته‌شده از شکست کمتر پرداخته شود. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده به تحلیل شکست‌های

مبلغان موفق نیز پرداخته شود.

کتابنامه

۱. بودلایی، حسن، روش تحقیق پدیدارشناسی، تهران: جامعه‌شناسان، ۱۳۹۵ ش.
۲. قاسمی، حمید و دیگران، مرجع پژوهش، ویراست نوزدهم، تهران: نشر اندیشه‌آرا، ۱۴۰۰ ش.
۳. کوربین، ج. و آل. استراس، اصول روش‌شناسی کیفی: طراحی و اجرای پژوهش‌های کیفی، ترجمه: محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۹۰ ش.



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

The Essentials of Religious Propagation in Nahj al-Balagha

Mohammad Hossein Afshari Kermani*

Abstract

In Islamic culture, religious propagation is a process that transcends the mere transmission of information; according to this perspective, it is an endeavor to guide individuals and society based on revelatory teachings. Among Islamic texts, Nahj al-Balagha is considered one of the richest and most profound sources for elucidating the foundations and requirements of religion. In his sermons, letters, and aphorisms (wisdoms), Imam Ali (AS) has addressed the essentials of religious propagation, sometimes explicitly and at other times implicitly. The present study, adopting an analytical-descriptive approach and based on a content analysis of Nahj al-Balagha (using the translation and commentary by Mohammad Dashti), explores a fundamental axis: the "essentials of religious propagation" in Alid thought. The findings indicate that, from Imam Ali's (AS) perspective, propagation is grounded in the intrinsic connection between faith, knowledge, action, and ethics. A missionary (propagator) must be the embodiment of the message before speaking it. Sincerity, knowledge, forbearance (Hilm), justice, compassion, and courage are among the core components of a missionary's character. At the methodological level, practical propagation, wise exhortation, rational dialogue, compassion, and behavioral justice are considered the most effective methods. The results of this research demonstrate that Imam Ali system of propagation offers a comprehensive and sustainable model for rethinking contemporary religious propagation methods, which is applicable across educational, cultural, and media spheres.

Keywords

Nahj al-Balagha, Imam Ali (AS), Religious Propagation, Theoretical Foundations of Propagation, Propagator's Characteristics.

* PhD Student in Management

بایسته‌های تبلیغ دینی در نهج البلاغه

محمدحسین افشاری کرمانی*

چکیده

تبلیغ دینی در فرهنگ اسلامی، فرایندی فراتر از انتقال آگاهی است؛ تبلیغ بر اساس این نگرش، تلاشی است برای هدایت انسان و جامعه بر اساس آموزه‌های وحیانی. نهج البلاغه در میان متون اسلامی، از غنی‌ترین و ژرف‌ترین منبع در تبیین مبانی و بایسته‌های دین به شمار می‌رود. امام علی علیه السلام در خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های خود گاه به صراحت و گاه اشاره‌وار به بیان بایسته‌های تبلیغ دین پرداخته است. پژوهش حاضر با رویکرد تحلیلی - توصیفی و بر اساس تحلیل محتوای نهج البلاغه (ترجمه و شرح محمد دشتی)، به واکاوی یک محور اساسی یعنی «بایسته‌های تبلیغ دینی» در اندیشه علوی پرداخته است.

یافته‌ها نشان می‌دهد تبلیغ از دیدگاه امام علی علیه السلام بر پیوند درونی میان ایمان، علم، عمل و اخلاق استوار است. مبلغ پیش از سخن گفتن باید تجسم پیام باشد. اخلاص، علم، حلم، عدالت، محبت، و شجاعت از جمله مؤلفه‌های اصلی شخصیت مبلغ‌اند و در سطح روش، تبلیغ عملی، موعظه حکیمانه، گفتگوی عقلانی، محبت و عدالت رفتاری از مؤثرترین شیوه‌ها به شمار می‌آیند. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد نظام تبلیغ علوی، الگویی جامع و پایدار برای بازاندیشی در شیوه‌های تبلیغ دینی معاصر ارائه می‌دهد که قابلیت کاربرد در عرصه‌های آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای را دارد.

کلیدواژه‌گان: نهج البلاغه، امام علی علیه السلام، تبلیغ دینی، مبانی نظری تبلیغ، ویژگی‌های مبلغ.

مقدمه

تبلیغ دینی از نخستین روزهای بعثت پیامبر اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، به مثابه ستون اصلی گسترش و استمرار دین شناخته شده است. خداوند متعال در قرآن کریم از پیامبران با عنوان «مبشّر» و «نذیر» یاد می‌کند: «أَكَاَنَ لِلنَّاسِ عَجَبًا أَنْ أَوْحَيْنَا إِلَى رَجُلٍ مِنْهُمْ أَنْ أَنْذِرِ النَّاسَ وَبَشِّرِ الَّذِينَ آمَنُوا أَنْ لَهُمْ قَدَمٌ صِدْقٍ عِنْدَ رَبِّهِمْ قَالَ الْكَافِرُونَ إِنَّ هَذَا لَسَاحِرٌ مُبِينٌ: آیا برای مردم، موجب شگفتی بود که به مردی از آنها وحی فرستادیم که مردم را [از عواقب کفر و گناه] بترسان و به کسانی که ایمان آورده‌اند بشارت ده که برای آنها، سابقه نیک [و پاداش‌های مسلم] نزد پروردگارشان است؟! [آما] کافران گفتند: این مرد، ساحر آشکاری است» (یونس: ۲). همچنین آنان را مأمور می‌سازد تا پیام الهی را با حکمت، موعظه نیکو و گفتگوی احسن به مردم برسانند: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ: با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت نما. و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن» (نحل: ۱۲۵). پس از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، اهل بیت عَلَيْهِمُ السَّلَام در تداوم مسیر تبلیغ دین نقشی اساسی ایفا کردند و در میان آنان، امام علی عَلَيْهِ السَّلَام با بیانی حکیمانه و جامع بر اساس آنچه در نهج البلاغه و نیز دیگر احادیث به دست رسیده است، طرحی کامل از نظام تبلیغ دینی ارائه دادند.

در دوره معاصر با پیچیده‌تر شدن ساختار ارتباطات انسانی و سرعت بی‌سابقه تحولات فرهنگی و رسانه‌ای، نیاز به بازخوانی منابع اصیل اسلامی برای بازتعریف مفهوم تبلیغ و ویژگی‌های مبلغ بیش از هر زمان دیگری احساس می‌شود. تبلیغ دیگر فقط انتقال یک پیام دینی نیست، بلکه فرایندی چندلایه از درک مخاطب، همدلی، مهارت ارتباطی، تحلیل زمینه‌های اجتماعی و توانایی جهت‌دهی صحیح به امواج رسانه‌ای است.

تبلیغ دینی در جهان امروز از یک‌سو با چالش‌هایی جدی روبروست: بی‌اعتمادی و خستگی مخاطب از پیام‌های تکراری، غلبه رسانه‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی بر ذهن و سبک زندگی انسان‌ها، نسبی‌گرایی اخلاقی و بحران معنای مشترک، فردگرایی افراطی و رقابت شدید پیام‌های جذاب اما سطحی که ذهن نوجوانان و جوانان را هدف قرار می‌دهند. این شرایط سبب شده است تبلیغ دینی اگر بدون عمق، مهارت و زبان مناسب باشد، نه تنها اثرگذار نباشد، بلکه حتی ممکن است به دلزدگی مخاطب نیز بینجامد. از سوی دیگر، آموزه‌های امام علی عَلَيْهِ السَّلَام در

نهج البلاغه، الگویی پایدار و زمان‌مند برای اخلاق تبلیغی، عقلانیت ارتباطی، تربیت قلبی و اثرگذاری اجتماعی ارائه می‌دهد؛ الگویی که هم به خلوص نیت توجه دارد، هم به حکمت در بیان و هم به فهم انسان و مقتضیات زمانه.

آنچه بر اساس آموزه‌های دینی و توصیه‌های بزرگان به دست می‌آید، آن است که مبلغ باید «آگاه به زمان»، «صادق در نیت»، «رؤوف با مردم»، «استوار در منطق»، و «پاسدار کرامت انسان» باشد؛ ویژگی‌هایی که می‌توانند چراغ راه مبلغان امروز در مواجهه با جهان پیچیده و چندصدایی معاصر باشند. بازخوانی این میراث، فرصتی است برای اینکه تبلیغ دینی از یک عمل سنتی و خطابی، به فرایندی عمیق، انسانی با تأثیر بیشتر تبدیل شود.

پژوهش حاضر می‌کوشد با اتکا به تحلیل محتوای نهج البلاغه، بایسته‌های تبلیغ دینی و ویژگی‌های مبلغ دینی در اندیشه امام علی علیه السلام را شناسایی و تبیین کند تا از این رهگذر، چارچوبی نظری برای تربیت مبلغان در شرایط امروز جامعه اسلامی ارائه گردد.

مفهوم‌شناسی تبلیغ دینی

«تبلیغ» از ریشه «بلغ» به معنای رسانیدن پیام، خبر یا موضوعی است که به اطلاع مردم رسانده شده (معین، ۱۳۶۴ ش، ذیل واژه ت؛ ابن منظور، ۱۴۱۴ ق، ج ۸، ص ۴۱۹). این واژه و مشتقات آن حدود ۷۲ بار در قرآن کریم ذکر شده است که ۷۰ مورد آن با تبلیغ دینی تناسب دارد (حسین شرفی، ۱۳۹۳ ش، ص ۳۲). بر همین اساس می‌توان گفت «مبلغ دین»، کسی است که با همه توان می‌کوشد مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی برساند که اندیشه و دل مخاطب است (محمدی ری شهری، ۱۳۹۲ ش، ج ۱۵، ص ۷).

تبلیغ در فرهنگ اسلامی صرفاً انتقال پیام نیست، بلکه «رساندن حق به جان انسان‌ها» است؛ فرایندی تعاملی که در آن مبلغ، مخاطب را در مسیر هدایت همراهی می‌کند. به اختصار می‌توان گفت تبلیغ از نگاه دین، رساندن همان محتوایی است که در آیه ۳۹ سوره «احزاب» آمده است: «يَبْلُغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ». هنگامی که تبلیغ ارتباط با «رسالات الله» پیدا کند، مفهومش این می‌شود که آنچه را خدا به عنوان وحی به پیامبران تعلیم کرده، به مردم تعلیم کنند و از طریق استدلال، انذار، بشارت، موعظه و اندرز در دل‌ها نفوذ دهند (راغب اصفهانی، [بی تا]، ص ۱۴۴؛ طریحی، ۱۳۷۵ ش، ج ۵، ص ۶؛ مکارم شیرازی، [بی تا]، ج ۱۷، ص ۳۵۵).

تبلیغ در ادبیات جدید نیز با مفاهیمی مانند «ارتباط اقناعی»، «دعوت» و «آموزش دینی» در ارتباط است. از نظر جامعه‌شناسی دین (Berger, ۱۹۶۹)، تبلیغ دینی یکی از ابزارهای اصلی بازتولید فرهنگ قدسی در جوامع دینی است.

پیشینه پژوهش

مطالعات متعددی به بررسی ابعاد تربیتی و اخلاقی نهج البلاغه پرداخته‌اند، اما پژوهش‌های متمرکز بر تبلیغ دینی در این اثر محدود است؛ از جمله محسن الویری (۱۳۷۹ش) در مقاله «درآمدی بر تبلیغ در نهج البلاغه» به تحلیل تبلیغ دینی در نهج البلاغه می‌پردازد و ارتباط آن با مدل‌های ارتباطی جدید را بررسی کرده است. او تبلیغ را شامل هشت عنصر (فرستنده، گیرنده، پیام، ابزار، روش، ظرف، بازخورد و موانع) می‌داند و نمونه‌هایی از سخنان امام علی علیه السلام برای هر کدام ارائه می‌دهد. محمد سبحانی (۱۳۸۲ش) در مقاله «اسرار موفقیت مبلغ از دیدگاه نهج البلاغه»، به بررسی عوامل موفقیت مبلغان دین از دیدگاه نهج البلاغه پرداخته است. از مهم‌ترین ویژگی‌ها می‌توان به ایمان به هدف، آگاهی از مسائل دینی و اجتماعی، پیشگامی در عمل، ایجاد هماهنگی میان مردم، اخلاص در نیت و صبر و استقامت در برابر مشکلات اشاره کرد. این عوامل به مبلغان کمک می‌کند تا در مسیر تبلیغ دین موفق باشند. بخش‌علی قنبری (۱۳۹۶ش) نیز در کتاب تبلیغ در نهج البلاغه در بستر نظرات، با بهره‌گیری از روش توصیفی - تحلیلی و تا حدی معناشناختی و نیز در حوزه‌های معرفت‌شناختی، انسان‌شناختی، وظیفه‌شناختی و ... به بررسی و تحلیل این موضوع پرداخته است. با وجود این آثار، هنوز پژوهشی جامع درباره‌ی امر بایسته‌های تبلیغ در نظام فکری امام علی علیه السلام موجود نیست.

روش تحقیق

پژوهش حاضر به شیوه توصیفی - تحلیلی و بر اساس تحلیل محتوای کیفی انجام شده است. منابع اصلی تحقیق، متن عربی و ترجمه نهج البلاغه (دشتی، ۱۳۷۹ش) است و داده‌های پژوهش از خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌ها استخراج شده‌اند. سپس با استفاده از تحلیل مضمون، مؤلفه‌های مرتبط با مبانی نظریه تبلیغ و نیز بایسته‌های آن، شناسایی و طبقه‌بندی گردیده است.

مبانی نظری تبلیغ در نهج البلاغه

۱. توجه به قرآن کریم

از نگاه امام علی علیه السلام، قرآن مبنای کارهای فرهنگی و درمان دردهای روحی و معنوی است. ایشان در خطبه ۱۷۶ می‌فرماید: «فَاسْتَشْفُوهُ مِنْ أَدْوَابِكُمْ وَاسْتَعِينُوا بِهِ عَلَى لَأْوَابِكُمْ فَإِنَّ فِيهِ شِفَاءً مِنْ أَكْبَرِ الدَّاءِ وَهُوَ الْكُفْرُ وَالتَّفَاقُ وَ الْعَي وَ الضَّلَالُ: پس درمان خود را از قرآن بخواهید و در سختی‌ها از قرآن یاری بطلبید که در قرآن درمان بزرگ‌ترین بیماری‌ها یعنی کفر و نفاق و سرکشی و گمراهی است». بر همین اساس می‌توان گفت تبلیغ در نگاه امام علیه السلام، مانند طب روح است. بنابراین مبلغ چونان طیب روحانی است که باید درد مخاطب را بشناسد و درمان مناسب عرضه کند. این تلقی با دیدگاه‌های جدید ارتباطی و روان‌شناسی تربیت نیز همخوانی دارد؛ زیرا تأکید می‌کند که تبلیغ باید بر شناخت مخاطب و نیازهای او استوار باشد.

۲. محبت به مردم

امام علی علیه السلام در نامه معروف خود به مالک اشتر (نامه ۵۳) یکی از عمیق‌ترین و انسانی‌ترین اصول تبلیغ و ارتباط دینی را بیان می‌کند؛ اصلی که زیربنای نگاه تربیتی اسلام به انسان است: «وَأَشْعُرْ قَلْبَكَ الرَّحْمَةَ لِلرَّعِيَّةِ وَالْمَحَبَّةَ لَهُمْ وَاللُّطْفَ بِهِمْ: قلبت را سرشار از رحمت و محبت نسبت به مردم ساز و با آنان مهربان باش». این عبارت، تنها توصیه‌ای اخلاقی نیست، بلکه فلسفه ارتباطی و نظریه انسان‌شناختی درباره شیوه مواجهه رهبر، مربی و مبلغ با مخاطب است. امام علی علیه السلام در این سه‌گانه، مهم‌ترین شاه‌کلید اثرگذاری در عرصه هدایت را معرفی می‌کند: رحمت، محبت و لطف.

رحمت یعنی دیدن انسان نه به مثابه سوژه‌ای برای تصحیح یا محکومیت، بلکه چونان موجودی در مسیر رشد که خطاهایش بخشی از فرایند رسیدن او به رشد است و با تذکر آن خطاها، راه درست را به او نشان داد. محبت نیرویی است که پیام را از سطح ذهن به عمق جان منتقل می‌کند و پیوندی عاطفی میان مبلغ و مخاطب برقرار می‌سازد؛ پیوندی که شرط پذیرش هر پیام تربیتی است. لطف هم همان ظرافت در کلام و رفتار است؛ آن نوع مهربانی عملی که فاصله‌ها را کوتاه و قلب‌ها را آماده شنیدن می‌کند.

بر اساس این نگرش، تبلیغ بدون محبت به نصیحتی سرد و بی‌روح تبدیل می‌شود؛ اما هنگامی که محبت و لطف در ساختار ارتباطی حضور دارد، پیام دینی می‌تواند بسترساز تأمل، تغییر و تحول درونی شود. اینجاست که کلام مبلغ نه یک دستور، بلکه دعوتی رهایی‌بخش تلقی می‌شود.

شاید در نگاه نخست، توصیه‌های امام علی علیه السلام در نامه شریف ۵۳ به مالک اشتر و نیز بخش‌های ذکر شده از این نامه را تنها دستورالعمل‌هایی حکومتی به نظر برسد؛ گویی امام در حال ترسیم اصول اخلاقی و مدیریتی ویژه فرمانداران و حاکمان اسلامی است؛ اما با کمی تأمل روشن می‌شود که این رهنمودها بسی فراتر از یک منشور سیاسی است و در واقع، یک قانون عمومی و اصل اساسی برای همهٔ کسانی است که به نوعی نماینده، بازتاب‌دهنده یا حامل پیام دین محسوب می‌شوند.

هر فرد از یک حاکم و قاضی گرفته تا معلم، مشاور، والد، مربی یا مبلغ دینی، هنگامی که نقشی هدایت‌کننده دارد، در جایگاهی مشابه قرار می‌گیرد؛ جایگاهی که نیازمند رحمت، محبت و مدارا با انسان‌هاست.

تعالیم امام علی علیه السلام در این سخنان نشان می‌دهد که دین بیش از هر چیز در شیوهٔ تعامل انسان با انسان جلوه می‌کند. کسی که پرچم هدایت را در دست دارد، اگر بدون روح رحمت باشد، سخنش به جای اینکه راه بنماید، دیوار می‌کشد؛ همچنین اگر محبت و لطف را در گفتار و رفتار جاری نکند، دعوت او هرچند درست، در دل‌ها نفوذ نمی‌کند.

بر اساس این نگرش، نامه ۵۳ نه تنها «منشور حکومت‌داری»، بلکه «منشور تبلیغ و تربیت» است؛ متنی که همهٔ مبلغان، والدین، مربیان و معلمان را فرا می‌خواند تا در هر نقش اجتماعی‌ای که دارند، پیام دین را با دلِ مهربان، زبانِ نرم و رویکرد انسانی انتقال دهند؛ همان رویکردی که میراث ناب علوی است.

۳. توجه به عقلانیت

یکی از ویژگی‌های برجسته در نظام تبلیغی امام علی علیه السلام، تأکید بر عقلانیت است. حضرت علیه السلام تبلیغ را نوعی بیدارسازی خرد انسان می‌داند؛ از این رو در خطبه نخست، پس از تبیین هدف بعثت پیامبران می‌فرماید: «وَ يَشِيرُوا لَهُمْ دَقَائِنَ الْعُقُولِ: پیامبران آمدند تا گنجینه‌های خرد را در

درون مردم آشکار کنند». انسان در این تعبیر نه موجودی ناآگاه، بلکه صاحب عقل و فطرت است؛ وظیفه مبلغ همچون تمامی انبیای الهی نیز شکوفاکردن این ظرفیت درونی است. بنابراین تبلیغ دینی در نگاه علوی، مبتنی بر تحمیل نیست، بلکه بر «اقتناع و آگاهی» است. این اصل در نظریه‌های جدید ارتباطی نیز مطرح شده است؛ برای مثال در دیدگاه «ارتباط اقناعی» (Persuasive Communication)، فرستنده زمانی موفق است که پیامش با نظام باور و ارزش مخاطب همخوانی یابد (Hovland, ۱۹۵۳). «ارتباط اقناعی» به فرایندی گفته می‌شود که در آن فرستنده پیام می‌کوشد نگرش، باور یا رفتار مخاطب را به شکلی آگاهانه، تدریجی و اخلاق‌مدار تغییر دهد. پیام در این رویکرد، تنها انتقال اطلاعات نیست، بلکه ساختن معنا و ایجاد پذیرش درونی در مخاطب است. ارتباط اقناعی بر سه رکن اصلی تکیه دارد: اعتبار گوینده، منطق پیام و برانگیختن احساس مخاطب. اثربخشی این نوع ارتباط زمانی بیشتر می‌شود که پیام با نیازها، تجارب و حساسیت‌های مخاطب سازگار باشد. در تربیت، تعلیم و تبلیغ دینی، ارتباط اقناعی روشی است که به جای اجبار، با فهم، همدلی و استدلال عمل می‌کند و موجب تحول پایدار می‌شود.

آنچه امام علی علیه السلام در این بیانات بدان اشاره می‌کنند آن است که رشد عقل مخاطبان امر بسیار مهم و به عبارتی دیگر نتیجه امر تبلیغی باید باشد.

ویژگی‌های مبلغ دینی در نهج البلاغه

در منظومه فکری امام علی علیه السلام، مبلغ دینی تنها ناقل پیام الهی نیست، بلکه تجسم زنده دین در رفتار و گفتار است. امام در جای‌جای نهج البلاغه از صفاتی سخن می‌گوید که باید در افراد وجود داشته باشد و این صفات باید به طور خاص در میان کسانی که می‌خواهند امر تبلیغ دین را بر عهده بگیرند، بیشتر است.

۱. اخلاص؛ بنیاد تأثیر در تبلیغ

اخلاص را می‌توان نخستین و محوری‌ترین ویژگی مبلغ است. امام علیه السلام در بیانی می‌فرمایند: «طُوبَى لِمَنْ أَخْلَصَ لِلَّهِ عَمَلَهُ وَ عِلْمَهُ وَ حُبَّهُ وَ بُعْضَهُ وَ أَخَذَهُ وَ تَزَكَّهُ وَ كَلَامَهُ وَ صَمْتَهُ وَ فِعْلَهُ وَ قَوْلَهُ: خوشا آن‌که عمل و علمش، دوستی و دشمنی‌اش، انجام‌دادن و ترک‌کردنش، سخن و

سکوتش و کردار و گفتارش فقط برای خدا باشد» (محمدری شهری، [بی‌تا]، ج ۳، ص ۳۷۰).
از رجبعلی خیاط نقل شده است: «در تشییع جنازه آیت‌الله بروجردی رحمته‌الله جمعیت بسیاری آمدند و تشییع باشکوهی شد. در عالم معنا از ایشان پرسیدم که چطور شد از شما این اندازه تجلیل کردند؟ فرمود: تمام طلبه‌ها را برای خدا درس می‌دادم» (محمدری شهری، [بی‌تا]، ص ۱۸۵).

پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم به اباذر فرمود: «یا اباذر! لیکن لک فی کل شیء نيةً صالحهً، حتی فی الثوم و الأکل: ای ابوذر، باید در هر کاری نیتی پاک داشته باشی، حتی در خوابیدن و خوردن» (طبرسی، [بی‌تا]، ج ۲، ص ۳۷۰، ح ۲۶۶۱). بر اساس این روایت، اگر در کارهای ساده‌ای همچون خوابیدن و خوردن نیاز به داشتن اخلاص است، در امری همچون تبلیغ که با روح و نیز دین مردم در ارتباط است، نباید این اخلاص مورد توجه قرار گیرد؟!

«خالص» به کالایی گویند که با چیزی ممزوج و مخلوط نباشد و معنایی نزدیک به «صافی» دارد؛ با این تفاوت که صافی به جنسی اطلاق می‌شود که از همان ابتدا با چیزی آمیخته نبوده است؛ ولی خالص، جنسی است که پس از امتزاج با چیز دیگر، خواه پست‌تر باشد یا نه، پاک و ناخالصی آن زدوده شود (طریحی، ۱۳۷۵ش، ج ۴، ص ۱۶۹؛ راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۲۹۲؛ ابن‌فارس، ۱۳۹۹ق، ج ۲، ص ۲۰۸). اخلاص به معنای خالص کردن، پاک‌گردانیدن و برگزیدن است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۳، ص ۱۷۳-۱۷۴؛ طریحی، ۱۳۷۵ش، ج ۴، ص ۱۶۸-۱۶۹). مقصود از آن در فرهنگ اسلامی، پاک‌کردن نیت از غیر خدا و انجام‌دادن عمل برای خدا است (رفیق، ۱۹۹۹م، ص ۲۶). حقیقت اخلاص، انجام‌دادن عمل برای خدا و به انگیزه تقرب به اوست (طوسی، ۱۳۷۲ش، ج ۹، ص ۵؛ طباطبایی، ۱۳۷۱ش، ج ۱۷، ص ۲۳۳).

برای اینکه بتوان یک تبلیغ را خالصانه نامید، باید در تمامی مراحل این اخلاص حاضر باشد:
۱. اخلاص قبل از تبلیغ: همان نیت است و باید مراقب علت و انگیزه خود در عمل مهم تبلیغ بود.

۲. اخلاص در حین فعالیت تبلیغی: باید مراقب باشد باغراض پست مانند ریا، شهرت، رسیدن به مال عمل خویش را فاقد ارزش نکند.

۳. اخلاص بعد از تبلیغ: مراقبت کند که عمل خود را ضایع نکند و بر همان نیت باقی ماند.

امام صادق علیه السلام فرمود: «باقی ماندن بر عمل همراه با اخلاص [پایداری بر اخلاص عمل] از آغاز نمودن آن سخت‌تر است» (کلینی، ۱۳۷۵ ش، ج ۲، ص ۱۶).

۲. علم و معرفت؛ تسلط بر پیام

مبلغ در نگاه امام علی علیه السلام باید بر موضوع دعوت خود علم داشته باشد؛ از این‌رو در حکمت ۳۸۲ می‌فرماید: «لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ، بَلْ لَا تَقُلْ كُلَّ مَا تَعْلَمُ؛ فَإِنَّ اللَّهَ فَرَضَ عَلَيَّ جَوَارِحَكَ كُلَّهَا فَرَائِضٌ يَخْتَجُّ بِهَا عَلَيْكَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ: چیزی را که علم به آن نداری مگو، بلکه همه آنچه را که می‌دانی نیز مگو؛ زیرا خداوند بر تمام اعضای تو واجباتی قرار داده است که روز قیامت از آنها بازخواست خواهد کرد». امام علیه السلام در این گفتار حکیمانه به دو نکته مهم اشاره می‌فرماید: نخست اینکه انسان باید از گفتن چیزی که درباره آن آگاهی ندارد، دوری و اجتناب کند؛ چراکه اولاً در آیات متعددی از قرآن مجید از این کار نهی شده است؛ به‌ویژه هرگاه اسناد به خداوند متعال داده شود. در سوره «بقره» می‌فرماید: «إِنَّمَا يَأْمُرُكُم بِالسُّوءِ وَالْفَحْشَاءِ وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ: او شما را فقط به بدی‌ها و کار زشت فرمان می‌دهد [و نیز دستور می‌دهد] آنچه را که نمی‌دانید، به خدا نسبت دهید» (بقره: ۱۶۹). در سوره «اعراف» نیز می‌خوانیم که خداوند می‌فرماید: «قُلْ إِنَّمَا حَرَّمَ رَبِّي الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ وَالْأَنْثَىٰ وَالْبَغْيَ بِغَيْرِ الْحَقِّ وَأَنْ تُشْرِكُوا بِاللَّهِ مَا لَمْ يَنْزِلْ بِهِ سُلْطَانًا وَأَنْ تَقُولُوا عَلَى اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ: بگو خداوند تنها اعمال زشت را چه آشکار باشد چه پنهان، حرام کرده است و [همچنین] گناه و ستم به ناحق را و اینکه چیزی را که خداوند دلیلی برای آن نازل نکرده، شریک او قرار دهید و به خدا مطلبی نسبت دهید که نمی‌دانید» (اعراف: ۳۳). در سوره «اسراء» هم می‌فرماید: «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا: از آنچه به آن آگاهی نداری، پیروی مکن؛ چراکه گوش و چشم و دل همه مسئول اند» (اسراء: ۳۶). ثانیاً از نظر عقل نیز کار قبیحی است؛ زیرا هنگامی که انسان چیزی را نمی‌داند، اما به قطع از آن خبر می‌دهد، مفهومی این است که من درباره آن علم و اطلاع دارم؛ درحالی‌که این دروغ است و دروغ از زشت‌ترین کارهاست.

امام علیه السلام در بخش دوم روایت می‌فرماید: «هر آنچه را می‌دانی، بازگو مکن؛ چراکه خداوند بر هر یک از اعضای بدن انسان تکالیفی مقرر کرده است که در روز قیامت درباره آنها بازخواست خواهد شد». این توصیه چند دلیل مهم دارد:

نخست: بیان تمامی دانسته‌ها گاه ممکن است به افشای اسرار مؤمنان، غیبت، عیب‌جویی، توهین، تفرقه‌افکنی، اشاعه فحشا، ایجاد ناآرامی فکری در جامعه یا گمراه کردن افراد کم‌ظرفیت بینجامد که همگی مصداق گناه به شمار می‌روند.

دوم: ابراز همه معلومات گاه موجب دوری از فضایل اخلاقی می‌شود؛ چراکه ممکن است به خودستایی، تکبر، فخر فروشی یا ریا و خودنمایی تبدیل شود که همگی نکوهیده هستند و برای یک مبلغ نیز آسیب‌های فراوانی به همراه دارد که یکی از آنها، دوری مردم از ایشان و توجه نکردن به محتوای تبلیغی ایشان است.

البته نباید از نظر دور داشت که امام علیه السلام فرموده‌اند: «همه آنچه را می‌دانی»، این تعبیر اشاره به این دارد که بسیاری از دانسته‌ها باید در جای خود بیان شوند؛ مانند آموزش احکام الهی، هشدار درباره مفاسد اخلاقی یا آگاهی‌بخشی از خطرهایی که جامعه اسلامی را تهدید می‌کند. بنابراین مراد نه سکوت مطلق، بلکه رعایت حکمت و مصلحت در بیان دانسته‌هاست.

۳. عمل‌گرایی؛ دعوت از مسیر رفتار

امام علی علیه السلام مبلغ بی‌عمل را نکوهش می‌کند و می‌فرماید: «مَنْ نَصَبَ نَفْسَهُ لِلنَّاسِ إِمَامًا فَلْيَسِدْ أَيْدِيهِمْ نَفْسَهُ قَبْلَ تَعْلِيمِ غَيْرِهِ وَ لِيَكُنْ تَأْدِيبُهُ بِسِيرَتِهِ قَبْلَ تَأْدِيبِهِ بِلِسَانِهِ، وَ مَعْلَمٌ نَفْسِهِ وَ مُؤَدِّبُهَا أَحَقُّ بِالْإِجْلَالِ مِنْ مُعَلِّمِ النَّاسِ وَ مُؤَدِّبِهِمْ: هر که خود را در مقام پیشوایی مردم قرار دهد، باید پیش از تعلیم دیگران، به تعلیم خود پردازد و پیش از آنکه به زبانش تربیت کند، با رفتار خود تربیت نماید و کسی که آموزگار و مربی خود باشد، بیشتر سزاوار بزرگداشت است تا آن که آموزگار و مربی دیگران است» (حکمت ۷۳). در این نگاه، تبلیغ مؤثر زمانی رخ می‌دهد که گفتار و رفتار مبلغ یکسان باشد. شاید با این کلام بتوان بر اهمیت یادگیری مشاهده استدلال کرد که انسان‌ها توجه بیشتری بر آنچه می‌بینند دارند، تا آن کلامی که از آن شخص می‌شوند. در اصل در نگاه مخاطبان، آنچه بیشتر دارای اهمیت است، رفتارهای آن فردی است که خود را مقام مبلغ دین قرار می‌دهد.

نظریه یادگیری مشاهده‌ای (Albert Bandura) بیان می‌کند که انسان‌ها بخش زیادی از رفتارهای خود را از طریق مشاهده دیگران یاد می‌گیرند. فرایند یادگیری در این نظریه دربرگیرنده چهار مرحله اصلی است: الف) توجه به الگویی که رفتار می‌کند؛ ب) نگهداری آن رفتار در حافظه؛

(ج) بازتولید آن رفتار؛ (د) در نهایت انگیزش برای تکرار آن (آقایوسفی، ۱۳۸۶ش، ص ۲۳۹ - ۲۴۰؛ اُلسون و هرگنهان، ۱۳۸۹ش، ص ۹۰؛ پارسا، ۱۳۷۲ش، ص ۴۳ - ۴۴).

این نظریه در چارچوب تبلیغ دینی تأکید می‌کند که مردم غالباً دین را از رفتار مبلغان می‌آموزند، نه فقط از سخنانشان. اگر مبلغ در زندگی شخصی‌اش رفتار اخلاقی، صداقت، عبادت و تقوا را به نمایش بگذارد، دیگران با مشاهده آن رفتارها الهام می‌گیرند و دین را به شکلی عینی و زنده تجربه می‌کنند. بنابراین مبلغ از منظر اخلاق اسلامی باید بیش از هر چیز به رفتار خود توجه کند؛ زیرا اعمال او نقشی تعیین‌کننده در شکل‌گیری ایمان و سبک زندگی دینی دیگران دارد. مبلغی که در رفتار خود تقوا، عدالت و مهربانی را نشان دهد، بی‌آنکه کلمه‌ای بگوید، پیام دین را انتقال می‌دهد.

تاثیر عمیق «دعوت عملی» از اینجا سرچشمه می‌گیرد که هرگاه شنونده بداند گوینده از دل سخن می‌گوید و به گفته خویش صددرصد ایمان دارد، گوش جان خود را به روی سخنانش می‌گشاید و سخن که از دل برخیزد، بر دل می‌نشیند و در جان اثر می‌گذارد. بهترین نشانه ایمان گوینده به سخنش این است که خود قبل از دیگران عمل کند؛ همان‌گونه که امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرماید: «أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي وَاللَّهِ مَا أَحْكُمُ عَلَى طَاعَةِ إِلَّا وَ أَشْبِقُكُمْ إِلَيْهَا وَ لَا أَنْتَهَاكُمْ عَنْ مَعْصِيَةِ إِلَّا وَ أَتَاهِي قَبْلَكُمْ عَنْهَا: ای مردم، به خدا سوگند، من شما را به هیچ طاعتی ترغیب نمی‌کنم، مگر اینکه خودم پیش از شما به آن عمل می‌نمایم و شما را از هیچ معصیتی باز نمی‌دارم، مگر اینکه خودم پیش از شما از آن دوری می‌جویم» (خطبه ۱۷۵).

مقام معظم رهبری در ششم شهریور ۱۳۹۶ در دیدار با طلاب حوزه‌های علمیه تهران، این‌گونه بیان می‌دارند: «عزیزان من، بدانید این راه احتیاج دارد به تقوا. بدانید بهترین تبلیغ، تبلیغی است که شخصیت عملی شما نسبت به آن اهداف و آرمان‌های شما انجام خواهد داد و اثری که خواهد گذاشت: "مَنْ نَصَبَ نَفْسَهُ لِلنَّاسِ إِمَامًا فَلْيَبْدَأْ بِتَعْلِيمِ نَفْسِهِ قَبْلَ تَعْلِيمِ غَيْرِهِ؛ [یعنی] اول روی خودمان باید کار کنیم. اینکه در گذشته برخی از رؤسای مدارس، سحر می‌رفتند، نگاه می‌کردند ببینند کدام‌یک از طلبه‌ها دارد نماز شب می‌خواند و کدام نمی‌خواند، یعنی مراقبت می‌کردند که طلبه حتی المقدور از نماز شب محروم نماند، خیلی حرف پُر معنایی است. البته آن روز این کار آسان‌تر بود؛ امروز با تلویزیون و سریال‌های تلویزیونی و از این

حرفها، کار مشکل است؛ اما این کار مشکل را باید شما انجام بدهید. امروز شما جوان‌ها، راه خدا، راه توسل، راه دعا، راه بهره‌مندی از ادعیه زاکیه حضرت بقیة‌الله (ارواحنا فداه) را برای خودتان باز کنید؛ راه استفاده از این دعاهاى ماثوری که از ائمه رسیده برای خودتان باز کنید، از اینها استفاده کنید. بعضی از دعاها واقعا با سندهای صحیح در روایات هست که انسان وقتی نگاه می‌کند، لذت می‌برد. خود همین دعاهاى صحیفه سجّادیه، همه از همین قبیل است؛ این باب را برای خودتان باز نگه دارید؛ پرهیز از گناه، اساسی‌ترین کارهاست».

۴. تواضع؛ زبان نرم تبلیغ

امیرالمؤمنین علی علیه السلام در نامه‌ای به یکی از فرمانداران خود (نامه ۴۶) این‌گونه بیان می‌دارد: «أَمَّا بَعْدُ فَإِنَّكَ مِمَّنْ أَسْتَظْهِرُ بِهِ عَلَى إِقَامَةِ الدِّينِ وَ أَقْمَعُ بِهِ نَحْوَةَ الْأَيْمِمْ وَ أُسَدُّ بِهِ لَهَاةَ الثُّغْرِ الْمُخَوِّفِ فَاسْتَعِنْ بِاللَّهِ عَلَى مَا أَهَمَّكَ وَ اخْلُطِ الشَّدَّةَ بِضَعْفٍ مِنَ اللَّيْنِ وَ اذْفُقْ مَا كَانَ الرُّفْقُ أَزْفَقُ وَ اغْتَزِمْ بِالشَّدَّةِ حِينَ لَا يَغْنَى عَنْكَ إِلَّا الشَّدَّةُ وَ اخْفِضْ لِلرَّعِيَّةِ جَنَاحَكَ وَ ابْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ وَ أَلِنْ لَهُمْ جَانِبَكَ وَ آسِ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظَرَةِ وَ الْإِشَارَةِ وَ التَّجْبِيَةِ حَتَّى لَا يَطْمَعَ الْعُظَمَاءُ فِي حَيْفِكَ وَ لَا يَأْسَ الضُّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ وَ السَّلَامُ: پس از ستایش خدا و درود بر پیغمبر اکرم، تواضع کسانى هستى که من برای نگاه‌داشتن دین به آنان یاری می‌جویم و سرکشی گناهکار را فرو می‌نشانم، و زبانت [مرز] ترسناک راه دشمن را می‌بندم [مرز را به گوشتی که نزدیک گلوی شخص است و آن را زبانت می‌نامند، تشبیه فرموده که چون گرفته شود، نفس قطع گردد]؛ پس در کاری که تو را اندوهناک سازد، از خدا یاری بجو و [با رعیت در کارها] سختی و درشتی را با مقداری نرمی و همواری بیامیز [تا اگر خواستی به آسانی دلش را به دست آوری بتوانی] و مدارا و مهربانی کن، هنگامی که مدارا شایسته‌تر باشد. و به سختی و درشتی بپرداز، آن‌گاه که از تو جز سخت‌گیری پیش نمی‌رود. و برای رعیت بالت را فرود آور و رویت را بگشا، و پهلویت را نرم کن [مهربان و هموار و خوشخو باش] و در نگرستن به گوشه چشم و خیره نگاه‌کردن و اشاره‌نمودن و درودگفتن بین ایشان یکسان رفتار کن [یکی را بر دیگری امتیاز مده] تا بزرگان در ستم‌کردن تو طمع و آرزو نمایند [درصدد دشمنی با تو بر نیایند] و زیردستان از دادگری تو نومید نشوند، و درود بر شایسته آن».

در این نامه، گرچه ظاهر سخن خطاب به حاکمی است که مسئولیت اداره جامعه را بر عهده

دارد، اما - همان‌طور که پیش‌تر توضیح داده شد - این توصیه‌ها هرگز محدود به طبقه حاکمان نیست؛ در حقیقت هر انسانی که به هر شکلی «نمایندهٔ دین» و «مبلغ عملی اسلام» به شمار می‌آید، مشمول این رهنمودهاست؛ زیرا مردم دین را تنها از گفتار نمی‌آموزند، بلکه بیش از همه از رفتار، خلق و خوی و شیوه تعامل دین‌داران می‌آموزند. از این منظر، این توصیه‌ها برای مبلغان و معلمان دینی اهمیتی دوچندان می‌یابد.

امیرالمؤمنین علیه السلام در این عبارت، بنیانی عاطفی و اخلاقی برای ارتباط با مردم ترسیم می‌کند؛ از جمله یاری جستن از خدا در امور دشوار، آمیزش میان قاطعیت و نرم‌خویی و به‌کارگیری مدارا هنگامی که مدارا کارآمدتر است و سخت‌گیری در جایی که تنها سخت‌گیری کارساز است. این الگوی رفتاری برای هر مبلغی که می‌خواهد پیام دین را در دل‌ها جاری کند، ضروری است. آن حضرت سپس مجموعه‌ای از توصیه‌های کاملاً رفتاری و ارتباطی را طرح می‌کند: گشودگی چهره، فروتنی، مهربانی، یکسان‌نگری در نگاه، درود، اشاره و توجه به مردم.

این دستورها نشان می‌دهد که مبلغ دینی باید پیش از هر چیز با محبت، عدالت و احترام دل‌ها را به دست آورد؛ زیرا اگر مردم احساس تبعیض، سخت‌گیری نابجا یا فاصله عاطفی کنند، نه تنها پیام دین مؤثر نخواهد شد، بلکه زمینه‌های کدورت و مقاومت درونی نیز شکل می‌گیرد. این بخش، الگویی جامع برای «ارتباط مؤثر دینی» است: تعادلی میان اقتدار اخلاقی و لطافت روحی که مردم را به دین جذب می‌کند، نه اینکه از آن دور سازد.

یکی از آسیب‌های جدی در عرصه تبلیغ دینی امروز آن است که رسالت تبلیغ به «چند منبر مناسبی» فروکاسته شده است و حضور مبلغ در میان مردم به چند روز یا دهه در سال محدود مانده است؛ در حالی که چنین حضوری نه عمق دارد و نه استمرار و طبیعی است که نتواند انتظار واقعی جامعه از مبلغ دین را برآورده کند.

تبلیغ پیش از آنکه خطابه‌ای موسمی باشد، یک شیوه زیستن است؛ حضوری پیوسته، صمیمی و مداوم در متن زندگی مردم؛ همراهی با شادی‌ها و غم‌ها، دغدغه‌ها و نیازها و مشارکت در تجربه‌های روزمره آنان. الگوشدن در «زمان» شکل می‌گیرد؛ در معاشرت، در دیدن و دیده‌شدن، در رفتارهای کوچک اما تکرارشونده.

با چنین نگاهی، حضور محدود و گذرای مناسباتی هرگز نمی‌تواند الگوی مطلوب تربیت

دینی را بسازد. مردم دین را بیش از سخنرانی‌ها، از زیستِ مبلغ می‌آموزند؛ از شیوه راه‌رفتن و سلام کردن او، از نوع برخوردش با کودکان، از صبرش در دشواری‌ها و از مهربانی‌اش در روابط روزمره. بنابراین رسالت تبلیغ زمانی شکوفا می‌شود که مبلغ نه تنها در ایام خاص، بلکه در تمام فصل‌های زندگی مردم کنار آنان باشد؛ چونان چراغی پایدار که مسیر را با نور حضورش روشن می‌کند، نه با جرقه‌های گذرای موسمی.

۵. توجه خاص به مردم

در فرازی از نامه امیرالمؤمنین علی علیه السلام نکته خاصی بیان شده است که به گونه‌ای - همان‌طور که بیان شد - از آن می‌توان این استنباط را به دست آورد که مردم مخاطب اصلی تبلیغ دینی هستند؛ چراکه اینها به طور خاص همیشه همراه دین و دولت دینی هستند. این تعارضی ندارد با این موضوع که باید جلسات تبلیغی در برخی از موارد با توجه به مخاطبان و سطح تحصیلات، جنسیت و فرهنگ ایشان باشد، بلکه آنچه در اینجا مورد توجه است، این نکته است که مبلغ نباید به طور خاص مخاطب خویش را افراد ثروتمند و متمول یک جامعه بداند و از توده امت غافل شود؛ همان‌طور که در حکومت‌داری حاکمان نیز به این امر تذکر جدی داده شده است.

