

شناسایی چالش های محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی

عبداله اسدی^۱، عسگر آرمون^{۲*}

^۱ مربی، گروه معارف اسلامی دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، اردبیل، ایران. a.abdasadi@gmail.com

^{۲*} دکتری مدیریت آموزشی، کارشناس مسئول EDO دانشکده پزشکی، دانشگاه علوم پزشکی اردبیل، اردبیل، ایران.

*نویسنده مسئول: ایمیل: a.armoun@yahoo.com تلفن: ۰۹۱۴۹۶۷۶۷۶۰

چکیده

زمینه و هدف: مداحی، به عنوان یک هنر مذهبی تأثیر گذار، نقش ارزنده ای در تبیین مصائب، مظلومیت ها و معارف ائمه اطهار(ع) داشته است. اما امروزه نفوذ و گسترش مسائل و آسیب های متعدد در حوزه مداحی عاشورایی و اربعینی، از لحاظ محتوایی و شکلی با بحران های و چالش های جدی مواجه شده است. این مطالعه با هدف « شناسایی چالش های محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی » انجام یافته است.

روش مطالعه: مطالعه حاضر به روش تحلیلی - توصیفی و از لحاظ جمع آوری اطلاعات به صورت کتابخانه ای- اسنادی، با استناد بر منابع معتبر و نتایج پژوهشهای میدانی مرتبط، انجام شده است.

بحث: مطابق یافته های این مطالعه ۵ عامل به عنوان چالش محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی حوزه مداحی، شناسایی شد این عوامل عبارتند از: ۱- عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی، ۲- کمرنگ شدن اخلاق در مداحی، ۳- روز آمد نبودن محتوای مداحی، ۴- ضعف در شناخت مخاطب و ۵- پایبند نبودن مداح به گفتارش. این عوامل به ترتیب دارای بیشترین فراوانی در چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی داشتند.

نتیجه گیری: نتایج حاصل از این مطالعه بیانگر آن است که از میان ۵ عامل تأثیر گذار، دو عامل؛ عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی، و کمرنگ شدن اخلاق در مداحی بیشترین تأثیر را در چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی دارند. اگر برنامه ریزی لازم و اقدام عملی برای رفع چالش ها در حوزه مداحی صورت نگیرد، اثرگذاری و اقبال آن در جامعه کم رنگ تر خواهد شد. در این راستا مراکز هنری-مذهبی مرتبط باید بر مجالس عزاداری و به خصوص بر مداحی ها نظارت نمایند و از ورود آسیب ها به این حوزه پیشگیری کنند.

کلمات کلیدی: چالش های محتوایی و شکلی، ادبیات عاشورایی و اربعینی، مداحی

۱. مقدمه

مدیحه سرایی و برپایی مجالس عزاداری در حزن ائمه معصومین (ع) و اولیاء الهی امری است که در قرآن کریم و سیره نبی مکرم اسلام (ص) و ائمه اطهار (ع) ریشه دارد. در قرآن کریم این تکریم ها و عزاداری ها نماد «تکریم و برپایی شعائر الهی»^۱، «دوستی و حب اهل بیت (ع)»^۲ و «فریاد مظلوم علیه ظالم»^۳ آمده است.

در تبیین نقش و جایگاه مراسم عزاداری ائمه اطهار (ع) و احیاء آن، حضرت امام رضا (ع) فرمود: «مَنْ تَذَكَّرَ مُصَابِنَا، فَبِكِي وَ أُبْكِي لَمْ تَبْكِي عَيْنُهُ يَوْمَ تَبْكِي الْعِيُونَ، وَ مَنْ جَلَسَ مَجْلِسًا يُحْيِي فِيهِ أَمْرُنَا لَمْ يَمُتْ قَلْبُهُ يَوْمَ تَمُوتُ الْقُلُوبُ»^[۱]؛ هر کس مصائب ما - اهل بیت عصمت و طهارت - را یادآور شود و گریه کند یا دیگری را بگریاند، روزی که همه گریان باشند او نخواهد گریست، و هر که در مجلسی بنشیند که علوم و فضائل ما گفته شود همیشه زنده دل خواهد بود.