حضرت علیه السلام در ابتدا بیان می‌دارند: «و لِيَكُنَّ أَحَبَّ الْأُمُورِ إِلَيْكَ أَوْ سَطُهَا فِي الْحَقِّ، وَ أَعْمُهَا فِي الْعَدْلِ، وَ أَجْمَعُهَا لِرِضَا الرَّعِيَّةِ؛ فَإِنَّ سُخْطَ الْعَامَّةِ يَجْهَفُ بِرِضَا الْخَاصَّةِ، وَ إِنَّ سُخْطَ الْخَاصَّةِ يَغْتَفَرُ مَعَ رِضَا الْعَامَّةِ؛ بَايَد مِيَانه‌رُوی دَر حَقِّ وَ گِستَرانَدن عَدالَت و عَمَل بَه آنچَه بيش از هَر چيز رِضايَت مَلَّت را فَراهم مِي‌آورد، مَحَبوب‌تَرين کارها دَر نَزَد تُو باشَد؛ زِيرا نارِضايِي تُو دِه مَرَدَم رِضايَت خِواصَّ را بِي اَثَر مِي‌کَنَد وَ نارِضايَتِي خِواصَّ با رِضايَت تُو دِه مَرَدَم، بَخِشودِه مِي‌شُود» (نامه ۵۳). مفهوم سخن امیرالمؤمنین علیه السلام برای مبلغ این است که اصل در کار دینی با مردم است نه با خواص. مبلغ باید در رفتار و گفتار میانه‌رو، منصف و عادل باشد؛ هیچ‌کس را برای موقعیت، پول یا نفوذش بر دیگران ترجیح ندهد. مردم وقتی عدالت، احترام و صداقت را ببینند، دلشان با دین نرم می‌شود؛ اما اگر بی‌عدالتی یا تبعیض ببینند، هر قدر هم خواص از مبلغ حمایت کنند، تبلیغ او بی‌اثر می‌شود. رضایت توده، سرمایه اصلی یک مبلغ است و بدون آن هیچ سخنی در دل‌ها نمی‌نشیند.

در ادامه این فراز، حضرت علی علیه السلام به چرایی این موضوع بیشتر توجه می‌دهند: «و لَيْسَ أَحَدٌ

۳. اولسون، M. H. و هرگنهان، B. R.، مقدمه‌ای بر نظریه‌های یادگیری، مترجم: علی اکبر سیف، چ ۱۶، تهران: دوران، ۱۳۸۹ ش.
۴. پارسا، محمد، روان‌شناسی یادگیری بر بنیاد نظریه‌ها، چ ۲، تهران: بعثت، ۱۳۷۲ ش.
۵. راغب اصفهانی، حسین، المفردات، بیروت: [بی‌نا]، ۱۴۱۲ ق.
۶. رفیق، عجم، مصطلحات التصوف الاسلامی، بیروت: مکتبه لبنان ناشرون، ۱۹۹۹ م.
۷. سبحانی، محمد، «اسرار موفقیت مبلغ از دیدگاه نهج البلاغه»، نشریه مبلغان، ش ۴۱، معاونت تبلیغ و آموزش‌های کاربردی حوزه علمیه قم، ۱۳۸۲ ش.
۸. شرفی، حسین، تبلیغ دینی: شایسته‌ها و بایسته‌ها، قم: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، ۱۳۹۳ ش.
۹. طباطبائی، سید محمدحسین، المیزان فی تفسیر القرآن، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان، ۱۳۷۱ ش.
۱۰. طبرسی، حسن بن فضل، مکارم الأخلاق، بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات، [بی‌تا].
۱۱. طریحی، فخرالدین بن محمد، مجمع البحرین، تهران: مرتضوی، ۱۳۷۵ ش.
۱۲. طوسی، محمد بن حسن، التبیان فی تفسیر القرآن، بیروت: داراحیاء التراث العربی، ۱۳۷۲ ش.
۱۳. قنبری، بخشعلی، تبلیغ در نهج البلاغه در بستر نظرات، قم: نشر نو شناخت، ۱۳۹۶ ش.
۱۴. کاویانی آرانی، محمد، روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۹۲ ش.
۱۵. کلینی، محمد بن یعقوب، اصول کافی، تحقیق: علی اکبر غفاری، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۵ ش.
۱۶. محمدی ری شهری، محمد، دانشنامه قرآن و حدیث، قم: دارالحدیث، ۱۳۹۲ ش.
۱۷. محمدی ری شهری، محمد، کیمیای محبت، [بی‌جا]: [بی‌نا]، [بی‌تا].
۱۸. معین، محمد، فرهنگ فارسی، تهران: امیرکبیر، ۱۳۶۴ ش.
۱۹. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الاسلامیه، [بی‌تا].
۲۰. یوسفی، علیرضا و دیگران، روان‌شناسی عمومی، چ ۱، تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۸۶ ش.
21. Berger, Peter L. (۱۹۶۹) *The Sacred Canopy*. New York: Anchor Books.
22. Hovland, Carl I. (۱۹۵۳). *Communication and Persuasion*. New Haven, CT: Yale University Press.



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

The Role of the Imam of the Congregation in Encouraging Public Participation in Congregational Prayer and the Mosque: With an Emphasis on the Views of the Supreme Leader of Iran

Khadijeh Abbasi*

Abstract

This research examines the role and position of the congregational prayer leader (Imam al-Jama'ah) as a spiritual and social leader in managing mosque affairs and nurturing faithful and revolutionary generations. The primary objective of this study is to analyze the key characteristics of a successful prayer leader across two dimensions—personality and strategy—including expansiveness of chest (forbearance), good temperament, receptivity to criticism, time management, and delegation of tasks, as well as their impact on his performance in guiding affairs and attracting the younger generation. Conducted through a descriptive-analytical method, this study utilizes Quranic teachings, Islamic traditions, and the viewpoints of the Supreme Leader of the Islamic Revolution. The results indicate that the success of a prayer leader depends on his ability to establish effective communication with the public, accept constructive criticism, and delegate responsibilities to the youth to foster their talents and sense of accountability. Furthermore, possessing good character and forbearance in the face of challenges not only enhances mosque management but also paves the way for increasing public trust and strengthening the spiritual standing of the Imam among the congregants. The prayer leader must play an active role in the moral and social education of individuals by formulating purposeful programs and utilizing available capacities. This, while improving mosque management, leads to the strengthening of social bonds and the consolidation of religious values within society.

Keywords

Imam of the Congregation (Imam al-Jama'ah), Forbearance (Sharh al-Sadr), Education of the Young Generation, Religious Values, Spiritual Leader, Social Bonds.

* Graduate of Level ʿ in Jurisprudence and Principles (Fiqh and Usul) from Zahra University.

نقش امام جماعت در ترغیب به حضور مردم در نماز جماعت و مسجد با تأکید بر منویات مقام معظم رهبری

خدیجه عباسی*

چکیده

این پژوهش به بررسی نقش و جایگاه امام جماعت به مثابه رهبر معنوی و اجتماعی در اداره امور مسجد و تربیت نسل‌های مؤمن و انقلابی می‌پردازد. هدف اصلی تحقیق، تحلیل ویژگی‌های کلیدی امام جماعت موفق در دو بُعد شخصیتی و راهبردی شامل شرح صدر، حسن خلق، انتقادپذیری، مدیریت زمان و تقسیم وظایف و تأثیر این ویژگی‌ها بر عملکرد وی در هدایت امور و جذب نسل جوان است. این تحقیق با روش توصیفی - تحلیلی و بهره‌گیری از آموزه‌های قرآنی، روایات اسلامی و دیدگاه‌های رهبر معظم انقلاب تنظیم شده است. نتایج نشان می‌دهد موفقیت امام جماعت در گرو توانایی ایجاد ارتباط مؤثر با مردم، پذیرش انتقادات سازنده و واگذاری وظایف به نسل جوان با هدف پرورش استعدادها و مسئولیت‌پذیری آنهاست. افزون بر این، برخورداری از اخلاق نیکو و سعه صدر در مواجهه با مشکلات، نه تنها موجب ارتقای مدیریت امور مسجد می‌شود، بلکه زمینه افزایش اعتماد عمومی و تقویت جایگاه معنوی امام جماعت در میان نمازگزاران را فراهم می‌آورد. امام جماعت باید با تدوین برنامه‌های هدفمند و بهره‌گیری از ظرفیت‌های موجود، نقشی فعال در تربیت اخلاقی و اجتماعی افراد ایفا کند. این امر ضمن بهبود مدیریت مسجد، موجب تقویت پیوندهای اجتماعی و تحکیم ارزش‌های دینی در جامعه می‌شود.

کلیدواژگان: امام جماعت، شرح صدر، تربیت نسل جوان، ارزش‌های دینی، رهبر معنوی، پیوندهای اجتماعی.

مقدمه

امام جماعت یکی از ارکان اساسی توسعه و کارکردهای مسجد است؛ از این رو در صورت داشتن ویژگی‌های لازم، می‌تواند با ایجاد تغییرات مثبتی در جوانان، آنان را به مشارکت فعال در مسجد و آشنایی عمیق با معارف دینی ترغیب کند؛ همچنین امام جماعت می‌تواند با برنامه‌ریزی و اجرای مؤثر، حضور و مشارکت مردم در فعالیت‌های مسجد را افزایش دهد؛ از سوی دیگر نیز شخصیت اخلاقی و مهارت‌های اجتماعی او در تعامل با جوانان نقش کلیدی در شکل‌گیری نگرش آنان به دین و مسجد دارد.

انجمن جماعات امروزه و در شرایط کنونی به‌مثابه فرماندهان جهاد فرهنگی عمل می‌کنند. موفقیت آنان مستلزم شناخت دقیق راهبردهای دشمن و برنامه‌ریزی هدفمند برای پیشگیری از تأثیر فعالیت‌های ضدفرهنگی است. امام جماعت موفق افزون بر ویژگی‌های بنیادی و ضروری، باید خصوصیات دیگری نیز داشته باشد که در پژوهش حاضر با استناد به بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی بررسی شده‌اند.

پیشینه

نزدیک‌ترین پژوهش به موضوع حاضر، مقاله «مدیریت مسجد: تدوین الگوی شایستگی منابع انسانی» است (طالقانی، ۱۳۸۹ ش). در این پژوهش، شایستگی‌های کلیدی کارگزاران مسجد با روش ترکیبی شامل مصاحبه اکتشافی، مشاهده و نظرسنجی از خبرگان شناسایی شده است؛ نویسندگان اطلاعات را از منابع علمی و دینی گردآوری و شایستگی‌های امام جماعت را در سه دسته اصلی طبقه‌بندی کرده است: فضایل رفتاری و اخلاقی، تمایل و انگیزش و دانش و مهارت‌ها.

همایون (۱۳۸۶ ش) در پژوهش «نقش محوری مساجد در تأمین اهداف چندمنظوره» به بررسی فرایند پرورش منابع انسانی در مسجد پرداخته است و فرایند جذب، پرورش و ارتقای افراد فعال در مسجد صنعتگران مشهد را تحلیل می‌کند. فعالی (۱۳۹۳ ش) در کتاب مسجد و سبک زندگی، شایستگی‌های امام جماعت را در چهار محور اصلی هدفمندی، فضایل اخلاقی و رفتاری، انگیزش و تمایل و دانش و مهارت معرفی می‌کند و برای هر محور مؤلفه‌های فرعی

مشخص کرده است.

جعفرزاده (۱۳۹۳ش) در مقاله «مسجد طراز اسلامی از منظر امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری»، شاخص‌ها و ویژگی‌های امام جماعت را به این ترتیب دانسته است: الگو و سرمشق بودن، مربی دلسوز، پرتلاش و پرکار، مردمی و جوان‌گرا، بصیر و معرفت‌بخش و وحدت‌آفرین. در سند «مسجد طراز اسلامی» نیز (یاوری، ۱۳۹۷ش) ویژگی‌های روحانی مسجد به این ترتیب بیان شده است: پرهیزکار، زاهد، خردمند، دارای سعه صدر، متانت و بلندنظری، مسئولیت‌پذیری، کارشناس و عالم دین (فقیه)، دلسوز، مشتاق و عاشق مسجد و کار امامت، قدردان و شاکر نعمت حکومت اسلامی و امیدوار به آینده‌ای بهتر.

نوشتار حاضر در مقایسه با پژوهش‌های پیشین، با تمرکز ویژه بر نقش امام جماعت در توسعه و ترویج فرهنگ نماز با تأکید بر بیانات مقام معظم رهبری، به بررسی عملکرد، راهبردها و تأثیر امام جماعت در ارتقای فرهنگ نماز می‌پردازد؛ در حالی که پژوهش‌های پیشین بیشتر به شایستگی‌ها و ویژگی‌های عمومی امام جماعت و فرایندهای منابع انسانی در مسجد محدود بوده‌اند.

اهمیت و جایگاه نماز جماعت

یکی از اصول اساسی شریعت اسلام، تقویت اتحاد و همبستگی میان مسلمانان است. از مهم‌ترین برنامه‌های تحقق این هدف، برگزاری نماز جماعت است که نقش بسزایی در ایجاد انسجام اجتماعی و همدلی میان افراد جامعه اسلامی دارد و در احادیث و روایات بارها بر اهمیت آن تأکید شده است؛ از جمله در یکی از روایات آمده است: «مَنْ تَرَكَ الْجَمَاعَةَ رَغْبَةً عَنْهَا وَ عَنِ جَمَاعَةِ الْمُسْلِمِينَ مِنْ غَيْرِ عِلَّةٍ فَلَا صَلَاةَ لَهُ: هر کسی بدون عذر و از روی بی‌توجهی نماز جماعت و اجتماع مؤمنان را ترک کند، نمازش پذیرفته نخواهد شد» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۸، ص ۲۸۵، ح ۲). این تأکید نشان‌دهنده جایگاه والای نماز جماعت در تقویت روحیه جمعی و تحکیم روابط میان مسلمانان است.

نماز جماعت پیوند میان امام و امت را نشان می‌دهد و مسلمانان از طریق آن وحدت در گفتار، جهت، هدف و رهبری را می‌آموزند. این عبادت جمعی روحیه نظم، انضباط، وقت‌شناسی و صف‌بندی را تقویت می‌کند و اهمیت انتخاب امام جماعتی پرهیزکار، عالم، با

تقوا و عادل را نمایان می‌سازد؛ بنابراین نماز جماعت، ابزاری آموزشی برای ترویج ارزش‌های اخلاقی و دینی در جامعه است.

اسلام در مقایسه با سایر ادیان و مکاتب، بیشترین توجه را به رعایت حقوق انسانی معطوف داشته است؛ بنابراین از نظر قرآن، تجاوز به حقوق انسان امری ناروا و نکوهیده است (فجر: ۱۹) و کسانی که به این حقوق تجاوز می‌کنند، سزاوار مجازات هستند (شوری: ۴۲)؛ چراکه این‌گونه رفتار از مصادیق فساد و افساد در زمین است (بقره: ۶۰). همچنین از نظر قرآن، همه انسان‌ها از مرد و زن بی‌هیچ تفاوت در رنگ و نژاد و مانند آن دارای حقوقی هستند که هیچ تبعیض‌بردار نیست و تساوی در حقوق انسانی از امور ثابت است (حجرات: ۱۳؛ نساء: ۳۲). بنابراین یکی از اصول بنیادین اسلام، محترم‌بودن حقوق همه انسان‌ها در برابر یکدیگر است. (شوری: ۴۲) و این موضوع در قالب «حق الناس» در نظام عدالت اجتماعی خود مطرح شده است: «فَاخْفِضْ لَهُمْ جَنَاحَكَ وَ اِلْنْ لَهُمْ جَانِبَكَ وَ اِبْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ وَ اَسْ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظْرَةِ حَتَّى لَا يَطْمَعِ الْعَظْمَاءُ فِي حَيْفِكَ لَهُمْ وَ لَا يَبْأَسَ الضَّعْفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ عَلَيْهِمْ» (سیدرضی، ۱۴۱۴ق، نامه ۲۷). بر همین اساس یکی از مواردی که در هنگام برگزاری نماز جماعت باید رعایت شود، پایبندی به آداب و احکام مربوط به نماز از جمله رعایت مسائل مالکیتی و عدم غصب مکان نماز است؛ از این رو کسی که در ملک غصبی نماز می‌خواند، اگرچه روی فرش و تخت و مانند اینها باشد، نمازش باطل است (ر.ک: خمینی، ۱۳۸۳ش، م ۸۶۶ - ۸۶۹). به‌طور مشخص هنگامی که فردی سجاده خود را پیش از دیگران پهن می‌کند، دیگران حق ندارند آن مکان را اشغال کنند. این تعهدات که در نماز جماعت ملکه ذهن می‌شوند، به تدریج در سایر جنبه‌های زندگی اجتماعی نفوذ می‌کنند و به رفتارهای اجتماعی ناخودآگاه تبدیل می‌شوند.

تعهد به حضور مستمر و منظم در نماز جماعت، تمرینی برای تقویت تعهدات فردی و اجتماعی است. این رفتار سبب ایجاد محیطی امن و آرام در زندگی شخصی و حرفه‌ای می‌شود، از تنش‌ها می‌کاهد و همبستگی اجتماعی را ارتقا می‌دهد. احساس مسئولیت فرد را به پایبندی به تعهداتش و حل بسیاری از مشکلات اجتماعی وادار می‌کند. بر همین اساس در روایات توصیه فراوان به شرکت در نماز جماعت شده است؛ حتی شخصی نابینا وقتی از پیامبر اجازه خواست که به مسجد نیاید، آن حضرت فرمودند: «از خانه تا مسجد، ریسمانی ببندد و به کمک آن خود

را به نماز جماعت برساند» (حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۵، ص ۳۷۷)؛ همچنین نابینایانی که اجازه ترک شرکت در نماز را خواستند، رسول خدا اجازه نفرمودند (متقی هندی، ۱۴۰۹ق، ج ۸، ص ۲۵۵). از طرف دیگر برخورد شدید با کسانی که به نماز جماعت اهمیت نمی‌دهند، نشان دیگری بر اهمیت و سازندگی آن است؛ در روایتی نیز نقل شده است که مُعَرَفِ چَینِ کسان نشوید. پیامبر گرامی اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فرمودند: «إِنْ سَأِلْتَ عَمَّنْ لَمْ يَشْهَدْ الْجَمَاعَةَ فَقُلْ: لَا أَعْرِفُهُ: اگر درباره کسی که به نماز جماعت حاضر نمی‌شود از تو سؤالی نمودند، بگو من او را نمی‌شناسم» (قمی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۴۶۴).

نقش حضور امام جماعت در عرصه‌های اجتماعی و فرهنگی

با توجه به اهمیت محوری مساجد در مدیریت امور جوامع اسلامی، نقش امام جماعت در جایگاه رکن اصلی مدیریت مسجد اهمیت ویژه‌ای دارد. تحلیل سیره معصومان نشان می‌دهد که مسجد کارکردهای اساسی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی داشته است؛ به‌ویژه در سیره نبوی پس از هجرت به مدینه، تأسیس مسجد نه تنها مکانی برای عبادت، بلکه مرکز فرماندهی راهبردی برای استقرار نظام اسلامی و تشکیل جامعه‌ای متحد بود (برگرفته از بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جماعات استان تهران، ۱۳۹۵/۰۵/۳۱). این امر نشان‌دهنده نقش برجسته مسجد و امام جماعت در هدایت و مدیریت همه‌جانبه جامعه اسلامی است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی معتقدند: «در مسجد، پیغمبر اکرم فقط برای نماز نمی‌رفت و بیرون نمی‌آمد؛ زمانی که مسائل اجتماعی و مهمی پیش می‌آمد، صدا می‌زدند: "الصلاة جامعة: به سوی محل نماز بروید". چرا؟ برای اینکه در مورد مسائل جنگ مشورت کنند، خبر دهند، همکاری کنند یا امکانات را بسیج نمایند و مسائل دیگر را پیگیری کنند... مسجد پایگاه است و این پایگاه بر محور ذکر و نماز است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جماعات استان تهران، ۱۳۹۵/۰۵/۳۱). در واقع پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ با تأسیس مسجد، نهادی عمومی را به وجود آوردند که مرکز ثقل حکومت اسلامی بود. حضرت محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در جایگاه امام جماعت، وظیفه داشتند ارزش‌های دینی را در تمامی ابعاد جامعه پیاده کنند.

با توجه به کارکردهای متعدد مسجد، امام جماعت تنها پیش‌نماز نیست، بلکه باید آگاه به مسائل روز و نزدیک به ذهنیت جوانان باشد. او نقش نخ تسبیح را دارد که افراد را کنار هم قرار

می‌دهد و افزون بر برگزاری عبادات، در جایگاه راهبر اجتماعی و فرهنگی در پیوند دادن و هدایت افراد در مسیرهای اجتماعی و دینی مؤثر است.

ویژگی‌های شخصیتی امام جماعت موفق

در این بخش به برخی از مهم‌ترین ویژگی‌های شخصیتی امام جماعت موفق اشاره می‌شود.

۱. پرهیزکاری

رهبر معظم انقلاب اسلامی می‌فرماید: «روحانی پرهیزکار، خردمند، کارشناس و دلسوز در مسجد همچون پزشک و پرستار در بیمارستان، روح و مایه حیات مسجد است» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۹/۰۷/۲۰). بنابراین یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های امام جماعت، پرهیزکاری و تقواست. تقوا بزرگ‌ترین سرمایه برای انجام فعالیت‌های سازنده، دست‌یابی به عزت دنیوی و کسب دستاوردهای مادی و معنوی به شمار می‌آید. این ویژگی امام جماعت را قادر می‌سازد تا با الگوبودن در زندگی فردی و اجتماعی، تأثیر مثبتی بر جماعت و جامعه داشته باشد.

مقام معظم رهبری در باب معنای تقوا می‌فرماید: «معنای تقوا این نیست که انسان خیلی عبادت کند. ممکن است خیلی عبادت کردن بر تقوا مترتب شود، اما تقوا آن نیست. معنای تقوا این است که انسان در هر کار از تصمیم و عمل خود مراقبت کند؛ با مطالعه و با توجه بیندیشد که چه می‌خواهد عمل کند و پا را می‌خواهد کجا بگذارد. یک وقت انسان، مستانه و بدون توجه به اینکه چه کار می‌کند، حرکت و اقدام نماید یا تصمیم می‌گیرد یا می‌گوید یا انجام می‌دهد یا ترک می‌کند؛ یک وقت همه این کارها را با توجه به اینکه چه کار می‌کند، انجام می‌دهد. این دومی تقواست» (بیانات مقام معظم رهبری، در دیدار تشکّل‌های مختلف دانشجویی دانشگاه‌های تهران، ۱۳۷۷/۱۰/۲۴). ایشان همچنین می‌فرماید: «تقوا آن‌گونه که در ترجمه‌ها رایج شده که درست هم هست، یعنی "پروا کردن" یا در تعبیرات معمولی [و متعارف] ما "ملاحظه کردن"؛ برای نمونه می‌گویند فلانی ملاحظه فلانی را دارد، یا شما ملاحظه فلان کس را دارید؛ پروا یعنی این. پروا کردن، ملاحظه کردن، معنای تقواست. "اتَّقُوا اللَّهَ"؛ یعنی ملاحظه خدا را بکنید، پروا داشته باشید از خدای متعال. یک خطّ مستقیمی به شما نشان داده است در این حرکت عظیم حیات بشری که محفوف به مشکلات است. فرض کنید مثل زمینی که این گوشه و آن گوشه‌اش مین

وجود دارد که یک راهی را باز می‌کنند، می‌گویند این راه، راه سلامت است، راه امنیت است، از اینجا بروید؛ صراط مستقیم این است. ملاحظه خدا «اتَّقُوا اللَّهَ»؛ یعنی حواستان باشد از این راه منحرف نشوید، کج و راست نشوید که گرفتار خواهید شد، مشکل برایتان درست می‌شود (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان نظام، ۹۸/۲/۲۴).

با توجه به اینکه میزان ایمان و تقوا در گفتار، رفتار و عملکرد فرد تجلی می‌یابد، امام جماعت باید به آداب اسلامی پایبند باشد و با اخلاص، سنت‌های دینی را سرلوحه رفتار خود قرار دهد. او باید در تمام جنبه‌های زندگی از جمله در گفتار و رفتار، دستورات الهی را مراعات کند و در مسیر هدایت و ارشاد نمازگزاران و مردم، همواره از خط مستقیم و امنیت الهی خارج نشود. حرکت امام جماعت باید مطابق با اصول و خط‌مشی‌هایی باشد که آموزه‌های دینی تعیین کرده‌اند. تخطی از این دستورات ممکن است آسیب‌های جبران‌ناپذیری به بار آورد و باعث بی‌دینی افراد یا بدبینی آنان به دین و آموزه‌های توحیدی شود. بی‌تردید تنها وسیله‌ای که می‌تواند امام جماعت را از این لغزش‌ها مصون نگه دارد، تقوا و پرهیزکاری است که باید در تمامی ابعاد زندگی او حضور داشته باشد.

۲. خردمندی

امام جماعتی موفق و سبب روح و حیات مسجد است که افزون بر ویژگی پرهیزکاری، خردمند نیز باشد. رهبر انقلاب در این باره می‌فرماید: «روحانی پرهیزکار، خردمند، کارشناس و دلسوز در مسجد همچون پزشک و پرستار در بیمارستان، روح و مایه حیات مسجد است» (۱۳۸۹/۰۷/۲۰).

رهبر معظم انقلاب در تبیین مفهوم «خردمند» در کتاب طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن می‌فرماید: «اگر مردم معمولی بخواهند خردمندان را معرفی کنند، می‌گویند خردمند آن کسی است که در همه امور زندگی‌اش پیش‌رو است، در هیچ کار سرش کلاه نمی‌رود، در کاسبی‌ها، در سیاست‌بازی‌ها، در معارضه‌ها و مقابله‌های با حریف‌ها، همه‌جا دست‌او‌روی دست حریف‌هاست. قرآن اما چون هیچ‌یک از این بازیگری‌ها را قبول ندارد، چون ارزش واقعی را برای انسان، اتصال و ارتباط با خدا می‌داند، خردمند را به این صورت معرفی می‌کند: خردمند از نظر قرآن آن کسی است که این عالی‌ترین ارزش‌ها را بیش از همه چیز و همه کس مورد نظر داشته

باشد. "الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ"، خردمندان آن کسانی اند که یاد می‌کنند خدا را. "فِيَامًا" در حال ایستاده، "وَفُؤُودًا" در حال نشسته، "وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ" در حال به یک پهلو افتاده، یعنی در همه حال به یاد خدایند. اما این به یاد خدا بودن به معنای یک حالت عرفانی خالصه‌آمیز درویش‌مآبانه نیست ... به یاد خدا بودن فعال. یاد خدا بودنی که عمل محسوب می‌شود. "وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ" (آل عمران: ۱۹۱)؛ خردمندان آن کسانی اند که در حال تفکر باشند، بعد که این تفکر و اندیشمندی را انجام می‌دهند به زبان دل و زبان ظاهر می‌گویند پروردگار ما، این را به بیهوده نیافریده‌ای. منزهی تو از این کار که به بیهوده بیافرینی؛ یعنی مهم‌ترین و اساسی‌ترین نقطه‌ی ایدئولوژی) (سیدعلی خامنه‌ای، ۱۳۹۷ش، ص ۷۱).

امام کاظم علیه السلام خردمند را این‌گونه معرفی می‌فرماید: «يَا هِشَامُ إِنَّ الْعَاقِلَ لَا يَخْدُثُ مَنْ يَخَافُ تَكْذِيبَهُ وَلَا يَسْأَلُ مَنْ يَخَافُ مَنَعَهُ وَلَا يَعُدُّ مَا لَا يَقْدِرُ عَلَيْهِ وَلَا يَتَقَدَّمُ عَلَىٰ مَا يَخَافُ فَوْتَهُ بِالْعَجْزِ غَنَةً: خردمند به کسی که می‌ترسد تکذیبش کند، سخنی نمی‌گوید و از کسی که می‌ترسد مضایقه کند، چیزی نمی‌خواهد و وعده‌ای را که از عهده انجامش بر نمی‌آید، نمی‌دهد و به آنچه که در امیدواریش سرزنش شود، امید نمی‌بندد و به کاری که می‌ترسد در آن درماند، اقدام نمی‌ورزد» (ابن شعبه حرانی، ۱۴۰۴ق، ص ۳۹۰).

بنابراین یکی از ویژگی‌های مهم انسان‌های خردمند این است که رویکردی متفاوت در برابر دیگران دارند؛ اینان اساس کار خود را بر هدفی والا و ناب قرار می‌دهند و این هدف را با دیدگاه تشویقی و انگیزشی ترکیب کرده و سپس اقدام می‌کنند. این عمل و اقدام تنها محدود به یک سال خاص نیست، بلکه برای سال‌ها و حتی تمام عمرشان ادامه می‌یابد. امام جماعت خردمند با درک اینکه مسئولیت و کار خود را بر اساس هدفی مقدس بنا نهاده است، چشم‌اندازی روشن برای رسیدن به این هدف دارد و برای دستیابی به آن، روش‌ها و راهکارهای مناسب را به کار می‌گیرد.

۳. بیعه صدر و حسن خلق

«شرح صدر» موهبتی الهی است که خداوند به پیامبران در هنگام بعثت عطا می‌کرد. این ویژگی معنوی و روانی، برای پذیرش مسئولیت سنگین مدیریت و هدایت مردم ضروری بوده است. بدون برخورداری از شرح صدر، تحمل دشواری‌های طاقت‌فرسای مسیر هدایت و ایفای نقش

مؤثر در این مسیر امکان‌پذیر نیست.

نخستین درخواست حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام از خداوند پس از مبعوث شدن به پیامبری، موهبت گشادگی سینه و به تعبیر قرآن، شرح صدر بود: «رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَ يَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَ اخْلُ عُنُقَهُ مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي»: پروردگارا، سینه‌ام را گشاده و کارم را آسان گردان و گره از زبانم بگشا تا سخنم را بفهمند» (طه: ۲۵-۲۸).

پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌فرمایند: «من تقاضایی از پروردگام کردم که دوست می‌داشتم این تقاضا را نمی‌کردم؛ عرض کردم: خداوندا، جریان باد را در اختیار بعضی از پیامبران قبل از من قرار دادی و بعضی از آنها مردگان را زنده می‌کردند. خداوند به من فرمود: آیا تو یتیم نبودی، پناهت دادم؟ گفتم: آری. فرمود: آیا گمشده نبودی، هدایت کردم؟ عرض کردم: آری، ای پروردگار. فرمود: آیا سینه‌ت را گشاده و پشتت را سبک‌بار نکردم؟ عرض کردم: آری ای پروردگار» (طبرسی، [بی‌تا]، ج ۱۰، ص ۵۰۸). این روایت نشان می‌دهد نعمت «شرح صدر» بالاتر از معجزات انبیاست.

«شرح صدر» ویژگی برجسته‌ای است که جلوه‌های متعددی دارد و در انجام وظایف پیچیده و پرمسئولیت به‌روشنی آشکار می‌شود. این جلوه‌ها شامل شکیبایی، جسارت، آرامش روانی، امیدواری، و خستگی‌ناپذیری است. ائمه جماعتی که از این ویژگی بهره‌مند باشند، در مدیریت امور و مقابله با چالش‌های متنوع از موفقیت بیشتری برخوردار خواهند بود؛ همچنین آنها قادرند در برابر رفتارهای ناپسند و شرایط دشوار، واکنش‌های سنجیده و مناسبی ارائه دهند. امام علی عَلَيْهِ السَّلَام در کلامی نورانی می‌فرمایند: «أَلَسَ الْوَيْاسَةَ سَعَةً الصُّدْرِ: سَعَةُ صَدْرٍ ابْزَارٌ رِيَّاسَةٌ اسْت» (سیدرضی، ۱۴۱۴ق، ص ۵۰۱).

نتیجه طبیعی برخورداری از شرح صدر، برخورداری از خوش اخلاقی است؛ از این‌رو امام جماعت موفق کسی است که افزون بر شرح صدر به ویژگی‌هایی چون حسن خلق، تواضع و فروتنی آراسته باشد. او باید با گشاده‌رویی، برخورد نیکو و زبانی آکنده از مهر و محبت به تبلیغ و ارشاد بپردازد و با رفتار خود تأثیر عمیقی بر مخاطبان بر جای گذارد.

رهبر معظم انقلاب به این ویژگی مهم برای امام جماعت توجه دارند و در ضمن بیاناتی می‌فرمایند: «همیشه گرم‌ترین نماز جماعت‌ها متعلق به پیش‌نمازهای مردمی است [که] با مردم گرم می‌گیرند؛ با مردم خوش اخلاقی می‌کنند؛ بی‌حوصلگی نشان نمی‌دهند؛ بدخلقی نشان

نمی‌دهند؛ جواب مسئله‌شان را می‌دهند؛ یک وقت اگر کسی بیماری و مشکلی داشته باشد، اگر با پول نتوانند، با اخلاق آن مشکل را تسکین می‌دهند» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۸۳/۱۰/۲۳).

۴. انعطاف و انتقادپذیری

پذیرش انتقاد و نصیحت مشفقانه از ویژگی‌های انسانی و اسلامی است که نقش اساسی در کاهش اختلاف‌ها و رفع آسیب‌ها و مشکلات فردی و اجتماعی ایفا می‌کند. همان‌طور که نقد دقیق و سازنده موجب بهبود و رشد رفتارها و عملکردها می‌شود، انتقادپذیری نیز بستری برای افزایش خوش‌بینی و امیدواری برای اصلاح امور فراهم می‌آورد. تجربه نشان داده است مدیران و مسئولانی که با سعه صدر به استقبال انتقاد می‌روند و آن را می‌پذیرند، مدیریتی کارآمدتر و کامل‌تر از دیگران دارند و کمتر با مشکلات و نابسامانی‌ها مواجه می‌شوند؛ همچون زمین حاصلخیز که هم‌زمان از باران مستقیم و باران سرازیر از ارتفاعات بهره‌مند می‌شود، پذیرش انتقاد نه تنها از شخصیت فرد نمی‌کاهد، بلکه نشان‌دهنده کمال عقل و شخصیت اجتماعی و سیاسی اوست. پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ با آن عظمت، همواره با اصحاب خود مشورت می‌کرد و آرای مشفقانه آنان را به کار می‌بست (طباطبایی، ۱۳۹۶ش، ج ۴، ص ۷۰).

امیرالمؤمنین عَلَيْهِ السَّلَام نیز اصحاب خود را به اظهارنظر دعوت می‌کرد و از آنها می‌خواست با نصیحت صادقانه، وی را کمک کنند: «فَاعِينُونِي بِمُنَاصِحَةِ حَلِيَّةٍ مِنَ الْعَشِّ سَلِيمَةٍ مِنَ الرَّيْبِ: مرا با نصیحت خالصانه و سالم، از هرگونه شک و تردید، یاری کنید» (سیدرضی، ۱۴۱۴ق، خطبه ۱۱۷). بنابراین امام جماعت و مأمومین هر دو باید آماده پذیرش نصیحت و انتقاد خیرخواهانه باشند؛ زیرا این ویژگی جزء جدایی‌ناپذیر موفقیت در مدیریت امور است. نصیحت‌پذیری و انتقادپذیری در جایگاه عواملی کلیدی هستند که موجب می‌شوند ائمه جماعت با استقبال از انتقادهای صادقانه، نقص‌ها و کاستی‌های موجود را شناسایی کنند و به منظور اصلاح و بهبود مستمر در عملکرد خود اقدام نمایند. این فرایند به تقویت فرایندهای مدیریتی و ارتقای کیفیت در مدیریت اجتماعی و دینی نیز کمک می‌کند.

راهبردهای امام جماعت در تقویت کارکردهای مسجد

در این بخش به برخی از مهم‌ترین راهبردهای امام جماعت در تقویت کارکردهای مسجد اشاره

می شود.

۱. کارشناسی (خبرگی)

«مدیریت محتوایی و معنوی مسجد بر دوش روحانی [امام جماعت] مسجد است» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰/۰۵/۱۹)؛ بنابراین وظیفه هر مدیر این است که به دقت از حوزه مسئولیت، شرح وظایف و اختیارات خود آگاه باشد و اهداف و رسالتی را که باید برای دست‌یابی به آنها تلاش کند، به تفصیل بشناسد. آگاهی اجمالی یا دانستن کلیات برای اداره یک سازمان کافی نیست. بنابراین امام جماعت موفق باید فردی کارشناس باشد که با تسلط کامل بر جزئیات وظایف و اهداف خود، مسئولیت‌هایش را به درستی درک کند و با بصیرت و آگاهی کامل اقدام نماید.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «الْعَامِلُ عَلَى غَيْرِ بَصِيرَةٍ كَالسَّائِرِ عَلَى غَيْرِ الطَّرِيقِ لَا يَزِيدُهُ سُرْعَةَ السَّيْرِ إِلَّا بُغْدًا: هر کسی بدون بصیرت و آگاهی عمل کند، مانند کسی است که بی‌راهه می‌رود؛ از این رو هر چه شتاب کند، از هدف دورتر می‌شود» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۳). بنابراین امام جماعت باید از رسالت خطیر و نقش خود آگاهی کاملی داشته باشد؛ برای مثال شناخت انواع مخاطبان، خواسته‌ها و نیازهای متناسب با هر مخاطب و همچنین روش‌های برخورد، معاشرت و تعامل با آنان از جمله مواردی است که برخی از انمه جماعت ممکن است از آن غفلت کنند. این آگاهی و دقت در شناخت و تعامل با افراد، ضروری است تا امام جماعت بتواند به درستی وظایف خود را انجام دهد و تاثیرگذار باشد.

البته برای انجام این رسالت و وظیفه افزون آگاهی از مسئولیت، طرح و برنامه‌ریزی نیز ضروری است. یک طرح و برنامه کامل و جامع باید شامل اهداف و برنامه‌های کلی باشد؛ با این وجود برنامه‌های اجرایی در سطوح درازمدت، میان‌مدت و کوتاه‌مدت به طور دقیق و شفاف مشخص گردد. این برنامه‌ریزی جامع به امام جماعت امکان می‌دهد تا با درک دقیق از نیازها و اولویت‌ها، وظایف خود را به گونه‌ای مؤثر و هدفمند انجام دهد.

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «قَدَّرْتُ ثُمَّ اقْطَعْتُ وَ فَكَّرْتُ ثُمَّ انْطِقُ وَ تَبَيَّنْتُ ثُمَّ اعْمَلُ: ابتدا اندازه‌کن سپس ببر؛ بیندیش سپس بازگویی؛ و بسنج سپس به کار برخیز» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۵۰۰). امام جماعتی موفق است که برای اقامه نماز، برگزاری مراسم، کلاس‌های معارف دینی، سخنرانی‌ها، بهداشت و نظافت، تأمین هزینه‌ها و سایر امور مربوط به مسجد، طرح و برنامه

سالانه مشخصی داشته باشد. چنین امام جماعتی باید با دقت و کارشناسی این امور را مدیریت کند و با پیگیری مستمر به طور مؤثر آنها را اجرایی نماید. داشتن برنامه منظم و هدفمند در تمامی جنبه‌های مدیریتی مسجد، موجب کارایی بیشتر و جذب بیشتر نمازگزاران و اعضای جامعه خواهد شد.

ضروری است در فرایند برنامه‌ریزی، هیچ‌گاه غرور و خودبزرگ‌بینی اجازه ندهد که فرد خود را از مشورت با صاحب‌نظران بی‌نیاز بداند. برخی افراد به دلیل دانش و تجربه فراوان در مدیریت، ممکن است دچار خودپسندی شوند و حتی در جلسات برنامه‌ریزی به نظرات دیگران بی‌توجه باشند؛ اما درحقیقت در فرایند برنامه‌ریزی باید از دیدگاه‌ها و تجربیات تمامی صاحب‌نظران بهره گرفت؛ زیرا افرادی که شاید دانش نظری یا تجربه عملی کمتری دارند، ممکن است پیشنهادات و انتقادات بسیار ارزشمندی داشته باشند. امام جماعت موفق کسی است که به تمامی طرح‌ها با دقت گوش فرا می‌دهد و بهترین آنها را برمی‌گزیند. حضرت علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «مَنْ أَعْجَبَ بِحُسْنِ حَالِهِ قَضَرَ عَنْ حُسْنِ حِيلَتِهِ: کسی که به خوبی‌های خود مغرور شود، در برنامه‌ریزی و تدبیر دچار کوتاهی خواهد شد» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۶۳۳).

۲. طبابت معنوی

در هر جامعه برای دستیابی به اهداف خاص و انجام وظایف مشخص، سازمان‌هایی تشکیل می‌شود که هرکدام دارای سیستم و کارکرد ویژه خود هستند. در جامعه اسلامی نیز هر مسجد در جایگاه یک سازمان معنوی منسجم عمل می‌کند که اهداف، کارکردها و سیستمی منحصر به خود دارد. برای اینکه این سازمان بتواند نقش خود را به‌درستی ایفا کند، ضروری است مدیریت آن به گونه‌ای صحیح و کارآمد انجام گیرد. در این راستا، مدیر مسجد باید با بهره‌گیری از اصول مدیریتی صحیح، بتواند کارکردهای معنوی مسجد را به بهترین نحو ساماندهی و هدایت کند تا هدف‌های روحانی و اجتماعی آن به ثمر برسد.

با توجه به اینکه مسجد تشکیلاتی الهی و مردمی است، سازماندهی آن تحت مدیریت معنوی امام جماعت و با مشارکت فعال مردم انجام می‌گیرد. امام جماعت با تفوذ معنوی خود در جایگاه رهبری الهی، در کنار مردم نقش تعیین‌کننده‌ای در هدایت و نظم‌بخشی به امور مسجد ایفا می‌کند. در این فرایند، حضور و مشارکت مردم در فعالیت‌های مختلف مسجد از جمله

اقامه نماز جماعت، کلاس‌های دینی و برنامه‌های اجتماعی، به تقویت این سازمان معنوی کمک می‌کند. به این ترتیب مسجد در جایگاه یک نهاد اجتماعی و دینی می‌تواند اهداف عالی خود را به گونه‌ای مؤثر و جامع دنبال کند. ارتباط میان امام جماعت و نمازگزاران باید انسانی، صمیمی و مبتنی بر محبت و اعتماد باشد. امام جماعت به مثابه مدیر معنوی مسجد و راهنمای روحانی باید مانند پزشک و پرستار در بیمارستان، مسئولیت‌های معنوی خود را با دلسوزی و توجه کامل به سلامت روحی و معنوی نمازگزاران انجام دهد.

مقام معظم رهبری با تأکید به این وظیفه مهم، می‌فرمایند: «روحانی پرهیزکار، خردمند، کارشناس و دلسوز در مسجد، همچون پزشک و پرستار در بیمارستان، روح و مایه حیات مسجد است. امامان جماعت باید آماده‌سازی خویش برای طبابت معنوی را وظیفه حتمی خود بدانند» (پیام رهبر معظم انقلاب به نوزدهمین اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۹/۰۷/۱۸).

دوران کودکی، نوجوانی و جوانی، دوره‌ای حیاتی در شکل‌گیری شخصیت فرد است که در آن بنیان‌ها و ساختارهای شخصیتی تثبیت می‌شود. بر اساس آموزه‌های قرآن، ویژگی‌های بنیادین شخصیت انسان در این دوره سنی شکل می‌گیرد و در مراحل بعدی به تثبیت و تکامل می‌رسد. بنابراین توجه ویژه به این دوران ضروری است؛ چراکه این دوره، زمان توسعه و بنیان‌گذاری ویژگی‌های رفتاری، ذهنی و اخلاقی افراد است. در این راستا، نقش امام جماعت به عنوان مربی و مرشد در هدایت و تربیت این گروه‌های سنی بسیار مهم است. امام جماعت باید برنامه‌ریزی دقیق و مناسبی را برای آموزش و رشد دینی و اخلاقی این افراد ارائه دهد تا بتواند به بهترین وجه در شکل‌دهی شخصیت‌های متعادل و آگاه نقشی مؤثر ایفا کند.

بر اساس فرمایشات رهبر معظم انقلاب، امام جماعت مانند پزشک معنوی عمل می‌کند؛ از این رو باید به وضعیت هر نمازگزار توجه داشته باشد و نسخه‌ای متناسب با ویژگی‌ها و نیازهای فردی آنان ارائه دهد. این نسخه‌ها از نظر گفتمانی و حساسیت اهمیت بالایی دارند؛ زیرا هر فرد شرایط و ویژگی‌های خاص خود را دارد که باید به دقت مدنظر قرار گیرد.

اگر افراد از کودکی تحت پوشش تربیتی امام جماعت قرار گیرند و این مراقبت ادامه یابد، موانع رشد آنها شناسایی و کنترل می‌شود. در صورت غیبت فرد، امام جماعت وضعیت او را پیگیری می‌کند تا مشکلات احتمالی شناسایی شود. این رویکرد تربیتی نسلی مؤمن و انقلابی

شکل می‌دهد و آثار مثبت آن برای تمامی نمازگزاران در سنین مختلف دیده می‌شود. تحقق این هدف مستلزم برنامه‌ریزی دقیق، مدیریت خردمندانه و تقسیم مسئولیت‌های مؤثر است.

۳. مسجد را محل کار خود دانستن

امام جماعت در جایگاه مدیر تشکیلات و سازمان باید از نظم فکری و عملی برخوردار باشد و کار را با نظم و ترتیب خاص سروسامان دهد؛ رهبر معظم انقلاب می‌فرماید: «پیش‌نمازی یعنی آدم مسجد را واقعاً محل کار خودش بداند؛ قبل از وقت، حتی قبل از دیگران به آنجا برود؛ اوضاع مسجد را ببیند؛ اگر اشکالاتی در وضع ظاهری مسجد هست، برطرف کند» (۱۳۶۹/۰۷/۰۸). حضور به‌موقع امام جماعت، رسیدگی مؤثر به امور و وضعیت مسجد و توجه به مشکلات مردم آثار مثبت و عمیقی بر نمازگزاران خواهد داشت. این رویکرد نه تنها موجب تقویت اعتماد میان امام جماعت و جامعه می‌شود، بلکه افراد را به رعایت نظم و پایبندی به ارزش‌های دینی و اجتماعی تشویق می‌کند.

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «أَوْصِيكُمْ وَ جَمِيعَ وَ لَدِي وَ أَهْلِي وَ مَنْ بَلَغَهُ كِتَابِي بِتَقْوَى اللَّهِ وَ نَظْمِ أَمْرِكُمْ: من شما دو نفر و همه فرزندان و اهل بیت خود و هر که نامه‌ام به او می‌رسد را به تقوا الهی و نظم کارهایتان سفارش می‌کنم» (سیدرضی، ۱۴۱۴ق، نامه ۴۷). امام جماعت باید برنامه‌ریزی دقیقی برای مدیریت زمان خود داشته باشد تا رسیدگی‌اش به وظایف مختلف تأثیرگذارتر باشد. حضور منظم در مسجد، تخصیص یک یا دو روز در هفته برای ایراد سخنرانی، تعیین زمان‌هایی مشخص برای اداره امور مسجد، شرکت در جلسات هیئت امناء و بسیج و ارتباط با مردم از اقداماتی است که باید در دستور کار قرار گیرد. افزون بر این، اختصاص ساعات معین برای پاسخ‌گویی به پرسش‌ها و برقراری ارتباطات مردمی ضروری است تا نظم و کارآمدی در وظایف امام جماعت تضمین شود.

رهبر معظم انقلاب در این باره می‌فرماید: «پیش‌نماز ... (باید) سجاده‌اش را پهن نماید، منتظر مردم بماند که بیایند. با یک‌یک افرادی که می‌آیند تا آنجایی که می‌تواند تماس بگیرد به آنها محبت کند؛ از آنها احوال‌پرسی نماید؛ اگر مشکلی دارند، در آن حدی که برایش میسر است برطرف کند نه اینکه پادوی کارهای خدماتی مردم بشود - در بعضی از مساجد چنین چیزهایی وجود دارد که قطعاً غلط است - در آنجا بنشینند، مردم به او مراجعه کنند، درد دل کنند، خودش را

بر مردم عرضه کند، در معرض مراجعات مردم قرار بدهد. نماز را که تمام کرد، برای مردم مسئله و تفسیری بگوید حرفی بزند و بلند شود بیرون برود؛ یعنی این طور، ساعتی از وقت خودش را در اینجا صرف نکند. من با روحانیونی که در یک اداره‌ای مشغول کار می‌شوند، در حالی که پیش نماز فلان مسجد هم هستند، مخالفم؛ چون یک روز در هفته، دو روز در هفته، سه روز در هفته برای اقامه نماز جماعت به مسجد نمی‌روند. می‌گوییم چرا؟ می‌گویند گرفتار شدم؛ سرم شلوغ بود. یا می‌رود نماز، ولی دیر می‌رود؛ مردم در صف جماعت منتظر نشسته‌اند؛ حالا آقا بعد از مدتی دوان دوان می‌آید؛ گاهی یک کیف سامسونت هم دستش است! من با این روش موافق نیستم. پیش نماز مسجد باید مسجد را خانه خود، جایگاه خود و اداره خود بداند؛ وقتی وارد مسجد شد، "كَالسَّمَكِ فِي الْمَاءِ"، "الْمُؤْمِنُ فِي الْمَسْجِدِ كَالسَّمَكِ فِي الْمَاءِ؛ مؤمن در مسجد بسان ماهی در آب است" (تستری، [بی تا]، ج ۲۸، ص ۶۴۸) باید باشد. احساس کند که اینجا جای اوست و عجله‌ای برای بیرون رفتن از مسجد نداشته باشد؛ این درست است» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار روحانیون استان سمنان، ۱۳۸۵/۰۸/۱۷).

۴. تقسیم کار و به‌کارگیری جوانان

مدیر موفق کسی است که وظایف و مسئولیت‌ها را بین افراد به‌خوبی تقسیم می‌کند و هر کار را به کسانی می‌سپارد که دارای دانش و تخصص لازم برای انجام آن هستند. واگذاری مسئولیت‌ها نه تنها به افراد کمک می‌کند برای پذیرش مسئولیت‌های بالاتر آماده شوند، بلکه موجب پرورش خلاقیت آنها نیز می‌شود؛ با این وجود زمان امام جماعت را برای رسیدگی به امور کلان آزاد می‌کند. بر این اساس امام جماعت باید امور جزئی را به دیگران به‌ویژه نسل جوان و نوجوان واگذار کند و خود به پیگیری مسائل مهم‌تر بپردازد. این رویکرد افزون بر بهره‌برداری از فکر و توان جمعی، سرعت پیشرفت و دستیابی به اهداف مطلوب را افزایش می‌دهد.

توجه خاص به جوانان و قائل شدن جایگاهی خاص برای نسل جوان از نکات مهمی است که رهبر انقلاب به ائمه جماعات توصیه کردند و فرمودند: «دل جوانان را با ایجاد جاذبه صحیح یعنی (سخن و اقدام آمیخته با معنویت و عرفان واقعی) جذب مساجد کنید تا کشور و جامعه از برکات فراوان حضور نسل جوان در مساجد بهره‌مند شود» (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار ائمه جماعات استان تهران، ۱۳۹۵/۰۵/۳۱).

در بسیاری از مساجد، هر نوجوان و جوان با توجه به علایق و توانمندی‌های خاص خود می‌تواند نقش مؤثری ایفا کند و ارتباط مناسبی با هم‌سن‌وسالان خود داشته باشد تا آنها را نیز به مسجد جذب نماید. این امر ممکن است خارج از توان امام جماعت باشد؛ چراکه امام جماعت به‌تنهایی قادر به انجام این مسئولیت و ایجاد چنین ارتباطاتی نخواهد بود.

معظم‌له به این ویژگی مهم امام جماعت توجه دارند و در سخنانی می‌فرمایند: «امامان محترم جماعت اگر خود بر اثر کهنوت و غیره نمی‌توانند وظیفه رابطه و انس و راهنمایی را برای نمازگزاران به‌ویژه جوانان فراهم کنند، در کنار خود فضیلتی جوان و پُرنشاط را به کار گیرند و آنان را در کار با خود شریک سازند» (پیام مقام معظم رهبری به اجلاس سراسری نماز، ۱۳۸۰/۰۶/۱۵).

همچنین ایشان با بیان اینکه «جاذبه برای جوان برخلاف آنچه بعضی تصور می‌کنند، گذاشتن میز پینگ‌پنگ نیست»، فرمودند: «بعضی خیال می‌کنند برای اینکه جوان‌ها را جذب کنیم به مسجدریال وسایل سرگرمی فراهم بکنیم. شما سخن را، حرف را، اقدام را با معنویت، با عرفان واقعی، نه عرفان‌های تخیلی و توهمی و صوری، یک مقداری آمیخته بکنید؛ خواهید دید جوانان چطور مجذوب می‌شود و می‌آید. جاذبه جوان در مسجد اینهاست؛ و الا حالا یک وسیله بازی هم آنجا فراهم کردیم، گذاشتیم خُب اگر بنا است برای بازی بیاید؛ برود در باشگاه بازی کند» (بیانات مقام معظم رهبری، ۱۳۹۵/۰۵/۳۱).

نتیجه

این پژوهش با بررسی جایگاه امام جماعت در مدیریت معنوی و اجتماعی مساجد، نقش کلیدی این مسئولیت را در هدایت اخلاقی، تربیتی و ارتباطی جامعه برجسته کرده است. یافته‌ها نشان می‌دهد ویژگی‌هایی شخصیتی و راهبردی همچون شرح صدر، حسن خلق، انتقادپذیری و مدیریت کارآمد در تقسیم وظایف میان اعضای مسجد از الزامات موفقیت امام جماعت در ایفای این نقش به‌شمار می‌روند. همچنین تأکید بر مشارکت نسل جوان در امور مسجد و تربیت آنان در بستر ارزش‌های دینی، تأثیری عمیق بر تقویت انسجام اجتماعی و انتقال فرهنگ اسلامی دارد. این نتایج بر اهمیت برنامه‌ریزی دقیق و آموزش انمّه جماعات برای مواجهه با چالش‌های پیش‌رو تأکید می‌کند. از آنجاکه مساجد نقشی محوری در توسعه اجتماعی و معنوی جوامع اسلامی ایفا می‌کنند، یافته‌های این تحقیق می‌تواند مبنایی برای بهبود برنامه‌های آموزشی

و مدیریتی در این زمینه استفاده شود.

پیشنهاد می‌شود در تحقیقات آتی، جنبه‌های کمی این موضوع با بررسی تأثیر اقدامات ائمه جماعات بر شاخص‌های اجتماعی، فرهنگی و دینی جامعه به‌ویژه در نسل‌های جوان‌تر ارزیابی شود. همچنین مطالعه تطبیقی میان الگوهای مدیریت معنوی در مساجد کشورهای مختلف اسلامی می‌تواند به غنای پژوهش‌های مرتبط کمک کند.

کتاب‌نامه

۱. ابن‌شعبه حرانی، علی بن شعبه، تحف العقول، تحقیق: علی‌اکبر غفاری، قم: جامعه مدرسین، ۱۴۰۴ ق.
۲. تستری، قاضی نورالله، إحقاق الحق و إزهاق الباطل، [بی‌جا]: [بی‌نا]، [بی‌تا].
۳. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، غرر الحکم و درر الکلم، قم: دارالکتاب اسلامی، ۱۴۱۰ ق.
۴. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، قم: مؤسسه آل‌البیت، ۱۴۰۹ ق.
۵. خامنه‌ای، سیدعلی، طرح کلی اندیشه اسلامی در قرآن، قم: مؤسسه ایمان جهادی، ۱۳۹۷ ش.
۶. خمینی، روح‌الله، توضیح المسائل، تنظیم و گزینش: کمال‌الدین خُدّامی، قم: انتشارات شفق، ۱۳۸۳ ش.
۷. سیدرضی، نهج‌البلاغه، تصحیح: صبحی صالح، قم: نشر هجرت، ۱۴۱۴ ق.
۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین، المیزان فی تفسیر القرآن، تصحیح: محمدباقر بهبودی، تهران: دارالکتب الاسلامی، ۱۳۹۶ ش.
۹. طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان، [بی‌جا]: [بی‌نا]، [بی‌تا].
۱۰. قمی، شیخ عباس، سفینه البحار و مدینه الحکم و الآثار، قم: نشر أسوه، [بی‌تا].
۱۱. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، تهران: دارالکتب الاسلامیة، ۱۴۰۷ ق.
۱۲. متقی هندی، علاء‌الدین علی بن حسام، کنز العمال فی سنن الاقوال و الافعال، بیروت: دارالکتب العلمیه، ۱۴۰۹ ق.
۱۳. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری؛ در:



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

An Explanation of Propagation Methods in New Indian Religious Movements Based on the Principles of Indian Religions

Mohammad Mahdi Alimardi* & Seyyed Mohammad Rohani**

Abstract

Unlike Islam and Christianity, most Indian religions did not initially possess a universalist outlook; their primary audience consisted solely of the people of the Indian subcontinent. Consequently, for centuries, they made no effort to propagate or convey their message beyond the borders of this land. Nevertheless, three major Hindu mystical schools—Vedanta, Yoga, and Bhakti—along with Buddhism and Sikhism, eventually managed to transcend the geography of the subcontinent. By capitalizing on the decline of spirituality in the post-Renaissance Western world, they updated, adapted, and compartmentalized traditional teachings to suit contemporary spiritual needs. They emphasized aspects of their traditions that appealed to Westerners seeking spiritual peace and relief from the stresses and anxieties imposed by industrial and materialistic life. From the early 19th century to the present, they have succeeded in attracting millions of followers in these regions. The primary factors contributing to the success of Indian religions in propagating their beliefs—largely manifested through New Indian Religious Movements (NIRMs)—are as follows: a) Attraction through the gradual transformation of individuals via pluralistic teachings; b) Emphasis on appealing spiritual disciplines such as meditation and yogic physical exercises; c) Focus on attaining mental peace in daily life without necessitating the adoption of specific traditional faith foundations of Indian religions; d) And finally, the influence of charismatic figures who played a pivotal role in the expansion of these schools.

Keywords

Indian Religions, Propagation, New Indian Religious Movements (NIRMs), Pluralism, Peace of Mind, Charisma.

* Vice-Dean for Education and Research, Faculty of Mysticism, University of Religions and Denominations, alim@urd.ac.ir.

** Head of the Department of Religions and Mysticism, Faculty of Mysticism, University of Religions and Denominations, m.rohani@urd.ac.ir.

تبیین روش‌های تبلیغ در جنبش‌های نوپدید دینی هندی بر اساس مبانی ادیان هند

دکتر محمدمهدی علیمردی*

دکتر سیدمحمد روحانی**

چکیده

بیشتر ادیان هند برخلاف اسلام و مسیحیت، در آغاز پیدایش نگاهی جهان‌شمول نداشته‌اند و مخاطب اصلی تعالیشان، تنها مردمان شبه‌قاره هند بوده است؛ از این رو تا قرن‌ها برای تبلیغ و رساندن پیامشان به ورای مرزهای این سرزمین هیچ تلاشی نمی‌کردند. با این وجود، سه مکتب عرفانی مهم هندو شامل ودانتیه، یوگه و بهکتی و آیین‌های بودا و سیکه بعداً به تدریج توانستند با بهره‌برداری از کم‌رنگ‌شدن معنویت در جهان غرب پس از رنسانس، از طریق به‌روز کردن و تعدیل و تقطیع آموزه‌های سنتی خود مطابق نیازهای معنوی امروز و تأکید بر جذابیت‌های آیین خود برای غریبان تشنه آرامش معنوی و خسته از تنش‌های عصبی و اضطرابی که زندگی صنعتی و مادی بر آنها تحمیل کرده بود، پا را از جغرافیای شبه‌قاره هند فراتر نهادند و تقریباً از اوایل سده بیست تا کنون، توانستند در این سرزمین‌ها میلیون‌ها نفر را جذب کنند. به نظر می‌رسد مهم‌ترین عوامل موفقیت ادیان هند در تبلیغ باورهایشان به‌ویژه در غرب که البته بیشتر در قالب جنبش‌های نوین دینی هندی بوده است، عبارت‌اند از: الف) جذب از طریق دگرگونی تدریجی افراد به صورت آموزه‌های کثرت‌گرایانه؛ ب) تأکید بر روش‌های انضباط معنوی جذاب مانند مراقبه و تمرینات بدنی یوگه‌ای؛ ج) تأکید بر کسب آرامش فکری و ذهنی در زندگی روزمره بدون الزام آنان به پذیرش اصول و بنیان‌های ایمانی خاص سنتی ادیان هند؛ د) در نهایت تأثیر شخصیت‌های کاریزماتیک که نقش محوری در گسترش این مکاتب داشتند.

کلیدواژه‌گان: ادیان هند، تبلیغ، جنبش‌های نوین دینی هندی، کثرت‌گرایی، آرامش ذهن، کاریزما.

* معاونت آموزشی و پژوهشی دانشکده عرفان دانشگاه ادیان و مذاهب، alim@urd.ac.ir

** مدیر گروه ادیان و عرفان دانشکده عرفان، دانشگاه ادیان و مذاهب، m.rohani@urd.ac.ir

مقدمه

تمام ادیان و مذاهب مدعی هستند اصول اعتقادی و آموزه‌های آنها مطابق حقیقت و راستی است و باور و التزام عملی به آنها را باعث سعادت جاودانی پیروان خود می‌دانند؛ ولی درباره اینکه آیا گسترش و ترویج این باورها را تنها منحصر در قوم و ملت خود می‌دانند یا برای خود رسالتی جهان‌شمول قائل‌اند، معمولاً به دو گروه اصلی ادیان بسته و باز تقسیم می‌شوند. ادیان بسته یعنی آن ادیانی که پیروی از دین و آیین خود را منحصر در یک قوم، تبار یا نژاد خاص می‌دانند و نه تنها برای دین خود تبلیغ نمی‌کنند و تلاشی برای گسترش جهانی آموزه‌های دین خود ندارند، بلکه از ورود داوطلبانۀ دیگر اقوام به دین خود نیز ممانعت می‌ورزند؛ گرایش‌های ارتدوکس یهودی، کیش زرتشتی، آیین شینتو (Shinto) و صابئین مندایی از این جمله‌اند. در چنین ادیانی اصولاً تبلیغ دین میان ملل دیگر به منظور جهانی کردن آن دین یا جذب پیرو بیشتر بی‌معناست.^۱ البته همه ادیان یک تبلیغ درون‌دینی برای ارشاد پیروان خود دارند که در جای خود به آن باید پرداخت.

دسته دیگری از ادیان نگاهی باز به دین خود دارند و آن را منحصر در یک قوم، تبار یا ملت نمی‌دانند و از ورود دیگر اقوام به دین خود جلوگیری نمی‌کنند. این دسته از ادیان را نیز می‌توان به دو دسته تقسیم کرد: ادیان بازی که از آغاز پیدایش، دین خود را دارای پیام و رسالتی جهانی معرفی کرده‌اند و گسترش جهانی دین خود و دعوت از دیگران را وظیفه هر مؤمن به آن دین می‌دانند؛ حتی پیروان آن دین برای رسیدن به این هدف افزون بر تبلیغ و تبشیر کلامی، جنگ و درگیری نظامی را نیز در شرایطی مجاز می‌دانند. دو دین مسیحیت و اسلام را می‌توان از جمله این ادیان باز تبلیغی و تبشیری قلمداد کرد.

دسته دیگر از ادیان باز، با اینکه از پذیرش داوطلبان دیگر اقوام به دین خود استقبال می‌کنند، برخلاف دسته اول، رسالتشان را از ابتدا جهانی کردن دین خود نمی‌دانند؛ از این رو تنها آموزه‌های دین خود را برای دیگران بیان می‌کنند و هرگز دیگران را ترغیب به ترک دینشان و پیوستن به دین آنها نمی‌کنند. به نظر می‌رسد دو دین هندی بودا (Buddha) و سیکه (Sikh) از جمله این ادیان هستند. بر همین اساس با اینکه این دو دین از بستر ادیان و فرهنگ هند برخاسته‌اند، امروزه میلیون‌ها پیرو از اقوام و ملل مختلف، خارج از سرزمین مادری خود دارند.

اما آیین هندو (Hindu) را با توجه به وجود مذاهب و فرقه‌های مختلف، شاید نتوان به قطع در

یکی از دسته‌بندی‌های پیش‌گفته جای داد. چون با توجه به برخی از آموزه‌های خاص آن مانند پایبندی سخت‌آیین هندوی وده‌ای (Vedic Hinduism) یا سنتی به عضویت هر هندو از بدو تولد در یکی از گروه‌های نظام طبقاتی (وَرْنه Varṇa)^۲ یا تأکید بسیار زیاد آن بر محوریت سرزمین و فرهنگ هند، به نظر می‌رسد هویت یک هندو با قومیت و نژاد او گره خورده است.^۳ از طرفی گرایش‌های موسوم به بُهکتی (Bhakti) که چنین دسته‌بندی طبقاتی را نمی‌پذیرند و کمتر به آن پایبند هستند، به گونه‌ای پیام خود را ماورای قوم و ملتی خاص معرفی می‌کنند.

تقریباً از اواخر سده نوزدهم در هند و از اواسط سده بیستم در غرب، جنبش‌های اصطلاحی جدیدی با عنوان «جنبش‌های هندوی نوین» (Neo-Hindu Movements) به وجود آمد. این جنبش‌های اصلاح‌گرا، درصدد برآمدند با به‌روزرکردن تعالیم باستانی هندو مطابق نیازهای زمان، نوعی رنسانس هندی به وجود بیاورند (Clarke, ۲۰۰۶, p ۲۰۸). این دسته از جنبش‌های اصلاحی هندو بیشتر به تبلیغ و ترویج آموزه‌های گلچین‌شده از مکاتب فلسفی و عرفانی باستانی هند (دَرَسَنه Darśana)، با چاشنی علوم جدید و نیازهای معنوی جوامع عمدتاً غربی پرداختند و توانستند موفقیت نسبی نیز کسب کنند. البته این جنبش‌های نوین دینی بعدها از غرب به جوامع اسلامی نیز راه یافتند و در آنها نیز ترویج شده‌اند.

۱. جایگاه تبلیغ در ادیان هند

۱-۱. قومی یا جهانی بودن ادیان هند

برخلاف دو دین بزرگ تبشیری و تبلیغی مسیحیت و اسلام که از آغاز ظهورشان داعیه فراقومی و جهانی بودن داشته‌اند و تمام انسان‌ها را به دین خود دعوت کردند و راه نجات و سعادت جاودانی را تنها پیروی از تعالیم خود می‌دانند،^۴ به نظر نمی‌رسد ادیان هند از آغاز چنین نگاه جهان‌شمولی داشته باشند. بنابراین مخاطب اصلی تعالیشان قوم و ملت خودشان است و هیچ تلاشی برای رساندن پیامشان به ورای مرزهای شبه‌قاره هند نداشته‌اند. البته با مطالعه تاریخ آیین بودا به نظر می‌رسد پس از چند سده از دوران حیات بودا، مهاجرت دو دسته از بوداییان از هند که در آن گروهی از بوداییان به سمت شمال هند، یعنی تبت و چین و گروهی دیگر به سمت جنوب هند، یعنی سری‌لانکا و کشورهای جنوب شرق آسیا رفتند، به نوعی تلاش برای گسترش فرامزی

تعالیم این آیین به‌شمار می‌آید؛ با این حال، به نظر می‌رسد هرچند بودا برخلاف آیین سنتی هندو، دین‌داری را مختص به طبقات خاصی از جامعه نمی‌دانست، در تعالیم اولیه بودا هیچ اشاره‌ای به لزوم تبلیغ و گسترش جهانی تعالیم وی مشاهده نمی‌شود.

به‌هر حال سه دین هندی هندو، بودا و سیکه هرچند در آغاز رسالت جهانی برای خود قائل نبوده‌اند، به‌تدریج توانستند با بهره‌برداری از خلأ معنویت در جهان غرب و به‌روزکردن آموزه‌های سنتی خود مطابق نیازهای معنوی بشر امروز و جذاب جلوه‌دادن آن در مقابل نگاه دینی و سنتی مسیحیت و اسلام، پا را از جغرافیای شبه‌قاره هند فراتر نهادند و در دیگر سرزمین‌ها، حتی در قاره‌های دیگر نیز پیروانی پیدا کرده‌اند. البته این مطلب به این معنا نیست که پیش از پیدایش جنبش‌های نوین دینی هندی، این ادیان به‌هیچ‌وجه نتوانسته بودند در خارج از شبه‌قاره هند گسترش بیابند، بلکه شواهد تاریخی از آثار به‌جای مانده از حضور و نفوذ فرهنگی و دینی ادیان هند در سرزمین‌های مختلف نشان می‌دهد که در برهه‌هایی این دسته از ادیان نیز در سرزمین‌های دیگر توانستند گسترش محدودی بیابند.^۵ پس یکی از آثار مهم در انتقال فرهنگ و گسترش دین، مهاجرت به منطقه‌ای دیگر است. این مهم در ادامه بیشتر تبیین خواهد شد.

۱-۱-۱. گسترش آیین هندو

آیین هندو هرچند در بدو پیدایش نتوانست همانند دو دین بزرگ اسلام و مسیحیت به‌سرعت رشد و توسعه جغرافیایی یابد و تبدیل به دینی جهانی گردد، به شکل محدودتری توانست به‌تدریج ماورای سرزمین هند، در مناطقی از جنوب و جنوب شرق آسیا توسعه یابد. صرف‌نظر از کشورهای حوزه فرهنگی و جغرافیایی شبه‌قاره هند مانند پاکستان، بنگلادش، نپال و سری‌لانکا که جمعیت نسبتاً زیادی از چندصدهزار تا چند میلیون نفر از هندوها حضور دارند، از جمله کشورهایی که قرن‌هاست تحت تأثیر فرهنگ و باورهای هندو بوده‌اند، می‌توان از تایلند، کامبوج، اندونزی و مالزی نام برد. در این کشورها از قرن‌های دور، پیش از آنکه اسلام و آیین بودا در این مناطق رواج یابد، باور به آموزه‌های هندو و پرستش خدایان آن در میان بومیان این مناطق رشد و گسترش چشمگیری یافت و تأثیر و نفوذ فرهنگی زیادی بر آنان گذاشت. برخی از این آموزه‌ها چنان در فرهنگ دینی این مردم اثر گذاشته است که حتی پس از گرایش به اسلام هنوز باقی مانده است؛ برای مثال کشور اندونزی هرچند امروزه با اکثریت جمعیت مسلمان، کشوری

اسلامی مطرح است، بزرگ‌ترین جمعیت هندوهای غیرهندی جهان را در خود جای داده است؛ به گونه‌ای که سومین کشور بزرگ هندو پس از کشورهای هند و نپال به شمار می‌آید. امروزه بیشتر جمعیت هندوهای اندونزی در جزایر بالی، جاوه، سوماترا، لُمبک، کالیمنتن و سولوسی سکونت دارند (Kumar, ۲۰۱۴, p ۸). تأثیر فرهنگ و اساطیر هندو بر کشور اندونزی چنان عمیق است که نشان ملی این کشور به نام گروده (Garuda) برگرفته از پرنده اسطوره‌ای هندو و مرکب خدای ویشنو است که پس از استقلال اندونزی در سال ۱۹۵۱ میلادی نشان ملی این کشور انتخاب شد (Kahin, ۲۰۱۵, p ۱۶۵).

از دیگر کشورهای جنوب شرق آسیا که بسیار تحت تأثیر آیین هندو بوده است، می‌توان از تایلند و کامبوج نام برد. بر اساس یک نظریه، سیام که نام قدیم تایلند بوده است نیز برگرفته از واژه سَسْکَریت شِیام به معنای تیره‌پوست، یکی از نام‌های خدای کُرشنه^۶ (Kṛṣṇa) در هندو است. این نام بر سنگ‌نگاره‌ای مربوط به سده دوازدهم میلادی در معبد خَمِر^۷ (Khmer)، انگکروات^۸ (Angkor Wat) در کامبوج نیز به همین معنا درج شده است (Kumar, ۲۰۱۴, p ۶۵).

در حقیقت فرهنگ هندو در تایلند در سده اول میلادی از سوی حاکمان هندی‌تباری مانند مُن (Mon)، خَمِر (Khmer) و مَلّی (Malay) رواج یافت و از آن زمان هرچند اهالی تایلند به طور رسمی بودایی هستند، بسیاری از آیین‌های براهمنی مانند استفاده از ریسمان مقدس برای برکت یا تطهیر با آبریختن از صدف را انجام می‌دهند و در معابد خود از تندیس‌های خدایان هندو مانند گِشِه (Ganeśa)، برهما (Brahmā)، ویشنو (Viṣṇu)، ایندره (Indra) و شیوه (Śiva) استفاده می‌کنند. نماد سلطنتی تایلند نیز گروده پرنده اسطوره‌ای هندو و مرکب خدای ویشنو است (Kumar, ۲۰۱۴, p ۶۵).

کامبوج یکی دیگر از کشورهای جنوب شرق آسیاست که در آن از حدود سده اول میلادی تا سده چهاردهم میلادی، آیین هندو در کنار آیین بودا در حال رشد و گسترش بوده است. پیش از دوران انگکر (Angkor)، فرقه هری‌هره^۹ (Harihara) خدای شیوه و ویشنو را در جایگاه یک خدا می‌پرستیدند و در دوران انگکر پرستش خدای شیوه از سوی خاندان سلطنتی کامبوج رواج پیدا کرد؛ اما پس از سده دوازدهم میلادی پرستش خدای ویشنو جانشین آن شد. امروزه نیز برخی از عناصر هندو نظیر مناسک تولد، ازدواج و مرگ در میان کامبوجی‌ها به روش و سنت هندو رواج

دارد (Ray & Bloom & Robinson, ۲۰۱۰, p ۵).

با وجود موفقیت آیین هندو در رشد و گسترش در کشورهای جنوب شرق آسیا، این آیین باستانی تا قرن‌ها نتوانست به‌مثابه دینی جهان‌شمول مطرح شود. به نظر می‌رسد آغاز دوران رشد و گسترش جهانی آیین هندو با استعمار این سرزمین از سوی غربی‌ها به‌ویژه بریتانیایی‌ها و مهاجرت گاه اجباری هندوها به دیگر مستعمرات آنان آغاز شد. بر اثر این مهاجرت‌ها، جوامعی از اقلیت‌های هندو در این سرزمین‌ها تشکیل می‌شد که با توجه به پیوند این آیین با انواع مناسک و جشنواره‌های رنگارنگ و متنوع، توانست به نوعی در تبلیغ فرهنگ خود نیز موفقیت‌های بسیاری کسب کند. از جمله جوامع مهم هندو که بدین ترتیب شکل گرفتند، عبارت‌اند از: هندوهای جزایر موریس، گویانا، فیجی، ترینیداد، آفریقای جنوبی و آفریقای شرقی.

نقطه اوج گسترش آموزه‌های هندو در جوامع مختلف به‌ویژه جهان غرب، سفر دانشمند و مبلغ شهیر مکتب ودانته، سوامی ویوکاننده (Swāmī Vivekānanda) (۱۹۰۲-۱۸۶۳م) به آمریکا و شرکت در پارلمان جهانی ادیان (Parliament of the World's Religions) در سال ۱۸۹۳ میلادی بود. او پس از آن مراکزی با عنوان «جامعه ودانته» (Vedanta Society) برای تبلیغ و آشناکردن غربی‌ها با آموزه‌های عرفانی هندو تأسیس کرد؛ بدین ترتیب نخستین بار آیین هندو در خارج شبه‌قاره گسترش چشمگیری یافت. پس از این زمینه‌سازی و از حدود سده بیستم میلادی، جنبش‌های نوین دینی هندی در جوامع عمدتاً غربی توانستند پیروان بسیاری جلب کنند. در این سده به تدریج با ایجاد تفسیری جدید و روزآمد از آیین باستانی هندو و ادغام مکاتب مختلف عرفانی این آیین، آموزه‌های هندو در قالب جنبش‌های نوین دینی هندو (Hindu New Religious Movements) به آیینی جهانی تبدیل شد و در آن سوی مرزهای هند به‌ویژه در غرب طرفداران و پیروان بسیاری یافت؛ برای مثال در ایالات متحده آمریکا حدود یک میلیون هندو زندگی می‌کنند و ۶۸۰ معبد در سراسر آمریکا دارند (Gordon Melton & Baumann, ۲۰۱۰, p ۱۳۲۲) و (E. Safra, Robinson, ۲۰۰۴, p ۹).

پس باید بسیار به این نوع شیوه گسترش ادیان دقت شود؛ یعنی نفوذ اندیشمندان و ایجاد مرکز مناسب در راستای آن اندیشه، قدرت تأثیر و تبلیغ را افزایش می‌دهد؛ به‌ویژه که امروزه برخی کشورها به عنوان فرهنگ و ارتباطات در کشور میزبان خیمه می‌زنند، این قدرت را فراهم می‌کنند.

به طور کلی سه مکتب عرفانی مهم آیین هندو که توانستند به مرور در سرزمین‌های دیگر به ویژه کشورهای غربی به تبلیغ آموزه‌های خود پردازند و موفقیت چشمگیری کسب کنند، مکاتب یوگا^۱ (Yoga)، بهکتی^{۱۱} و ادویته و دانته^{۱۲} (Advaita Vedānta) بودند. البته این مکاتب هرچند در بسیاری از مبانی و اصول خدانشناسی، هستی‌شناسی و نجات‌شناسی با یکدیگر کاملاً مغایر هستند، بیشتر به گونه‌ای ترکیبی یا گلچین شده و در قالب جنبش‌های نوین دینی ترویج شده‌اند. مهم‌ترین جنبش‌های نوین دینی که از ترکیب این سه مکتب عرفانی هندو به وجود آمدند، عبارت‌اند از:

الف) جنبش سَئیَه سَئی بابا Sathya (Satya) Sai Baba Movement

ب) انجمن بین‌المللی آگاهی کُزیشنه (هَره کُزیشنه) (Hare Krishna) (ISKCON) The International

Society for Krishna Consciousness

ج) جنبش رامه کُزیشنه Ramakrishna Mission (RKM)

د) انجمن خودشناسی Self-Realization Fellowship (SRF)

ه) مراقبه متعالی Transcendental Meditation (TM)

و) اکنکار Eckankar و ...

شاید بتوان گفت مرکزیت به یک اندیشه خاص به همراه ایجاد یک سازمان، عامل اصلی به وجود آمدن جنبش‌های متعدد باشد؛ البته با وجود تبلیغ و انتشار آن اندیشه خاص، امکان کم‌رنگ شدن اصل دین نیز وجود دارد.

۲-۱-۱. گسترش آیین بودا

می‌توان گفت پیروان آموزه‌های مصلح و زاهد هندی به نام سیددهارته گوتمه (Siddhārtha Gautama) که با لقب بودا (Buddha) به معنای به‌روشنایی رسیده یا خردمند شناخته می‌شود، نخستین گروه از هندیان بودند که به گسترده‌گی برای تبلیغ و ترویج تعالیم و موعظه‌های مرشد معنوی خود فارغ از سرزمین، نژاد، طبقه اجتماعی یا جنسیت به سراسر هند و سپس به شمال و جنوب آسیا سفر کردند. بنابراین آیین بودا نخستین دین هندی است که از سفرهای تبلیغی برای ترویج فرامرزی خود بهره برده است؛ از این رو نباید تأثیر سفر در تبلیغ دین را از نظر دور داشت.

یکی از مهم‌ترین دوران تاریخ رشد و گسترش آیین بودا پس از حیات بنیان‌گذار این آیین،

دوران امپراتوری مگده (Magadha) در هند به‌ویژه دوره سلطنت یکی از مقتدرترین و بزرگ‌ترین امپراتوران آن به نام اشکه (Aśoka) (۲۳۹-۲۶۸ ق.م) بوده است. امپراتوری مگده در دوران حکومت اشکه توانسته بود به استثنای جنوب، سراسر شبه‌قاره هند را به تصرف خود درآورد و تا دوران آغاز استعمار بریتانیا، بزرگ‌ترین حکومت سراسر هند را تشکیل داده بود. با توجه به اینکه اشکه، قواعد اخلاق اجتماعی بودایی را در حکومت خود پذیرفته بود، در دوران او آموزه‌های بودایی رشد و گسترش چشمگیری در سراسر شبه‌قاره هند و حتی فراتر از آن یافت و پس از آن بود که آیین بودا به آیین جهانی تبدیل شد (Harvey, ۲۰۱۳, p ۱۰).

رشد و گسترش آیین بودا به‌ویژه پس از پیدایش دو مذهب اصلی مهاییانه (Mahāyāna) و تهرواده (Theravāda) (هینه‌یانه Hinayāna) با سرعت بیشتر در خارج از شبه‌قاره هند ادامه یافت. مکتب مهاییانه از حدود ۲۰۰ ق.م نخست در شمال هند و کشمیر و سپس در شرق در آسیای مرکزی، شرق آسیا و بخش‌هایی از جنوب آسیا رشد و گسترش یافت (Irons, ۲۰۰۸, p ۳۲۳). نخستین مروج تعالیم بودا در چین، شاهزاده‌ای اهل جنوب هند ملقب به بُدهیدهرمه (Bodhidharma) بوده است که در حدود سده پنجم میلادی به جنوب چین آمد (Sharma, ۲۰۱۷, p ۱۴۰۵). مذهب مهاییانه پس از ورود به چین و آمیخته‌شدن با برخی آموزه‌های آیین باستانی چینی دائو (تائو)، با نام جدید چن (Chan) حدود سده ششم میلادی از طریق کره وارد ژاپن شد و به تدریج سه مکتب اصلی ذن (Zen)، تن‌دایی (Tendai) و فرقه جودو بوکیو (Jodo Bukkyo) پاک‌بوم (سرزمین پاک) را در ژاپن به وجود آورد (Sharma, ۲۰۱۷, p ۱۴۰۵).

یکی دیگر از فرقه‌های مذهب مهاییانه که توانست در خارج هند رشد و گسترش چشمگیری داشته باشد، وجره‌یانه (Vajrayāna) نام دارد. این فرقه که نوعی از گرایش مناسک‌گرایانه و رازورزانه بودایی است، در حدود سده هشتم میلادی در هند شکل گرفت و مهم‌ترین شاخه آن امروزه در فلات تبت (Tibet) رواج دارد. البته این فرقه بودایی افزون بر تبت، در مناطق کوه‌پایه‌ای رشته کوه هیمالیه که بخش‌هایی از شمال هند و نپال را دربر می‌گیرد، شامل ایالت سیگیم (Sikkim) و استان لداخ (Ladakh) در هند و پادشاهی بوتان (Bhutan) و نیز در مغولستان رواج دارد (Samuel, ۲۰۱۲, p ۷). نخستین استاد بودایی که آیین بودا را به دعوت حاکم تبت به این کشور معرفی کرد، پدّمه‌سُمبُهوه (Padmasambhava) بود. او پس از ورود به تبت، انجمن‌های بودایی متعددی تشکیل

داد و متون مقدس بودایی را که از هند با خود آورده بود، به زبان تبتی ترجمه کرد. او مجبور شد برخی عناصر آیین محلی تبت به نام آیین بُن (Bon) را وارد تعالیم بودایی کند تا از طرف شمن‌های موجود در دربار شاه تبت در امان باشد (Sharma, ۲۰۱۷, p ۱۳۰۵-۱۳۹۹). پس می‌توان گفت از جمله عوامل مهم در تاثیر تبلیغ گرایش امپراطوری، رفتار اخلاقی استاد یا روحانی و مهم‌تر از همه تفهیم مفاهیم دینی از طریق ترجمه است؛ البته سازگاری دادن مؤلفه‌های فرهنگی منطقه با دین نیز تأثیر زیادی در بومی‌سازی مفاهیم دین دارد.

در مقابل مذهب مهاییانه، مذهب تهرَواده با جمعیتی حدود صد میلیون پیرو، یکی دیگر از مذاهب اصلی آیین بودا به شمار می‌رود که بیشتر در کشورهای جنوب آسیا، مانند سری‌لانکا، کامبوج، لائوس، تایلند و برمه رواج دارد؛ از این رو به نام آیین بودای جنوبی (Southern Buddhism) شهرت یافته است. پیدایش این مذهب بودایی به نخستین جدایی در پیکره جماعت پیروان اولیه بودا باز می‌گردد که در آن گروهی از نخستین پیروان بودا که مدعی بودند سنت واقعی بودا را حفظ می‌کنند، ظهور کردند (Sharma, ۲۰۱۷, p ۱۲۰۵).

اولین آشنایی غربی‌ها با آیین بودا به اواسط سده نوزدهم بازمی‌گردد. در این دوره تاریخی با مهاجرت گسترده چینی‌ها و ژاپنی‌ها به آمریکا و دیگر کشورهای غربی آنان آیین‌ها و باورهای خود، از جمله آیین بودای مهاییانه را به این سرزمین‌ها آوردند. البته پس از آنها مهاجران بودایی از جنوب آسیا نیز به غرب آمدند و غربی‌ها را با مذهب تهرَواده آشنا کردند. با این حال گسترده‌ترین گرایش غربی‌ها به آیین بودا را در دهه شصت و هفتاد میلادی میان طبقه روشنفکر و جوانان شاهد هستیم که به دنبال یافتن شکل جدیدی از تجربه دینی به این آیین گرایش یافتند. می‌توان مدعی شد که یکی از عوامل مهم این گرایش گسترده به آموزه‌های بودا در غرب در این دوره، بسیار متأثر از فعالیت‌های تبلیغی دو شخصیت بودایی ژاپنی و تبتی یعنی د. ت. سوزوکی (D. T. Suzuki) (۱۹۶۶-۱۸۵۰) و تِنزین گیاتسو (Tenzin Gyātsō) مقلب به دالایی لاما (Dālai Lāmā) (۱۹۳۵-...) است (E. Safra, ۲۰۰۶, p ۱۶۵; Sutra Translation Committee, ۱۹۹۸, p ۵۰۶ & ۸۵). پس توجه به خود شخصیتی که دین یا فرهنگ را تبلیغ می‌کند، مهم است که چه کسی و با چه توان علمی و اخلاقی و دارای چه مهارتی باشد.

۳-۱-۱. گسترش آیین سیگه

آیین سیگه که از سوی عارفی هندوتبار به نام گورو نانک (Guru Nānak) در حدود سده پانزدهم میلادی شکل گرفت، برخلاف آیین هندوی سنتی، از آغاز با نگاهی فراقومی و فرانژادی به وجود آمد. چهار سفر تبلیغی گورو نانک به مناطق شمالی و جنوبی هند و نیز به دیگر سرزمین‌ها، مانند مناطق بودایی‌نشینین همچون تبت، نپال و بوتان در شمال و شرق هند و کشورهای اسلامی مانند عربستان، عراق و ایران در غرب هند این مطلب را تأیید می‌کند (Singh, ۱۹۸۰, p ۴). البته هدف از این سفرهای تبلیغی، دعوت دیگران به دینی جدید و نفی ادیان موجود نبود؛ به همین دلیل گورو نانک هرگز کسی را به دست برداشتن از دین خود دعوت نمی‌کرد و بیشتر بر بازگشت به تعالیم عرفانی و اخلاقی به مثابه گوهر مشترک ادیان و دوری از تعصبات و خرافات تأکید می‌کرد. او برای تأثیرگذاری هرچه بیشتر تعالیمش بر مخاطب، بیشتر به جای نصیحت مستقیم، پرسش‌هایی عملی را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کرد تا مخاطب به تفکر در سخنانش وادار شود (Singh, ۱۹۹۹, p ۱۱).

البته با وجود این سفرهای تبلیغی، گورو نانک در آغاز نتوانست در پهنه جغرافیایی زیادی پیروانی داشته باشد و بیشتر پیروانش که بعدها به نام سیگه شناخته شدند، فقط از اهالی سرزمین پنجاب در شمال غربی شبه‌قاره هند بودند؛ ولی این امر باعث نشد آنان قومی محدود در پنجاب باقی بمانند و با مهاجرت به مناطق مختلف هند و دیگر کشورها موفق شدند در جهان گسترش یابند؛ برای مثال از جمعیت تقریبی بیست میلیون نفری سیگه‌ها، حدود شش میلیون نفر از آنان در سایر ایالت‌های هند ساکن هستند و حدود دو میلیون نیز در کشورهای دیگر مانند انگلستان، ایالات متحده، کانادا، آفریقای شرقی و جنوبی، سنگاپور، مالزی، تایلند، استرالیا، نیوزلند و آلمان سکونت دارند (Singh, ۲۰۰۹, p ۱۳).