همچنین حضرت امام صادق (ع) نیز در تبیین جایگاه ویژه هنر مداحی اهل بیت (ع)، به جهت وجود مداحان و مرثیه سرایان ساحت ائمه معصومین (ع)، خدا را حمد و سپاس می گوید: «الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي جَعَلَ فِي النَّاسِ مَنْ يُفِدُ أَلَيْنَا وَ يَمْدَحُنَا وَ يَرْتِي لَنَا»^[۱]؛ خدا را سپاس که در میان مردم، کسانی را قرار داده که به سوی ما می آیند و ما را مدح و مرثیه می گویند.

مداحی یکی از ابزارهای مؤثر در انتقال واقعیت ها، حوادث، مشقت ها و مصیبت های زندگی ائمه اطهار (ع) و به خصوص واقعه عاشورا است. افزون بر این از منظر پیشوایان دینی و ائمه ی اطهار (ع) هنر مداحی از شیوه های مناسب آموزشی-تبلیغی یاد شده است. آن بزرگواران مداحان را به عنوان ترویج کنندگان و مبلغان معارف دینی و مذهبی معرفی نموده اند. در همین راستا، مداحان نقش و مسئولیت حساس و خطیری را در تبیین، اهداف و انگیزه های اولیای الهی و ائمه معصومین (ع) و به خصوص نهضت و قیام امام حسین (ع) به عهده دارند.

طی سالهای اخیر، مداحی حماسه عاشورایی با چالش ها و آسیب هایی روبرو بوده است. مسائلی از قبیل عدم آشنایی مداح با اسلوب و شیوه مداحی، استفاده از مطالب اغراق آمیز و اشعار ضعیف در مداحی، اخلاق ناشایست مداح، عدم تناسب گفتار با رفتار مداح، عدم شناخت مخاطب و کاربرد مطالب بی پایه و اساس توسط مداح، آفات و آسیب هایی جدی را به دنبال داشته است.

جهت مقابله از ورود هر نوع آسیب و تهدید در حوزه مداحی، از جمله؛ مطالب غیر واقعی، خرافات، تحریف و دروغ به این عرصه، ضروری است با هوشیاری فرهنگی و تبیین درست و واقع گرایانه ی حوادث و وقایع، تأثیر گذاری این هنر ارزشمند را ماندگار و افزون تر کرد. مسأله ی مهمی که مطرح می شود این است که آیا مداح مجاز است جهت تأثیر گذاری حداکثری

۱ - سوره ی حج، آیه ی ۳۲.

۲ - سوره ی شورا، آیه ی ۲۳.

۳ - سوره نسا، آیه ی ۴۸.

مداحی در مستمعان، از هر روشی حتی از مطالب و ماجراهای دروغ در مداحی استفاده کند؟ و آیا مداح مجاز است برای گریاندن مردم به هر نوع منابعی، حتی منابع نامعتبر و مشکوک ولی جذاب استناد نماید؟

مقام معظم رهبری، در تبیین اهمیت عزاداری و برنامه ریزی برای ممانعت از ورود آسیب ها در آن فرمودند: «امروز حسین بن علی(ع) می تواند دنیا را نجات بدهد، به شرط آنکه چهره او را با تحریف مغشوش نکنند. نگذارید مفاهیم تحریف آمیز، کارهای تحریف آمیز و غلط، چشم‌ها و دل‌ها را از چهره مبارک و منور حسین بن علی(ع) منصرف کند؛ با تحریف بایستی مقابله کنید» [۲]. همچنین، در جهان امروز، بهره گیری از ابزار مداحی تأثیرگذار می تواند فضای مناسبی را برای آگاهی بخشی و رساندن پیام فرستادگان الهی به جامعه فراهم سازد. از جمله معیارهای مداحی از منظر اندیشمندان اسلامی عبارتند از: رعایت ادب سخن گفتن، اخلاص و حسن نیت، پای بندی به روش های منطقی و علمی در برخورد با موضوع مداحی، دوری از تضاد و تناقض در سخن، مستقل بودن دلیل از ادعا، دوری از تعصب، و... [۳].

مسأله اصلی این مطالعه چه چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی وجود دارد؟ با توجه به اینکه طی سالهای اخیر آسیب ها و چالش های متعددی در حوزه مداحی عاشورایی از لحاظ محتوایی و شکلی وارد شده و حوزه فرهنگ عاشورا را با چالشی جدی مواجه ساخته است، شناسایی این چالش ها از منظر اندیشمندان دینی و از طریق مرور متون کتابخانه ای در عصر حاضر، بیش از هر زمان دیگری ضرورت دارد.

بر این اساس، هدف اصلی از این مطالعه، شناسایی چالش های محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی می باشد. جهت نیل به این هدف، از دیدگاهها، تجارب و نظریه های اندیشمندان، متفکرین و علمای معاصر که در دهه های اخیر بر این امر اهتمام ورزیده اند، بهره گرفته شده است.

۲. پیشینه تحقیق

از لحاظ سابقه پژوهشی، مطالعه ای که در حیطه شناسایی چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی باشد بسیار کم بود و به خصوص پیشینه پژوهشی خاصی که دیدگاه اندیشمندان دینی را در این زمینه مطالعه کند، وجود نداشت.

۳. روش مطالعه

مطالعه حاضر، به روش توصیفی- تحلیلی و از لحاظ گردآوری اطلاعات از طریق کتابخانه ای- اسنادی انجام یافت. بدین صورت که نتایج پژوهش های میدانی مرتبط در مجلات علمی - پژوهشی و گزارش تحقیقات انجام یافته و نیز اسنادی نظیر؛ منابع اصیل دینی، تفاسیر قرآن، کتب ارزشمند اندیشمندان اسلامی، کتب معتبر که حاوی احادیث و روایات منقول از ائمه اطهار(ع) و متون تربیتی است، بررسی و مرور گردید. سپس با استفاده از فرم های فیش برداری، اطلاعات کافی گردآوری و ثبت شد و در راستای دستیابی به اهداف پژوهش، توصیف و تحلیل گردید.

۴. تعاریف متغیرها

مداحی: «مداحی» در فرهنگ لغت مداحی به معنی بیان مصیبت، گریه کردن با آواز، آواز ماتم، شیون و زاری، مویه‌گری، زاری بر مرده است؛ یا شعری که در ماتم و سوگواری با صوت حزین و ناله و زاری خوانند، اعم از سوگواری برای کسی که تازه مرده، یا برای امامان شیعه. ترکیبات دیگر آن عبارت است از: نوحه‌آراستن، نوحه ساختن، نوحه سرودن، نوحه‌خوانی [۴]. مداحی از روشهای معرفی ساحت اهل بیت (ع) و ذکر مناقب و فضایل آن بزرگواران و بیان ابعاد شخصیتی و منزلت دینی و معنوی و نیز گزارش هنری و ادبی کارنامه و فعالیت های آنان بوده است، که بدان «مداحی و منقبت خوانی» گفته می شود. این امر مهم اغلب به زبان شعر و گاهی در قالب قصه و به زبان نثر بیان گردیده است [۵].

چالش های مداحی: مجموعه عوامل و پدیده هایی هستند که در مسیر مداحی صحیح، اصولی، مانع ایجاد نموده و مداحی اثربخش و سازنده را دچار تزلزل و انحراف می کنند تا جایی که باورهای مذهبی در جامعه نیز به مخاطره می افتد. به عبارت دیگر چالش ها در حوزه مداحی، عوامل اصلی به مخاطره افتادن تأثیر گذاری این هنر مذهبی هستند.

۵. مبانی مداحی

ایجاد تغییرات مثبت اخلاقی در حوزه مداحی و فرهنگ سازی مطلوب، از طریق «آموزش مناسب» امکان پذیر است. بر همین مبنا، آموزش را فرآیندی هدفمند برای تسهیل یادگیری می دانند که در طی آن تجربیاتی که بر شیوه درک مردم در ارتباط با محیط های اجتماعی، فرهنگی و فیزیکی خود تاثیر گذار است، منتقل می شود. همچنین آموزش به فرایند انتقال معلومات، نگرشها و مهارتها از فرد یا گروهی به فرد یا گروه دیگر برای ایجاد تغییرات در ساختارهای شناختی، نگرشی و عملی آنها می گویند [۶].

در تبیین مراحل تأثیر گذاری آموزش می توان گفت که آموزش در مرحله اول باعث آگاهی بخشی و ارائه اطلاعات شناختی به فرد تحت آموزش (بعد دانش) و در گام بعد سبب ایجاد انگیزه و بینش (بعد نگرش) می شود و سرانجام در گام آخر موجب ایجاد رفتار صحیح (بعد عملیاتی) در آموزش گیرندگان می شود.