نخستین مهاجرت قابل توجه سیگه‌ها به خارج از منطقه پنجاب در دوران حکومت انگلیس به وقوع پیوست. بعد از سال ۱۸۴۹ میلادی و زمانی که حکومت سیگه‌ها با لشکرکشی ارتش انگلیس به پنجاب نابود شد، سیگه‌ها وارد ارتش انگلیس شدند. این سربازان به تدریج تا انتهای آن قرن به مناطق مختلفی از مستعمره‌های انگلیس و دیگر مناطق جنوب شرقی آسیا و اقیانوسیه اعزام شدند. این سربازان سیگه پس از اتمام خدمت در ارتش به عنوان پلیس، نگهبان و محافظ

در همان مناطق می ماندند و پس از مدتی خانواده خود را نیز به آنجا می آوردند. بدین ترتیب دیری نگذشت که سیگه‌ها به بیشتر نقاط جهان مهاجرت کردند (Owen Cole & Morgan, ۲۰۰۰, p). (281).

حضور گسترده و پراکندگی جمعیتی سیگه‌ها در جهان باعث شد زمینه تبلیغ آموزه‌های این آیین نیز فراهم آید و به تدریج پیروانی از بومیان سرزمین‌های دیگر حتی در اروپا و آمریکا بیابند. گرایش غربی‌ها به آیین سیگه به‌ویژه از حدود دهه هفتاد سده بیستم میلادی با پیوستن تعداد کثیری از غربی‌ها به این آیین آغاز شد. این افراد توسط مُرشد و عارف مشهور سیگه هَرَبُهَجَن سیگه پوری (Harbhajan Singh Puri) ملقب به یُگی بُهَجَن (Yogī Bhajan) (۲۰۰۴ - ۱۹۲۹) به این آیین گرویدند. نخستین بار او در ۳۹ سالگی به آمریکا مهاجرت کرد و با توجه به رواج و محبوبیت تمرینات روحانی جسمانی یُگه در آن سرزمین، سال ۱۹۶۸ کلاس‌هایی برای آموزش و تمرین یکی از آموزه‌های مشهور مکتب تَنتره^{۱۳} (Tantra) به نام کوندلینی یُگه^{۱۴} (Kundalini Yoga) برپا کرد. او در سال‌های اولیه کارش اقدام مستقیمی برای تبلیغ آیین سیگه نکرد و تنها گاهی ضمن آموزش کوندلینی یُگه به معرفی این آیین می پرداخت تا اینکه پس از چند سال شاگردان نزدیکش علاقه خود را به پیوستن به آیین سیگه اظهار کردند.

هَرَبُهَجَن سیگه با زیرکی خاصی بین آموزه انرژی در حال تعالی که در این مکتب یُگه‌ای، «کوندلینی» نامیده می‌شود و آموزه مشابه آن در آیین سیگه به نام چَرهدی کلا (Chāḥadī Kalā) به معنای روح در حال تعالی، ارتباط برقرار کرد و ضمن آموزش کوندلینی، به شرح این آموزه سیگه پرداخت. پس از آن به جای استفاده از ادکار (مَنتره Mantra) سنتی مکتب کوندلینی که ریشه در آیین هندو دارد، از مَنتره‌های سیگه مانند «اک اوَنکار سَت نام سیری واهه گورو» (Ek Ong Kār Sat Nām Siri Wāhe Gurū) به معنای «یگانه است خدایی که نامش حق است، واهه گورو» هنگام مراقبه استفاده کرد و شاگردانش نیز از این مَنتره استفاده می‌کردند. پس از آن هَرَبُهَجَن سلنکُگه برای تفکیک هرچه بیشتر یُگه سیگه از هندو، به شاگردانش آموخت که در یُگه سیگه برخلاف هندو، تجرد و ریاضت وجود ندارد و فرد یُگی می‌تواند زندگی خانوادگی نیز داشته باشد. بدین ترتیب هَرَبُهَجَن سیگه به تدریج نسخه جدیدی از کوندلینی یُگه مطابق آموزه‌های سیگه به غربی‌ها معرفی کرد و در پوشش جذابیت مکتب یُگه، آیین سیگه را ترویج داد.

پس از مدتی هرُبهجن سیکه توانست شاگردان زیادی به خود جذب کند و پس از آن مؤسسه‌ای به نام 3HO (Healthy, Happy, Holy, Organization) تأسیس کرد و توانست در سال ۱۹۶۹ در ۳۵ کشور نزدیک به ۳۰۰ نمایندگی تأسیس کند. در سال ۱۹۹۴ نیز این سازمان به عنوان یک سازمان غیردولتی (NGO) مدافع حقوق بشر و برابری حق زنان مورد تأیید سازمان ملل قرار گرفت. پس از آن بود که هرُبهجن سیکه توانست در جایگاه یک رهبر معنوی در غرب شناخته شود و هزاران تن از آنان را به آیین سیکه وارد کند.

این عده از سیکه‌ها که به گره سیکه (Gorā Sikh) به معنای سیکه‌های سفیدپوست مشهورند،^{۱۵} آمریکایی‌هایی از شاگردان و مریدان او بودند و بعدها تحت تأثیر شیوه زندگی و آموزه‌های اخلاقی و معنوی وی به این آیین گرایش پیدا کردند و به طور رسمی در سال ۱۹۶۹ نخستین سیکه‌های غربی با مراسم تعمید ویژه خالصا (امريت سَنسُکَار Amṛt Saṁsakār) به عضویت جامعه سیکه درآمدند. امروزه پس از گذشت چند دهه، چندین نسل از گره سیکه‌ها در خانواده‌های سیکه خالصا متولد شده‌اند و باورشان به این آیین را نه با تغییر دین، بلکه همانند بسیاری از سیکه‌های پنجابی موسوم به جت (Jatt)، به وراثت کسب کرده‌اند. این دسته از سیکه‌های غربی همانند دیگر پیروان مؤمن این آیین تعمید یافته‌اند و به اصول اعتقادی و عملی آن از جمله بستن دستار بسیار مقید هستند (Kaur Takhar, ۲۰۰۵, p ۱۵۸ & ۱۶۴; Dusenbery, ۲۰۰۸, p ۴).

۲. روش‌های تبلیغ دین در ادیان و جنبش‌های نوین هند

۲-۱. جذب از طریق انحلال تدریجی با تأکید بر اصل کثرت‌گرایی

یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های بنیادین دیدگاه ادیان هند با ادیان تبلیغی و تبشیری، نگاه کثرت‌گرایانه خاص ادیان هند در مقابل دیدگاه عمدتاً انحصارگرایانه ادیان تبلیغی و تبشیری است. به عبارت دیگر، ادیان هند برخلاف این دسته از ادیان، قائل به تقابل حق و باطل میان ادیان و مذاهب نیستند و دیگر ادیان و مذاهب را منحرف و باطل نمی‌دانند، بلکه هر دین، مذهب یا مکتب هندی دیدگاه و تبیین خود را جامع‌تر، دقیق‌تر و نزدیک‌تر به حقیقت غایی می‌داند و باورهای دیگران را نیز تبیین‌های گوناگون و دورتر از همان حقیقت یگانه قلمداد می‌کند. این دیدگاه کثرت‌گرایانه ادیان هند بر مبنای یکی از آموزه‌های باستانی هندی است که در

آن همه ادیان و مذاهب و فرقه‌ها راه‌هایی مختلف به سوی حقیقتی واحد هستند و تنها حقیقت را با رویکردهای مختلف مطابق تجلی‌های مختلف حقیقت یکسان، بیان می‌کنند.

این دیدگاه در متون باستانی هندو مانند زیگ وده (۴۶، ۱۶۴، ۱) چنین بیان شده است:

ekM saiWp`a bahuQaa vadin%a
ekaM sadviprā bahudhā vadanti

«حقیقت واحد است، ولی حکیمان آن را با نام‌های متفاوت بیان کرده‌اند» (Swami)

(Achuthananda, ۲۰۱۳, p ۹۷).

در بهگودگی تا (Bhagavadgīta) (۴:۱۱) نیز این آموزه چنین مطرح شده است:

yao yaqaa maaM p`pdyanto taMstqaOva Bajaamyahma\
mama va%maa-nauvat-nt manauYyaa: paqa- sava-Sa:
ye yathā māM prapadyante tāMs tathaiva bhajāmyaham
mama vartmānuvartante manuṣyāḥ pārtha sarvaśaḥ

«... همه به صورتی راه مرا دنبال می‌کنند و آنان را به نسبتی که به من تسلیم شوند پاداش

می‌دهم» (ودانتا سوامی پرابوپاد، ۱۳۷۷ش، ص ۲۱۹).

در آیین سیگه نیز وحدت متعالی انسانی بر مبنای حقیقت واحد و طرق مختلف بسیار مورد تأکید گورها (Guru) و پیشوایان آن بوده است. در این آیین تأکید می‌شود که اختلافات ادیان به‌ویژه اسلام و هندو، در بیشتر موارد از فهم اشتباه آنان است؛ چنان‌که در سروده‌ای از بهگت کبیر (Bhagat Kabir) از پیشوایان مکتب نیرگونه بهگتی (Nirguṇa Bhakti) در کتاب مقدس سیگه گورو گرتنه صاحب (Guru Granth Sāhib) چنین آمده است:

byd kqyb khhu mq JUTy JUTw jo n ibcwrY]
bed kateb kahho mat jhuṭhe jhuṭhā jau n bicārei

«هرگز نگویید وده‌ها (متون مقدس هندو) و قرآن دروغ هستند. آنانی که این متون را درست

نمی‌فهمند، دروغ می‌گویند» (S.G.G.S, Bhagat Kabirji, p ۱۳۵).

این دیدگاه کثرت‌گرایانه در آیین جینه نیز تحت عنوان نظریه عدم مطلق‌باوری یا انکانتواده (Anekāntavāda) و نسبیت یا سیادواده (Syādavāda) مطرح شده است و یکی از مهم‌ترین مصادیق دانش درست به شمار می‌رود. بر اساس این نظریه، با توجه به محدودیت‌های دانش انسان، نباید افرادی که به درجه دانش مطلق دست نیافته‌اند، نظریات مطلق و قطعی ارائه دهند (Shah, ۱۹۹۸, p ۲ and Pruthi, ۲۰۰۴, p ۲۸ /) و یکدیگر را با پیش‌داوری و غرض‌ورزی به گمراهی و نادانی متهم کنند. چون بر اساس این نظریه، در همه دیدگاه‌ها و باورها به‌ویژه در مکاتب فلسفی و ادیان

مختلف، مقداری از حقیقت و راستی وجود دارد^{۱۶} (Sharma, ۲۰۰۴, p ۲).

این روش جذب و حل کردن تدریجی پیروان دیگر ادیان، در آموزه‌های جنبش‌های نوین دینی هندی مانند جنبش سَتهیه سَای بابا (Sathya Sai Baba)، رامه‌کُزیشنه (Ramakrishna Mission) و جنبش انجمن خودشناسی (Self-Realization Fellowship) نیز مشاهده می‌شود. بر اساس آموزه‌های سَتهیه سَای بابا، افرادی که پیرو او می‌شوند لازم نیست که دین سابق خود را رها کنند؛ چون معتقد است ادیان مختلف راه‌های مختلفی به یک حقیقت یگانه است و مکتب سَای بابا عصاره همه ادیان است. به دلیل این دیدگاه کثرت‌گرایانه، در نشان رسمی این جنبش از نماد پنج دین مهم جهان یعنی هندو، مسیحیت، بودا، اسلام و زرتشت که روی یک ستون ترسیم شده، استفاده می‌شود (Mason & Laing, ۱۹۸۲, p ۲۱۶).

سوامی ویوکاننده (Swāmī Vivekānanda) (۱۸۶۳-۱۹۰۲ م) برجسته‌ترین شاگرد رامه‌کُزیشنه نیز در کتاب بنیادهای آیین هندو (Essentials of Hinduism) می‌گوید: «برای هندو حرکت از اشتباه و خطا به سوی درستی و راستی نیست، بلکه سیر از مراتب پایین حقیقت به مراتب بالاتر آن است. برای هندو همه ادیان، از انواع پایین فیتیش‌گرا^{۱۷} (Fetichism) تا کامل‌ترین آنها، تنها تلاش‌های مختلف انسان برای دست‌یافتن به حقیقت غائی تلقی می‌شوند» (Swami Vivekananda, ۱۹۴۷, p ۴).
پر ماهنسه یگاننده (Paramāhansa Yogānanda) بنیان‌گذار جنبش انجمن خودشناسی نیز با توجه به اینکه اوج فعالیت و شهرتش در غرب و جوامع عمدتاً مسیحی بود، کوشید یکسان‌بودن بنیادهای اصلی آموزه‌های باستانی هندو به‌ویژه یگه تعلیم داده‌شده در بهگودگی تا را با باورها و آموزه‌های مسیحی اثبات کند و معنویت هندی را در قالبی قابل فهم برای مخاطب غربی مسیحی درآورد (Gallagher, ۲۰۰۴, p ۱۰۶).

یکی از مهم‌ترین آموزه‌های یگاننده، یکسان‌دانستن معجزات عیسی مسیح، با اعمال خارق‌العاده سیدھی^{۱۸} (Siddhi) یگی‌های هندو است که پس از سال‌ها ریاضت و مراقبه تحت تعلیم استاد (گورو) بدان دست می‌یابند. بر اساس آموزه‌های مکتب یگه، یگی کسی است که روحش با روح کیهانی متصل شده باشد و به خدا واصل شود. یگی در خدا و خدا در اوست و کسی که به چنین مقامی نایل گردد، قدرت‌های روحانی به نام سیدھی در او ظاهر می‌شود. به باور یگاننده، عیسی مسیح یک یگی خودشناخته بود که همچون دیگر یگی‌ها از طریق یگه قادر

به انجام معجزاتی مانند راهرفتن روی آب و شناور ماندن یا زنده کردن بعد مردگان می‌گردد که در سیدھی‌ها با نام‌های وایو سیدھی (Vayu Siddhi) و ای‌شیتو (Īśitva) شناخته می‌شود (Kenyon, ۲۰۱۶, p. 136).

همچنین یگانده همواره عیسی مسیح و کُزیشنه را دو تجسد عشق الاهی در غرب و شرق می‌دانست و هر دو را تجسم (اوتاره) خدای یگانه قلمداد می‌کرد؛ به همین دلیل در محراب مراکز عبادی انجمن خودشناسی در کنار تصاویر خدای کُزیشنه و رهبران بزرگ این جنبش، تصاویر عیسی مسیح قرار داده می‌شود (Williamson, ۲۰۱۰, p. ۶۷).

۲-۲. تأکید بر روش‌های انضباط معنوی هندی بدون توجه به اصول ایمانی

یکی از عوامل جذابیت عرفان‌ها و معنویت‌های هندی در جهان غرب، تقدس‌زدایی و تقطیع آنهاست؛ بدین معنا که پیوستن و عضویت در آنها مستلزم پذیرفتن و پیروی از تمام اصول اعتقادی و اعمال و مناسک آن نیست و فرد می‌تواند بخش‌هایی از آن را که بیشتر برایش جذابیت دارد پیروی کند، بدون اینکه به مبانی عرفانی آن توجه داشته باشد؛ برای مثال به نظر می‌رسد یکی از علت‌های گسترش آیین بودا در غرب، پذیرش مبانی و تمام اصول آموزه‌های بودا نیست، بلکه بسیاری از غربی‌ها نه برای ایمان آوردن و بودایی شدن، بلکه از سر کنجکاوای و تجربه‌ای جدید و اسرارآمیز به صومعه‌های بودایی و جمع راهبان می‌پیوندند و پس از مدتی به زندگی عادی باز می‌گردند، با این حال تأثیری که تعالیم بودایی در آرامش ذهنشان باقی می‌گذارد را با خود دارند (Fisher & Rinehart, ۲۰۱۷p ۱۷۶ - ۱۷۷).

مسئله مهم در این روش تبلیغ، جذب افراد است؛ بنابراین با تقدس‌زدایی از آموزه‌های مکاتب هندی و به تعبیری سکولار کردن آنها، به ترویجشان می‌پردازند. به نظر می‌رسد یکی از مکاتب باستانی هندی که با این روش در غرب گسترش چشمگیری یافت، یُگه بوده است؛ به همین دلیل یُگه‌ای که در غرب گسترش یافت را یُگه مدرن سکولار (Modern secular Yoga) می‌نامند. البته به نظر می‌رسد این پدیده جدید را نخستین بار مرشد مشهور هندی، سوامی ویوکاننده در کتابش به نام راجه یُگه (Raja Yoga) مطرح کرد. او در این کتاب باطن‌گرایی و روان‌شناسی غربی را با آموزه‌های مکتب یُگه ترکیب کرد و هسته اصلی یُگه مدرن سکولار را که از ریشه‌های دینی یُگه کلاسیک جدا شده بود، عرضه کرد. بنابراین هر فرد مؤمن یا بی‌ایمانی

می‌توانست به تمرینات یوگا بپردازد، چنان‌که امروز در غرب چنین است (Clarke, ۲۰۰۶, p ۸). یکی از راه‌های جذب پیرو در این روش، برجسته‌کردن آموزه‌هایی است که گاهی در مکاتب عرفانی سنتی هندی جزء امور فرعی و حتی منفی تلقی می‌شود، ولی برای غربی‌ها جذاب به نظر می‌رسد؛ برای مثال بر اساس آموزه‌های مکتب سنتی یوگا، کسانی که از طریق عمل به دستورالعمل‌های معنوی این مکتب به تعالی روحانی دست می‌یابند، توانایی‌های خارق‌العاده‌ای تحت عنوان سیدھی کسب می‌کنند. در عرفان یوگا سنتی، اگر سالک کسب این توانایی‌ها را هدف غایی خود مدنظر قرار دهد، نه تنها به عنوان امری مثبت ستوده نشده، بلکه به مثابه مانعی بر سر راه کمال و تعالی روحانی تلقی شده است؛ چراکه چنین توانایی‌هایی می‌تواند خطر وابستگی فرد به این نیروها و فراموش کردن ادامه مسیر تا راهی نهایی کمال را در بر داشته باشد (Swami Shivom Tirth, ۱۹۸۵, p ۹۴). همچنین ممکن است یوگی را به رذیله اخلاقی غرور و تکبر مبتلا کند؛ از این رو این مرحله خطرناک‌ترین مرحله سیر و سلوک عرفانی هندو تلقی شده است. بر اساس آموزه‌های سنتی یوگا، سالک واقعی هرگز از نیروهای سیدھی برای نمایش یا کسب قدرت و شهرت بهره نمی‌برد، بلکه آن را تنها نشانه نزدیک شدن به سرمنزل مقصود تلقی می‌کند و از آن می‌گذرد (Yogi Yagnesh Shantiom & Yogi ShantiOm, ۲۰۰۰).

در حالی که در یکی از جنبش‌های نوین دینی که در غرب نیز شهرت بسیاری دارد، به نام مراقبه متعالی (Transcendental Meditation (TM)) به مفهوم سیدھی بسیار اهمیت داده شده است و مدعی است از طریق مراقبه می‌توان به یکی از توانایی‌های خارق‌العاده آن یعنی لگهیمیا یا توانایی معلق کردن جسم و پرواز دست یافت. این جنبش که مه‌ریشی مه‌شه یوگی (Maharishi Mahesha Yogi) بنیان نهاد، در ۱۹۷۶ تکنیک مراقبه متعالی سیدھی (TM-Sidhi techniques) را که به نام یوگا پروازی (Yogic Flying) شهرت یافت، تأسیس کرد. بر اساس آموزه‌های جنبش مراقبه متعالی، فرد از طریق آرام کردن ذهن و بیدار کردن آگاهی، هشیاری خالص را در وجودش بیدار می‌کند؛ فرد پس از این مرحله فرد با تمام قوانین طبیعی متحد می‌شود و با بالفعل کردن توانایی‌های بالقوه خود می‌تواند در آن تصرف نماید. از جمله ادعا شده است که فرد در این روش یوگا توانایی پرواز و تعلیق را کسب می‌کند (Forem, ۲۰۱۲, p ۳۹).

یکی دیگر از راه‌های جذب پیرو در این روش، تأکید بر کسب آرامش فکری و ذهنی در

مکاتب هندی است. در این راه به جای مطرح کردن مسائل پیچیده‌الاهیاتی، عرفانی و مناسکی، سعی می‌شود نخست با آسیب‌شناسی و پررنگ کردن معضلات و مشکلات جوامع امروز بشری به‌ویژه در جوامع غربی که بیشتر نداشتن آرامش فکری و تنش و اضطراب روحی است، با وعده کسب آرامش و دورشدن از تنش‌ها و دغدغه‌های بی‌پایانی که صنعتی‌شدن زندگی در جوامع مادی به بار آورده است، دین و مکتب خود را معرفی می‌کنند. یکی از ادیانی که با این روش در غرب توانست پیروان بسیاری را به خود جلب کند، آیین بوداست. مبلغان بودایی با تأکید بر آموزه‌های بودایی مانند رسیدن به مقام آگاهی (بودهی Buddhi) از طریق مراقبه (ذهیانه Dhyāna) برای غربی‌های گرفتار در مشکلات ناشی از تنش‌های فکری و جهان صنعتی و خلأ معنویت، راه نجاتی را نشان دادند که وعده رسیدن به آرامش را بدون درگیرشدن در مباحث پیچیده‌الاهیاتی مطرح می‌کرد که برای بسیاری از غربی‌ها بسیار جذاب بود.

البته با توجه به عدم الزام به پذیرش باورهای پیشینی بودایی مانند اصل زهد و دوری از لذایذ دنیوی، رعایت کامل اصول اخلاقی، باور به محوریت رنج، باور نداشتن به عنصر جاودان، تناسخ ارواح و ... برای نوکیشان بودایی غربی، به طور معمول جوامع بودایی سکولار غربی با تأکید بر تنها یکی از آموزه‌های بودایی، یعنی اصل کسب آرامش ذهن و فکر به وجود آمده‌اند؛ به همین دلیل بسیاری از غربی‌هایی که خود را بودایی می‌خوانند، به هیچ‌یک از باورهای اولیه آیین بودای سنتی باور و ملتزم نیستند. چنان‌که یکی از بودایی‌های بریتانیایی به نام استیون بچلر (Stephen Batchelor) در کتابش به نام آیین بودا بدون ایمان (Buddhism Without Beliefs) می‌نویسد: «غرب به آیین بودا بدون اعتقاد به تناسخ و کر مه^{۱۹} (Karma) نیازمند است» (Fisher & Rinehart, ۲۰۱۷). (p ۱۷۶ - ۱۷۷).

تأکید بر رفع تنش‌های فکری و اضطراب از طریق مراقبه، در جنبش‌های نوین معنوی هندو نیز وجود دارد؛ حتی در برخی از این مکاتب مانند اُشو (Osho) هدف از مراقبه با نگاه سنتی هندو که نوعی سیروسلوک عرفانی برای کسب معرفت‌الاهی (برهمن) تلقی می‌شود، کاملاً متفاوت است؛ از این‌رو رفع تنش و کسب آرامش ذهنی، جایگزین اهداف معرفتی و عرفانی شده است. بر این اساس نوعی خاص از مراقبه با عنوان مراقبه پویا (Dynamic Meditation) ابداع شده است؛ مراقبه‌ای که برخلاف مفهوم متعارف از مراقبه هندی که در آن فرد در محلی خلوت و آرام به تفکر

و تعمق در خود می‌پردازد، بیشتر به تخلیه هیجان‌های با فریادزدن و رقصیدن توجه دارد.^{۲۰}

۲-۳. محوریت شخصیت‌های کاریزماتیک

با مطالعه تاریخچه ورود و گسترش ادیان و عرفان‌های هندی در سرزمین‌های دیگر به‌ویژه در جهان غرب و به طور خاص در قالب جنبش‌های نوین دینی هندی، اهمیت و نقش محوری مرشدان و پیشوایان هندی که به این سرزمین‌ها سفر کردند، آشکار می‌شود؛ به‌ویژه شخصیت‌هایی مانند سوامی ویوکاننده مبلغ آموزه‌های رامه‌کُزیشنه، بهکتی ودانته سوامی پرنهوپاد (Bhaktivedānta Swāmi Prabhupād) بنیان‌گذار جنبش هره‌کُزیشنه، پرمهانسه یگاننده مروج انجمن خودشناسی، مَه‌ریشی مِه‌شه یُگی بنیان‌گذار جنبش مراقبه متعالی، هَرَبُهَجَن سِنجَنگه پوری مروج آیین سیکه در غرب و بنیان‌گذار مؤسسه 3HO، رَجَنیش چَندره مُهَن (Rajniś Chandra Mohan) مؤسس جنبش رَجَنیش (اُشو Osho) یا دالایی لاما پیشوای مکتب و جَریانه بودایی و سوزوکی مروج مکتب ذن بودایی. افرادی که با دارا بودن شخصیت جذاب توانستند در مدت زمانی نه‌چندان طولانی تعداد زیادی از اهالی سرزمین میزبان را به سمت خود جذب کنند و با بنیان‌نهادن مؤسسات فرهنگی و دینی و تربیت شاگردان و مریدان مطیع و وفادار، به تبلیغ و گسترش آموزه‌هایشان بپردازند.

البته محوریت استاد فرزانه اختصاصی به عرفان‌های نوپدید هندی ندارد و در همه مکاتب عرفانی به‌ویژه عرفان‌های باستانی هند، مرشدان و استادان معنوی که در هند با عناوینی همچون گورو (Guru)، سوامی (Swāmi) یا آچاریه (Ācārya) شهرت دارند، از جایگاه بسیار محوری و بنیادین برخوردار هستند. به نظر می‌رسد این جایگاه رفیع به آموزه‌های باستانی هندی بازمی‌گردد؛ در بهگودگی تا (۴: ۳۴) در مورد اهمیت و جایگاه مرشد معنوی یا گورو در سیر روحانی سالک چنین آمده است:

td\ ivaiw p' iNapatona pirp' Snaona saovayaa
]pdoxyaint to &anaM &ainanast<vadiSa-na:
 tad viddhi praṇipatena paripraśnena sevayā
 upadekṣyanti te j* ānaṃ j* āninastattvadarśinaḥ

«سعی کن حقیقت را فقط با رفتن نزد گورو بیاموزی. با تواضع و تسلیم از او پرسش کن و به او خدمت نما. ارواح خودشناخته قادرند دانش را بر تو آشکار سازند؛ زیرا آنها حقیقت را

دیده‌اند) (ودانتا سوامی پرابوپادا، ۱۳۷۷ش، ص ۲۴۴).

به نظر می‌رسد علت اصلی مقبولیت گسترده این دسته از مرشدان و گوروهای شرقی در غرب، شخصیت کاریزماتیک (charismatic) آنها بوده است. واژه کاریزما از بُن واژه یونانی کاریز (charis) به معنای عطیۀ روحانی، نخستین بار در میانه سده نخست میلادی در کلیسای اولیه مسیحی از سوی پولس رسول مطرح شد. بنابراین اصطلاح کاریزما تا قرن‌ها اصطلاحی دینی در مسیحیت به شمار می‌رفت. کاریزما در کاربرد کلیسایی به معنای فیض روح القدس به برخی افراد است که سبب نفوذ و تأثیر سخنان آنها می‌شود.

اصطلاح کاریزما را اوایل سده بیستم میلادی بار دیگر جامعه‌شناس شهیر آلمانی مَکس وِبر (Max Weber) (۱۹۲۰-۱۸۶۴) تحت تأثیر تعریف کلیسایی بازتعریف و بار دیگر در فرهنگ معاصر غرب در رسانه، پژوهش‌های علمی و گفتمان مردمی مطرح کرد. البته معنای کاریزما در کلیسای مسیحی با مفهوم آن در کاربرد جامعه‌شناسانۀ مَکس وِبر و کاربرد این اصطلاح در فرهنگ معاصر کاملاً متفاوت است. اصطلاح «کاریزما» در تعریف مَکس وِبر به ویژگی خاصی از شخصیت فرد اطلاق می‌شود که به موجب آن وی فردی فوق‌العاده و دارای نیروهای ماوراءالطبیعه یا دست‌کم قدرت‌ها یا صفات استثنایی تلقی گردد که او را با انسان‌های عادی متفاوت کرده و وی را شایسته مقام رهبری می‌کند. به عبارت دیگر، کاریزما ویژگی خاص اغواکننده و اسرارآمیزی در برخی شخصیت‌های مذهبی و سیاسی است که سبب جلب دیگران به سوی آنها می‌شود. البته در فرهنگ معاصر، دایره این تعریف گسترده‌تر شد و بازیگران و افراد مشهور را نیز دربر می‌گیرد (Weber, ۱۹۷۸. p ۲۴۱ & Potts, ۲۰۰۹, p).

رهبران کاریزماتیک افرادی هستند که با ایجاد چشم‌اندازی قدرتمند به پیروان الهام و امید می‌بخشند و سبب ایجاد احساس مثبت، قدرت و خوش‌بینی درباره آینده می‌شوند؛ همچنین آنان میان پیروان و سازمانی تحت رهبریشان، احساس هویت قوی ایجاد می‌کنند. افزون بر این، رهبران کاریزماتیک از نظر شخصیت غالباً دارای اعتمادبه‌نفس و خودباوری هستند و در برقراری ارتباط با دیگران بسیار مهارت دارند (Zehndorfer, ۲۰۱۴, p).

بیشتر گوروها و مرشدان معنوی شرقی نیز از چنین ویژگی‌هایی برخوردار بوده‌اند؛ بنابراین در دسته رهبران کاریزماتیک جای می‌گیرند. در نتیجه محوریت گوروها در جایگاه شخصیت‌های

کاریزماتیک در عرفان‌های هندی باعث می‌شود مریدان چنان محو و مجذوب مراد و مرشد معنویان گردند که هرگز ابهام یا اشکالی در آموزه‌های ایشان به ذهنشان خطور نکند و توان هرگونه نقد و بررسی علمی و خردمندانه از آنان سلب می‌گردد.

نتیجه

در این مقاله دو مسئله اصلی بررسی شد؛ نخست: جایگاه تبلیغ دین در ادیان هند که در نهایت به این نتیجه رسیدیم که آیین هندوی سنتی با توجه به آموزه‌هایی مانند نظام طبقاتی انعطاف‌ناپذیر آن و پیوند مناسک دینی با عضویت در یکی از این طبقات و همچنین احکام و مناسک پیچیده آن، در عمل به هیچ‌وجه امکان و زمینه جهانی شدن را ندارد؛ از این رو تبلیغ جهانی آن نیز بی‌معناست. ولی با توجه جذابیت‌های خاص عرفان هندو، به نظر می‌رسد سه مکتب عرفانی هندو یعنی مکاتب یوگا، ادویته‌ودانته و بهکتی توانسته‌اند در قالب جنبش‌های نوین دینی هندی به‌ویژه از اوایل سده بیستم میلادی با توجه به آمادگی زمینه‌های آن در جهان غرب، در تبلیغ و گسترش آیین هندوی عرفانی، موفقیت‌های چشمگیری کسب کنند. همچنین دو دین دیگر هندی یعنی بودا و سیکه با توجه به رویکرد تبلیغی پیشوایانشان، از همین زمینه مناسب برای تبلیغ و گسترش تعالیم خود در فراسوی مرزهای فرهنگی خود بهره بردند و توانستند با جلب میلیونی دیگران موفق باشند.

دوم: روش تبلیغ دین در ادیان هند که با توجه به شواهد موجود از ادیان و مکاتب هندی گسترش‌یافته در غرب و حتی خاورمیانه، سه عامل اصلی نقش محوری داشته‌اند:

۱. نخستین عامل انعطاف‌پذیری و امکان جذب و انحلال باورهای مختلف در عرفان‌های هندی با توجه به بنیان‌های کثرت‌گرایانه در آنهاست. به عبارت دیگر، مکاتب عرفانی هندی خود را رقیب مکاتب و ادیان دیگر یا ابطال‌کننده آنها معرفی نمی‌کنند؛ از این رو سبب ایجاد حساسیت و موضع‌گیری خصمانه در طرف مقابل نمی‌شوند و می‌توانند به تدریج با استفاده از معادل‌های فرهنگی و اعتقادی میزبان، کم‌کم در سرزمین میزبان نفوذ کنند.

۲. این عامل که به گونه‌ای می‌تواند زیرمجموعه عامل پیشین نیز باشد، شناسایی و بهره‌گیری از نیازها و خلل معنوی جامعه میزبان است. به عبارت دیگر، در جهان صنعتی غرب پس از رنسانس و کنار گذاشتن کلیسا و مسیحیت از زندگی روزمره بسیاری از غریبان، به تدریج خلأ بعد

معنوی انسان که خود را بیشتر در قالب فشار عصبی و روحی، اختلال در خواب، عدم امکان تمرکز فکری و ناامیدی و بی‌انگیزگی در زندگی نشان می‌دهد، باعث شد معنویت‌های هندی بدون الزام دیگران به پذیرش اصول ایمان و عملی خاص یا به کاربردن ادبیات تهدیدآمیز به عذاب و مجازات بابت نپذیرفتن آنها که در ادیان تبشیری و تبلیغی رواج دارد، توانست به نام کلاس تمرینات ورزشی و نرمشی، آرامش فکر و بالابردن توان تمرکز ذهن و تخلیه اضطراب، بسیاری را جذب کنند.

۳. سومین عاملی که به نظر می‌رسد نقش محوری در موفقیت نسبی تبلیغ مکاتب هندی در دیگر سرزمین‌ها داشته است، محوریت شخصیت‌های کاریزماتیک است که توانستند با جذب مرید، آیین و باورهای خود را نیز گسترش دهند. این افراد با داشتن قدرت بیان و مخاطب‌شناسی خوبی که داشتند، توانستند حس امید و شادزیستن را در افراد القا کنند. افرادی که هرگز خود را مبلغ دین خاصی معرفی نکردند و سعی در محکوم کردن دیگران ندارند و می‌کوشند با بهره‌بردن از نکات خاص روان‌شناسی، دیگران را مقهور خود کنند.

پی‌نوشت‌ها

۱. البته تذکر این نکته نیز ضروری به نظر می‌رسد که هرچند در نگاه اصلی و سنتی در این دسته از ادیان بسته، تبلیغ و ترویج دین میان دیگران مطرح نیست، اما در برخی از این ادیان، گروه‌ها و فرقه‌هایی پدیدار شده‌اند که این نگاه بسته و انحصارگرایانه سنتی دین ارتدوکس خود را نمی‌پذیرند و به تبلیغ و ترویج دین خود و پذیرش نوکیشان در دین خود نیز اقدام می‌کنند؛ مانند برخی از گرایش‌های اصلاح‌گرای یهودی یا نوزرتشتی‌گری.

۲. عضویت در نظام طبقاتی دینی هندو که به آن وَرَنَه می‌گویند، یکی از شاخصه‌های این آیین باستانی است که تمام روابط اجتماعی و دینی پیروان آن را تحت الشعاع قرار داده است؛ به‌ویژه در اموری مانند ازدواج، شغل، غذا و لباس، به طبقه اجتماعی بسیار توجه می‌شود. عضویت در یک طبقه اجتماعی، به شیوه موروثی است؛ بنابراین افراد طبقات پست با کار و تلاش نمی‌توانند به طبقات اجتماعی بالاتر راه یابند. وَرَنَه در هندو شامل چهار طبقه اجتماعی دینی «چتور وَرَنَه» (Catur Varṇa) است: اول: طبقه روحانیت یا براهمن؛ دوم: کُشْتَریه: این طبقه متعلق به جنگجویان، فرمانروایان و اشراف است؛ سوم: وِیْشیه: شامل کشاورزان و بازرگانان؛

شمار می‌آید.

۷. نام نژاد و زبان رسمی در کشور کامبوج است.

۸. انگگر شهری در شمال غربی کامبوج به عنوان پایتخت امپراتوری کهن خمر ساخته شد.

انگگر وات زیباترین معبد شهر تخریب شده است.

۹. هری هره (Harihara) که به نام‌های شنکره ناراینه (Śaṅkaraṅārāyaṇa) و شمبهو ویشنو

(Śambhuviṣṇu) نیز شناخته می‌شود، یکی از مهم‌ترین خدایان ترکیبی در اساطیر هندو به شمار

می‌رود که از ترکیب دو خدای ویشنو و شیوه به وجود آمده است. نام این خدا از دو بخش، هری

یا ناراینه از اسامی خدای ویشنو و هره یا شنکره، از نام‌های خدای شیوه ترکیب یافته است. تصویر

این خدا که مورد پرستش هر دو فرقه ویشنوه و شیوه است، به گونه‌ای ساخته می‌شود که نیم‌تنه

سمت چپ تصویر متعلق به ویشنو و نیم‌تنه سمت راست متعلق به شیوه است؛ ولی هر دو با هم

یک جسم را تشکیل می‌دهند. در حقیقت این تصویر ترکیبی نمایان‌گر ذات واحد و عدم انفکاک

دو خدای رب یا ویشنو و خدای ویرانگر یا شیوه در خداشناسی هندو است. ر. ک:

Lochtefeld, James G. (۲۰۰۲) *The Illustrated Encyclopedia of Hinduism*, New York: The Rosen, vol. ۱, p. ۲۷۱

۱۰. واژه یگه از ریشه سَنسکریت یوگیه (Yugya) به معنای یوغ، افسار و مهار است؛ چون در

این مکتب، کنترل هواهای نفسانی و شهوات که همچون اسب سرکش نیاز به مهار و افسار دارد،

اهمیت بسیار دارد؛ به این دلیل اصطلاح یگه به معنای یوغ و افسار برای بیان مفهوم کنترل نفس

سرکش رواج یافت. اصطلاح یگه به معنای مکتب فلسفی خاص، نخستین بار در متنی موسوم به

یگه سوتره (Yoga Sutra) نوشته پَتَنجلی (Patañjali) مطرح شد که حدود سده دوم پیش از میلاد یا

سده چهارم میلادی نگاشته گردید. بر اساس آموزه‌های یگه سوتره، افکار و احساساتی که ذهن

فرد را تشکیل می‌دهند، ساختگی و کاذب هستند. هدف اصلی دوری کردن از فعالیت‌های

روزمره زندگی است تا روح بتواند ذات حقیقی خود را بازیابد. برای رسیدن به یگه حقیقی، فرد

باید به ریاضت پردازد، اذکار مقدس (مَنتره Mantra) را بخواند و متون مقدس را فراگیرد تا از

گردونه زاد و مرگ رهایی یابد و ذهنش مستقیم به خداوند (ایشوره Iśvara)، متوجه شود و به روح

(پوروشه Puruṣa) کامل به دور از آثار کرمه و رنج نایل گردد. بر اساس آموزه‌های یگه سوتره

پَتَنجلی، یگه هشت بخش اصلی موسوم به اشتانگه (Aṣṭāṅga) دارد. این واژه از دو بخش «اشته»

به معنای هشت و «انگه» به معنای بخش یا عضو تشکیل شده است و شامل این بخش هاست:

۱. پرهیزکاری و خویشتن‌داری (Yama)؛ ۲. التزام به قوانین و اصول (نیمه Nyama)؛ ۳. حالت‌های خاص بدن (آسنه)؛ ۴. کنترل تنفس (پرانایامه Prāṇāyāma)؛ ۵. کنترل و محدود کردن حواس ظاهری (پرتیاهاره Pratyāhāra)؛ ۶. تمرکز (ڈهارنا Dhāraṇā)؛ ۷. تعمق (ڈهیانا Dhyāna)؛ ۸. خلسه (سمادھی Samādhi). بالاترین مقام معنوی در مکتب یُگه، سَمادھی نام دارد. واژه

سَمادھی به معنای تمرکز، وحدت و اندیشه عمیق است. ر.ک:

Dasgupta, Surendranath (۱۹۲۲) *a History of Indian Philosophy*, Cambridge: Cambridge University Press, vol. ۱, p. ۲۲۶ & Bartley, Christopher (۲۰۱۱), *an Introduction to Indian Philosophy*, Chennai: Continuum International, p. ۸۷ & Lochtefeld, James G. (۲۰۰۲) *The Illustrated Encyclopedia of Hinduism*, New York: The Rosen, vol. ۱, p. ۶۷

۱۱. جنبش‌های اصلاحی موسوم به بُهکتی هر چند پس از ورود و گسترش اسلام در شبه‌قاره هند رشد چشمگیری داشتند، اما آموزه‌های بنیادین آن سابقه طولانی در فرهنگ هندویی داشته و تحت عنوان طریقه عشق ناب یا بُهکتی شناخته می‌شود. این طریقه یکی از سه طریقه نجات یا مُکشه در آیین هندو به شمار می‌آید که به همراه طریقه عمل یا کَرَمه‌مازگه (Karmamārga) و طریقه معرفت یا جَنانه‌مازگه (Jñānamārga) قرار دارد. طریقه بُهکتی نخستین بار در سده هفتم میلادی در مناطق جنوبی هند پدیدار شد و به شمال و شرق هند نیز راه یافت. مکتب بُهکتی منشأ تحولات مهمی در آیین هندوی سنتی شد؛ از جمله می‌توان به بازتعریف دو مفهوم بنیادین نجات (مُکشه) و پیشوای دینی (گورو Guru) اشاره کرد. در جنبش بُهکتی برخلاف باور سنتی هندو، مُکشه تنها محدود به مردان سه طبقه برتر اجتماعی نیست، بلکه همه انسان‌ها از هر جنسیت و هر طبقه و نژادی می‌توانند به این مقام دست یابند. همچنین مقام گورو نیز تنها منحصر به افراد طبقه روحانی (براهمن Brāhmaṇ) آگاه به مناسک دینی و زبان سنسکرت نیست، بلکه هر فردی از هر طبقه اجتماعی می‌تواند با رشد روحانی و معنوی به این مقام نایل گردد؛ همچنین سرودهای آنها به زبان‌های محلی نیز جایگزین متون سنسکرت شد. ر.ک:

Owen Cole, W & Singh Sambhi, Piara (۱۹۹۷) *popular Dictionary of Sikhism*, New York: Routledge Curzon Press, p. ۵۱ & Karine Schomer, & W. H Mcleod, Schomer, Karine & Mcleod, W.H (۱۹۸۷) *The Sants Studies in a Devotional Tradition of India*, Delhi: Motilal Banarsidass, p.

۱۲. مکتب ادویته ودانته یا دیدگاه عدم ثنویت مطلق بر اساس آموزه‌های اوپنیشدها، توسط یکی از مشهورترین شخصیت‌های فلسفی هندو به نام شنکر اچاریه (Śaṅkarācārya) فیلسوف و الاهدان هندو حدود سده هشت تا نهم میلادی بنیان نهاده شد. شاخص‌ترین آموزه این مکتب عرفانی، وحدت خداوند (برهمن Brahman) و روح به مثابه خویشتن خویش (آتمن Ātman)

است. بر اساس تفسیر مکتب اَدْوِیْتِه وِدانتِه، هر چند حقیقت وجود انسان روح است، اما روح به معنای نفس یا روح فردی نیست، بلکه جوهری است کلی و وصف‌ناپذیر و روحانی که نه فاعل است و نه منفعل و در بند خودخواهی قرار نمی‌گیرد، بلکه ناظر مطلق و شاهد بی‌مانند و عین برهمن یا خداوند است. بر اساس تفسیر اَدْوِیْتِه‌ای عبارت مشهور سَنَسْکَرِیت «تَت تْوَم اَسِی» (tat tvam asi) به معنای تو همان هستی، در چَنَدُگِیِه اوپَه‌نِشِد (Candogya Upaniṣad) نیز بر همین آموزه تأکید می‌کند؛ به این معنا که اگر تمام قیود و اوصافی را که به ضمیر تو می‌پیوندند و آن را غیر از آنچه واقعاً هست جلوه می‌دهد برگیریم، حقیقت وجود «تو»، یعنی آتمن، عین «آن»، یعنی برهمن یا خدا خواهد شد. در نهایت مکتب اَدْوِیْتِه وِدانتِه این آموزه را این‌گونه تفسیر می‌کند که ورای حقیقت برهمن، هیچ موجود حقیقی دیگری وجود ندارد. بنابراین جهان و تمام موجوداتش چیزی جز فریب و توهم (مایا Māyā) نیست که بر اثر جهل و نادانی (اویدیا Avidyā) به وجود آمده است (ر.ک: شایگان، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۷۸۴)؛ نیز ر.ک:

Werner, Karel (۲۰۰۵) *a Popular Dictionary of Hinduism*, America: Curzon, p. ۱۷

۱۳. البته هَرَبُهَجَن سِیْکِه مکتب تَنْتَرَه خود را متعلق به مکتب سفید می‌دانست که در آن بر مراقبه و تعالی روحانی تأکید می‌شود و از مکتب تَنْتَرَه سرخ که در آن گرایش‌های جنسی و شهوانی مورد توجه است، یا مکتب تَنْتَرَه سیاه که به جادوگری و طلسم‌گرایش دارد، کاملاً متمایز است.

۱۴. کوندلینی واژه‌ای سَنَسْکَرِیت به معنای قدرت دَوْرانی یا درخود پیچیده است. این واژه در مکتب تَنْتَرَه به نیروی خلاقیت مؤنث الاله شکتی (Śakti) اشاره دارد که در مرکز وجود انسان همچون ماری خفته است. هنگامی که این مار بیدار شود، به تدریج مراکز دیگر روانی را که هر یک منشأ نیروهای خاصی است و چکره Cakra یا چرخ نام دارند، بیدار می‌کند؛ در نهایت موجب بیداری هفتمین چکره می‌شود که سَهَسْرَه (Sahasra) به معنای نیلوفر هزاربرگ است. این چکره که در بالای سر قرار گرفته است، جایگاه روح و اساس آگاهی تلقی می‌شود (ر.ک: شایگان، ۱۳۸۳، ج ۲، ص ۷۱۶).

۱۵. البته از جمله پیروان آمریکایی هَرَبُهَجَن سِیْکِه خالصا یوگی جی، غیر از سفیدپوستان، آمریکایی‌های آفریقایی‌تبار و چینی‌تبار نیز بودند.

۱۶. در منابع جَیْنِه این نظریه با داستان مشهور شش مرد کور و فیل بیان شده است. داستان

چنین است: «چند مرد نابینا را نزد شاه آوردند و از آنها خواستند تا فیل را توصیف کنند. آنان فیلی که در آنجا بود را با دستانشان لمس کردند. هر یک فیل را به گونه متفاوتی وصف کردند؛ آن‌که خرطوم فیل را لمس کرده بود، آن را همانند مار توصیف کرد؛ دیگری که پای فیل را لمس کرده بود، آن را همانند درخت توصیف کرد؛ فرد دیگر که دم فیل را لمس کرده بود، آن را شبیه طناب توصیف کرد؛ کسی که بدن فیل را لمس کرده بود، آن را همچون دیوار وصف کرد». هر کدام از این افراد نابینا بنا بر دانش محدود خود توصیف دیگری را رد می‌کردند، در حالی که همه آنها در اشتباه بودند؛ هر چند هر کدام بخشی از حقیقت را نیز گفته بود. در این میان تنها فرد بینا که همان انسان دارای روح آزاد و کمال‌یافته (جینه) است، می‌تواند فیل را که نماد حقیقت است، همان‌گونه که هست ببیند. این داستان سه جزء اصلی دارد: ۱. فیل، نماد حقیقت؛ ۲. مردان نابینا، نماد انسان‌هایی که تلاش می‌کنند حقیقت را بشناسند؛ ۳. شاه، تنها فرد بینایی که موقعیت افراد نابینا و همچنین جنبه‌های مختلف حقیقت را مشاهده می‌کند. ر.ک:

Long, Jeffery D (۲۰۰۹). *Jainism: an introduction*, London: I.B. Tauris: ۱۱۸ & Sharma, Arvind (۲۰۱۷). *Encyclopedia of Indian Religions, Buddhism and Jainism*, K. T. S. Sarao, Jeffery D. Long, Springer:

۱۷. نوعی باور ابتدایی که برای برخی اشیاء نیروهای فوق طبیعی قائل است و برای برطرف شدن مشکلاتشان آنها را تقدیس می‌کنند.

۱۸. سیدھی واژه‌ای سَنسکریته و در لغت به معنی کامل و عالی و در اصطلاح به فردی اطلاق می‌شود که به روشن‌شدگی، کمال‌نهایی و خودشناسی کامل دست یافته باشد. تعداد این توانایی‌های خاص در منابع مختلف متفاوت بیان شده است؛ ولی مشهورترین آنها هشت عدد است، که به اشته سیدھی (Aṣṭa Siddhi)، به معنی هشت توانایی ماورایی شهرت یافته است که عبارت‌اند از: ۱. انیما (Animā): توانایی بی‌اندازه کوچک‌شدن؛ ۲. گریمما (Garimā): توانایی بی‌نهایت سنگین‌شدن؛ ۳. لگھیما (Laghimā): توانایی بی‌وزن و معلق‌شدن و پرواز کردن؛ ۴. مهیما (Mahimā): توانایی عظیم‌الجثه‌شدن؛ ۵. پراپتی (Prāpti): توانایی به‌دست‌آوردن هر چه اراده کند؛ ۶. پراکامیه (Prākāmya): عدم محدودیت در حرکت با موانع مادی (طی الارض)؛ ۷. وشیته (Vaśitva): توانایی تسلط بر هر چیز؛ ۸. ایشیتوه (Īśitva): توانایی تسلط بر به‌وجودآوردن و نابودکردن عناصر مادی (پُراکرتی Prakṛti). ر.ک:

Lochtefeld, James G. (۲۰۰۲) *The Illustrated Encyclopedia of Hinduism*, New York: The Rosen, vol. ۲: ۶۵

۱۹. در آموزه‌های ادیان هند، چگونگی حیات پس از مرگ و تناسخ فرد با عمل فرد در زندگی

کنونی‌اش مرتبط است. به تأثیر عمل فرد در کیفیت تناسخ، «سَمَساره» (Saṁsāra) کرمه می‌گویند.

۲۰. مراقبه پویا شامل پنج مرحله است: نخست: تنفس تند و سریع؛ دوم: تخلیه هیجان با بالا و پایین پریدن، فریادزدن، رقصیدن و جیغ کشیدن؛ سوم: خواندن ورد مقدس صوفی‌ها («هو»؛ چهارم: گردهمایی ناگهانی شاگردان به فرمان اُشو و سکوت کامل آنها؛ پنجم: شاگردان برای

اظهار شادی جهت نایل شدن به مقام روشن‌شدگی به رقص و پایکوبی می‌پردازند. ر.ک:

Chrystides, George D, Wilkins, Margaret Z, ۲۰۰۶, a Reader in New Religious Movements, New York, Continuum 25.

کتاب‌نامه

۱. شایگان، داریوش، ادیان و مکتب‌های فلسفی هند، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۳ ش.

۲. ودانتا سوامی پرابوپادا، ا. چ. بهاکتی، بهاگاواد _ گیتا همان‌گونه که هست، ترجمه: فرهاد

سیاهپوش، بزرگمهر گل‌بیدی و الهه فرمانی، تهران: خورشید، ۱۳۷۷ ش.

3. Anonymous (۱۹۰۳). *Sanatana Dharma an Advanced Text Book of Hindu Religion and Ethics*, Benares: Board of Trustees Central Hindu College.
4. Clarke, Peter B. (۲۰۰۶) *New Religions in Global Perspective*, New York: Routledge.
5. Dusenbery, Verne A. (۲۰۰۸). *Sikhs at Large Religion, Culture, and Politics in Global Perspective*, New Delhi: Oxford University Press.
6. E. Safra, Jacob (۲۰۰۶) *Britannica Encyclopedia of World Religions*, Singapore: Encyclopaedia Britannica.
7. Fisher, Mary Pat & Rinehart, Robin (۲۰۱۱) *Living Religions*, Pearson.
8. Forem, Jack (۲۰۱۲), *The Essential Teachings of Maharishi Mahesh Yogi Transcendental Meditation the Classic Text Revised and Updated*, New York: Hay House.
9. Gallagher, Eugene V. (۲۰۰۴). *The New Religious Movements Experience in America*, London: Greenwood Publishing Group.
10. Gordon Melton, J. & Baumann, Martin (۲۰۱۰) *Religions of the world - A comprehensive encyclopedia of beliefs and practices*, Oxford: ABC-CLIO.
11. Harvey, Peter (۲۰۱۳). *An Introduction to Buddhism Teaching History and Practices*, New York: Cambridge University Press.
12. Irons, Edward (۲۰۰۸) *Encyclopedia of Buddhism*, New York: Facts on File.
13. Kahin, Audrey (۲۰۱۵) *Historical Dictionary of Indonesia*, London: Rowman & Littlefield.
14. Kaur Takhar, Opinderjit (۲۰۰۵) *Sikh Identity: An Exploration of Groups Among Sikhs*, New York: Routledge.
15. Kenyon, J Douglas (۲۰۱۶) *Missing Connections: Challenging the Consensus*, Atlantis Rising.
16. Kumar, Ravi (۲۰۱۴) *Hindu Resurgence in Indonesia*, New Delhi: Suruchi Prakashan.
17. Mason, Peggy & Laing, Roy (۱۹۸۲) *Sathya Sai Baba The Embodiment of Love*, London: Sawbridge Enterprise.
18. Owen Cole, W & Morgan, Peggy (۲۰۰۰) *Six Religions*, England: Stanly Thornes.
19. Potts, John (۲۰۰۹) *a History of Charisma*, New York: Palgrave Macmillan.
20. Ray, Nick & Bloom, Greg & Robinson, Daniel (۲۰۱۱) *Cambodia*, Melbourne: Lonely Planet.
21. Robinson, James B. (۲۰۰۴) *Religions of the World _ Hinduism*, Philadelphia: Chelsea House.
22. Samuel, Geoffrey (۲۰۱۲) *Introducing Tiberan Buddhism*: New York, Routledge.

23. Sharma, Suresh K. and Sharma, Usha (۲۰۰۴). *Cultural and Religious Heritage of India: Jainism*, New Delhi: Mittal Publications.
24. Singh Kohli, Surindar (۱۹۸۰) *Philosophy of Guru Nanak*, Chandigarh: Panjab University.
25. Singh Puri, Shamsheer (۱۹۹۹), *Sikh Philosophy and Spiritual Life*, National book shop.
26. Singh, Jagraj (۲۰۰۹) *a Complete Guide to Sikhism*, Chandigarh: Unistar.
27. Sutra Translation Committee (۱۹۹۸). *The Seeker's Glossary of Buddhism*, New York, Buddha Dharma Education Association.
28. Swami Achuthananda (۲۰۱۳). *Many Many Many Gods of Hinduism: Turning believers into non-believers and non-believers into believers*, North Charleston: CreateSpace Independent Publishing Platform.
29. Swami Shivom Tirth (۱۹۸۵) *A Guide to Shaktipat*, Swami Shivom Tirth Ashram
30. Swami Vivekananda (۱۹۴۷) *Essentials of Hinduism*, Mayavati: Advaita Ashrama.
31. Weber, Max (۱۹۷۸). *Economy and Society an Outline of Interpretive Sociology*, Guenther Roth, Claus Wittich, University of Clifornia Press.
32. Williamson, Lola (۲۰۱۰). *Transcendent in America Hindu-inspired Meditation Movements as New Religion*, New York: New York University Press.
33. Yogi Yagnesh Shantiom & Yogi ShantiOm (۲۰۰۸). *Yoga and Spiritual Growth: An Explanation of Yoga Philosophy and Lifestyle*, New York: iUniverse.
34. Zehndorfer, Elesia (۲۰۱۴) *Leadership a Critical Introduction*, New York: Routledge.



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

An Analysis of the Conduct of Umm al-Banin (SA) and Elucidating the Foundations of Wilayah-Oriented Selection with a Propagation Approach in the Thought of the "Party of the Ahl al-Bayt (AS)"

Hassan Khajevand Salehi*

Abstract

The conduct (Sira*) of Lady Umm al-Banin (SA) is not merely a narrative of the life of one of the spouses of Amir al-Muminin (Imam Ali); rather, it is considered the most prominent manifestation of "Wilayah-oriented selection" in the history of Shi'ism. This study, employing an analytical-descriptive approach and drawing upon Hadith, Quranic exegesis, and biographical sources, seeks to extract the foundations of the conscious selection that leads to an individual's acceptance into the "Party of the Ahl al-Bayt (AS)." Accordingly, the Party of the Ahl al-Bayt is not an emotional group but a faith-based and cognitive movement characterized by unity of belief, purpose, and action, standing in opposition to the "Party of Satan." The conduct of Umm al-Banin (SA), from the moment of her conscious marriage to her existential sacrifice in Karbala, demonstrates that membership in this party requires an "existential belonging" to the Ahl al-Bayt (AS)—an attachment that transcends emotional affection to the point of prioritizing the Wilayah over the lives of one's children and all worldly ties. By explaining the personality, behavioral, and identity components of this Sira, this article provides a propagation path for Wilayah-oriented identity-building in the contemporary era, showing how this model can be utilized in educational, media, and cultural contexts to counter the "illusion of attention" and strengthen "commitment-based awareness." The findings indicate that the selection of the true and steadfast exemplars of the Ahl al-Bayt (AS) is an acquired process based on faith, sacrifice, and practical commitment, rather than a merely attributed or emotional matter.

Keywords

Party of the Ahl al-Bayt (AS), Wilayah-oriented Selection, Umm al-Banin (SA), Existential Belonging, Wilayah-oriented Identity-building, Illusion of Attention.

* Professor of the Higher Levels of the Islamic Seminary and Assistant Professor of Quran and Sciences (Management Concentration), Al-Mustafa International University: h.salehi111@chmail.i

تحلیل سیره ام‌البنین علیها السلام و تبیین مبانی انتخاب ولایت‌محور با رویکرد تبلیغی در اندیشه حزب اهل‌بیت علیهم‌السلام

دکتر حسن خواجه‌وند صالحی*

چکیده

سیره حضرت ام‌البنین علیها السلام نه تنها روایتی از زندگی یکی از همسران امیرالمؤمنین علیه السلام است، بلکه بارزترین تجلی «گزینش ولایت‌محور» در تاریخ تشیع محسوب می‌شود. این پژوهش با رویکردی تحلیلی - توصیفی و با استناد به منابع حدیثی، تفسیری و سیره‌شناختی، در پی به‌دست‌آوردن مبانی گزینش آگاهانه‌ای است که منجر به پذیرش فرد در «حزب اهل‌بیت علیهم‌السلام» می‌شود. بر این اساس، حزب اهل‌بیت نه گروهی احساسی، بلکه جریانی ایمانی - معرفتی با وحدت عقیده، هدف و عمل است که در برابر حزب شیطان قرار دارد. سیره ام‌البنین علیها السلام از لحظه ازدواج آگاهانه تا فدای وجودی در کربلا، نشان می‌دهد که عضویت در این حزب، مستلزم «تعلق وجودی» به اهل‌بیت علیهم‌السلام است؛ تعلقی که فراتر از محبت عاطفی، تا حدّ ترجیح ولایت بر جان فرزندان و همه وابستگی‌های دنیوی می‌رسد. این مقاله با تبیین مؤلفه‌های شخصیتی، رفتاری و هویتی این سیره، راهگشایی تبلیغی برای هویت‌سازی ولایت‌محور در عصر حاضر ارائه می‌دهد و نشان می‌دهد که چگونه از این الگو می‌توان در بسترهای آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی برای مقابله با «توهم توجه» و تقویت «آگاهی تعهدمحور» بهره‌جست. یافته‌ها نشان می‌دهد گزینش مصداق‌های حقیقی و ثابت‌قدم اهل‌بیت علیهم‌السلام، فرایندی کسب‌شده، مبتنی بر ایمان، ایثار و التزام عملی است، نه امری صرفاً انتسابی یا عاطفی.

کلیدواژگان: حزب اهل‌بیت، گزینش ولایت‌محور، ام‌البنین، تعلق وجودی، هویت‌سازی ولایت‌محور، توهم توجه.

* استاد سطوح عالی حوزه علمیه و استادیار قرآن و علوم (گرایش مدیریت)، جامعه المصطفی‌العالمیه:
h.salehi10@chmail.ir

مقدمه

زندگی اهل بیت علیهم‌السلام، نه صرفاً سلسله‌ای از وقایع تاریخی، بلکه جریان‌آگاهانه، هدفمند و مبتنی بر گزینش معیار‌محور است؛ جریان‌آگاهی که در آن هر انتخاب و هر پیوندی فراتر از اتفاق یا تمایل عاطفی، ناظر بر نظامی معنوی - وجودی است. این گزینش بر اساس معیارهایی ارزشی و ولایت‌محور شکل می‌گیرد که در آن نه شهرت، نه قدرت و نه ظواهر اجتماعی، بلکه ساختار داخلی فرد از جمله سوگیری‌های هستی‌شناختی، تعهدات وجودی و نوع فداکاری‌اش، تعیین‌کننده جایگاه او در حزب اهل بیت علیهم‌السلام است. در این راستا پرسش بنیادین پژوهش حاضر این است که مبانی گزینش ولایت‌محور که منجر به پذیرش فرد در «حزب اهل بیت» می‌شود، چه ویژگی‌هایی دارد؟ و چگونه می‌توان آن را از طریق سیره تاریخی و معنوی شخصیت‌های نزدیک به اهل بیت به‌ویژه حضرت ام‌البنین علیها‌السلام استخراج و تبیین کرد؟

دعای وداع زیارت اهل بیت علیهم‌السلام به‌ویژه عبارت «وَصَيَّرُونِي فِي حِزْبِكُمْ» و مراد در حزب خود بپذیرید» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۹۹، ص ۱۳۴؛ طوسی، ۱۳۶۵ش، ج ۶، ص ۱۰۱)، تنها التماسی عاطفی نیست، بلکه بیانی فلسفی از هویت‌سازی ولایت‌محور است که فرد در آن تمام ابعاد وجودی خود را در راه تعلق به اهل بیت علیهم‌السلام فدا می‌کند. این خواسته کاملاً واقع‌گرایانه و غیرتوهمی است؛ زیرا «حزب اهل بیت» در اصطلاح قرآنی و روایی، گروهی نیست که صرفاً به نام آنان سخن بگوید، بلکه همراهی در مسیر، همسویی در موضع‌گیری‌ها و هم‌رنگی در فداکاری‌های تاریخی از شاخصه‌های آن است. همین امر حضرت ام‌البنین علیها‌السلام را در جایگاه یکی از بارزترین نمونه‌های گزینش ولایت‌محور در تاریخ تشیع معرفی می‌کند؛ زیرا ایشان نه تنها مادر شهیدان کربلا بودند، بلکه خود با ساختار وجودی‌اش، در دغدغه‌های اهل بیت جای گرفت و به‌حق در حزب آنان شمرده شد.

این پژوهش می‌کوشد با بازخوانی سیره حضرت ام‌البنین علیها‌السلام، مبانی گزینش در حزب اهل بیت را شناسایی کند و آن را در چارچوب تبلیغ علمی و هویت‌سازی ولایت‌محور تبیین نماید. هدف اصلی به‌دست‌آوردن الگویی کاربردی برای تربیت مخاطب معاصر است؛ الگویی که نشان دهد چگونه انسانی می‌تواند فراتر از ظواهر اجتماعی و شهرت‌طلبی، خود را چنان بسازد که در دغدغه‌های معصومان علیهم‌السلام جای گیرد و به‌حق در حزب آنان شمرده شود.

۱. مفهوم‌شناسی

۱-۱. حزب

حزب در لغت به معنای گروهی است که در میان آنان مقررات سخت و غلیظ برقرار باشد (راغب اصفهانی، ۱۳۷۴ش، ج ۱، ص ۴۷۷). کاربرد این واژه در قرآن کریم نشان می‌دهد که عنصر وحدت عقیده و هدف در آن ملحوظ است؛ از این رو هر دسته و جماعتی را نمی‌توان «حزب» نامید. «أحزاب» جمع «حزب» و به معنای دسته‌هاست (قرشی، ۱۳۷۱ش، ج ۲، ص ۱۲۶).

۱-۲. حزب اهل‌بیت

با توجه به مبانی لغوی و اصطلاحی «حزب» که پیش‌تر بیان شد، می‌توان تعریف علمی «حزب اهل‌بیت» را چنین بیان کرد: «حزب اهل‌بیت» در چارچوب علمی و قرآنی، نه یک حزب به معنای مدرن سیاسی، بلکه یک جماعت ایمانی - معرفتی با ساختار منسجم و هدف الهی است که در تاریخ اسلام، هویت و مرزبندی خود را در برابر سایر احزاب (ملل، نحل و جریان‌های مخالف) آشکار کرده است.

۲. «حزب اهل‌بیت» در قرآن

«حزب» در قرآن کریم از مفاهیم بنیادین هویت ایمانی و اجتماعی مسلمانان است؛ از این رو خداوند متعال در آیات متعددی با اشاره به «حزب‌الله»، آن را در برابر «حزب‌الشیطان» قرار داده است؛ از جمله می‌فرماید: «وَمَنْ يَتَوَلَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَالَّذِينَ آمَنُوا فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ» (مائده: ۵۶) یا: «لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ... أُولَئِكَ حِزْبُ اللَّهِ أَلَا إِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (مجادله: ۲۲). مفسران حزب‌الله را گروهی دانسته‌اند که ایمان محکم، پارسایی، اعمال شایسته، اتحاد و همبستگی دارند و تنها ولایت خدا، پیامبر و اهل‌بیت را پذیرفته‌اند و این پذیرش صرفاً رابطه‌ای عاطفی یا حمایتی نیست، بلکه به معنای سرپرستی و رهبری و حق تصرف در امور است (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ش، ج ۵، ص ۱۵۶؛ مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ش، ج ۴، ص ۴۳۳).

ویژگی‌های حزب‌الله در قرآن و تفاسیر عبارت‌اند از: ایمان به مبدأ و معاد و قطع دوستی با دشمنان خدا و رسول حتی اگر آنان از نزدیک‌ترین خویشاوندان باشند؛ ثبت ایمان در دل و تأیید

به وسیله روح الهی که برخی آن را نور علم یا فرشته‌ای بزرگ‌تر از جبرئیل دانسته‌اند؛ ورود به بهشت‌های جاودان با نعمت‌های فراوان و رضایت دوطرفه خدا و آنان؛ پیروزی مطلق در عرصه‌های مادی و معنوی (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ ش، ج ۲۳، ص ۴۶۵؛ رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ ش، ج ۲۰، ص ۲۷۵ - ۲۷۶؛ قمی، ۱۳۸۸ ش، ج ۵، ص ۱۰۳).

ولایت در آیات مربوط به حزب‌الله به معنای سرپرستی و رهبری است و در آیات ۵۵ و ۵۶ سوره «مائده» ولایت خدا، رسول و مؤمنان خاص که در روایات به علی بن ابی‌طالب علیه السلام اشاره شده است، به مثابه ولی و سرپرست مسلمانان معرفی می‌شود (جعفری، ۱۳۹۸ ش، ج ۳، ص ۱۸۴؛ قرائتی، ۱۳۸۸ ش، ج ۲، ص ۳۲۱). این ولایت، محور اصلی هویت حزب‌الله است و نشان می‌دهد که عضویت در این حزب بدون پذیرش ولایت اهل بیت ناقص خواهد بود. حزب‌الله در روایات اهل بیت علیهم السلام به صراحت بر اهل بیت و شیعیان آنان تطبیق داده شده است؛ امام صادق علیه السلام فرمود: «ما و شیعیان ما حزب‌الله هستیم که پیروزیم» (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ ش، ج ۵، ص ۱۵۶). در اسباب النزول واحدی آمده است: «وَالَّذِينَ آمَنُوا»، یعنی علی علیه السلام؛ «فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ»، یعنی شیعه خدا و رسول و ولی او؛ «هُمْ الْغَالِبُونَ»، یعنی بر همهٔ بندگان غالب‌اند» (بحرانی، ۱۴۱۵ ق، ج ۲، ص ۳۲۷). در تفسیر عیاشی نیز آمده است: «فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ فِي عَلِيٍّ عَلَيْهِ السَّلَامُ» (عیاشی، ۱۳۸۰ ش، ج ۱، ص ۳۲۹). امام صادق علیه السلام در روایت دیگری فرمود: «لقد حضر الغدير اثنا عشر ألف رجل يشهدون لعلي بن أبي طالب عليه السلام فما قدر علي أخذ حقه... فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ فِي عَلِيٍّ عَلَيْهِ السَّلَامُ» (قمی مشهدی، ۱۴۱۱ ش، ج ۴، ص ۱۵۶). همچنین در کتاب التوحید آمده است: «فتحن و شيعتنا حزب الله و حزب الله هم الغالبون» (حویزی، ۱۴۱۵ ق، ج ۱، ص ۶۴۸).

حزب‌الله در مقابل حزب شیطان قرار دارد که ویژگی‌های آن نفاق، دشمنی با حق، فراموشی یاد خدا، دروغ و نیرنگ است و حزب‌الله بر اساس محبت و بغض در راه خدا و ولایت اولیای حق تعریف می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴ ش، ج ۲۳، ص ۴۷۲ و ج ۱۸، ص ۱۸۴). پاداش‌های حزب‌الله عبارت‌اند از: ایمان ثابت و نقش‌بسته در دل؛ تأیید الهی به وسیله روح؛ ورود به بهشت‌های جاودان؛ رضایت دوطرفه خدا و بندگان؛ ورستگاری و پیروزی نهایی (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ ش، ج ۲۰، ص ۲۷۶؛ طبرسی، [ابی‌تا]، ج ۲۴، ص ۳۰۳).

تحلیل نظری نشان می‌دهد عضویت در حزب اهل بیت یک هویت اعطایی صرف نیست، بلکه انتخاب‌محور و کسب‌شده است؛ پذیرش ولایت اهل بیت نیازمند ایمان، عمل صالح، وفاداری و فداکاری جامع در عرصه‌های نفس، مال و خانواده است. محبت عاطفی به اهل بیت شرط ابتدایی است، اما کافی نیست، بلکه باید به «تعلق وجودی» بدل شود؛ یعنی پیوندی که سراسر وجود انسان را در مدار ولایت قرار دهد. این تعلق وجودی معیار اصلی گزینش ولایت‌محور است و نشان می‌دهد که حزب اهل بیت تنها با ایشار و ترجیح ولایت بر همه تعلقات دنیوی شکل می‌گیرد. در این چارچوب، گزینش اهل بیت از افراد بر پایه حقیقت ایمان و عمل استوار است؛ محبت عاطفی ممکن است سطحی و زودگذر باشد، اما تعلق وجودی التزامی پایدار و همه‌جانبه به ولایت است. خداوند متعال در آیه ۲۲ سوره «مجادله» ایمان حقیقی را در کسانی می‌داند که حتی در برابر نزدیک‌ترین خویشاوندان، ولایت خدا و رسول را مقدم می‌دارند و این فداکاری جامع معیار اصلی گزینش ولایت‌محور است.

بنابراین «حزب اهل بیت» در قرآن و روایات، هویتی ولایی و انتخاب‌محور است که بر ایمان خالص، تقوا، عمل صالح، وفاداری و فداکاری جامع استوار است و در برابر حزب شیطان قرار دارد؛ پیروزی مطلق آن در دنیا و آخرت تضمین شده است و محبت اهل بیت باید از سطح عاطفی فراتر رود و به تعلق وجودی و التزام عملی بدل شود تا فرد در شمار حزب الله قرار گیرد. در این چارچوب، گزینش ولایت‌محور در سنت اهل بیت نه امری انتسابی، بلکه فرایندی آگاهانه و مبتنی بر ایمان و ایشار است که در نهایت به رستگاری و رضایت الهی می‌انجامد.

۳. سیره حضرت ام‌البنین علیها السلام به مثابه نمونه تجسم یافته گزینش ولایت‌محور

گزینش حضرت ام‌البنین علیها السلام در میان زنان عصر خود، نه تنها بر پایه شرافت نسب و نجابت خانوادگی بود، بلکه انتخابی الهی - تربیتی محسوب می‌شد که در آن الگوی زن متقی مؤمن به ولایت جسمانیت یافت. این انتخاب در خدمت نقشه بزرگ‌تری از سوی امیرالمؤمنین علیه السلام قرار داشت؛ نقشه‌ای که فرزندان شجاع و وفادار برای حفظ حق و حجت را در آینده کربلا رقم می‌زد. بنابراین سیره ام‌البنین علیها السلام نه تنها الگویی در حیا و اخلاق، بلکه معیاری در تفهیم ولایت و ایشار وجودی است. این گزینش ولایت‌محور از لحظه آغاز تشکیل خانواده، در حرکت‌ها، تصمیم‌ها و حتی معیارهای انتخاب همسر خودنمایی می‌کند. برای درک چگونگی شکل‌گیری

این سیره، به‌ناچار به ریشه‌های شخصیتی و رفتاری آن حضرت توجه می‌شود؛ ریشه‌هایی که گواه اصالت، تسلیم و شناخت درست از جایگاه ولایت هستند.

۳-۱. مؤلفه‌های شخصیتی و رفتاری: گزینشی از عناصر اصالت و ولایت

طلب امیرالمومنین علیه السلام از برادرش عقیل که «دانشمند تبارشناس عرب» بود، برای یافتن زنی که «از نسل دلیران عرب باشد و پسری جوانمرد برایم به دنیا آورد» (مامقانی، [بی‌تا]، ج ۳، ص ۷۰؛ تبریزی خیابانی، ۱۳۸۶ ش، ج ۱، ص ۶۸۵؛ سپهر، ۱۳۸۵ ش، ج ۳، ص ۶۷۷؛ ربانی الخلیجی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۳۲)، نشان‌دهنده تعمد انتخاب تربیتی در تشکیل خانواده معصومان علیهم السلام است. این رویکرد بر دو اصل استوار بود:

الف) اهمیت شرافت خانوادگی که در فرموده ایشان بازتاب یافته است: «حُسْنُ الْأَخْلَاقِ بُؤْهَانُ كَرَمِ الْأَعْرَاقِ: حسن اخلاق دلیل بر شرافت خانوادگی است» (آمدی، ۱۴۱۰ ق، ج ۱، ص ۳۴۶).

ب) نظر به نقش فرزند در آینده سرنوشت‌ساز به‌ویژه در مواجهه با انحراف‌های سیاسی. نتیجه این گزینش آن بود که فاطمه کلایه با پشتوانه قبیله‌ای دلیر و والدینی دارنده فضیلت، نامزد ازدواج با امیرالمومنین علیه السلام شد. هنگامی که حزام - پدر ام‌البنین - در رؤیای دخترش شنید: «بُشْرَاكِ فَاطِمَةَ بِالسَّادَةِ الْعَزْ / ثَلَاثَةُ أَنْجُمٍ وَالزَّاهِرُ الْقَمَرُ» و همسرش - ثمامه بنت سهل - پاسخ داد: «یا حزام اِنِّي - والله - ربیتهَا وَأَحْسَنُ تَرْبِیْتَهَا، وَأَرْجُو اللهُ الْعَلِیَّ الْقَدِیْرَ أَنْ یَسْعِدَ جَدَّهَا، وَأَنْ تَكُونَ صَالِحَةً لَخِدْمَةِ سَیْدِی وَمَوْلَايَ أَمِیرِ الْمُؤْمِنِیْنَ عَلَیْهِ السَّلَامُ، فَزَوْجَهَا بِه» (ربانی الخلیجی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۳۲).

این رویکرد، آشکارکننده ولایت‌محوری در فهم ازدواج است. ام‌البنین علیها السلام تنها همسر نبود، بلکه عنصری تربیتی در سیستم ولایت بود.

۳-۲. فداکاری وجودی: فراتر از اندوه مادرانه، همراهی با حجت خدا

اگرچه هر کدام از فرزندان ام‌البنین علیهم السلام - عباس، عبدالله، جعفر، و عثمان - نمادهایی از شجاعت و فداکاری هستند، جایگاه مادر ایشان فراتر از نقش «مادر» است. در روزهای پس از کربلا و هنگامی که بشیر خبر شهادت فرزندانش را یکی پس از دیگری می‌داد، ام‌البنین علیها السلام

سؤالش این نبود که «پسرم چه شد؟»، بلکه هر بار می‌گفت: «أَخْبِرْنِي عَنِ الْحُسَيْنِ...!» و در نهایت این جمله الهام‌آفرین را سر داد: «أَوْلَادِي وَمَنْ تَحْتَ الْخَضِرَاءِ كُلُّهُمْ فِدَاءٌ لِأَبِي عَبْدِ اللَّهِ الْحُسَيْنِ!» (مامقانی، [بی‌تا]، ج ۳، ص ۷۰). این جمله نشان‌دهنده اوج تفهیم عقیدتی از ولایت است. فدایی دادن نه فقط جان فرزندان، بلکه تمامی موجودیت در مقابل حضور حجت خدا. در اینجا دیگر اُم‌البنین علیها السلام مادر عباس و برادرانش نیست، بلکه همراه وجودی حسین علیه السلام است. فداکاری ایشان، «فداکاری مادرانه» نیست، بلکه فداکاری وجودی است؛ یعنی از دید ایشان هیچ مقامی، عاطفه‌ای و پیوندی، فراتر از پیوند با حضور ولی خدا نیست.

۳-۳. جایگاه تاریخی و ولایتی: پذیرش و محبت اهل بیت علیهم السلام

جایگاه حضرت اُم‌البنین علیها السلام در خاندان اهل بیت علیهم السلام از دیدگاه عقلی و تاریخی، بر اساس احترام و محبتی است که امیرالمؤمنین علیه السلام به ایشان داشت. شهید اول درباره ایشان می‌گوید: «اُم‌البنین را باید جزء زنان بافضیلت و آگاه به حق اهل بیت علیهم السلام شمرد که در پیروی و ولایت و دوستی و محبت نسبت به آنان، خالص و مخلص بود» (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ش، ج ۳، ص ۳۲۳). از آنجا که اهل بیت علیهم السلام در عواطف و قضاوت‌هایشان هماهنگی ذاتی دارند، این جایگاه والای احترامی به طور طبیعی در میان تمامی اهل بیت علیهم السلام تعمیم یافت.

این منزلت تنها نتیجه رابطه زوجیت نبود، بلکه سرچشمه آن رفتار اخلاقی، عاطفی و وجودی ایشان در کنار معصومان علیهم السلام بود. عالم رجالی، مرحوم مامقانی در کتاب تنقیح المقال، ولایت فاطمه کلایه را چنین به تصویر می‌کشد: «فَإِنَّ عِلْقَتَهَا بِالْحُسَيْنِ علیه السلام لَيْسَ إِلَّا لِإِمَامَتِهِ: همانا علاقه ام‌البنین به حسین بن علی علیه السلام برای امامت حضرت است». در جای دیگر می‌نویسد: «اینکه او به شرط سلامت حسین علیه السلام، مرگ چهار فرزند خویش را بر خود آسان می‌گرفت، نشان درجه عالی ایمان اوست. من او را از نیکان به حساب می‌آورم» (مامقانی، [بی‌تا]، ج ۳، ص ۷۰).

ام‌البنین فرزندان فاطمه علیها السلام را بی هیچ شک و شبهه‌ای برتر از عباس می‌دانست و این رفتار برخاسته از ایثار و از خودگذشتگی و صدق و اخلاص است و برای ریشه‌کن کردن حس خودخواهی و حسادت است که تجلی عملی آن، ذوب‌شدن در انسان‌های والا و برتر است (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ش، ج ۳، ص ۳۳۷). یکی از دلایلی که سبب ذوب‌شدن ام‌البنین علیها السلام

در عشق به حسین بن علی علیه‌السلام شد و نیز با تمام وجود پیرو اهل‌بیت علیهم‌السلام گردید و به رفیع‌ترین درجات ایثار و فداکاری در این راه دست یافت، احساس مسئولیت ام‌البنین در برابر اهل‌بیت علیهم‌السلام بود (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ش، ج ۳۳۲).

چنین سیره‌ای نه‌تنها ایشان را در میان اهل‌بیت علیهم‌السلام محبوب و محترم قرار داد، بلکه این محبت زمینه احترام گسترده شیعیان به ایشان را فراهم آورد؛ به گونه‌ای که نام ام‌البنین علیها‌السلام در سنت شیعه هرگز جز با اکبار، اعظام، تجلیل و اکرام ذکر نشده است. این احترام عام، نتیجه مستقیم سیره والای ایشان در ولایت‌پذیری و ایمان‌محوری است. همچنین همان‌گونه که گفته شده است «هكذا عاقبة المتقين: این سرنوشت متقین است»، این محبت نتیجه سازگاری کامل روحی ایشان با نظام ولایت بود.

۴. راهگشایی تبلیغی از سیره حضرت ام‌البنین علیها‌السلام برای هویت‌سازی ولایت‌محور

قرن بیست‌ویکم عصر تضاد هویت‌هاست. در دنیایی که رسانه‌های مادی، فرهنگ‌های مصرفی و ایدئولوژی‌های سکولار با سرعت بالا، هویت‌های از پیش ساخته‌شده را به جوانان عرضه می‌کنند، هویت دینی - ولایتی در خطر فراموشی قرار دارد. در این میان، شیعیان که سالیان سال هویتشان را از طریق عشق به اهل‌بیت علیهم‌السلام تعریف می‌کردند، با چالش «توهم توجه» مواجه شده‌اند؛ یعنی باور به اینکه فقط دوست داشتن اهل‌بیت کافی است برای اینکه جزء آنان برشمرده شوند.

سیره حضرت ام‌البنین علیها‌السلام در جایگاه همسر امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام و مادر حضرت عباس علیه‌السلام، الگوی بی‌نظیری از هویت‌سازی ولایت‌محور ارائه می‌دهد که در عصر حاضر می‌تواند راهگشای تبلیغ و ترویج فرهنگ ولایت باشد.

۴-۱. تبلیغ عملی ولایت

حضرت ام‌البنین علیها‌السلام به دلیل داشتن معرفت و مسئولیت، همه فرزندان خود را فدای فرزندان فاطمه زهرا علیها‌السلام کرد. این الگوی عملی تبلیغ ولایت است که در عصر حاضر می‌تواند الگوی خانواده‌های مؤمن قرار گیرد (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ش، ج ۳، ص ۳۳۲).

۲-۴. اُمّ البنین علیها السلام: الگویی فراتر از «مادر عباس»

در متون عامیانه و برخی بیانات عاشورایی، سیره اُمّ البنین علیها السلام معمولاً در چارچوب «مادر کسی که آب کربلا را تأمین کرد» خلاصه می‌شود؛ اما این دیدگاه، سیره ایشان را با کوته‌فکری مواجه می‌کند. اُمّ البنین علیها السلام از آن زمان که پذیرفت دختر یک قبیله عرب همسر امیرالمؤمنین علیه السلام شود، گزینش آگاهانه‌ای را انجام داد. او همسری باایمان و مادری شایسته و مدیری موفق بود و می‌پسندید که خدمتگزار مخلص باشد؛ از این رو او در خانه علی علیه السلام تلاش بی‌وقفه‌ای داشت تا خوشبختی و سعادت را به خانه شویش و نیز برای فرزندان و فرزندان همسرش ارمغان آورد. البته ام البنین هرگز راحتی خود را بر آسایش و آرامش شوهرش و فرزندان فاطمه علیها السلام ترجیح نمی‌داد (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ش، ج ۳، ص ۳۳۳).

اُمّ البنین علیها السلام الگویی برای جوانان امروز در مسائلی چون انتخاب همسر، تشکیل خانواده و فهم عمیق ولایت است، نه فقط یک شخصیت اشک‌بار در دهه محرم.

قرآن در این باره می‌فرماید: «وَمِنْ آيَاتِهِ أَنْ خَلَقَ لَكُمْ مِنْ أَنْفُسِكُمْ أَزْوَاجًا لِتَسْكُنُوا إِلَيْهَا» (روم: ۲۱). اُمّ البنین علیها السلام با امیرالمؤمنین علیه السلام سکون یافت، چون هر دو در راه واحدی قرار داشتند.

۳-۴. هویت‌سازی ولایت‌محور: از احساس به تعهد

هویت ولایتی در دو سطح تعریف می‌شود:

الف) سطح احساسی: «من دوست دارم حسین را»؛ ممکن است پیامدهای اخلاقی را دارا نباشد.

ب) سطح تعهد وجودی: «من همه چیز را فدای حسین می‌کنم»؛ همان رویکرد اُمّ البنین علیها السلام است.

این تفاوت در آیه معروف قرآن روشن است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا آبَاءَكُمْ وَ إِخْوَانَكُمْ أَوْلِيَاءَ إِنِ اسْتَحَبُّوا الْكُفْرَ عَلَى الْإِيمَانِ» (توبه: ۲۳). این آیه، ولایت را شرطی به دست آوردن معرفی می‌کند، نه چیزی که خودبه‌خود به هر شیعه‌ای تعلق داشته باشد. اُمّ البنین علیها السلام در روز کربلا این شرط را پذیرفت: هنگامی که بشیر خبر شهادت فرزندان را داد، نگفت «چرا من؟»، بلکه گفت: «أَوْلَادِي... فِدَاءً لِأَبِي عَبْدِ اللَّهِ» (التمیمی المغربي، ۱۴۱۴ق، ج ۳، ص ۱۸۶). این جمله نشان‌دهنده اوج هویت‌سازی ولایت‌محور است؛ هویتی که فراتر از خویش‌تنی، به حضور حجت

وصل می‌شود.

به تعبیر سید قطب (قطب، ۱۴۰۸ق، ج ۳، ص ۱۶۱۵) دستور الهی «لا تتخذوا آباءکم أولیاء...» نه فرامینی ضد خانواده است، بلکه تقاضایی برای تبعیت ولایت حق از ولایت باطل است. قلب در این سیستم عقیدتی، میدان نبرد واقعی ولایت است؛ همان‌جا که یا «تجرد» رخ می‌دهد یا «انسلاخ». این دوگانگی به خوبی نشان می‌دهد که ولایت‌پذیری، یک «احساس» نیست، بلکه تعهدی وجودی است که در لحظه آزمون نشان داده می‌شود.

در این بستر، تفاوت «هویت احساسی» و «هویت تعهدمحور» آشکار می‌شود؛ همان‌کسی که ادعای محبت به اهل‌بیت علیهم‌السلام دارد، اما در بحران‌ها مال، جایگاه یا روابط خویشاوندی را بر ولایت ترجیح می‌دهد، چنین فردی واقعاً در سطح «احساس» مانده و به «تعهد» نرسیده است. در مقابل کسی که بتواند چون ام‌البین علیها‌السلام در بحران بگوید: «فرزندانم فدای حسین»، ثابت می‌کند که ولایت، محور تصمیم‌گیری اخلاقی وجودش شده است. بنابراین دوست‌داشتن اهل‌بیت علیهم‌السلام تنها زمانی معتبر است که ولایت خداوند، «اولویت اول» قلب باشد؛ در غیر این حالت، پیوندهای خویشاوندی حتی اگر قوی باشند، به دلیل قطع «عروة» ولایتی، بی‌حکم خواهند بود.

۵. بسترهای تبلیغی برای ترویج این هویت

ترویج هویت ولایت‌محور - هویتی که در سیره حضرت ام‌البین علیها‌السلام به خوبی تجسم یافته است - مستلزم فعال‌سازی بسترهای چندلایه‌ای است که بتواند این مفاهیم را از سطح احساسی به سطح تعهد وجودی ارتقا دهد. این بسترهای تبلیغی باید چنان طراحی شوند که «توهم توجه» (یعنی باور به اینکه فقط دوست‌داشتن اهل‌بیت کافی است) را از بین ببرند و جای آن را به آگاهی اخلاقی و مسئولیت تاریخی بدهند. در این راستا، سه بستر کلیدی پیشنهاد می‌شود.

۵-۱. بستر آموزشی: تربیت نسلی آگاه از اصول‌گزینش

آموزش نخستین و مؤثرترین بستر برای شکل‌دهی به هویت دینی - ولایتی است؛ هویتی که در نظام قرآنی همواره مبتنی بر اختیار آگاهانه و پذیرش اراده الهی است، نه وابستگی‌های سنتی یا احساسی. این اصل در آیه‌ای کلیدی بازتاب یافته است: «أَمْ یَحْسُدُونَ النَّاسَ عَلَی مَا آتَاهُمُ اللّٰهُ

مِنْ فَضْلِهِ فَقَدْ آتَيْنَا آلَ إِبْرَاهِيمَ الْكِتَابَ وَ الْحِكْمَةَ وَ آتَيْنَاهُمْ مُلْكًا عَظِيمًا» (نساء: ۵۴).