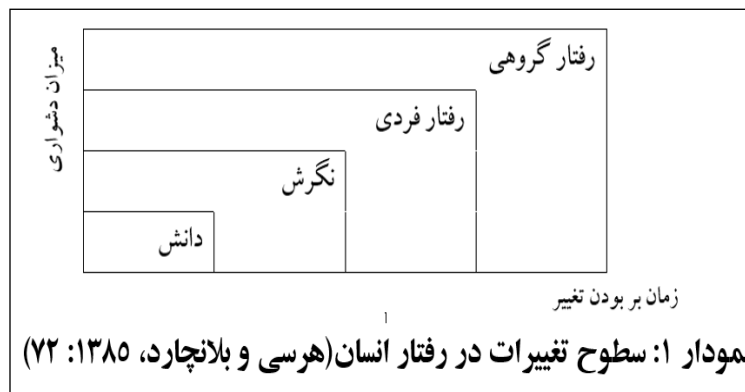
با بررسی و مطالعه دیدگاه صاحب نظران دینی، می توان دریافت که علاوه بر آموزش آداب و رفتارهای تربیتی و اخلاقی و تسری آن در فضای مجالس مداحی، باید نکات معنوی و کرامت انسانی را در محیط مداحی یادآور شد. نتیجه این امر توسعه رفتار تربیتی شایسته در بین مداحان خواهد بود.

از شاخصه های مداحی اثربخش، ایجاد تغییرات اساسی در رفتار مداح و اصلاح عملکرد آنان است. با توجه به اینکه رفتارها نشأت گرفته از دانش، بینش و نگرش می باشد، لذا جهت تغییر در رفتار افراد، باید در قدم اول در دانش و نگرش آنان تغییر به وجود آید و این امر در صورت استفاده از محتوای علمی و اخلاقی توسط مداح امکان پذیر خواهد بود. تغییرات در رفتار انسان با

توجه به میزان گستردگی و دشواری به ترتیب در چهار سطح رده بندی می شود: ۱- تغییر در دانش و معرفت؛ ۲- تغییر در نگرش یا گرایش، ۳- تغییر در رفتار فردی و ۴- تغییر در رفتار گروهی.

راحت ترین و سریع ترین نوع تغییر، ایجاد تغییر در دانش و معرفت است. بعد از این سطح، تغییر در نگرش قرار دارد. به لحاظ اینکه نگرش، دارای جهات عاطفی مثبت یا منفی می باشد، دارای ساختاری متفاوت از ساخت دانش و معرفت است. در سطحی بالاتر، تغییر در رفتار فردی است که به طور چشمگیری دشوارتر و زمان برتر از دو تغییر پیشین است، و سرانجام بالاترین سطح تغییرات، ایجاد تغییر در عملکرد گروهی یا جمعی است. از آنجایی که این سطح از تغییرات به تغییر در عادات، آداب و سنتها مربوط است، دشوارترین و زمان برترین تغییرات می باشد [۷].

این که چرا مردم به صورتی که می بینید عمل و رفتار می کنند دلایل زیادی دارد. یکی از این دلایل باورها می باشد. اما با وجود این مهمترین سطح تغییراتی که باید بیشتر مورد توجه قرار گیرد، تغییرات در دانش و نگرش افراد است، زیرا؛ لازمه تغییرات بنیادی در رفتار فردی و گروهی، ایجاد تغییرات در دانش و به ویژه نگرش افراد می باشد. بر این اساس استفاده از محتوای علمی و رعایت اخلاق توسط مداح زمینه ساز تغییر در دانش و نگرش افراد خواهد شد.



شکل گیری و تغییر رفتارها می تواند تحت تأثیر متغیرهای گوناگونی مثل؛ هنجارها، یادگیری، تجارب گذشته فرد، مراکز آموزشی، تفاوت های فردی، انگیزش ها، اعتقادات، باورها و نگرش های فرد باشد.

۶: چالش های محتوایی و شکلی مداحی

مطابق اسناد و مدارک مطالعه شده، در دهه های اخیر مداحی عاشورایی و اربعینی از لحاظ فضا و محتوای مداحی، با چالش ها و آسیب های متعددی روبرو بوده است. مطابق یافته های این مطالعه ۵ عامل به عنوان چالش محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی حوزه مداحی، شناسایی شد این عوامل عبارتند از؛ ۱- عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی، ۲- کمرنگ شدن اخلاق در مداحی، ۳- روز آمد نبودن محتوای مداحی، ۴- ضعف در شناخت مخاطب و ۵- پایبند نبودن مداح به گفتارش. این عوامل به ترتیب دارای بیشترین فراوانی در چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی داشتند. در ادامه هر یک از این عوامل بررسی و تحلیل می شود.

۱-۶. عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی

از چالش های عمده در حوزه مداحی عاشورایی و اربعینی که مربوط به بُعد محتوایی آن می شود، نداشتن پشتوانه علمی و تهی بودن از استدلال و برهان و یا استناد به استدلال ها و برهان های سست و بی پایه و اساس است. این امر در اغلب مداحی های عصر حاضر، به وفور مشاهده می شود. تأثیر این عنصر به حدی زیاد است که در دیدگاه مستمعان نسبت به جایگاه مداحی تأثیر منفی و جبران ناپذیری داشته است. این درحالی است که مطابق نتایج بررسی ها، از شاخصه های مداحی اثربخش، علم محور و بر پایه دانش بودن آن است. بدین صورت که مداح ساحت عزاداری امام حسین(ع) در ارتباط با موضوع، از علم و دانش لازم و کافی برخوردار باشند؛ زیرا هدف از مداحی مناسب و پسندیده، واکاوی افکار و آراء، دست یابی به حقیقت و روشننگری است. بنابراین هرگونه مداحی و مرثیه سرایی که براساس، حدسیات، شایدها و ظن و گمان ها انجام گیرد، کاری نسنجیده و غیرعلمی است.

در این راستا، قرآن کریم در آیات متعددی بشر را از پذیرش و پیروی از چیزهایی که اعتبار و پشتوانه علمی مطمئنی ندارد، منع نموده است: «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ»^۴. و می فرماید که در اثبات صحت محتوای گفتار، از گوینده کلام بخواهید که استدلال و برهان علمی خود را ارائه کنند: «قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»^۵. افزون بر اینها از منظر قرآن کریم ارائه دلیل و برهان باید با استناد به معتبرترین منبع باشد: «فَأْتُوا بِالْبُرْهَانِ فَاتْلُوهَا إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ»^۶.

یکی از عواملی که موجب از بین رفتن اعتبار علمی محتوای مداحی می شود، پرداختن به غلو و اغراق گویی در سخنان و گفتار است. در این راستا حضرت امام رضا(ع) افراد غلو کننده و اغراق گوی را لعن کرده و فرموده است: «لَعَنَ اللَّهُ الْعُلَّاءَ... لَا تَقَاعَدُوا هُمْ وَلَا تَصَادَقُوا هُمْ وَ إِبْرَاءَ مِنْهُمْ بَرِيءٌ اللَّهُ مِنْهُمْ»^۸؛ لعنت خداوند بر غلات باد... همنشین اینها نشوید و طرح دوستی با آنها نریزید، همان گونه که خداوند از آنها برائت جسته شما هم برائت بجویید. به خاطر آثار و تبعات سوء این عمل زشت بود که حضرت امام رضا(ع) با اینگونه افکار و گفتار با جدیت برخورد می کرد^۹.

حضرت امام رضا(ع)، با توجه به باورهای مخاطب، گفتار و بیانات خود را به منابع مورد وثوق و قبول طرف مقابل مستند می نمود. شیخ صدوق در ضمن اشاره به مناظره ای امام با اهل ادیان مختلف درباره توحید، تشریح می کند که امام رضا(ع)، مخاطب را مستقیم به منابع مورد قبول (کتب آسمانی) آنان و یا گفتار و کلام اشخاص مورد اطمینان آنان ارجاع می داد^۸. در کلام و گفتار درون دینی نیز امام رضا(ع)، با تسلط و احاطه ای که نسبت به قرآن کریم و روایات انبیاء و اولیاء داشتند، با استناد به این منابع، با طرف مقابل به مناظره و تبیین حقایق می پرداختند.

منابع مطمئن و قابل استناد، آن دسته منابعی هستند که هویت تاریخی داشته و نویسندگان آنها، معلوم، سرشناس و از عالمان روشمند بوده اند، هر چند دیده نقد خود را بر یک یک روایات آنان باز نگه می داریم^۷.

۴ - سوره ی اسراء، آیه ی ۳۶؛ هرگز از آن چه علم و اطمینان نداری، پیروی مکن.
۵ - سوره ی بقره، آیه ی ۱۱۱؛ بگو اگر راست می گوئید هر برهان و دلیل (علمی) دارید بیاورید.
۶ - سوره ی آل عمران، آیه ی ۹۳؛ اگر راست می گوئید تورات را بیاورید و آن را بخوانید.
۷ - برای آشنایی با منابع معتبر و غیر معتبر تاریخ عاشورا مراجعه کنید به کتابهایی چون: معرفی و نقد منابع عاشورا، عاشورا پژوهی، کتاب شناسی تاریخی امام حسین(ع) و نیز، ر. ک: فصل پنجم: کتب شناسی تاریخی عاشورا و عزاداری.