این آیه ضمن پاسخ به حسادت اهل کتاب به‌ویژه یهودیان در برابر پیامبر اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و اهل بیت او، اصلی عمیق درباره توزیع فضل‌های الهی و تکلیف بشر در برابر آن ارائه می‌دهد. بر اساس روایات متعدد از ائمه معصوم عَلَيْهِمُ السَّلَام، منظور از «الناس» در این آیه، فقط پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و اهل بیت اوست. امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام و امام باقر عَلَيْهِ السَّلَام به صراحت فرموده‌اند: «نحن الذين حُسِدنا: ما همان کسانی هستیم که مورد حسادت قرار گرفته‌ایم» (بحرانی، ۱۴۱۵ق، ج ۳، ص ۳۵۳؛ رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷ش، ج ۴، ص ۱۶۰؛ قمی مشهدی، ۱۴۱۱ق، ج ۳، ص ۴۲۹).

«فضل» خداوند در این آیه نیز بر اساس روایات، نبوت پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و امامت اهل بیت عَلَيْهِمُ السَّلَام است؛ یعنی آن مقام‌های معنوی و رهبری که تنها با انتخاب الهی شکل می‌گیرند، نه با تمایلات سیاسی یا نژادی (بحرانی، ۱۴۱۵ق، ج ۳، ص ۳۶۰؛ رضایی اصفهان، ۱۳۸۷ش، ج ۴، ص ۱۶۰). این مسئله، پایه‌ای اساسی برای درک «گزینش آگاهانه» است؛ انسان باید بداند که ولایت هدیه‌ای است که خدا می‌دهد و پذیرش آن، نشانه آگاهی از حق است.

خداوند در ادامه آیه با اشاره به «آل ابراهیم»، موازنه‌ای تاریخی - معنوی ایجاد می‌کند؛ همان‌گونه که به این خاندان «کتاب» و «حکمت» و «ملک عظیم» داده شد، به «آل محمد» نیز همین نعمت‌ها عطا گردید. این تشبیه نه فقط تذکر تاریخی، بلکه توجیه عقلانی - دینی برای پذیرش ولایت است؛ چراکه اهل کتاب خود ولایت آل ابراهیم را می‌پذیرفتند، پس چرا ولایت آل محمد را رد می‌کنند؟ (قرآتی، ۱۳۸۸ش، ج ۲، ص ۸۵؛ قمی مشهدی، ۱۴۱۱ق، ج ۳، ص ۴۲۹).

اما نکته کلیدی در عبارت «ملک عظیم» نهفته است. در روایات شیعه، این عبارت به روشنی به امامت و وجوب اطاعت از امامان بر حق تفسیر شده است. امام باقر عَلَيْهِ السَّلَام می‌فرماید: «و خداوند در میان ذریه ابراهیم، همان‌گونه که امامان راهنمایی‌کننده قرار داد، در میان ذریه محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، اهل بیت عَلَيْهِمُ السَّلَام را حجت خود گماشته است» (بحرانی، ۱۴۱۵ق، ج ۳، ص ۳۵۷؛ قمی مشهدی، ۱۴۱۱ق، ج ۳، ص ۴۲۹). بنابراین «ملک» در این آیه نه به معنای سلطه سیاسی مادی، بلکه حاکمیت حق در جهان هدایت و معنویت است. بر اساس این نگرش، حسادت به پیامبر و اهل بیت عَلَيْهِمُ السَّلَام، در واقع اعتراضی به اراده و حکمت الهی محسوب می‌شود؛ نشانه‌ای از ضعف ایمان و عدم تسلیم در برابر حق. همین مسئله در سطح فردی نیز تکرار می‌شود؛ هر کس که در

لحظه آزمون، ولایت را ترجیح ندهد، در واقع در برابر «ملک عظیم» سکوت می‌کند یا حتی مقاومت می‌ورزد.

بر این اساس، آموزش - چه در مدرسه، حوزه یا خانواده - باید این واقعیت را به نسل جوان منتقل کند؛ ارزش یک انسان نه در نزدیکی سطحی به اهل بیت، بلکه در پذیرش آگاهانه ولایت در جایگاه «ملک عظیم» الهی است؛ همان گزینشی که ام‌البنین علیها السلام در کربلا آن را با فدای جان فرزندان خود امضا کرد.

این آیه نشان می‌دهد که کتاب و حکمت - یعنی دانش الهی و دانایی اخلاقی - پایه ایجاد یک «ملک عظیم» (جامعه ولایت‌محور) است. بنابراین در مدارس و حوزه‌های علمیه، سیره حضرت ام‌البنین علیها السلام نباید تنها در جایگاه «مادر چهار شهید» معرفی شود، بلکه باید به مثابه الگویی از گزینش آگاهانه ولایتی درس داده شود.

یکی از مواضع ارزشمند و فراموش‌نشده ام‌البنین علیها السلام این بود که ایشان هر روز به قبرستان بقیع می‌رفت و برای شهادت فرزندان فاطمه علیها السلام و فرزندانش ناله می‌کرد و ضجه می‌کشید تا آنجا که مردم پیرامون او جمع می‌شدند و از فرط حزن و اندوه او، محزون و غمگین می‌شدند و بر دستگاه بنی امیه خشم می‌گرفتند و از آنها بیزار می‌شدند (پژوهشکده حج و زیارت، ۱۳۹۴ ش، ج ۳، ص ۳۴۶).

۵-۲. بستر رسانه‌ای: بازتعریف الگو در فضای دیجیتال

امروزه رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های دیجیتال از قدرتمندترین ابزارهای شکل‌دهی به هویت جمعی و فردی هستند. این واقعیت، ضرورت بازنگری در روش‌های تبلیغی و الگوسازی را دوچندان می‌کند. قرآن کریم در تبیین جایگاه پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا» (احزاب: ۴۵). این آیه نه تنها مأموریت ارسالی پیامبر صلی الله علیه و آله را بیان می‌کند، بلکه الگویی راهبردی برای هر رسانه دعوتی ارائه می‌دهد؛ هر رسانه‌ای که در راه حق است، باید هم شاهد (یعنی بازنماینده واقعیت)، هم مبشر (یعنی بخشنده امید) و هم نذیر (یعنی هشداردهنده در برابر انحراف) باشد. در این چارچوب، سیره حضرت ام‌البنین علیها السلام در جایگاه نمونه‌ای تاریخی از «گزینش آگاهانه از ولایت»، می‌تواند الگویی زنده برای جوانان عصر دیجیتال باشد، نه تنها چهره‌ای اشک‌بار در مناسبت‌های عاشورایی.

برخلاف سنت‌های رایجی که سیره ایشان را تنها در چارچوب «مادر چهار شهید» خلاصه می‌کنند، رسانه‌های معاصر می‌توانند داستان کامل زندگی اُم‌البینین علیها السلام را از لحظه‌گزینش آگاهانه همسری با امیرالمومنین علیه السلام بر پایه شجاعت نسبی و شرافت خانوادگی تا لحظه تصمیم‌گیری وجودی در روز کربلا که فرمود: «أَوْلَادِي وَمَنْ تَحْتَ الْخَضِرَاءِ كُلُّهُمْ فِدَاءٌ لِأَبِي عَبْدِ اللَّهِ» به تصویر بکشند. این روایت زندگی نه برای ایجاد اشک، بلکه برای بیدارکردن آگاهی ولایتی و کشف ماهیت واقعی عشق به اهل بیت علیهم السلام است؛ عشقی که در آن خویش‌نشدن فدای حق می‌شود، نه برعکس.

خداوند متعال در این باره می‌فرماید: «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ» (حجرات: ۱۵). این آیه، ملاک صداقت ایمان را جهاد با مال و جان در راه خدا می‌داند؛ یعنی آمادگی برای فداکاری در لحظه آزمون. اُم‌البینین علیها السلام با فدای فرزندان در راه حضور حجت خدا، نمونه‌ای عملی از این آیه بود. بنابراین هدف رسانه‌های معاصر باید این باشد که جوانان را از سطح «توهم توجه» (یعنی باور به اینکه فقط دوست داشتن کافی است)، به سطح «آگاهی تعهدمحور» ارتقا دهند.

در فضای مجازی، این هدف می‌تواند از طریق پرسش‌های استراتژیک محقق شود:

«اُم‌البینین علیها السلام چه چیزی را فدا کرد؟ جان فرزندان را؟ یا هویت یک مادر معمولی را؟»

«آیا می‌توان بدون گزینش آگاهانه، از حزب اهل بیت علیهم السلام محسوب شد؟»

چنین پرسش‌هایی در قالب کلیپ‌های کوتاه، اینفوگرافی‌ها یا پادکست‌ها، می‌توانند شکل‌دهنده گفتمان جدیدی در فضای عمومی باشند؛ گفتمانی که ولایت را از حوزه احساس به حوزه تعهد و مسئولیت منتقل کند.

در نهایت رسانه‌های دیجیتال اگر بر اساس آیه «شَاهِدًا وَ مَبَشِّرًا وَ نَذِيرًا» طراحی شوند، نه تنها سیره اُم‌البینین علیها السلام را به‌درستی بازتعریف می‌کنند، بلکه نسلی پرورش می‌دهند که در لحظه بحران، نه بگوید «من دوست دارم حسین را»، بلکه بگوید: «من همه چیز را فدای حسین می‌کنم»؛ همان‌گونه که خداوند از مؤمنان می‌خواهد: «قُلْ إِنْ كَانَ آبَاؤُكُمْ وَأَبْنَاؤُكُمْ وَإِخْوَانُكُمْ... أَحَبَّ إِلَيْكُمْ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ... فَتَرْبُصُوا حَتَّى يَأْتِيَ اللَّهُ بِأَمْرٍ» (توبه: ۲۴). هدف آیه هشدار به مؤمنان است که اگر تعلقات مادی و عواطف خانوادگی را بر ایمان و جهاد مقدم بدانند، در

معرض قهر الهی قرار می‌گیرند. معیار ایمان واقعی، ترجیح محبت خدا و رسول و جهاد بر هرگونه وابستگی دنیوی است (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۷، ج ۸، ص ۱۷۴؛ قرائتی، ۱۳۸۸، ج ۳، ص ۳۹۹).

۳-۵. بستر فرهنگی: تقویت الگوی «زن گزیننده» در فضای عمومی

فضای فرهنگی - شامل همایش‌ها، ادبیات، شعر و آداب عمومی - زمینه نهادینه‌سازی یک هویت است. خداوند متعال فرمود: «وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِبْرَاهِيمَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا» (مریم: ۴۱). یادآوری چنین شخصیت‌هایی نه تنها برای تاریخ‌نگاری، بلکه برای الگوسازی فرهنگی است. در این راستا، همایش‌ها و کنفرانس‌ها باید بر «زن گزیننده» تمرکز کنند، نه فقط بر «زن اشک‌بار». شعر و ادبیات. همچنین ام‌البنین علیها السلام را نه در جایگاه قهرمان ماتم، بلکه به مثابه مادر اخلاق تصمیم‌گیری معرفی کنند؛ کسی که در لحظه بحران گفت: «فرزندانم و من تحت الخضراء كلهم فداءً لأبي عبدالله!». این جمله، اعلان استقلال هویت از هر وابستگی غیر ولایتی است؛ همان هویتی که خداوند در آیه دیگری می‌ستاید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا آبَاءَكُمْ وَإِخْوَانَكُمْ أَوْلِيَاءَ إِنِ اسْتَحَبُّوا الْكُفْرَ عَلَى الْإِيمَانِ» (توبه: ۲۳).

بنابراین بسترهای آموزشی، رسانه‌ای و فرهنگی اگر بر اساس تبلیغ تعهدمحور (نه صرفاً احساسی) طراحی شوند، می‌توانند سیره ام‌البنین علیها السلام را از یک روایت تاریخی به الگوی هویتی زنده تبدیل کنند. هدف نهایی در این مسیر، پرورش نسلی است که در لحظه آزمون نه بگوید «من دوست دارم حسین را»، بلکه بگوید: «من همه چیز را فدای حسین می‌کنم»؛ همان‌گونه که ام‌البنین علیها السلام در کربلا سخنش را گفت.

نتیجه

سیره حضرت ام‌البنین علیها السلام به مثابه الگویی تاریخی، گواهی بر این حقیقت است که هویت واقعی شیعی در «گزینش آگاهانه» شکل می‌گیرد، نه در «انتساب عاطفی». ایشان با پذیرش آگاهانه همسری با امیرالمؤمنین علیه السلام و فدای وجودی فرزندان در راه حجت خدا، نشان داد که ولایت، پیوندی است که سراسر وجود را در مدار حق می‌چرخاند. این سیره، «حزب اهل بیت» را نه در جایگاه دسته‌ای سیاسی، بلکه به مثابه ارگانسمی ایمانی تعریف می‌کند؛ ارگانسمی که در آن

محبت به اهل بیت علیهم السلام، زمانی مقبول است که به «تعلق وجودی» بدل شود و ولایت در لحظه آزمون بر همه تعلقات دنیوی ترجیح یابد. در عصری که «توهم توجه» - یعنی باور به کفایت صرف دوست داشتن اهل بیت - هویت شیعی را رو به فراموشی می برد، بازخوانی سیره اُم البنین علیها السلام راهگشایی تبلیغی ارائه می دهد؛ هویت ولایت محور تنها زمانی جان می گیرد که در بسترهای آموزشی، رسانه ای و فرهنگی، از احساس به تعهد حرکت کند. در نهایت پذیرش در حزب اهل بیت، حقی است که با ایمان عمل گرا، ایثار وجودی و التزام آگاهانه کسب می شود؛ همان گونه که اُم البنین علیها السلام در بحران کربلا نه با اشک، بلکه با سخن قاطع «أَوْلَادِي فِدَاءٌ لِأَبِي عَبْدِ اللَّهِ!» آن را امضا کرد.

کتابنامه

قرآن کریم

۱. بحرانی، هاشم بن سلیمان، البرهان فی تفسیر القرآن، ۵ ج، قم: بنیاد بعثت، ۱۴۱۵ ق.
۲. پژوهشکده حج و زیارت، حج در آینه تاریخ: مجموعه مقالات تاریخی فصلنامه میقات حج، تهران: مشعر، ۱۳۹۴ ش.
۳. تبریزی خیابانی، علی و محمد الوانساز خوبی، وقایع الأيام فی تمة محرم الحرام، قم: غرفة الإسلام، ۱۳۸۶ ش.
۴. جعفری، یعقوب، تفسیر کوثر، قم: هجرت، ۱۳۹۸ ش.
۵. حویزی، عبدعلی بن جمعه، تفسیر نورالثقلین، تحقیق: هاشم رسولی، قم: اسماعیلیان، ۱۴۱۵ ق.
۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، ترجمه و تحقیق مفردات الفاظ قرآن با تفسیر لغوی و ادبی قرآن، ترجمه: غلامرضا خسروی حسینی، تهران: مرتضوی.
۷. ربانی الخلیفالی، الشیخ علی، اُم البنین علیها السلام التجم الساطع فی مدینة النبی الامین، بیروت: مؤسسة دارالکتاب الاسلامی، [بی تا].
۸. رضایی اصفهانی، محمدعلی و جمعی از پژوهشگران قرآنی، تفسیر قرآن مهر، قم: پژوهش های تفسیر و علوم قرآن، ۱۳۸۷ ش.
۹. سپهر، محمدتقی بن محمدعلی، گزیده ناسخ التواریخ: زندگانی و شرح حال پیامبران و

- امامان عليهم السلام، خلفا، پادشاهان و حکیمان بزرگ، به کوشش محمدرضا غیائی کرمانی و سپهر عباسقلی، قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، ۱۳۸۵ ش.
۱۰. طبرسی، فضل بن حسن، ترجمه تفسیر مجمع البیان، تحقیق: هاشم رسولی و دیگران، تهران: فراهانی، [بی تا].
۱۱. طوسی، محمد بن حسن، تهذیب الأحکام فی شرح المقنعة للشیخ مفید، تهران: دارالکتب الإسلامية، ۱۳۶۵ ش.
۱۲. عیاشی، محمد بن مسعود، التفسیر، تحقیق: هاشم رسولی، تهران: مکتبه العلمیه الاسلامیه، ۱۳۸۰ ش.
۱۳. قرآنتی، محسن، تفسیر نور، تهران: مرکز فرهنگی درس های از قرآن، ۱۳۸۸ ش.
۱۴. قرشی، علی اکبر، قاموس قرآن، تهران: دارالکتب الإسلامية، ۱۳۷۱ ش.
۱۵. قطب، سید، فی ظلال القرآن، بیروت: دارالشروق، ۱۴۰۸ ش.
۱۶. قمی مشهدی، محمد بن محمدرضا، تفسیر کنز الدقائق و بحر الغرائب، تحقیق: حسین درگاهی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۴۱۱ ق.
۱۷. قمی، علی بن ابراهیم، تفسیر قمی، ترجمه: جابر رضوانی، قم: بنی الزهراء، ۱۳۸۸ ش.
۱۸. مامقانی، عبدالله، تنقیح المقال فی علم الرجال، نجف: [بی نا]، [بی تا].
۱۹. مجلسی، محمداقرا، بحار الأنوار، بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق.
۲۰. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الإسلامية، ۱۳۷۴ ش.



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

Social Harmony and Solidarity in the Teachings of Nahj al-Balagha

Mohammad Kazem Karimi*

Abstract

Using a descriptive-documentary method, this paper investigates the position of harmony and solidarity in the words of the Commander of the Faithful, Imam Ali (AS), and re-examines its key thematic axes. Accordingly, in response to the four questions raised in the text, the research findings are presented in four axes as follows: ١. The nature of the concept of social harmony; ٢. The factors and grounds for the realization of social harmony; ٣. The contexts and factors that undermine harmony (discordant factors); ٤. The primary strategies for achieving social harmony and solidarity in Islamic society from the Imam's perspective.

Key words

Social Harmony, Social Solidarity, Imam Ali (AS), Nahj al-Balagha.

* Graduate of the Islamic Seminary and PhD in Political Sociology, mkkarimi_۴۸@yahoo.com



دو فصلنامه علمی - تخصصی
سال ششم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۴۰۴

وفاق و همبستگی اجتماعی در آموزه‌های نهج البلاغه

دکتر محمدکاظم کریمی*

چکیده

این نوشتار به روش توصیفی - اسنادی، جایگاه وفاق و همبستگی را در کلام امیرالمؤمنین علی علیه السلام جستجو می‌کند و به بازخوانی محورهای مهم آن می‌پردازد. بر این اساس در پاسخ به چهار پرسش مطرح شده در متن، یافته‌های تحقیق در چهار محور به این ترتیب ارائه شده است: ۱. چیستی مفهوم وفاق اجتماعی؛ ۲. عوامل و زمینه‌های تحقق وفاق اجتماعی؛ ۳. بسترها و عوامل وفاق‌سوز؛ ۴. اصلی‌ترین راهکارها برای تحقق وفاق و همبستگی اجتماعی در جامعه اسلامی از دیدگاه امام علیه السلام.

کلیدواژگان: وفاق اجتماعی، همبستگی اجتماعی، امام علی علیه السلام، نهج البلاغه.

مقدمه

نهج البلاغه کتاب معرفت و دانش، کتاب توحید، کتاب زندگی، کتاب اخلاق و معنویت، کتاب سیاست و کشورداری و کتاب رشد و تربیت است که با کوشش بی‌نظیر علامه سید شریف رضی در سال ۴۰۰ قمری گردآوری و تدوین شد. این گنجینه ارزشمند را که دربرگیرنده بر سخنان گهربار امیرالمؤمنین علی علیه السلام است، نباید تنها کتابی متعلق به قرون گذشته دانست، بلکه مفاهیمش با زندگی و نیازهای انسان امروز پیوند دارد و گفته‌های آن درباره عدالت، سیاست، مدیریت، اخلاق، روان و رفتارهای انسان به طرز شگفت‌انگیزی در دنیای امروز کاربردی‌اند؛ برای نمونه نامه ۵۳ خطاب به مالک اشتر نخعی در جایگاه والی مصر، همچنان برای مدیران یک منشور کامل مدیریت اخلاقی و انسانی است؛ همچنین نامه ۳۱ خطاب به امام مجتبی علیه السلام سرمشق زیست اخلاقی است؛ نیز خطبه‌های مربوط به شناخت نفس برای روان‌شناسان، دریای دانایی است و خطبه‌ها و نامه‌های سیاسی و اجتماعی آن حضرت برای سیاست‌مداران و جامعه‌شناسان منبع ارزشمندی برای هدایت و مدیریت جامعه بر محور الگوهای کارآمد است. از موضوع‌های مهم در عرصه حیات اجتماعی انسان‌ها، وفاق و همبستگی اجتماعی است که در سه ساحت فرد، جامعه و سیاست کارکرد دارد و آثار و پیامدهای ویژه‌ای بر آن مترتب می‌شود. در سخنان امیرالمؤمنین علیه السلام افزون بر توجه ویژه‌ای به این موضوع، بر تمسک به آن و پرهیز از تفرقه و دشمنی به مثابه نقطه مقابل آن سفارش شده است. برای فهم و دریافت دیدگاه آن حضرت، خود را در برابر چهار پرسش اصلی قرار می‌دهیم و پاسخ آنها را با مراجعه به کتاب شریف نهج البلاغه جستجو می‌کنیم: ۱. وفاق و همبستگی از نگاه امام علی علیه السلام چیست و چه آثار و پیامدهایی دارد؟ ۲. زمینه‌ها و عوامل اثرگذار بر وفاق و همبستگی اجتماعی از نگاه آن حضرت چیست؟ ۳. زمینه‌ها و بسترهای وفاق‌سوز در سطح خرد و کلان از نظر امام کدام است؟ ۴. راهکارهای حفظ و تداوم وفاق اجتماعی و غلبه بر عوامل تهدیدگر آن چیست؟

۱. چیستی وفاق و همبستگی اجتماعی

«وفاق» بر وزن فعال از باب مفاعله در لغت به معنای توافق و اتفاق بین دو طرف، همبستگی، سازگاری کردن، موافقت، یکدلی (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۱۴، ص ۲۰۵۲۸) و با یکدیگر

همکاری کردن (عمید، ۱۳۸۸ش، ص ۸۹۴) است؛ ضد آن نفاق، اختلاف، تفرقه، جدایی و دشمنی است و در اصطلاح جامعه‌شناسی معادل اجماع (Social Consensus) و به معنای توافق عمومی بر موضعی خاص یا نتیجه‌ای معین یا مجموعه‌ای از ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی است که بیشتر به تحركات گروهی یا حزبی یا به اشتراک نظری گسترده در سطح افکار عمومی اشاره دارد (آتویت و باتامور، ۱۳۹۲ش، ص ۹۴۲).

بنابراین منظور از وفاق اجتماعی، نظر مشترک غالب مردم در خصوص باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اساسی جامعه است که می‌تواند در سطح محلی، استانی یا ملی متبلور شود؛ در سطح محلی مانند وفاق یک خانواده، طایفه و عشیره؛ در سطح استانی مانند وفاق مردم یک استان در شهرهای مختلف؛ در سطح ملی نیز مثل توافق بین گروه‌ها، زبان‌ها و نژادهای مختلف یک کشور.

از نگاه قرآن کریم، پایه وفاق بر «ایمان به خدا» استوار است و به سبب آن مؤمنان برادران یکدیگرند و پیوند میان آنان ضروری است: «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخْوَيْكُمْ: مؤمنان برادر یکدیگرند، پس میان برادرانتان آشتی برقرار کنید» (حجرات: ۱۰).

امام علی علیه السلام اتحاد و جماعت مسلمانان را سبب توجه و عنایت خداوند می‌داند و اختلاف و جدایی از آن را خواسته شیطان توصیف کرده‌اند و راه درست را پیوستن به جماعت و دوری جستن از تفرقه و جدایی بیان داشته‌اند: «وَالزُّمُو السَّوَادَ الْأَعْظَمَ، فَإِنَّ يَدَ اللَّهِ مَعَ الْجَمَاعَةِ، وَ إِيَّاكُمْ وَالْفُرْقَةَ، فَإِنَّ الشَّاذَّ مِنَ النَّاسِ لِلشَّيْطَانِ، كَمَا أَنَّ الشَّاذَّ مِنَ الْعَنَمِ لِلذَّبِّ: همیشه همراه جمعیت‌های بزرگ باشید؛ چراکه دست خدا با جماعت است و از تفرقه و جدایی پرهیزید که انسان تنها بهره شیطان است؛ همان‌طور که گوسفند تنها طعمه گرگ است» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۱۲۷).

مقصود از «سواد اعظم»، اکثریت طرفدار حق بیان شده است؛ زیرا توده‌های مؤمن همیشه در مسیر حق حرکت می‌کنند و اگر گروهی مرتکب اشتباه شوند، گروه دیگر آنها را آگاه می‌کند و از خطر گمراهی نجات می‌دهد؛ ولی افراد تک‌رو و گروه‌های کوچک و منزوی از جامعه اسلامی، گرفتار انواع خطاها و انحراف‌ها می‌شوند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۵ش، ج ۵، ص ۳۳۰). بنابراین قدرت حمایت الهی در سایه اتحاد و انسجام امت حاصل می‌شود و هنگامی که امت

یکپارچه عمل می‌کند، مسیر حرکت آن مورد تأیید و تقویت الهی قرار می‌گیرد؛ اما زمانی که تفرقه و چنددستگی به وجود آید، دست قدرت الهی از آنها برداشته می‌شود و مستعد فروپاشی می‌شوند.

سنایی غزنوی گفته است:

از خلافت این همه شر در نهاد بوالبشر

وز خلافت آدمی در چنگ جنگ و شور و شر

از وفاق ادریس بر رفت از زمین برآسمان

وز خلاف ابلیس در رفت از بهشت اندر سقر

(سنایی غزنوی، ۱۳۸۱ ش، ص ۱۶۳).

وفاق اجتماعی آثار و پیامدهای بسیاری دارد که به برخی از آنها اشاره می‌شود:

الف) ثبات نظام سیاسی و اجتماعی

از مهم‌ترین پیامدهای وجود وفاق و همبستگی اجتماعی در جامعه، ثبات نظام سیاسی و اجتماعی است. در نظام‌های سیاسی با پشتوانه مردمی که درجات بالایی از وفاق و انسجام اجتماعی وجود دارد، مردم حامی واقعی نظام هستند؛ زیرا آن را متعلق به خود می‌دانند و در بحران‌ها و مشکلات اجتماعی کنار آن هستند و چنان‌که مردم حاکمان را از خود بدانند و میان اجزای نظام و لایه‌های زیرین جامعه همدلی و هماهنگی وجود داشته باشد، زمینه‌های ثبات و کارآمدی نظام سیاسی و اجتماعی فراهم می‌شود. بنابراین انسجام، یگانگی و اتحاد مردم یک جامعه، فرصتی برای حرکت آنان به سوی هدف‌های مطلوب است و به رشد جامعه منجر می‌شود؛ در حالی‌که ناهماهنگی و اختلاف درونی جامعه، پایه‌های قدرت جامعه را متزلزل می‌کند و توانایی‌های آن را به نابودی می‌کشاند. حضرت علی عَلَيْهِ السَّلَام با تکیه بر همین نکته، فرمانداران خود در یمن را که از بسر بن ابی‌ارطاة شکست خوردند و به کوفه بازگشتند، نکوهش کرده است: «به من خبر رسید بسر بن ارطاة بر یمن تسلط یافته است؛ سوگند به خدا، می‌دانستم که مردم شام به‌زودی بر شما غلبه خواهند کرد؛ زیرا آنها در یاری کردن باطل خود وحدت دارند و شما در دفاع از حق متفرق‌اید. شما امام خود را در حق نافرمانی کرده و آنها امام خود را در باطل فرمان‌بردارند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ ق، خطبه ۲۵).

ب) تقویت روحیه همکاری و مشارکت اجتماعی

تعاون، همکاری و همیاری اجتماعی از مهم‌ترین پیامدهای وفاق و همبستگی اجتماعی است. اساس زندگی اجتماعی بر تعاون و همیاری پایه‌ریزی شده است و قوانین اجتماعی و اقتصادی اسلام بر این اصل استوار است. در قرآن کریم بر این اصل تأکید شده است و می‌فرماید: «وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ: یکدیگر را بر انجام کارهای خیر و پرهیزکاری یاری کنید و بر گناه و تجاوز یکدیگر را یاری ندهید» (مانده: ۲).

امام علی علیه السلام درباره اهمیت همکاری و همیاری مؤمنان با یکدیگر می‌فرماید: «النَّاسُ عِبَادُ اللَّهِ وَ إِخْوَانٌ فِي دِينِ اللَّهِ: انسان‌ها بندگان خداوند هستند و در دین الهی برادر یکدیگرند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۱۹۳). این اصل، زمینه‌ای برای ایجاد همبستگی میان افراد جامعه اسلامی فراهم می‌آورد و سیره عملی آن حضرت نمونه‌ای روشن از تعاون و همیاری بین مؤمنان است. ایشان در دوران حکومت خود همواره می‌کوشیدند با همکاری مردم، مشکلات جامعه را حل کنند و عدالت اجتماعی را برقرار سازند. نمونه‌های این رفتار را می‌توان در تقسیم عادلانه بیت‌المال و توجه ویژه به اقشار محروم جامعه مشاهده کرد. به همین دلیل در نامه به مالک اشتر می‌فرماید: «فَإِنَّهُمْ صِغْفَانٌ: إِمَّا أَخَّ لَكَ فِي الدِّينِ أَوْ نَظِيرٌ لَكَ فِي الْخَلْقِ: مردم یا برادر دینی تو هستند یا در خلقت شبیه تو هستند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳). این سخن ارزشمند نشان‌دهنده دیدگاه عمیق امام درباره عدالت اجتماعی است که بر اساس تعاون و همکاری میان انسان‌ها بنا شده است.

بنابراین اگر در جامعه‌ای وفاق و همبستگی اجتماعی برقرار باشد، روحیه تعاون، همیاری و مشارکت اجتماعی نهادینه می‌شود و جامعه‌ای یک‌دست، یک‌رنگ و منسجم شکل می‌گیرد.

ج) حفظ آمادگی رویارویی با دشمن

جامعه‌ای که دارای وحدت و انسجام اجتماعی است و اعضای آن همواره در صحنه‌های فردی و اجتماعی حضور فعال دارند، زمینه‌های نفوذ و اثرگذاری دشمنان را سد می‌کنند و در مقابله با آنان و خنثی‌سازی توطئه‌هایشان همواره پیشگام‌اند؛ چراکه دشمن نه با یک حکومت که با یک ملت باید مبارزه کند. وحدت، همدلی و پیوند اجتماعی بسان اکسیری است که توطئه‌های دشمن را علیه یک ملت ناکام می‌گذارد.

امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه ۵۳ خطاب به مالک اشتر بر انبوهی جمعیت مسلمانان و اجتماع آنان تأکید ورزیده است؛ چراکه نیروی ذخیره مقابله با دشمن به شمار می‌روند که برای دفاع از سرزمین اسلامی همواره پیشگام‌اند: «وَإِنَّمَا عِمَادُ الدِّينِ وَجَمَاعُ الْمُسْلِمِينَ وَالْعُدَّةُ لِلْأَعْدَاءِ، الْعَامَّةُ مِنَ الْأُمَّةِ، فَلْيُكُنْ صِعُوكَ لَهُمْ وَمِيلُكَ مَعَهُمْ: همانا ستون‌های استوار دین و اجتماعات پرشور مسلمین و نیروی ذخیره علیه دشمنان، عموم مردم‌اند؛ پس به آنان گرایش داشته باش و تمایلت به آنان باشد» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳).

۲. عوامل و بسترهای وفاق اجتماعی

با چشم‌پوشی از بهره‌برداری سیاسی که گاه از مفهوم وفاق در افکار عمومی می‌شود، هیچ جامعه‌ای بدون اتفاق نظر بر اهداف مشترک و حرکت هم‌افزا برای تحقق آنها نمی‌تواند به آینده مطلوب بنگرد. دارابودن هدف مشترک، کوشش جمعی و مشارکت اجتماعی، تحمل یکدیگر و روآوردن به آیین‌ها و مراسم ملی و مذهبی از عواملی است که در تحقق و تقویت وفاق اجتماعی اثرگذارند. در این بخش به برخی از این عوامل ناظر به کلام نهج البلاغه اشاره می‌شود.

الف) دین و آیین‌های مذهبی

از منظر جامعه‌شناختی، همبستگی و وفاق اجتماعی از کارکردهای اصلی دین به شمار می‌آید. اجرای مراسم مذهبی و بُعد مناسکی دین همچنین آموزش‌های دینی در زمینه انجام امور خیر، پرداخت صدقات، تعاون و همیاری اقشار مختلف جامعه، نقش مهمی در تقویت همبستگی و وفاق اجتماعی ایفا می‌کنند. تشریفات مذهبی موجب گردآمدن مردم می‌شوند پیوندهای مشترکشان را دوباره تأیید می‌کنند و در نتیجه همبستگی اجتماعی را تحکیم می‌بخشند (کوزر، ۱۳۶۹ش، ص ۱۹۷ - ۲۰۰).

دین از طریق مشارکت افراد در فعالیت‌های مذهبی سبب تحکیم پیوند فرد به جامعه می‌شود؛ زیرا مراسم مذهبی جنبه عاطفی دارند و به زنده‌نگهداشتن آرمان‌های جمعی کمک می‌کنند. بر همین اساس می‌بینیم سراسر نهج البلاغه بازتاب عمق توحیدباوری علی بن ابی طالب علیه السلام است؛ آغاز هر خطبه تبلور توحید است و در حکم رسانه‌ای است که بالاترین معارف را درباره حقیقت توحید در اختیار مخاطب خویش قرار می‌دهد. ابتنای حکومت بر

توحیدمحوری، در حکم اکسیری است که جامعه اسلامی را متوجه حقیقت واحد می‌سازد و اختلاف، دودستگی، منفعت‌خواهی، خودخواهی و منیت را سد می‌کند و هدف همگان رسیدن به حقیقت نابی است که در سرشت آنان نهفته است. توجه همگان به حقیقت واحد، سبب می‌شود واگرایی‌ها در کنش سیاسی و اجتماعی شهروندان و کارگزاران کم‌سو شود و همگرایی‌ها فزونی بیابد؛ در نتیجه وفاق و همبستگی میان آنان تعمیق می‌پذیرد.

سیاست‌ورزی در مشی و منش امام علیه السلام با چاشنی خوف و گمان نیکو به خداوند همراه است و در همه لحظات وجود خداوند را ناظر رفتار و اعمال خود می‌بیند: «وَإِنْ اِسْتَطَعْتُمْ اَنْ يَشْتَدَّ خَوْفُكُمْ مِنَ اللّٰهِ وَ اَنْ يَحْسُنَ ظَنُّكُمْ بِهِ، فَاجْمَعُوا بَيْنَهُمَا، فَإِنَّ الْعَبْدَ إِنَّمَا يَكُونُ حُسْنُ ظَنِّهِ بِرَبِّهِ عَلَى قَدْرِ خَوْفِهِ مِنْ رَبِّهِ وَ إِنَّ أَحْسَنَ النَّاسِ النَّاسِ ظَنًّا بِاللّٰهِ أَشَدُّهُمْ خَوْفًا لِلّٰهِ: اگر بتوانید که بیم‌تان از خدا فراوان و گمان‌تان به او نیکو باشد، این دو را با هم جمع کنید؛ زیرا گمان نیکوی بنده به پروردگارش به اندازه ترسش از اوست و خوش‌گمان‌ترین مردم به خداوند، بیمناک‌ترین ایشان از اوست» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۲۷). به این سبب در تعامل با کارگزاران به‌ویژه در نامه خطاب به مالک اشتر، با تمسک به کلام وحی بر واگذاری امور مهم به خداوند و مددجستن از رسولش توصیه فرموده است تا از تشمت و پراکندگی اعضای جامعه پیشگیری شود: «وَ اَزِدُّ اِلَى اللّٰهِ وَ رَسُوْلِهِ مَا يَضِلُّكَ مِنَ الْخُطُوْبِ وَ يَشْتَبِيْهِ عَلَيْكَ مِنَ الْاُمُوْر؛ فَقَدْ قَالَ اللّٰهُ تَعَالٰى لِقَوْمٍ اَحَبَّ اِزْشَادَهُمْ: "يَا اَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا اطِيعُوا اللّٰهَ وَ اطِيعُوا الرَّسُوْلَ وَ اُولٰى الْاَمْرِ مِنْكُمْ، فَإِن تَنٰازَعْتُمْ فِى شَيْءٍ فَرُدُّوْهُ اِلَى اللّٰهِ وَ الرَّسُوْلِ؛ فَالَّذِى اِلَى اللّٰهِ: الْاَخْذُ بِمُحْكَمِ كِتٰبِهِ وَ الرَّذُّ اِلَى الرَّسُوْلِ: الْاَخْذُ بِسُنَّتِهِ الْجَامِعَةِ غَيْرِ الْمُفْرَقَةِ: در هر کار بزرگی که بر تو دشوار آید و اموری که برایت ابهام‌انگیز باشد، به خدا و رسولش رجوع کن؛ چراکه خداوند به مردمی که هدایت آنان را دوست می‌داشت، فرمود: "ای کسانی که ایمان آورده‌اید، خدا را اطاعت کنید و پیامبر و اولی الامر از خودتان را اطاعت کنید و اگر درباره چیزی نزاع داشتید آن را به خدا و رسولش بازگردانید" (نساء: ۵۹)؛ بازگرداندن به خدا، تمسک به کتاب محکم اوست و بازگرداندن به رسول، تمسک به سنت اوست که مسلمانان را گرد می‌آورد و پراکنده نمی‌سازد» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳).

همچنین آن حضرت با توصیه کارگزاران به برپایی فرایض الهی، تقویت پایه‌های دین را با بهره‌گیری از عبادت خداوند خواسته است: «وَلْيَكُنْ فِى خَاصَّةٍ مَا تُخْلِصُ بِهِ لِلّٰهِ دِيْنَكَ: إِقَامَةُ

فَرَايِضِهِ الَّتِي هِيَ لَهُ خَاصَّةٌ، فَأَعْطِ اللَّهَ مِنْ بَدَنِكَ فِي لَيْلِكَ وَ نَهَارِكَ وَ وَفَّ مَا تَقَرَّبْتَ بِهِ إِلَى اللَّهِ مِنْ ذَلِكَ كَامِلًا غَيْرَ مَثْلُومٍ وَ لَا مَنُوقِصٍ، بِالْغَا مِنْ بَدَنِكَ مَا بَلَغَ؛ باید مهم‌ترین چیزی که به وسیله آن دین خویش را برای خداوند خالص می‌سازی، برپاداشتن واجبات الهی باشد که ویژه خداوند است. بنابراین در بخشی از شبانه‌روز تن خود را در کار طاعت خداوند بدار و عباداتی را که موجب نزدیکی تو به خداوند گردد، به بهترین وجه و بدون نقصان و کاستی به جای آور، هر چند سبب فرسودن جسم تو شود» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳).

ب) فرهنگ قومی و ملی

آداب، سنت‌ها، عادات، آیین‌ها، مناسک و مراسم بُعد مهم فرهنگ هر جامعه به شمار می‌آیند. بخشی از این فرهنگ ریشه در باورها و ارزش‌های دینی دارد و بخشی نیز ریشه در پیشینه قومی و ملی هر جامعه دارد و هر دو برای اعضای جامعه دارای اهمیت‌اند و از اسباب الفت، پیوند و قرابت افراد و گروه‌های مختلف به یکدیگرند.

امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه ۵۳ خطاب به مالک اشتر، از اموری که سبب الفت و نزدیکی اعضای جامعه می‌شود، سنت‌هایی را برشمرده‌اند که مردم بر محور آنها اجتماع می‌کنند؛ از این رو بر حفظ سنت‌ها و مناسکی تأکید می‌ورزند که زیانی ندارند و اسباب پیوند اعضای جامعه هستند: «وَلَا تَنْقُضْ سُنَّةَ صَالِحَةٍ عَمِلَ بِهَا ضُدُّورٌ هَذِهِ الْأَقْسَمِ، وَاجْتَمَعَتْ بِهَا الْأَلْفَةُ، وَصَلَحَتْ عَلَيْهَا الرَّعِيَّةُ. وَلَا تُحَدِّثَنَّ سُنَّةً تُضُرُّ بِشَيْءٍ مِنْ مَاضِي تِلْكَ السُّنَنِ، فَيَكُونُ الْأَجْرُ لِمَنْ سَنَّهَا، وَالْوِزْرُ عَلَيْكَ بِمَا نَقَضْتَ مِنْهَا: سنت پسندیده‌ای که بزرگان امت بر اساس آن رفتار کرده‌اند و به سبب آن در میان مردم الفت برقرار شده و اصلاح جامعه بر پایه آن بوده را از بین مبر و سنتی می‌آورد که به سنت‌های نیکوی گذشته زیان رساند که پاداش برای کسی است که آنها را برقرار کرده و گناه بر تو ماند که چیزی از آنها را شکسته‌ای» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳).

ج) عدالت‌ورزی

عدالت اصلی‌ترین عامل سامان‌یابی زندگی اجتماعی بشر است و به هر میزان که تحقق یابد، از میزان تبعیض‌های اجتماعی، قضایی و فرهنگی کاسته می‌شود و زمینه همدلی، وحدت و همگرایی آحاد مردم جامعه فراهم خواهد آمد. قرآن کریم با بیان اهمیت آموزه عدالت در جامعه

ایمانی، از دو عامل «حب» و «بغض» در جایگاه موانع تحقق آن در جوامع یاد کرده است؛ از جمله در سوره «مائده»، کینه‌ها و دشمنی‌ها را از عوامل اثرگذار بر تحقق نیافتن عدالت در جوامع برشمرده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاَنُ قَوْمٍ عَلَىٰ أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَىٰ: ای مؤمنان، برای خدا قیام کنید و به عدالت شهادت دهید و دشمنی با گروهی شما را وادار به ترک عدالت نکند. عدالت پیشه کنید که به پرهیزکاری نزدیک‌تر است» (مائده: ۸). همچنین در سوره «نساء»، دوستی‌ها و علاقه‌مندی‌ها را از زمره عوامل بروز بی‌عدالتی بیان کرده است: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ بِالْقِسْطِ شُهَدَاءَ لِلَّهِ وَ لَوْ عَلَىٰ أَنفُسِكُمْ أَوِ الْوَالِدِينَ وَالْأَقْرَبِينَ: ای مؤمنان، در عدالت کوشا باشید، برای خدا گواهی دهید اگرچه به زیان شما یا پدر و مادر و یا خویشاوندان تان باشد» (نساء: ۱۳۵).

اهتمام به عدالت‌ورزی، پرهیز از ستم و بی‌زاری از ستمکاران از برجسته‌ترین جلوه‌های رفتاری امیرالمؤمنین علی علیه السلام است که پرشمار در نهج‌البلاغه نمود یافته است. در نامه ۵۳ خطاب به مالک اشتر به ضرورت برپایی عدالت در مناطق مختلف از سوی حاکمان اشاره می‌فرماید که به پیوند و الفت بین آنان و مردم می‌انجامد و آن را برترین عامل شادمانی و چشم‌روشنی حاکمان دانسته است: «وَ إِنِّ أَفْضَلَ قُوَّةٍ عَيْنِ الْوَلَاةِ اسْتِقَامَةُ الْعَدْلِ فِي الْبِلَادِ وَ ظُهُورُ مَوَدَّةِ الرَّعِيَّةِ: برترین چیزی که مایه روشنایی چشم حاکمان می‌شود، برپایی عدالت در شهرها و پدیدآمدن دوستی مردمان به آنهاست» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳). شارح پیام امام امیرالمؤمنین علیه السلام می‌گوید: این سخن امام اشاره به این است که گسترش عدل و داد سبب پیوند عاطفی میان مردم و زمامداران می‌شود که بهترین وسیله برای حفظ حکومت است (مکارم‌شیرازی، ۱۳۷۵ش، ج ۱۳، ص ۳۹۱).

به سخن خواجه شیراز:

ساقی به جام عدل بده باده تا گدا
غیرت نوزد جهان پربلا کند

اگر مردم احساس کنند که نظام حاکم در تقسیم منابع و فرصت‌ها میان شهروندان تفاوت قائل می‌شود، پایه‌های اعتماد آنان فرو می‌ریزد و جامعه به گروه‌های متخاصم تقسیم می‌شود. آن حضرت تفاوت‌گذاری میان بندگان و بی‌عدالتی در حق برخی به سود دیگری را ناپسند می‌داند و منافع دنیا را ناچیزتر از آن می‌دانست که با ستم بر بندگان به رسوایی آخرت تن دهد: «وَ اللَّهُ لَأَنَّ

أَبَيْتَ عَلَى حَسَكِ السَّعْدَانِ مُسَهَّدًا، أَوْ أُجِرَّ فِي الْأَغْلَالِ مُصَفَّدًا، أَحَبُّ إِلَيَّ مِنْ أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَ رَسُولَهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ ظَالِمًا لِبَعْضِ الْعِبَادِ وَ غَاصِبًا لَشَيْءٍ مِنَ الْأُحْطَامِ وَ كَيْفَ أَظْلِمُ أَحَدًا لِنَفْسِ يَسْرِعُ إِلَيَّ الْبَلَى قُفُولُهَا وَ يَطُولُ فِي الثَّرَى حُلُولُهَا؟: به خدا سوگند، اگر شب را تا صبح بر روی خار سعدان بیدار مانم و با غل و زنجیر روی زمین کشیده شوم، دوست‌تر دارم از اینکه روز قیامت خدا و پیامبرش را در حالی ملاقات کنم که به بعضی از بندگان ستم نموده و چیزی از اموال بی‌ارزش دنیا را غصب کرده باشم. چگونه برای نفسی که به سرعت به سوی فرسودگی و کهنگی پیش می‌رود و مدت طولانی زیر خاک خواهد ماند، به کسی ستم کنم؟» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۲۲۴).

ابن میثم می‌گوید: «این سخنان بیان‌کننده کمال نارضایتی و نفرت آن حضرت از ظلم و ستم است، با تأکیدی که از سوگند در عبارت فهمیده می‌شود، دو امر را که مستلزم شکنجه و عذاب دردناک در دنیاست، بر خود آسان‌تر از آن دانسته است که ستمی بر بعضی بندگان روا دارد؛ به این دلیل که در نظر اهل بصیرت شدت درد و عذاب الهی که کیفر ستمکاری است، بسیار سخت‌تر است» (بحرانی، ۱۳۹۳ش، ج ۲، ص ۱۲۶).

در حقیقت فلسفه وجود عدالت در یک جامعه این است که هیچ گروهی احساس نکند از طریق مجاری قانونی نمی‌تواند به حق خود برسد؛ به همین دلیل به خشونت یا ایجاد گروه‌های متخاصم رو نمی‌آورد. بر همین دلیل می‌بینیم امام علیه السلام در مواجهه با بی‌عدالتی دست‌کم سه گونه واکنش داشتند:

در مرتبه نخست آن حضرت برای گرفتن حق مظلوم از ظالم اقدام کردند؛ در گام دوم، اموال خویش را با محرومان و فقرا تقسیم کردند؛ در مرحله سوم نیز زندگی خود را به مثابه رهبر جامعه مطابق با ضعیف‌ترین مردم قرار داد و مانند آنان زندگی می‌کرد.

۳. زمینه‌ها و بسترهای وفاق‌سوز

همانند دیگر پدیده‌های اجتماعی، وفاق نیز دشمنانی دارد که بنیان آن را ناپایدار می‌سازد. برای سالم ماندن وفاق و همبستگی اجتماعی از عوامل تهدیدکننده لازم است آنها را شناسایی کند و برای مقابله با آنها تدبیر مناسب از سوی همه بخش‌های جامعه اندیشیده شود. در این بخش به برخی از این بسترها و زمینه‌ها اشاره می‌شود.

الف) رقابت ناسالم در امور دنیوی

رقابت ناسالم به معنای کشمکش حاکمان و مدیران جامعه برای دستیابی به منافع دنیوی مانند قدرت، ثروت و منزلت چنان که در جامعه‌ای گسترش یابد، به سست شدن پیوندهای اجتماعی می‌انجامد و وفاق، همدلی، همیاری و خیر عمومی جای خود را به درگیری و تعارض بین گروه‌های سیاسی و اجتماعی می‌دهد. در این صورت منافع و مطامع شخصی افراد بر مقدرات کلان جامعه ترجیح داده می‌شود و بنیان‌های وفاق و همبستگی اجتماعی را به محاق می‌برد.

امیرالمؤمنین علیه السلام درباره مخاطرات فرورفتن در دنیا و اسیر شدن در دام لذت‌های زودگذر آن هشدار داده است: «أَمَّا بَعْدُ، فَإِنِّي أُحَذِّرُكُمْ الدُّنْيَا؛ فَإِنَّهَا حُلُوهٌ خَصِرَةٌ، حُقَّتْ بِالشَّهَوَاتِ وَ تَحَبَّيْتُ بِالْعَاجِلَةِ وَ رَاقَتْ بِالْقَلِيلِ وَ تَحَلَّتْ بِالْأَمَالِ وَ تَزِينَتْ بِالْعُرُورِ، لَا تَدُومُ حَبْرَتُهَا وَ لَا تُؤْمِنُ فَجَعَتْهَا: من شما را از دنیا بر حذر می‌دارم که شیرین و خرم و پیچیده در شهوت‌های نفسانی است. دنیا با لذت‌های گذرا و زودهنگامش خود را در دل مردمان محبوب می‌سازد و با متاع اندکش نظرها را متوجه خود کرده است. خود را با آرزوها زینت کرده و با غرور آراسته است، شادی‌اش می‌گذرد و اندوهش ناگزیر سراغ آدمی آید» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۱۱۱).

آن حضرت در توصیف دنیا، آن را سبب نزدیکی به خشم خدا و دوری از خشنودی خدا بیان می‌دارد و به این سبب در تنگ کردن عرصه بر دین نقش پررنگی به عهده دارد: «أَقْرَبُ دَارٍ مِنْ سَخَطِ اللَّهِ وَ أْبَعْدَهَا مِنْ رِضْوَانِ اللَّهِ: دنیا نزدیک‌ترین خانه به خشم خدا و دورترین آن از خشنودی خداوند است» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۱۶۱)؛ چراکه دنیا مجموعه‌ای از هوا و هوس‌های سرکش است که از هرسو انسان را به طرف گناه می‌راند و موجب خشم خدا و ناخشنودی او می‌شود (مکارم‌شیرازی، ۱۳۷۵ش، ج ۶، ص ۲۷۵).

بنا به نقل ابن ابی‌الحدید، هنگامی که فتنه جمل با پیروزی امام علیه السلام و شکست مخالفان فرونشست، امام علیه السلام جریر بن عبداللّه را برای گرفتن بیعت از معاویه به شام فرستاد. معاویه که مایل نبود با امام بیعت کند، در این باره به مشورت پرداخت و نامه‌ای برای عمرو بن عاص نوشت و از او کمک خواست و گفتگوهای زیادی میان او و معاویه در گرفت و عمرو به او فهماند که فاقد افتخاراتی است که علی علیه السلام دارد. سرانجام گفت: اگر من با تو بیعت کنم و تمام خطرهای آن را بپذیرم، چه پاداشی برای من قرار خواهی داد؟ معاویه گفت: هر چه خودت بگویی. عمرو گفت:

حکومت مصر را بعد از پیروزی به من واگذار کن. معاویه تأملی کرد و گفت: من خوش ندارم که مردم درباره تو بگویند: «برای اغراض دنیوی با من بیعت کردی». عمرو گفت: این حرف‌ها را رها کن، تو خودت رئیس دنیاپرستانی؛ مطلب همین است که من می‌گویم، من حکومت مصر را می‌خواهم. سرانجام معاویه تسلیم شد و این قرارداد را با او بست (ابن‌ابی‌الحدید، ۱۳۴۱ق، ج ۳، ص ۳۰۴-۳۰۵).

امام علیه‌السلام در توصیف شخصیت عمروعاص می‌فرماید: «إِنَّهُ لَمْ يَبَايِعْ مُعَاوِيَةَ حَتَّى شَرَطَ أَنْ يُؤْتِيَهُ أُتِيَّةً وَ يُوضَحَ لَهُ عَلَى تَوَكُّرِ الدِّينِ رَضِيحَةً: او با معاویه بیعت نکرد مگر به شرط آنکه به او پاداش دهد و در برابر ترک دینش، رشوه‌ای به او عطا کند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۸۴).

ب) ویژه‌خواری

یکی از زمینه‌هایی که وحدت و یکپارچگی را در جوامع امروز تهدید می‌کند، استفاده از رانت یا امتیاز اطلاعاتی از سوی کسانی است که امکان بیشتری برای دسترسی به اطلاعات در سطح حاکمیت دارند؛ برای نمونه افرادی که در مسند تصمیم‌گیری یا حتی در جلسه‌های مربوط به توسعه شهری شرکت می‌کنند، گاه به دلیل اشراف به مفاد اطلاعات و نقشه‌های ارائه‌شده متوجه می‌شوند که مثلاً یک شهر در بخش خاصی گسترش پیدا می‌کند یا قرار است جاده یا خیابان اصلی از جایی عبور کند؛ از این رو قبل از اینکه دیگران متوجه شوند، اقدام به خرید زمین‌های آن قسمت با قیمت نازل می‌کنند. همچنین زمانی که حکومت برای افزایش قیمت برخی کالاها یا خدمات تصمیم می‌گیرد، افرادی که با چنین جلساتی در ارتباط‌اند، اغلب نتیجه این تصمیم‌ها را به دوستان و آشنایان می‌رسانند و آنان کالاهای موجود بازار را با قیمت‌های پایین خریداری می‌کنند یا به احتکار و انبار کالا مبادرت می‌ورزند و بعد از مدتی سود سرشاری به جیب خود و ضرر فراوانی به دیگران وارد می‌کنند. چنین مواردی که بیش‌و کم در مصادر تصمیم‌گیری جامعه پیش می‌آید، مصداق تبعیض و نبود عدالت اطلاعاتی است و تداوم آن چهره یک‌دلی و همبستگی اجتماعی میان اعضای جامعه را خدشه‌دار می‌کند.

امام علیه‌السلام بر زدودن زمینه‌های رانت‌خواری و ویژه‌خواری‌ها از سوی نزدیکان و اطرافیان مدیران و کارگزاران حکومت تحذیر می‌کند و آن را سبب تضعیف حقوق عامه مردم می‌داند: «ثُمَّ إِنَّ لِلْوَالِي حَاصَّةً وَ بَطَانَةً فِيهِمْ اسْتِثْنَاءٌ وَ تَطَاوُلٌ وَ قَلَّةٌ إِنْصَافٍ فِي مُعَامَلَةٍ، فَاحْسِبْ مَا دَاةَ أَوْلِيَاكَ بِقَطْعِ

أَسْبَابِ تِلْكَ الْأَحْوَالِ: سپس زمامدار را خواص و نزدیکانی است که خوی برتری طلبی دارند، خود را بر دیگران مقدم سازند، به اموال مردم دست‌اندازی نمایند و در معامله با مردم کمتر رعایت انصاف کنند. موجبات این احوال را قطع کن و بدین وسیله ریشه آنان را برکن» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳). به گفته ابن میثم، امام در اینجا از اختصاص دادن چیزی به خویشان که همه مردم در آن حق برابری دارند، بر حذر داشته است (بحرانی، ۱۳۹۳ش، ج ۲، ص ۳۰۷).

به گفته سنایی غزنوی:

از وفاق استاد (ایستاد) بر صحرای نورانی ملک

وز خلاف افتاد در تابوت ظلمانی بشر

(سنایی غزنوی، ۱۳۸۱ش، ص ۱۶۳).

ج) ضعف ارتباطات بین جامعه و حکومت

«مردم» مفهوم پایه‌ای در علم سیاست است که در شکل‌گیری و بقای حکومت‌ها نقش اساسی دارند. توجه به نیاز و خواست مردم افزون بر اینکه توصیه آموزه‌های دینی است، سبب جلب اعتماد عمومی و کسب سرمایه اجتماعی برای حاکمان می‌شود. اگر نظام سیاسی نتواند ارتباطات پایداری با مردم داشته باشد، به نبود درک مشترک از مسائل مهم جامعه منجر می‌شود و فاصله نظام سیاسی که در واقع نمایندگان مردم هستند، با جامعه افزایش می‌یابد و زمینه ازهم‌گسستن پیمان‌های اجتماعی و انشقاق میان مردم فراهم می‌آید.

آن حضرت در نامه ۵۳ خطاب به مالک اشتر فاصله مدیران از مردم را سبب ناآگاهی آنان از واقعیات جامعه بیان می‌کند و می‌فرماید: «وَأَمَّا بَعْدُ فَلَا تُطَوَّلَنَّ اخْتِجَابَكَ عَنْ رِعِيَّتِكَ فَإِنَّ اخْتِجَابَ الْوَلَاةِ عَنِ الرَّعِيَّةِ شُعْبَةٌ مِنَ الضُّيْقِ وَقَلَّةٌ عِلْمٌ بِالْأُمُورِ: هیچ‌گاه خود را زمان طولانی از رعایا پنهان مدار؛ زیرا پنهان ماندن زمامداران از چشم رعایا، موجب نوعی محدودیت و کم‌اطلاعی درباره امور کشور می‌شود» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳)؛ همچنین در توصیه به قُتَمِّ بن عباس فرماندار آن حضرت در مکه بر تأخیر نینداختن دیدار و ارتباط رودررو با مردمان تأکید می‌ورزده و فاصله از مردم را برای اثرگذاری پیام مدیران، نامطلوب دانسته‌اند (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۶۷). این موضوع برای امام علیه السلام بدان درجه از اهمیت است که حتی در نامه خویش به مالک اشتر می‌فرماید بدون محافظ با مردم دیدار کند تا به راحتی مشکل خود را با او در میان بگذارند:

«اگر مردم برای مطالبه حق خود سراغت آمدند، سربازانت را مرخص کن؛ مبادا مردم به لکنت بیفتند و بترسند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، نامه ۵۳).

بنابراین مردم در جایگاه اعضای جامعه دینی، پشتوانه عاطفی، منزلتی و حتی مالی کارگزاران حکومت به شمار می‌آیند؛ از این رو سهم تعیین‌کننده‌ای در محاسبات آنان ایفا می‌کنند. بر همین اساس، هم‌زیستی با مردم و توجه به نیازها، انتظارات و تعلقات آنان با رعایت زیست مناسب از ویژگی‌هایی است که زمینه مقبولیت کارگزاران حکومت و هم‌مدلی و حمایت از برنامه‌ها و فعالیت‌های آنان را رقم می‌زند.

د) خودخواهی و خودبینی

خودخواهی و فخرفروشی یکی از عوامل مهم اختلاف و دودستگی در جامعه اسلامی است که افراد را به جای خیر عمومی، به مطامع شخصی سوق می‌دهد. سیدرضی می‌گوید: پس از وفات پیامبر خدا ﷺ و ماجرای سقیفه، عباس و ابوسفیان به امام پیشنهاد خلافت دادند تا با امام عَلَيْهِ السَّلَام بیعت کنند. اما امام عَلَيْهِ السَّلَام به پیشنهاد آنان وقعی نهاد و از زمینه‌های اختلاف میان مسلمانان بر حذر داشتند: «أَيُّهَا النَّاسُ سُقُّوا أَمْوَاجَ الْفِتَنِ بِسُفْنِ النَّجَاةِ وَ عَرَّجُوا عَنْ طَرِيقِ الْمُنَافَرَةِ وَ صَعُّوا تَيْجَانَ الْمُنَافَرَةِ أَفْلَحَ مَنْ نَهَضَ بِجَنَاحٍ أَوْ اسْتَسَلَّمَ فَأَرَّخَ: ای مردم، امواج فتنه‌ها را با کشتی‌های نجات درهم شکنید و از راه‌های اختلاف و پراکندگی پرهیزید و تاج‌های فخر و برتری‌جویی را بر زمین نهدید. رستگار شد آن‌که با یاران به پاخاست یا کنارگیری کرد و مردم را آسوده گذاشت» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۵).

آن حضرت آگاه بودند که تفرقه و جنگ داخلی به بهای محو اسلام و بازگشت مردم به عقاید جاهلی تمام می‌شود و آنان را از نتایج وحشت‌آور اختلاف و دودستگی بیم دادند. بنابراین سعادت و آسایش جامعه اسلامی پایه حکمرانی آن حضرت بود و به جای اندیشیدن به منافع شخصی خویش، اعمال و رفتارهایی را نکوهش می‌کند که وحدت و هویت جامعه را خدشه‌دار سازد.

۴. راهکارهای تثبیت و تداوم وفاق و همبستگی اجتماعی

در کنار آفت‌ها و آسیب‌هایی که متوجه وفاق و همبستگی اجتماعی در جامعه اسلامی است، با

رعایت برخی راهکارها می‌توان برای تقویت این موضوع در جامعه اسلامی چاره‌اندیشی کرد. در این بخش با الهام از گفتار امام علیه السلام به برخی از راهکارها به اختصار اشاره می‌شود.

الف) ایمان و برادری دینی

اسلام دارای منشور برادری است و مؤمنان را به پیروی از آن سفارش می‌کند: «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخْوَيْكُمْ» مؤمنان با هم برادرند، پس میان برادرانتان را سازش دهید» (حجرات: ۱۰). زیرا مؤمنان به اصل واحد که ایمان و توحید است منتسب‌اند و نباید میان ایشان نزاع و شقاق باشد و اگر هم گاهی به خلاف و نزاع گرایش پیدا کردند، باید بین آنان صلح و سازش برقرار کرد.

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و سلم در آغاز هجرت خود به مدینه و در آستانه تشکیل حکومت اسلامی، برای ایجاد جامعه‌ای منسجم و متحد، به این موضوع توجه نشان داد و بین مسلمانان عقد اخوت خواند و قبایل و گروه‌های مختلف را که درباره یکدیگر کینه‌های دیرینه داشتند، به وفاقی سرشار از شور و ایمان رساند.

مولوی می‌گوید:

دو قبیله کاوس و خزرج نام داشت	یک ز دیگر جام خون آشام داشت
کینه‌های کهنه‌شان از مصطفی	محو شد در نور اسلام و صفا
اولاً اخوان شدند آن دشمنان	همچون اعداد عنب در بوستان
آفرین بر عشق پاک اوستاد	صد هزاران ذره را داد اتحاد

(مولوی، ۱۳۷۳ ش، دفتر دوم).

بنابراین دعوت به وحدت و یکپارچگی و انسجام جامعه اسلامی از تعالیم بزرگ اسلام بوده است: «وَاعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعًا وَلَا تَفَرَّقُوا» همگان به ریسمان خدا چنگ زنید و پراکنده نشوید» (آل عمران: ۱۰۳) و پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و سلم نیز در این باره کوشش بسیار کردند و سختی‌ها و رنج فراوانی تحمل نمودند تا این هدف را تحقق بخشند: «وَكُنْتُمْ عَلَى شَفَا حُفْرَةٍ مِنَ النَّارِ فَأَنْقَذَكُمْ مِنْهَا» و بر کنار پرتگاه آتش بودید که شما را از آن رهانید» (حجرات: ۱۰۳). مشهور است که این آیه درباره دو قبیله اوس و خزرج نازل شده است که حدود صد سال در میان آنان نزاع و کشمکش بود تا اینکه خداوند با ظهور پیامبر خود، آنان را به دین اسلام متمایل کرد و از برکت آن، کینه و

دشمنی از میان آنان رخت بریست و با هم برادر شدند.

ب) تعمیق اعتماد اجتماعی

محور هرگونه وفاق و وحدت، اعتماد و اطمینان است که باید از سوی بدنه حاکمیت ایجاد شود. امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه ۳۱ خطاب به امام مجتبی علیه السلام می‌فرماید: «إِذَا تَغَيَّرَ السُّلْطَانُ تَغَيَّرَ الزَّمَانُ: هرگاه سلطان تغییر کند، زمانه دگرگون شود» (سیدرضی، ۱۳۹۵، ق، نامه ۳۱). این کلام نشان‌دهنده اهمیت جایگاه حکومت در همه فرایندهای اجتماعی و سیاسی جامعه و اثرپذیری آنها از رفتارهای حاکمان است.

ابن خلدون اندیشمند مسلمان قرن هشتم هجری در کتاب مقدمه می‌نویسد: «عادات هر نسلی تابع عادات پادشاهان آنان است، چنان‌که در امثال و حکم آمده است: "مردم بر دین پادشاه خود باشند"» (ابن خلدون، ۱۳۹۰، ش، ص ۱۱۰). بزرگ‌ترین سرمایه هر حکومت، مردمان تحت قلمرو آن هستند که باید به‌درستی در حفظ و مراقبت از آنان کوشید و به نیازهای مادی و معنوی آنان توجه لازم مبذول شود تا اعتماد آنان به تصمیم‌های حکومت جلب شود.

از آفت‌های مهم وفاق اجتماعی، بی‌اعتمادی به مراکز اعتماد یک جامعه است. تاریخ معاصر ایران سرشار از نمونه‌های روشنی است که نشان می‌دهد در بزنگاه‌های سخت، ستون اصلی حفظ کشور نه ساختارهای رسمی، بلکه اعتماد عمومی و همراهی مردم بوده است. در دوران جنگ ایران و عراق این مردم بودند که با همه سختی‌ها ایستادند. خانواده‌هایی که فرزندان‌شان را به جبهه فرستادند، مردمی که با کمبودها ساختند و جامعه‌ای که در کنار حاکمیت ایستاد تا کشور از بحرانی سخت عبور کند. آنچه این ایستادگی را ممکن کرد، احساس مشارکت در سرنوشت ملی بود؛ احساسی که تنها در سایه اعتماد شکل می‌گیرد. در بحران‌های دیگر مانند زلزله‌ها، حوادث طبیعی به‌ویژه فشارهای سیاسی و اقتصادی ناشی از تحریم‌های بیگانگان در سال‌های اخیر، این مردم بودند که کشور و حاکمیت را در بحران‌ها کمک کردند. جنگ دوازده‌روزه نمونه‌ای روشن است که امروز پیش چشم ماست؛ آنجا که ملت از هر گروه و دسته و با هر فکر و دیدگاه، به آرمان‌های خویش وفاداری نشان داد و با همبستگی کامل در کنار حاکمیت ایستاد و از پیچی تاریخی با موفقیت عبور کرد. جامعه ایرانی نشان داده است که وقتی پای سرنوشت ملی در میان باشد، از گلایه‌ها عبور می‌کند و کنار کشورش می‌ایستد.

ج) باور کردن مردم

از چالش‌های بزرگ نظام‌های سیاسی، باورنداشتن مردم و اعتماد نکردن به ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل آنان برای اصلاح و پیشرفت جامعه است. اگر حاکمان خود را جنس دیگری پندارند و مردم را به حساب نیاورند، مانع بزرگی در جلب مشارکت عمومی است و موجب دلسردی مردم از نظام سیاسی و فاصله آنان از حاکمان خواهد شد؛ از این رو به تدریج همبستگی ملی را تضعیف می‌کند.

امام علی علیه السلام بنیاد حکومت خویش را از همان ابتدا بر جلب رضایت عمومی و مشارکت دادن مردم در تصمیم‌گیری‌های کلان حکومتی قرار داد و از عمق وجود به مشارکت و دخالت آنان در امور حکومت اذعان داشت: «أَمَّا وَ الَّذِي فَلَقَ الْحَبَّةَ وَ بَرَأَ النَّسَمَةَ لَوْ لَا حُضُورُ الْحَاضِرِ وَ قِيَامُ الْحُجَّةِ بِوُجُودِ النَّاصِرِ وَ مَا أَخَذَ اللَّهُ عَلَى الْعُلَمَاءِ إِلَّا يَقَارُوا عَلَى كِبَرِ ظَالِمٍ وَ لَا سَعْبٍ مَظْلُومٍ لَا تَقِيَتْ حَبْلَهَا عَلَى غَارِبِهَا: سوگند به خدایی که دانه را شکافت و جان را آفرید، اگر حضور فراوان بیعت‌کنندگان نبود و یاران حجت را بر من تمام نمی‌کردند، و اگر خداوند از دانایان عهد و پیمان نگرفته بود که در برابر شکم‌بارگی ستمگران و گرسنگی مظلومان سکوت نکنند، مهار شتر خلافت را بر کوهان آن انداخته و رهایش می‌کردم...» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۳).

توجه به رأی و نظر مردم و اهمیت قائل شدن برای آنان برای امام علی علیه السلام نه نمادین و نه زینتی، بلکه حق آنان دانسته شده است که درباره آن باید مطالبه‌گر باشند و به خود اجازه نمی‌داد که در برابر ادای حقوق آنان مقاومت ورزد یا برای رسیدن به آن مانع ایجاد کند، بلکه خود را در این باره با آنان مساوی می‌دانست: «فَلَا تُكَلِّمُونِي بِمَا تُكَلِّمُ بِهِ الْجَبَابِرَةَ وَ لَا تَتَحَفَّظُوا مِنِّي بِمَا يَتَحَفَّظُ بِهِ عِنْدَ أَهْلِ الْبَادِرَةِ وَ لَا تُخَالِطُونِي بِالْمُصَانَعَةِ ... فَلَا تَكْفُمُوا عَنِّ مَقَالَةَ بِحَقِّ أَوْ مَشُورَةَ بَعْدَلٍ، فَإِنِّي لَسْتُ فِي نَفْسِي بِفَوْقِ أَنْ أُخْطِئَ وَ لَا آمَنُ ذَلِكَ مِنْ فِعْلِي إِلَّا أَنْ يَكْفِي اللَّهَ مِنْ نَفْسِي مَا هُوَ أَفْهَمُ لِي مِنِّي، فَإِنَّمَا أَنَا وَ أَنْتُمْ عِبِيدٌ مَمْلُوكُونَ لِرَبِّ لَا رَبَّ غَيْرُهُ: پس با من چنان‌که با پادشاهان سرکش سخن می‌گویند، حرف نزنید و چنان‌که از آدم‌های خشمگین کناره می‌گیرند دوری نجوید و با ظاهرسازی با من رفتار نکنید... پس از گفتن حق یا مشورت در عدالت خودداری نکنید؛ زیرا خود را برتر از آن نمی‌دانم که اشتباه کنم و از آن ایمن باشم، مگر آنکه خداوند مرا حفظ فرماید؛ زیرا من و شما بندگان پروردگاری هستیم که جز او پروردگاری نیست»

(سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۲۱۶).

بنابراین در نظامی که هویت اصلی آن را مردم شکل می‌دهند، حفظ حرمت و شخصیت آنان بر همه مسئولان لازم است و چنان‌که مردم به این احساس برسند که مسئولان آنان را باور دارند، از یکدیگر سبقت می‌جویند و در همه امور همدلانه مشارکت خواهند داشت.

د) مشارکت و همدلی اجتماعی

انسان ذاتاً موجودی اجتماعی است و تداوم و بقای زندگی‌اش به مشارکت اجتماعی با دیگران وابسته است. مشارکت اجتماعی، فرایندی است که انسان‌ها را برای انجام کارهای مشترک گروهی آماده می‌کند و در ساحت‌های گوناگون مانند همکاری، سازگاری، همبستگی، همیاری و تعامل می‌تواند جلوه پیدا کند.

سرنوشت انسان‌ها در جامعه به یکدیگر گره خورده است و برای بقای زندگی اجتماعی ناگزیر از همیاری و کمک به یکدیگرند و این امر تنها با همدلی و یکرنگی و غمخواری در برابر یکدیگر امکان‌پذیر است. تفرقه، دشمنی و کینه‌توزی سبب دورشدن انسان‌ها از یکدیگر و گسستن همه پیمان‌های اجتماعی می‌شود و آنان را از دست‌یابی به آرمان‌های مطلوب باز می‌دارد.

حضرت علی علیه السلام درباره علل ظهور و سقوط تمدن‌های گذشته و نقش دو عامل وحدت و تفرقه در آن می‌فرماید: «پس در احوال مؤمنانی که پیش از شما می‌زیستند، تأمل کنید...؛ بنگرید که حال آنان چگونه بود. آن‌گاه که جماعتشان متفق بودند و آرایش‌شان یکی بود و شمشیرهایشان آخته به یاری هم. و دیده بصیرتشان ژرف‌نگر و عزم و آهنگشان یگانه بود. آیا در آن روزگاران مهتران روی زمین و ملوک فرمانروا بر مردم جهان نبودند. آن‌گاه به پایان کارشان بنگرید، زمانی که میانشان تفرقه افتاد و الفتشان به پراکندگی کشید و میان آنها به دل و زبان خلاف و پراکندگی افتاد. با یکدیگر به نزاع برخاستند و خداوند جامه کرامت خود از تنشان به در کرد و نعمت سرشارش را از آنان بستند» (سیدرضی، ۱۳۹۵ق، خطبه ۱۹۲).

با وجود تمام آنچه تاکنون گفته شد، پنهان نیست که تفاوت فکر، دیدگاه و سلیقه از ذاتیات انسان‌هاست و پافشاری بیش از حد بر وحدت و یکدستی جامعه و زیاده‌روی در این باره به نادیده‌گرفتن تفاوت‌های ذاتی افراد و گروه‌ها منجر می‌شود و جامعه را به دورویی، پنهان‌کردن

واقعیت‌ها و عدم شفافیت سوق می‌دهد؛ امیرالمؤمنین علیه السلام نیز به این امر تفتن زیبا داشته‌اند و زیاده‌روی در این باره را نادرست و رعایت اعتدال در هر دو سوی بردار را گوشزد کرده‌اند: «كَثْرَةُ الْوِفَاقِ نِفَاقٌ وَ كَثْرَةُ الْخِلَافِ شِقَاقٌ: موافقت بیش از حد دورویی است و اختلاف بیش از حد دشمنی است» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰ق، ح ۷۰۸۳).

نتیجه

این نوشتار کوشیده است نشان دهد که وفاق و همبستگی پایه و اساس زندگی اجتماعی است و از نیازهای بنیادین جوامع انسانی به شمار می‌آید. برای این منظور با طرح چهار پرسش ابعاد موضوع را واکاویده است و با مراجعه به سخنان امیرمؤمنان علیه السلام در نهج البلاغه پاسخ آنها را به دست داده است.

پرسش اول درباره چیستی وفاق و همبستگی بود؛ منظور از وفاق، نظر مشترک غالب مردم در خصوص باورها، ارزش‌ها و هنجارهای اساسی جامعه ذکر شد و بیان شد از نگاه امام علی علیه السلام، اتحاد و جماعت مسلمانان سبب توجه و عنایت خداوند است و اختلاف و جدایی از آن خواسته شیطان است و راه درست را پیوستن به جماعت و دوری جستن از تفرقه و جدایی بیان داشتند.

پرسش دوم به عوامل اثرگذار بر وفاق و همبستگی اجتماعی اختصاص یافت و عواملی چون دین و آیین‌های مذهبی، فرهنگ ملی و قومی و عدالت‌ورزی از عوامل مهم آن برشمرده شد. پرسش سوم به زمینه‌ها و بسترهای وفاق‌سوز پرداخته است و در این باره به بسترهایی چون رقابت ناسالم در امور دنیوی، ویژه‌خواری، ضعف ارتباطات بین جامعه و حکومت و خودخواهی و خودبینی اشاره شد.

پرسش چهارم به راهکارهای تحقق وفاق در جامعه گریز داشته است و در این باره بر موضوع‌هایی چون ایمان و برادری دینی، تعمیق اعتماد اجتماعی، باورداشتن مردم و مشارکت و همدلی اجتماعی تأکید شده است.

کتاب‌نامه

قرآن کریم

۱. ابن‌ابی‌الحدید، عزالدین ابوحامد، شرح نهج البلاغه، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان،

- ۱۳۴۱ ش.
۲. ابن‌خلدون، عبدالرحمن، مقدمه ابن‌خلدون، ترجمه: محمد پروین گنابادی، ج ۱، [بی‌جا]: نشر الکترونیک، ۱۳۹۰ ش.
۳. آمدی تمیمی، عبدالواحد بن محمد، غرر الحکم و درر الکلم، تصحیح: مهدی رجایی، ج ۲، قم: دارالکتاب الإسلامی، ۱۴۱۰ ق.
۴. آوتویت، ویلیام و تام باتامور، فرهنگ علوم اجتماعی قرن بیستم، ترجمه: حسن چاوشیان، تهران: نشر نی، ۱۳۹۲ ش.
۵. بحرانی، ابن میثم، مصباح السالکین، ج ۱، تهران: آل‌البیت علیهم‌السلام، ۱۳۹۳ ش.
۶. دشتی، محمد، ترجمه نهج البلاغه، قم: شهاب‌الدین، ۱۳۸۳ ش.
۷. دهخدا، علی‌اکبر، لغت‌نامه؛ زیر نظر محمد معین و سیدجعفر شهیدی، ویرایش دوم، تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۳ ش.
۸. سنایی غزنوی، ابوالمجد، دیوان سنایی غزنوی، به اهتمام پرویز بابایی، ج ۱، تهران: آزاد مهر، ۱۳۸۱ ش.
۹. سیدرضی، شریف، نهج البلاغه، تدوین و تحقیق: صبحی صالح، قم: دارالهجرة، ۱۳۹۵ ق.
۱۰. عمید، حسن، فرهنگ فارسی عمید، تهران: فرهنگ اندیشمندان، ۱۳۸۸ ش.
۱۱. کوزر، لیویس، زندگی و اندیشه بزرگان جامعه‌شناسی، ج ۲، تهران: نشر علمی، ۱۳۶۹ ش.
۱۲. مکارم شیرازی، ناصر، پیام امام امیرالمؤمنین علیه‌السلام، تهران: دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۵ ش.
۱۳. مولوی، جلال‌الدین محمد بن محمد، مثنوی معنوی، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۳ ش.



Journal of Islamic Propagation

Volume 6 ● No 13 ● Spring & Summer 2026

An Study of the Factors Influencing the Expansion and Contraction of Livelihood with Emphasis on Quranic Verses and Narrations

Alijan Karimi*

Abstract

Livelihood refers to the necessities an individual requires for existence and living. This article is dedicated to examining the factors contributing to the abundance or scarcity of livelihood, drawing upon Quranic verses and Hadiths. Livelihood is a relative concept, varying according to the conditions of time, place, and an individual's social standing. It encompasses all elements that fulfill human needs and provide welfare and comfort. The expansion or contraction of livelihood depends on various material and spiritual factors. Islamic verses and narrations emphasize striving to secure and expand one's livelihood, suggesting that one-third of one's time should be dedicated to this purpose. Furthermore, faith and piety (*Taqwa*), seeking forgiveness (Istighfar), maintaining family ties (Silat al-Rahm), giving charity, and good moral character are among the most significant spiritual factors for the expansion of livelihood. Conversely, sins such as foul language, ill-temperedness, wastefulness (Israf), betrayal of trust, lying, and wine-drinking are factors that lead to the contraction of livelihood.

Key words:

Livelihood, Types of Livelihood, Faith and Livelihood, Expansion of Livelihood, Contraction of Livelihood.

* Researcher and Graduate of Level ƒ (PhD equivalent) of the Isl̄ Seminary of Qom.



دو فصلنامه علمی - تخصصی

سال ششم، شماره سیزدهم، بهار و تابستان ۱۴۰۴

بررسی عوامل وسعت و تنگی معیشت با تاکید بر آیات و روایات

علیجان کریمی*

چکیده

معیشت چیزی است که انسان در زنده‌بودن و زندگی کردن به آن نیاز دارد. این نوشتار به بررسی عوامل فراخی و تنگی معیشت با نگاهی به آیات و احادیث اختصاص دارد. معیشت امری نسبی است و به تناسب شرایط زمان و مکان و شئون اشخاص متفاوت است. معیشت انواع چیزهایی را دربر می‌گیرد که نیازهای انسان و رفاه و آسایش او را فراهم کند. فراخی و تنگی معیشت به عوامل مختلف مادی و معنوی بستگی دارد. در آیات و روایات بر تلاش برای تأمین و وسعت معیشت و اختصاص یک‌سوم از وقت خود برای آن تاکید شده است. افزون بر آن ایمان و تقوا، استغفار، صله رحم، صدقه‌دادن و خوش اخلاقی از مهم‌ترین عوامل معنوی وسعت معیشت در زندگی است. گناهانی مانند بددینی، بداخلاقی، اسراف، خیانت در امانت، دروغ و شرابخواری از عوامل ضیق معیشت هستند.

کلیدواژگان: معیشت، انواع معیشت، ایمان و معیشت، فراخی معیشت، تنگی معیشت.

* پژوهشگر و دانش‌آموخته سطح ۴ حوزه علمیه قم.

مقدمه

مسئله معیشت و مباحث مربوط به آن به گستردگی در معارف اسلامی مطرح شده است؛ برای نمونه در کتاب اصول کافی، فقط واژه معیشت بیش از پنجاه مرتبه در ابواب مختلف آمده است؛ افزون بر اینکه مشتمل بر «کتاب المعیشة» است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۶۵) و در آن احادیثی در باره سبک زندگی و معیشت مؤمنانه آمده است. در «کتاب المعیשה» من لایحضره الفقیه، طی ۳۷ باب (صدوق، ۱۴۰۴ق، ج ۳، ص ۱۵۶) و نیز در وسائل الشیعه (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۲، ص ۶-۱۰-۵۲۹) مسائل مربوط به معیشت آمده است.

در دوره معاصر نیز آثاری در باره اقتصاد و معیشت به نگارش در آمده است؛ از جمله الحیاة (حکیمی، ۱۳۸۰ش، ج ۵، ص ۲۹۶) و الوجیز فی الفقه الاسلامی: فقه الحیاة الطیبه (مدرسی، ۱۴۲۷ق، ج ۱، ص ۹). آثاری نیز به زبان فارسی درباره معیشت به نگارش در آمده است؛ از جمله اخلاق اقتصادی اثر علی اصغر الهامی نیا و همکاران یا توسعه اقتصادی بر پایه قرآن و حدیث نوشته محمدی ری شهری و همکاران که به جوانب مختلف امور اقتصادی از جمله معیشت از دیدگاه قرآن و احادیث پرداخته‌اند.

معیشت عبارت از اسباب زندگی است (فراهیدی، [بی تا]، ج ۲، ص ۱۸۹؛ طریحی، ۱۳۷۵ش، ج ۴، ص ۱۴۴)؛ به معنای زندگی و زندگی کردن نیز آمده و جمع آن معایش است (فراهیدی، [بی تا]، ج ۲، ص ۱۸۹؛ جوهری، ۱۴۰۴ق، ج ۳، ص ۱۰۱۳). اصل آن «عیش» نیز به همین معنا آمده است (فراهیدی، [بی تا]، ج ۲، ص ۱۸۹؛ جوهری، ۱۴۰۴ق، ج ۳، ص ۱۰۱۳) و همه نعمت‌ها و روزی‌های خدادادی را دربر می‌گیرد (طریحی، ۱۳۷۵ش، ج ۴، ص ۱۴۴).

واژه عیش و مشتقات آن هشت مرتبه در قرآن آمده است که دو بار آن با تعبیر «معایش» است: «وَلَقَدْ مَكَّنَّاكُمْ فِي الْأَرْضِ وَ جَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ قَلِيلًا مَا تَشْكُرُونَ» و به یقین شما را در زمین قدرت عمل دادیم و برای شما در آن وسایل معیشت نهادیم؛ [اما] چه کم سپاس‌گزاری می‌کنید» (اعراف: ۱۰) و «وَجَعَلْنَا لَكُمْ فِيهَا مَعَايِشَ وَمَنْ لَسْتُمْ لَهُ بِرَازِقِينَ» و برای شما و هر کسی که شما روزی‌دهنده او نیستید، در آن وسایل زندگی قرار دادیم» (حجر: ۲۰). مفسران معتقدند «معایش» فراتر از زیست‌مایه‌هایی است که به صورت طبیعی وجود دارد و شامل دانش و مهارت‌های بشری و ابزارآلات تولید و کسب‌وکار و هر آن چیزی می‌شود که در زندگی انسان

نقش دارد (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۴، ص ۶۱۸؛ زمخشری، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۸۹؛ بغوی، ۱۴۲۰ق، ج ۲، ص ۱۸۱).

تلاش برای معیشت

تلاش برای معیشت و تهیه اسباب زندگی به اندازه‌ای که جان و سلامتی انسان را حفظ کند، از مهم‌ترین واجبات است (نجفی، ۱۳۶۲ش، ج ۳۶، ص ۴۳۳). قرآن از قراردادن نفس خود در معرض هلاک نهی کرده است: «وَلَا تَلْقُوا بِأَيْدِيكُمْ إِلَى التَّهْلُكَةِ» (بقره: ۱۹۵)؛ یعنی هیچ کاری نکنید که به هلاک شما بینجامد (طوسی، [بی‌تا]، ج ۲، ص ۱۵۱؛ طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۲، ص ۶۴). امام صادق علیه السلام با استشهاد به آیه پیش گفته فرمود: «اگر کسی با انفاق تمام دارایی خود، جانش را به خطر بیفکند، کار خوبی نکرده و به این آیه عمل نکرده است» (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۲، ص ۵۱۶). بنابراین هر تکلیفی به جز جهاد و دفاع مشروع، در صورت تراحم با حفظ جان، حفظ جان مقدم بر آن است؛ برای نمونه روزه برای بیمار و کسی که روزه گرفتن برای او بسیار مشقت دارد، واجب نیست (بقره: ۱۸۴)؛ همچنین در آیاتی از قرآن تصریح می‌شود برای شخص مضطرّ - البته به شرطی که به اختیار خودش مضطرّ نشده باشد - جایز است از خوردنی‌های حرام مانند مردار، خون و ... در حد ضرورت تناول کند (بقره: ۱۷۳؛ مائده: ۳؛ انعام: ۱۴۵؛ نحل: ۱۱۵). مهم‌ترین معیشت انسان را خوراک، پوشاک و مسکن شکل می‌دهد. در احادیث نیز توصیه شده است انسان یک‌سوم اوقات خود را به تأمین معاش و رسیدگی به امور دنیوی اختصاص یابد و دوسوم دیگر به عبادت و تفریح و استراحت (صدوق، [بی‌تا]، ج ۴، ص ۳۵۶؛ برقی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۵؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۳۲).

ایمان و تقوا از عوامل معنوی خیر و برکت در زندگی است و منافاتی با لزوم تلاش برای بهبود معیشت ندارد؛ به دلیل اینکه در آیات بسیاری به کوشش برای طلب روزی توصیه شده است؛ از جمله خداوند می‌فرماید: «فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَادْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ» پس وقتی نماز جمعه گزارده شد، رواست که در زمین پراکنده شوید و از فضل خدا بجوئید [در پی دستیابی به عطایای دنیوی و اخروی خدا برآید] و خدا را بسیار یاد کنید؛ باشد که سعادت‌مند شوید» (جمعه: ۱). خداوند در قرآن، مناسک حج را مانع از فعالیت اقتصادی نمی‌داند و فرموده است: «لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِنْ رَبِّكُمْ» بر شما

گاهی نیست که در دوران حج از راه دادوستد در طلب رزقی برآید که آن بخششی از جانب پروردگار شماس است» (بقره: ۱۹۸). اینکه می‌فرماید بر شما گناهی نیست، به این دلیل است که برخی افراد کسب‌وکار و فعالیت اقتصادی در ایام حج را گناه می‌دانستند (طبرسی، ۱۳۷۲ ش، ج ۲، ص ۵۲۷).

در احادیث تلاش برای معیشت به جهاد در راه خدا همانند شده است؛ از جمله به نقل از امام جعفر صادق علیه السلام آمده است: «الْكَادُ عَلَى عِيَالِهِ كَالْمَجَاهِدِ فِي سَبِيلِ اللَّهِ: کسی که برای تأمین معیشت خانواده‌اش زحمت بکشد، مانند مجاهد در راه خداست» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۵، ص ۸۸). در روایتی از امام رضا علیه السلام نیز آمده است: «کسی که برای برآورده کردن نیازهای ضروری خانواده‌اش در پی روزی خدا برآید، پاداشش بیشتر از کسی است که در راه خدا جهاد می‌کند» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۵، ص ۸۸). بین این دو روایت منافات نیست؛ روایت اول ناظر به هر نوع کوشش برای تأمین و توسعه معیشت است، در حالی که روایت دوم مربوط به کسی است که به دنبال کسب درآمد برای حداقل معیشت است. گفتنی است در احادیث افراد قناعت‌پیشه که به قدر کفاف و معیشت متوسط که فقط نیازهای اساسی خود را برآورده کنند، ستایش شده‌اند (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۲، ص ۱۴۰؛ صبحی صالح، ۱۴۱۴ ق، ص ۴۷۶ - ۴۷۷).

تلاش برای تأمین معیشت و ارتقای سطح آن نه تنها لازم و پسندیده است، بلکه در قرآن و احادیث دعاهایی برای درخواست معیشت آبرومندانه و رفاه و آسایش وارد شده است. دعاهای مربوط به معیشت و رفاه متفاوت است؛ در برخی دعاها به طور کلی از خدا درخواست رفاهیات شده است؛ مانند «رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا حَسَنَةً وَ فِي الْآخِرَةِ حَسَنَةً» (بقره: ۱۹۷). امام صادق علیه السلام فرمود: «در این آیه که از خدا درخواست حسنه در دنیا و آخرت شده است؛ مقصود از حسنه در دنیا، معاش و اخلاق نیک است و مقصود از حسنه در آخرت، خوشنودی خدا و بهشت است» (بقره: ۷۱؛ صدوق، ۱۳۶۱ ش، ص ۱۷۵). در روایات نقل شده است که بیشترین دعای پیامبر، همین دعا بوده است (ابی داود، ۱۴۲۰ ق، ج ۲، ص ۶۵۶؛ بخاری، ۱۴۱۰ ق، ج ۷، ص ۱۳۶). حضرت موسی علیه السلام نیز زندگانی نیکو در دنیا و آخرت را از خدا درخواست کرد (اعراف: ۱۵۶).

در روایتی از امام صادق علیه السلام آمده است که علی بن الحسین این دعا را مرتب می‌خواند: «اللَّهُمَّ إِنِّي أَسْأَلُكَ حُسْنَ الْمَعِيشَةِ مَعِيشَةً أَتَقْوَى بِهَا عَلَى جَمِيعِ حَوَائِجِي وَ أَتَوَصَّلُ بِهَا فِي الْحَيَاةِ

إِلَىٰ آخِرَتِي مِنْ غَيْرِ أَنْ تُتْرَفَنِي فِيهَا فَأَطْعِي أَوْ تَقْتَرِ بِهَا عَلَيَّ فَأَشْقَى: پروردگارا معیشت نیکورا از تو درخواست می‌کنم؛ معیشتی که با آن برای برطرف کردن نیازهایم نیرو یابم و با آن به خوشبختی آخرت دست یابم، نه معیشت مرفهانه‌ای که عامل سرکشی شود و نه معیشت تنگدستانه‌ای که سبب بدبختی و بیچارگی گردد» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۵۵۳).

امام باقر (ع) و ارزش تلاش برای معیشت

محمد بن المنکدر می‌گفت گمان نمی‌کردم علی بن الحسین علیه السلام فرزندی بهتر از خودش باقی بگذارد، تا اینکه پسرش محمد بن علی (امام باقر علیه السلام) را دیدم. خواستم او را نصیحت کنم، اما او مرا نصیحت کرد. یارانش از او پرسیدند: چگونه تو را نصیحت کرد؟ گفت: در یکی از ساعات گرم روز به ناحیه‌ای از اطراف مدینه رفتم؛ با ابوجعفر محمد بن علی علیه السلام روبرو شدم که مشغول کار بود. با خود گفتم: سبحان‌الله، پیرمردی از بزرگان قریش، در این ساعت و در این حال، به دنبال دنیا؟! به‌راستی که باید او را نصیحت کنم. نزدیکش رفتم و بر او سلام کردم. او نیز با گشاده‌رویی پاسخ سلامم را داد، در حالی که عرق از او می‌ریخت. به او گفتم: خدایت امورت را به سامان کند، پیرمردی از اشراف قریش در این ساعت و در این حال برای دنیاطلبی؟ اگر در همین حال مرگت فرا برسد، چه خواهی کرد؟ فرمود: اگر در همین حال مرگم فرا برسد، در حال اطاعت خداوند خواهم بود؛ با این کار، خود و خانواده‌ام را از تو و دیگر مردم بی‌نیاز می‌سازم؛ نگرانی از وقتی است که انسان در حال گناه از دنیا برود. پس گفتم: راست گفتی، خداوند تو را رحمت کند. من قصد داشتم تو را نصیحت کنم، اما تو مرا نصیحت کردی (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۷۳).

انواع معیشت

معیشت هر چیزی را دربر می‌گیرد که سبب زندگی شرافتمندانه در جوانب مختلف باشد؛ از خوراکی‌های لذیذ تا پوشاک و استفاده از زیورآلات و از وسایل سواری تا تفریحات سالم و هر چیزی که آسایش انسان را فراهم کند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۶، ص ۲۴۴).

در ادیان الهی به طور کلی خوردن طیبات حلال شمرده شده است: «يَا أَيُّهَا الرُّسُلُ كُلُوا مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَ اَعْمَلُوا صَالِحًا إِنِّي بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ» ما به فرستادگان خود گفتیم ای پیامبران، از

چیزهای پاکیزه بخورید و استفاده برید و به شکرانه نعمت‌های الهی کاری شایسته کنید. به یقین من به آنچه می‌کنید، به خوبی آگاهم؛ مبدا از فرمان من روی برتائید» (غافر: ۵۱).

قرآن در معرفی پیامبر خاتم نیز فرموده است: «وَ يَجْلُ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَ يَحْرُمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثُ: و پاکیزه‌ها را برای آنان حلال و پلیدها را بر آنان حرام می‌کند» (اعراف: ۱۵۷). مراد از طیبات هر چیزی است که برای انسان خوشایند و لذیذ باشد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ج ۲، ص ۲۵۵). برخی مفسران دامنه طیبات را تا راه‌های مشروع کسب درآمد توسعه داده‌اند و مراد از خبائث را راه‌های نامشروع کسب درآمد دانسته‌اند (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۴، ص ۷۵۰؛ نیز: طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۸، ص ۲۸۱).

مفسران نقل کرده‌اند برخی مسلمانان هنگام سفر حج استفاده از حیوان قربانی را به کلی بر خود حرام کردند، اما آیه نازل شد و آنان را نکوهش کرد که چرا خود را از لذات دنیوی محروم می‌کنید؟ و چه کسی به شما اجازه داده است چیزی را که بر شما حلال است، حرام کنید؟ (آل عمران: ۳۲)

روزی پاکیزه منحصر در خوراکی نیست، بلکه همه نیازمندی‌های انسان و هر چیزی را دربر می‌گیرد که با طبع او سازگار باشد (آل عمران: ۸۰). خداوند متعال افزون بر رفع نیازهای ضروری انسان، به زیبایی و آراستگی انسان نیز توجه دارد و می‌فرماید: «يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُوَارِي سَوْآتِكُمْ وَ رِيشًا: ای فرزندان آدم، ما برای شما جامه‌ای که شرمگاه‌های شما را بپوشاند و پوششی که مایه آرایش و زیبایی شما باشد، پدید آوردیم» (اعراف: ۲۶؛ نحل: ۸۱). برخی مفسران «ریشاً» در این آیه را به لباس زینت و جمال تفسیر کرده‌اند (طبرسی، ۱۳۷۲ش، ج ۴، ص ۶۳۱).

در آیه دیگری آمده است: «خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ: به وقت عبادت و حضور در عبادتگاه، با لباس تمیز و آراسته باشید» (اعراف: ۳۱). مقصود از زینت، لباس زیباست (طوسی، [بی تا]، ج ۴، ص ۳۸۶). نقل شده است امام حسن مجتبی علیه السلام هنگام نماز بهترین لباس خود را می‌پوشید؛ علت آن را پرسیدند، فرمود: خداوند زیباست و زیبایی را دوست دارد؛ من برای خدا، خود را آراسته می‌کنم و سپس آیه پیش گفته را تلاوت کرد (حویزی، ۱۴۱۵ق، ج ۲، ص ۱۹). در احادیث به پوشیدن لباس سفید و تمیز سفارش شده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۳، ص ۶ - ۱۴۸ - ۴۴۵ - ۴۹۶؛ أحمد بن حنبل، ۱۴۱۶ق، ج ۴، ص ۹۴). قرآن کریم آفرینش مرکب‌های سواری را برای

سواری و زینت بیان کرده است (نحل: ۸). در حدیثی از رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نیز داشتن مرکب راهوار و آسایش آور از عوامل خوشبختی مسلمان به شمار رفته است: «مِنْ سَعَادَةِ الرَّجُلِ الْمُسْلِمِ الْمُرْكَبُ الْهَنْيءُ» (برقی، [بی تا]، ج ۲، ص ۶۲۵).

مطابق حدیثی از امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام، بهره‌مندی از زینت‌های دنیا به‌ویژه در موقعیت‌های خاص همچون ازدواج، با زهد و پارسایی منافاتی ندارد (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۶). به طور کلی استفاده از لباس فاخر و زینتی به اقتضائات و عرف زمانه بستگی دارد؛ برای مثال دوران امیرالمؤمنین با امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام متفاوت بوده است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۱، ص ۴۱۱). سفیان ثوری وارد بر امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام شد و دید آن حضرت لباس‌هایی سفید و درخشان بر تن دارد. سفیان آن لباس را دور از جایگاه امام دانست. حضرت فرمود: رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در زمانی زندگی می‌کرد که فقر و خشکسالی فراگیر بود؛ اما زمانی که دنیا روی آورد [و نعمت فراوان شد]، شایسته‌ترین افراد برای بهره‌گیری از آن، نیکان‌اند نه تبه‌کاران، مؤمنان‌اند نه منافقان، مسلمانان‌اند نه دیگران (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۴۵).

برخی از محققان اسلامی پس از اشاره به دسته‌ای از آیات و روایات که در نکوهش دنیا و دسته‌ای دیگر که در ترغیب به دنیا وارد شده است، در مقام حل تعارض ظاهری این دو دسته اظهار داشته‌اند آنچه از آن نکوهش می‌شود، شادمانی و دل‌بستگی مطلق به دنیا و مقدم‌داشتن آن بر آخرت است؛ دنیایی که سرگرم‌کننده و غفلت‌آور از آخرت است، نه دنیایی که در جهت آخرت و آبادانی آن است (جمعی از نویسندگان، ۱۳۶۱ش، ص ۲۰۲-۲۵۶-۱۳۶۱). به فرموده امام جعفر صادق عَلَيْهِ السَّلَام، دنیایی که با آن بتوان به خود و دیگران نیکی کرد، صله رحم به جا آورد، به خویشان رسیدگی کرد و صدقه داد، با آن حج و عمره گزارد، دنیا دوستی نیست، بلکه آخرت‌طلبی است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۹، ص ۵۲۶؛ طوسی، ۱۳۶۵ش، ج ۶، ص ۶۲۸). همچنین ایشان فرمود: «بی‌نیازی که مانع انسان از ستم بر دیگران باشد، برتر از فقر و تنگدستی است که وادارکننده انسان به گناه باشد» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۷۲).

بر اساس روایات، خداوند دوست دارد بندگان‌ش آشکارا از نعمت‌ها بهره ببرند و آثار آنها در زندگی ایشان دیده شود (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۳۸؛ صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۴۵۹). در حدیثی توجه‌داشتن به نعمت‌ها به منزله سپاس از آنها به شمار رفته است (ابن‌حنبل، ۱۴۱۶ق، ج

۳۲، ص ۹۶). از امام جعفر صادق علیه السلام نقل شده است: «خیر و خوبی برای کسی نیست که به جمع‌آوری مال از راه حلال علاقه ندارد تا به وسیله آن آبروی خود را حفظ و بدهی خود را ادا کند و صلۀ رحم به‌جا آورد» (صدوق، ۱۳۶۴ ش، ج ۱، ص ۲۱۵).

از مهم‌ترین نیازهای معیشتی انسان، استراحت و آرامش مسکن است: «وَاللّٰهُ جَعَلَ لَكُمْ مِنْ بُيُوتِكُمْ سَكَنًا». نخستین فرمان خدا به موسی و هارون نیز در مصر فراهم کردن خانه بود (یونس: ۸۷). در احادیث اهل بیت از خانه وسیع در جایگاه یکی از عوامل خوشبختی در دنیا و آخرت یاد شده است (برقی، [بی‌تا]، ج ۲، ص ۶۱۱؛ صبحی صالح، ۱۴۱۴ ق، ص ۲۰۹).

نقش ایمان در معیشت

برخی آیات و روایات درباره نقش ایمان و تقوا در فراخی یا تنگی معیشت، به‌ظاهر با هم ناسازگار هستند؛ از این‌رو به تحلیل و بررسی نیاز دارند؛ برای نمونه از یک‌سو دسته‌ای از احادیث رفاه و فراخی معیشت را مخصوص کافران می‌داند؛ مانند اینکه می‌فرماید: «لَا يَغُزُّكَ تَقَلُّبُ الَّذِينَ كَفَرُوا فِي الْبِلَادِ: گشت‌وگذار کافران در شهرها و دست‌یابی آنان به سودهای فراوان تو را فریب ندهد» (آل‌عمران: ۱۹۶)؛ در سوره «زخرف» نیز می‌فرماید: «اگر تقدیر الهی بر این نبود که همه مردم [چه مؤمن و چه کافر] در دست‌یابی به وسایل زندگی یکسان باشند، برای خانه‌های کسانی که به خدای رحمان کفر می‌ورزند، سقف‌هایی از نقره قرار می‌دادیم و نیز پله‌هایی که بر آنها آشکار شوند. [بر آنها برآیند و خود را به دیگران بنمایانند] و برای خانه‌هایشان درهایی عالی و تخت‌هایی مجلل که بر آن تکیه زنند، قرار می‌دادیم؛ و نیز زیوری در نهایت زیبایی. و اینها چیزی جز متاع زندگی این دنیای ناپایدار نیست، و سرای آخرت به حکم پروردگارت از آن تقوایپیشگان است» (زخرف: ۳۴ - ۳۵).

در حدیثی از امام صادق علیه السلام نیز آمده است: «هر چه بر ایمان بنده افزوده می‌شود، در معیشت او تنگنایی بیشتری پدید می‌آید» (کلینی، ۱۴۰۷ ق، ج ۲، ص ۲۶۱). جای پرسش است که چرا باید چنین باشد؟ به‌ویژه که این حدیث با آن دسته از آیات و احادیث که می‌گویند ایمان عامل افزایش برکت و روزی است، در ظاهر ناسازگار است؛ مثل این آیه قرآن که می‌فرماید: «وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَ اتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِنَ السَّمَاءِ وَ الْأَرْضِ وَ لَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ: و اگر مردم آن شهرها که به عذاب گرفتار شدند، ایمان آورده و تقوا پیشه کرده بودند،

به یقین از آسمان و زمین برکت‌هایی بر آنان می‌گشودیم؛ ولی پیامبران و آیات ما را دروغ انگاشتند، ما نیز آنان را به عذابی که نمود گناهانشان بود، گرفتار ساختیم» (اعراف: ۹۶). در آیات دیگری، تقوا سبب گشایش در امور معرفی شده است: «وَمَنْ يَتَّقِ اللَّهَ يَجْعَلْ لَهُ مَخْرَجًا. وَيَرْزُقْهُ مِنْ حَيْثُ لَا يَحْتَسِبُ: و هر کسی از خدا پروا بدارد و حدود الهی را رعایت کند، خدا برای بیرون شدن او از تنگناها راهی پدید می‌آورد و از جایی که تصور نمی‌کند، به او روزی می‌رساند و نیازهای زندگی اش را برطرف می‌کند» (طلاق: ۲-۳). بر اساس روایتی از امام صادق علیه السلام نیز خدا به آنچه به او داده، برکت می‌دهد (طبرسی، ۱۳۷۲ ش، ج ۱۰، ص ۲۶۰). در اینجا ممکن است پرسشی در ذهن بیاید که چرا مطابق برخی روایات افزایش ایمان سبب تنگی معیشت است؟ در حالی که در قرآن آمده است کسی که از یاد خدا روی‌گردان شود، زندگی تنگ و سختی خواهد داشت: «وَمَنْ أَعْرَضَ عَن ذِكْرِي فَإِنَّ لَهُ مَعِيشَةً ضَنْكًا» (طه: ۱۲).

سنت الهی و فراخی و تنگی معیشت

در پاسخ به پرسشی که مطرح شد، لازم است به سنت‌های الهی توجه داشت. سنت و قانون کلی خدا در جوامع این است که اگر نوع انسانی و همه افراد جامعه‌ای - نه فقط برخی - اهل ایمان به خدا و پرهیز از شرک و گناه بودند، درهای خیر و برکت از آسمان و زمین بر آنها گشوده می‌شود و نزولات آسمانی مانند برف و باران و نیز رویش گیاهان و درختان و خرمی طبیعت، فراوان خواهد شد؛ ولی آنچه مانع گشایش و برکات آسمانی و زمینی می‌شود، تکذیب انبیا و تبهکاری در جامعه است و آیات ۹۶ سوره «اعراف» و ۶۶ سوره «مائده» اشاره به همین سنت و قانون کلی است (طباطبایی، ۱۳۹۰ ق، ج ۸، ص ۶-۳۷-۲۰۱). چنین جامعه‌ای را خداوند در آیات دیگری مثل و نمونه یاد می‌کند و می‌فرماید: «وَصَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا قَرْيَةً كَانَتْ آمِنَةً مُطْمَئِنَّةً يَأْتِيهَا رِزْقُهَا رَغَدًا مِنْ كُلِّ مَكَانٍ فَكَفَرَتْ بِأَنْعُمِ اللَّهِ فَأَذَاقَهَا اللَّهُ لِبَاسَ الْجُوعِ وَالْخَوْفِ بِمَا كَانُوا يَصْنَعُونَ: و خداوند مثلی زده است؛ شهری که از آسیب‌ها در امان بود و مردمش در آن آرامش داشتند و روزی اش از هرسو به خوبی و فراوانی به آن می‌رسید؛ ولی نعمت‌های خدا را ناسپاسی کردند و خدا هم به سزای کارهایی که می‌کردند، فراگیری گرسنگی و ترس را به آنان چشاند» (نحل: ۱۱۲). جامعه نمونه یادشده در این آیه سه ویژگی دارد: امنیت، آرامش و رفاه. بنابراین جامعه‌ای که از سویی از خطر اشرار و تبهکاران و نیز بلایای طبیعی در امان است و از سوی دیگر دارای رفاه و

وسعت معیشت است، آرامش هم خواهد داشت (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۲، ص ۳۶۲).
 از حیث فردی نیز همین قانون و سنت الهی جاری است؛ یعنی ایمان و تقوای مؤمن پرهیزکار در افزایش روزی و نجات او از تنگناها نقش دارد (طلاق: ۲ - ۳)؛ ولی در این میان افرادی با انتخاب خود، فقر را بر غنا و بلا را بر عافیت ترجیح می‌دهند. اینان بندگان خاص الهی هستند که خداوند مستقیم تربیت آنها را عهده‌دار شده است و با قراردادن آنها در کورهٔ بلا یا و گرفتاری‌ها، آنها را آبدیده و از ناخالصی‌ها پاک می‌کند. چنین افرادی آگاهانه و با انتخاب خود به پیشواز بلا یا می‌روند و سختی را بر آسایش ترجیح می‌دهند و می‌کوشند از راه مبارزه با خواسته‌های شهوانی، روح خود را نیرومند کنند و به کمالات معنوی دست یابند. اینان در برابر سختی‌ها، تاب‌آوری دارند و حتی خدا را سپاس‌گزارند؛ برای نمونه امیر مؤمنان علی علیه السلام در پیشامدهای سخت و سهمگین مثل جنگ صفین و حادثه حکمیت که بسیار تلخ و گزنده بود، نیز خدا را ستایش می‌کرد (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۷۹).

در کتاب کافی، کلینی بابی با عنوان «(بَابُ شِدَّةِ اِبْتِلَاءِ الْمُؤْمِنِ)» (کلینی، ۱۴۰۷هـ ج ۲، ص ۲۵۲) آورده است و در آن چند حدیث بیان می‌کند که مضمون مشترک همهٔ آنها این است که خدا بندگان محبوب خود را بدون اینکه گناهی کرده باشند، گرفتار بلا یا می‌کند تا درجات معنوی آنها بیشتر شود و به پاداش ویژه دست یابند (کلینی، ۱۴۰۷هـ ج ۲، ص ۴۵۰؛ حر عاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۱، ص ۳۶۸)؛ البته گاهی به کافران نعمت فراوان عطا می‌کند، ولی مقدمه عذاب آنان است (لقمان: ۲۴).

با توجه به آنچه گذشت، فقر و بلا را می‌توان دو قسمت کرد: ۱. فقری که ناشی از تبلی و بیکاری و دست‌کشیدن از کار و فعالیت است؛ چنین فقری نکوهیده و همان است که در روایات مرگ سرخ و سیاه، وحشت‌انگیز، بلا و مقدمه کفر به شمار آمده است که باید از آن به خدا پناه برد (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۰۷؛ صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۵۴۴). ۲. فقری که شخص فقیر هیچ تقصیر و کوتاهی در به‌وجود آمدن آن نداشته است، بلکه بیماری و ناتوانی و شرایط طبیعی مانند قحطی و خشکسالی یا شرایط اجتماعی مانند ظلم و تبعیض و نظام فاسد حاکم بر جامعه، عامل آن بوده است و این شخص توان تغییر آن را نیز ندارد. در این حالت شخص فقیر اگر در برابر این فقر شکیبایی بورزد و به دیدهٔ آزمون الهی به آن بنگرد و بداند مصلحتی در آن است و

مطابق با قضا و قدر الهی و امری خدادادی است، چنین فقری ممدوح است و پاداش اخروی دارد. این همان فقری است که رسول‌الله به آن فخر فرمود: «الفقر فخری و به افتخر» (قمی، [بی‌تا] ص ۷۳۱).

امتحان الهی با فراخی یا تنگی معیشت

نکته دیگری که در موضوع فراخی و تنگی معیشت باید در نظر داشت، آزمایش انسان‌ها اعم از مؤمن و کافر در دنیاست. از منظر قرآن، عالم دنیا محل امتحان و ضیق یا وسعت معیشت، ابزار امتحان است. از نگاه قرآن نه تنگی معیشت، نشانه اهانت و روی‌گردانی خدا از بنده خود است و نه گشایش در معیشت و فراوانی نعمت، نشانه کرامت و بزرگی است (فجر: ۱۵ - ۱۷). روزی دادن به بندگان ربطی به ایمان و کفر آنها ندارد، بلکه رحمت خدا اقتضا می‌کند به همه بندگان حتی کافران روزی دهد (بقره: ۱۲۶).

خداوند بر اساس مشیت حکیمانه و عادلانه خود توسعه می‌دهد یا تنگ می‌گیرد (زحیلی، ۱۴۱۸ق، ج ۱۳، ص ۱۶۲ - ۱۶۳). اما اینکه در قرآن آمده است کسی که از یاد خدا روی‌گردان شود، معیشت تنگ و سختی خواهد داشت، به این دلیل است که وقتی کسی خدا را فراموش کند و رابطه‌اش را با او قطع کرد، تنها دنیا برای او می‌ماند که به آن دل ببندد؛ در نتیجه همه کوشش‌های خود را منحصر در آن می‌کند، اما آرام نمی‌شود؛ برای اینکه هر چه به دست آورد، به آن قانع نمی‌شود و پیوسته چشم به افزون‌شدن مال دنیا دارد و به دنبال چیزهایی است که ندارد. افزون بر آن نگران روی‌آوردن نامالایمات و فرارسیدن مرگ و بیماری است. اضطراب دیگر او از حسودان و بدخواهان است؛ بنابراین چنین کسی پیوسته در میان آرزوهای برآورده‌نشده و ترس از دست‌دادن آنچه دارد، به سر می‌برد. در حالی که اگر مقام پروردگار خود را می‌شناخت و به یاد او بود، یقین می‌کرد که نزد خدا زندگی و عزت جاودان دارد؛ از این رو به آنچه خدا تقدیرش کرده است، قانع می‌شد و معیشتش هر چه بود، برایش فراخ می‌گشت و احساس تنگی و نگرانی نداشت (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۴، ص ۲۲۵؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹ق، ج ۱۵، ص ۱۶۸).

عوامل فراخی معیشت

عوامل مختلف مادی و معنوی در افزایش روزی و فراخی معیشت نقش دارند. این عوامل را

می‌توان به دو بخش عام و خاص قسمت کرد. مقصود از قواعد عام، قواعدی است که هر کسی خواه مؤمن یا غیرمؤمن مراعات کند، بر معیشت او اثر دارد؛ ولی قواعد خاص، ویژه مؤمنان است که با رعایت آنها روزی و معیشت آنها برکت پیدا می‌کند. (نظر ویراستار: نمونه عوامل عام و خاص کدام اند؟ چرا به عوامل اشاره نشده است؟)

قانون عمل و عکس‌العمل

هر کاری به‌جز بازتاب آخرتی، در این دنیا نیز آثاری دارد. اگر به دیگران مهرورزی کردیم، مهر دیگران را به خود جلب می‌کنیم؛ برای نمونه خوش اخلاقی در تعامل با مردم سبب توسعه در رزق و روزی است. یا اگر کسی خوش اخلاق و پای‌بند به پیمان‌های خود باشد، بیشتر در جامعه به او اعتماد می‌شود؛ ازاین‌رو در تعاملات اقتصادی بخت و اقبال بیشتری دارد و اعتمادی که به او در بازار وجود دارد، سرمایه مهمی به شمار می‌رود؛ بنابراین اگر مشکلی هم برای او پیش آید، دیگران آمادگی کمک به او را دارند، در میان مردم احترام دارد و در جایگاه شخصی امین مطرح می‌شود. در میان مردم ضرب‌المثلی است که می‌گویند از همان دست که دادی، پس می‌گیری؛ به عبارتی در روابط انسان با نظام طبیعت و مراودات اجتماعی، قانون عمل و عکس‌العمل جریان دارد. در قرآن می‌خوانیم: «إِنْ أَحْسَنْتُمْ أَحْسَنْتُمْ لِأَنْفُسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا: اگر نیکی کنید، به خود نیکی کرده‌اید و اگر بدی کنید، به خود بدی کرده‌اید» (اسراء: ۷).

در احادیث دینی نیز نمونه‌هایی از قانون کلی عمل و عکس‌العمل مشاهده می‌شود؛ از جمله از امام علی علیه السلام این حدیث که به صورت ضرب‌المثل درآمده، نقل شده است: «ارحم ترحم» و نیز فرمود: «أحسن یحسن إلیک» (صدوق، [بی‌تا]، ص ۲۷۸)؛ یعنی به دیگران مهرورزی کن تا مشمول مهر دیگران شوی.

همچنین مطابق روایات، صلۀ رحم سبب بلندی عمر و افزایش مال است (برقی، [بی‌تا]، ج ۱، ص ۳۹۰؛ صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۱۶۳؛ متقی هندی، ۱۴۰۱ق، ج ۶، ص ۴۷۲)؛ عکس آن هم درست است؛ یعنی اگر به دیگران ستم کردیم، تاوان آن را پس خواهیم داد. چنان‌که قرآن کریم هشدار می‌دهد اگر به حقوق دیگران تعدی کردی، ممکن است در آینده به نوادگان تو ستم شود

عوامل وسعت معیشت

۱. استغفار

بر اساس آیات و احادیث، گناه اثر وضعی و منفی بر زندگی انسان دارد؛ چنان‌که در قرآن از هلاک مردمانی یاد شده است که گناه سبب نابودی رفاه و اسباب معیشت آنان شد (انعام: ۶). در سوی مقابل، استغفار از گناه اثر مثبت دارد و از راه‌های نجات از تنگی معیشت، توبه و استغفار است (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، خ ۱۴۳).

نوح و هود دو پیامبر الهی به قوم خود که ظاهراً با خشکسالی و تنگنای اقتصادی مواجه بودند، توصیه کردند در صورت توبه و استغفار از گناهانشان، خداوند باران‌های سودمند و بابرکت بر آنان فرومی‌ریزد؛ در نتیجه معیشت و رفاه آنان تأمین خواهد شد (نوح: ۱۰-۱۲؛ هود: ۵۲). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت استغفار از گناهان در رفع گرفتاری‌ها و گشایش در زندگی اثری فوری و حتمی دارد؛ همچنین نشان می‌دهد که بین صلاح جامعه انسانی و فساد آن و بین اوضاع عمومی جهان ارتباطی برقرار است؛ از این رو اگر جوامع بشری خود را اصلاح کنند، به زندگی پاکیزه و گوارایی می‌رسند؛ اما اگر برعکس عمل کنند، عکس آن را خواهند داشت (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ص ۲۰، ۳۰، ۱۰، ۳۰۰؛ ابن‌عاشور، ۱۴۲۰ق، ص ۱۱، ۲۷۸، ۲۹، ۱۸۴).

۲. صدقه

بر اساس روایات، صدقه از عوامل افزایش روزی است. از امیرالمؤمنین علی علیه السلام نقل شده است: «استنزلوا الرزق بالصدقه: با صدقه‌دادن روزی را به خود جلب کنید» (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۴۹۴، حکمت ۱۳۷). همچنین ایشان علیه السلام توصیه کرده‌اند اگر با تنگدستی شدید مواجه گشتید، با صدقه‌دادن تجارت کنید؛ مقصود این است که صدقه عامل گشایش است: «اذا املقتم فتاجروا بالصدقه» (صبحی صالح، ۱۴۱۴ق، ص ۵۱۴، حکمت ۲۵۸). در حدیثی از امام صادق علیه السلام نیز آمده است که هر چیزی کلیدی دارد و صدقه کلید روزی است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۴، ص ۱۰).

شاید این پرسش برای برخی پیش آید که اگر فقیر ببخشاید، دارایی‌اش افزون می‌شود؟ یا اگر استغفار کرد، سبب گشایش در معیشت می‌شود؟ در پاسخ باید گفت برخی اقدامات سبب به‌صحنه‌آوردن قدرت‌های معنوی می‌شود. عالم هستی را صرفاً نباید با سازوکار و روابط مادی

ارزیابی کرد. افزون بر اسباب مادی، نیروهای معنوی هم دست‌اندر کار گردش امور عالم هستند. در پشت صحنه عوامل مادی، عوامل معنوی نیز وجود دارند و بالاتر از همه عوامل و اسباب، اراده و قدرت قادر بی‌انتهایی است که سررشته همه امور به دست اوست و او می‌تواند به برخی عوامل اثرگذاری بیشتری دهد یا اثر عاملی را حثی کند و عوامل ناپیدایی را به صحنه بیاورد که به ظاهر و در محاسبات عادی افراد، عامل به شمار نمی‌آید؛ برای مثال در روایتی آمده است اگر مؤمنی نیاز برادر دینی خود را حتی اگر به اندازه سیراب کردن او برآورده کرد، هفتادودو رحمت الهی برای او ثبت می‌شود که یکی از آنها را در همین دنیا به او عطا می‌شود تا معیشت خود را با آن سامان دهد (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۹، ص ۱۱۹).

۳. ازدواج

توصیه قرآن به مؤمنان این است که زمینه ازدواج زنان و مردان مجرد را فراهم کنند و نگران فقر آنان نباشند و به فضل خدا امیدوار باشند: «وَأَنْكِحُوا الْأَيَامَىٰ مِنْكُمْ وَالصَّالِحِينَ مِنْ عِبَادِكُمْ وَإِمَائِكُمْ إِنْ يَكُونُوا فُقَرَاءَ يُغْنِهِمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ: ای مؤمنان، به مردان و زنان بی‌همسری که از [هم‌کیشان] شما هستند و به آن بندگان و کنیزانتان که شایستگی ازدواج را دارند، همسر دهید. اگر تهیدست‌اند، خداوند آنان را از فضل خود توانگر خواهد کرد؛ که خداوند دارای بخششی گسترده است و به حال کسی که صلاح او در گشایش است، داناست» (نور: ۳۲).

به نظر می‌رسد این دستور برای کسانی است که از معیشت و سرمایه‌ای اندک برخوردارند و در واقع در فقر به سر می‌برند؛ از این رو جرئت ازدواج ندارند. اینجاست که خدا به مؤمنان فرمان می‌دهد پیشگام شوند و به آنها کمک کنند. ولی اگر کسی هیچ شغل و سرمایه‌ای ندارد، باید عفت پیشه کند و تا فراهم شدن حداقل معیشت صبر کند؛ زیرا در آیه بعدی می‌فرماید: «وَلِيَسْتَعْفِفِ الَّذِينَ لَا يَجِدُونَ نِكَاحًا حَتَّىٰ يُغْنِيَهُمُ اللَّهُ مِنْ فَضْلِهِ: و باید کسانی که هزینه ازدواج و مخارج زندگی را نمی‌یابند، پاکدامنی پیشه کنند و از کارهای زشت بپرهیزند تا خداوند آنان را از فضل خود توانگر کند» (نور: ۳۳). در احادیث نیز فراوان به ازدواج تشویق شده است؛ برای نمونه در حدیثی آمده است: «روزی همراه با زنان و خانواده است» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۳۳۰).

ازدواج و تشکیل خانواده، انگیزه فرد متأهل را برای کسب‌وکار و تأمین معاش زیاد می‌کند؛

زیرا احساس مسئولیت دارد. تجربه نیز ثابت کرده است که در زندگی افرادی که ازدواج می‌کنند، گشایش رخ داده است؛ همچنین دیگران نیز برای اینکه متأهل است، با او همراهی بیشتری دارند و از حمایت فامیل و بستگان و دوستان و به طور کلی از حمایت اجتماعی برخوردار می‌شود.

عوامل تنگی معیشت

عواملی در تنگی و نابسامانی معیشت نقش دارند؛ برای مثال پاره‌ای از گناهان اجتماعی عامل تنگی معیشت و قرار گرفتن در سختی‌ها هستند. در احادیث عواملی چون بداخلاقی و بددهنی از اسباب کم‌شدن برکت و تنگی معیشت ذکر شده‌اند. در روایتی آمده است: «هر کسی به برادر مسلمان خود دشنام دهد، خداوند روزی‌اش را از او می‌گیرد و او را به خودش وامی‌گذارد و زندگی‌اش را بر او تپاه می‌کند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۲۶). به گفته علامه مجلسی، رفتار آدم بددهن و دشنام‌گو سبب بیزاری و پرهیز مردم از معامله و دادوستد با او می‌شود (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۱۰، ص ۲۷۸). همچنین گناهانی مانند خیانت، دزدی، شرابخواری، زنا (صدوق، ۱۳۶۴ش، ص ۲۸۹؛ کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۵۴۱)، ترک امر به معروف و نهی از منکر (صدوق، ۱۴۶۴ش، ص ۲۸۹)، دروغ (صدوق، ۱۴۱۶ق، ج ۲، ص ۵۰۵)، حرام‌خواری (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۵، ص ۱۲۵) و ترک جهاد (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۱۸، ص ۳۲۱) از اسباب تنگی معیشت است.

نتیجه

ایمان بر جنبه‌های مادی زندگی از جمله معیشت و اقتصاد اثر دارد. انسان مؤمن از یک‌سو با تکیه بر اعتقاد به عالم غیب و تقدیر امور از جانب خدا و نیز اهتمام به احکام تشریحی، رفتار اقتصادی خود را سامان می‌دهد. از سوی دیگر با پرهیز از گناهانی که عامل فقر و بی‌برکتی هستند، می‌تواند از نظر معیشتی در فراخ باشد. اثر ایمان و به طور کلی امور معنوی و پای‌بندی به احکام شریعت، منافاتی با لزوم کار و تلاش و کسب و تجارت و رفاه مادی ندارد. معیشت مؤمنانه لزوماً به معنای فقیر بودن و زندگی زاهدانه نیست. بررسی آیات و روایات مربوط به زهد و قناعت و نیز ستایشی که از فقر در برخی روایات شده است، این گمان را تقویت می‌کند که فقر بر دو گونه است؛ الف) فقری که عامل آن تنبلی و دست‌کشیدن از کار و فعالیت و بی‌مسئولیتی در برابر خانواده است؛ چنین فقری نکوهیده و مورد تنفر است. ب) فقری که عامل آن شرایط

طبیعی و اجتماعی است که شخص فقیر هیچ نقشی در آن ندارد و توان از بین بردن آن را هم ندارد. تشریح احکام مالی و صدقات واجب و مستحب و نیز دستورالعمل‌های حمایتی برای ریشه‌کن کردن چنین فقری و تأمین معیشت مستمندان است. نوع دیگری از فقر، خودخواسته است؛ به این معنا که مؤمن درآمدهای خود را به‌جز هزینه کردن در حد کفاف، بقیه را در راه خدا انفاق می‌کند. چنین فقری در روایات ستوده شده است و پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ به آن مباحثات می‌کرد. بر اساس آیات و روایات، در کسب معیشت و ایجاد رفاه هم به اسباب مادی باید توجه داشت و هم به عوامل معنوی.

همچنان‌که ایمان، تقوا، استغفار، صدقه، صلۀ رحم در گشایش معیشت نقش مثبت دارند، برخی اخلاقیات مانند بدخلقی و بددهنی و نیز گناهای مانند شرابخواری، اسراف، خیانت در امانت و دروغ، عامل کم‌شدن روزی و از بین رفتن برکت هستند.

کتاب‌نامه

قرآن کریم

۱. ابن حنبل، احمد بن محمد، مسند، محقق: عامر غضبان و دیگران، چ ۱، بیروت: مؤسسة الرسالة، ۱۴۱۶ ق.
۲. ابن عاشور، محمدطاهر، تفسیر التحریر و التنویر المعروف بتفسیر ابن عاشور، چ ۱، بیروت: مؤسسة التاریخ العربی، ۱۴۲۰ ق.
۳. ابوالفتح رازی، حسین بن علی، روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن، مصحح و ناصح: محمد مهدی و محمد جعفر یاحقی، چ ۱، مشهد: بنیاد پژوهش‌های اسلامی، ۱۴۰۸ ق.
۴. ابی داود، سلیمان بن اشعث، سنن، شارح: سید محمد سید و عبدالقادر عبدالخیر، محقق: سید ابراهیم، [بی‌جا]: [بی‌نا]، ۱۴۲۰ ق.
۵. بخاری، محمد بن اسماعیل، صحیح، محقق: وزارة الأوقاف. المجلس الأعلى للشئون الإسلامية. لجنة إحياء كتب السنة، چ ۲، قاهره: وزارة الاوقاف، المجلس الاعلى للشئون الاسلامية، لجنة إحياء كتب السنة، ۱۴۱۰ ق.
۶. برقی، احمد بن محمد، المحاسن، تصحیح و تعلیق: جلال‌الدین محدث، چ ۲، قم: دارالکتب الإسلامية، [بی‌تا].

٧. بغوي، حسين بن مسعود، تفسير البغوي المسمى معالم التنزيل، محقق: مهدي عبدالرزاق، ج ١، بيروت: دار إحياء التراث العربي تفسير نورالثقلين، ١٤٢٠ ق.
٨. جمعي از نويسندگان، موازنه اسلام بين دنيا و آخرت، قم: مؤسسه در راه حق، ١٣٦١ ش.
٩. حر عاملي، محمد بن حسن، وسائل الشيعه إلى تحصيل مسائل الشريعة، تعليقات ابوالحسن شعراني، [بي جا]: مؤسسه اسلاميه، ١٤٠٩ ق.
١٠. حكيمي، محمدرضا، الحياة، قم: دليل ما، ١٣٨٠ ش.
١١. حويزي، عبدعلي بن جمعه، تفسير نور الثقلين، مصحح: هاشم رسولي، ج ٤، قم: اسماعيليان، ١٤١٥ ق.
١٢. راغب اصفهاني، حسين بن محمد، مفردات ألفاظ القرآن، محقق: صفوان عدنان داوودي، ج ١، بيروت: دارالشامية، ١٤١٢ ق.
١٣. زحيلي، وهبه، التفسير المنير في العقيدة والشريعة والمنهج، ج ٢، دمشق: دارالفكر المعاصر، ١٤١٨ ق.
١٤. زمخشري، محمود، الكشاف عن حقائق غوامض التنزيل و عيون الأقاويل في وجوه التأويل، مصحح: مصطفى حسين احمد، ج ٣، بيروت: دارالكتاب العربي، ١٤٠٧ ق.
١٥. صبحي صالح، نهج البلاغه، ج ١، قم: مؤسسة دارالهجرة، ١٤١٤ ق.
١٦. صدوق، محمد بن علي، الخصال، مصحح: علي اكبر غفاري، ج ٥، قم: جماعة المدرسين في الحوزة العلمية بقم، مؤسسة النشر الإسلامي، ١٤١٦ ق.
١٧. صدوق، محمد بن علي، معاني الاخبار، مصحح: علي اكبر غفاري، ج ١، قم: جامعه مدرسين حوزة علميه قم، ١٣٦١ ش.
١٨. صدوق، محمد بن علي، من لا يحضره الفقيه، مقدمه و تصحيح: علي اكبر غفاري، ج ٢، قم: جامعه مدرسين، ١٤٠٤ ق.
١٩. صدوق، محمد بن علي، الامالي، تحقيق: قسم الدراسات الاسلامية - مؤسسة البعثة، ١٤٠٧ ق.
٢٠. صدوق، محمد بن علي، ثواب الأعمال و عقاب الاعمال، ج ٢، قم: الشريف الرضي، ١٣٦٤ ش.
٢١. طباطبائي، سيد محمد حسين، الميزان في تفسير القرآن، ج ٢، بيروت: مؤسسة الأعلمی للمطبوعات، ١٣٩٠ ق.

۲۲. طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، مصحح: فضل الله یزدی طباطبایی و هاشم رسولی، [بی جا]: [بی نا]، ۱۳۷۲ ش.
۲۳. طریحی، فخرالدین بن محمد، مجمع البحرین، محقق: احمد حسینی اشکوری، چ ۳، تهران: مرتضوی، ۱۳۷۵ ش.
۲۴. طوسی، محمد بن حسن، تهذیب الأحکام، مصحح: محمد آخوندی، با تعلیقات حسن خراسان، چ ۴، تهران: دارالکتب الإسلامیة، ۱۳۶۵ ش.
۲۵. طوسی، محمد بن حسن، التبیان فی تفسیر القرآن، مصحح: احمد حبیب عاملی، چ ۱، بیروت: داراحیاء التراث العربی، [بی تا].
۲۶. فراهیدی، خلیل بن احمد، کتاب العین، محقق: مهدی المخزومی و ابراهیم السامرائی، [بی جا]: دارومکتبة الهلال، [بی تا].
۲۷. فضل الله، محمد حسین، من وحی القرآن، چ ۱، بیروت: دارالملاک، ۱۴۱۹ ق.
۲۸. قمی، عباس، سفینة البحار و مدینة الحکم و الآثار مع تطبیق النصوص الواردة فیها علی بحار الأنوار، قم: اسوه، [بی تا].
۲۹. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی، تحقیق: علی اکبر غفاری، چ ۴، تهران: دارالکتب الإسلامیة، ۱۴۰۷ ق.
۳۰. متقی هندی، علی بن حسام الدین، کنز العمال فی سنن الأقوال والأفعال، محقق: بکری حیانی - صفوة السقا، چ ۵، بیروت: مؤسسة الرسالة، ۱۴۰۱ ق.
۳۱. مجلسی، محمدباقر، بحار الأنوار، تحقیق: سید ابراهیم المیانجی و محمد الباقر البهبودی، چ ۳، بیروت: داراحیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق.
۳۲. مجلسی، محمدباقر، مرآة العقول، چ ۲، [بی جا]: دارالکتب الإسلامیة، ۱۴۰۴ ق.
۳۳. مدرسی، محمدتقی، الوجیز فی الفقه الاسلامی، [بی جا]: [بی نا]، ۱۴۲۷ ق.
۳۴. نجفی، محمدحسن، جواهر الکلام فی شرح شرائع الإسلام، محقق: عباس قوچانی، چ ۷، بیروت: داراحیاء التراث العربی، ۱۳۶۲ ش.