عدم استناد مداح به منابع مطمئن و استوار، موجب وارد شدن مداح به عرصه دروغ گویی می شود. از روایات وارده چنین بر می آید که دروغ گویی و سوگند دروغ نسبت به اهل بیت (ع) گناهی نابخشودنی است [۸]. بدان حد که حتی اگر کسی روزه باشد و به اهل بیت (ع) دروغ نسبت دهد، روزه او باطل می شود [۱۰]. از منظر اندیشمندان اسلامی، مدیحه و نوحه سرایی در مورد اهل بیت (ع) که روایات و تعبیرات باطل و دروغ در آن به کار رود، مکروه است.

رسول گرامی اسلام (ص) در مذمت پرداختن مداح به مطالب دروغ و بی اساس فرموده است: «خاک به روی مداحان (متملقان) بپاشید.» مقصود پیامبر اکرم (ص) از این حدیث این است که مداح در مدیحه سرایی خود دروغ گوید. بنابراین مقصود این نبوده است که وقتی کسی سپاس نعمت کس دیگری را بدارد و یا او را به فضائی که دارد وصف کند یا سخن راستی بگوید، خاک به رویش افشانند؛ به یقین اگر مقصود پیامبر اکرم (ص) چنین بود کسی، کس دیگری را ستایش و مدح نمی گفت [۱۱].

همچنین از نظر امام خمینی (ره) نوحه سرایی تا زمانی همراه با دروغ نباشد مجاز است: «يَجُوزُ النَّوْحُ عَلَيْهِ بِالنَّظْمِ وَ النَّثْرِ؛ لَوْلَمْ تَشْتَمِلْ عَلَى الْبَاطِلِ مِنَ الْكُذْبِ وَ غَيْرِهِ مِنَ الْمُحَرَّمَاتِ»؛ نوحه سرایی، خواه با شعر یا یا نثر جایز است؛ اما با این شرط که همراه با دروغ و محرّمات دیگر نباشد [۱۲].

اندیشمندان زیادی در دهه های اخیر تلاش فراوانی برای مبارزه با استناد به منابع بی اساس و دروغ پردازی در مداحی و مرثیه سرایی، نموده اند. از جمله این اندیشمندان شهید مطهری است. ایشان درباره رواج و گسترش دروغ پردازی در مداحی و مرثیه در دوران معاصر می گوید: اگر بخواهیم روضه های دروغی را که می خوانند جمع آوری کنیم شاید چند جلد کتاب پانصد صفحه ای بشود [۱۳].

از مجموع روایات وارده و نظر اندیشمندان دینی در باب مستند و عالمانه بودن محتوای گفتار در مداحی چنین استنباط می شود که تنها آن نوع مداحی عزاداری امام حسین (ع) مجاز و قابل قبول است که براساس استدلال و برهان علمی باشد؛ زیرا اگر محتوای مداحی بر مبنای علوم مختلف و یا استدلال های محکم، بنیان نهاده نشود، در تبیین حقایق کارایی لازم را نخواهد داشت و نمی توان آن را ملاک تشخیص حق از باطل به حساب آورد. از این رو حضرات معصومین (ع) نیز به تبعیت از آیات قرآن کریم هرگونه گفتاری را که بر مبنای حدس، گمان و احتمال استوار باشد باطل و بی اساس معرفی می کند و از انسانها می خواهد تا از این گونه کلام و گفتار دوری نمایند. در این راستا می توان گفت اگر محتوای مداحی محتوایی علمی نباشد نه تنها نمی تواند آثار و نتایج مطلوبی در پی داشته باشد، بلکه آثار مخرب و زیانباری به بار می آورد.

۲-۶. کمرنگ شدن اخلاق در مداحی

مطابق نتایج بررسی ها، چالش عمده دیگر جهان امروز در مداحی که مربوط حوزه شکلی مداحی می شود، کم توجهی به اخلاق در محیط مداحی و دوری مداح و مرثیه سرا از اخلاق و ارزشهای اخلاقی است. در عصر کنونی که فقر و فقدان اخلاق نه تنها در بین مداحان در سطوح پایین تر از روابط انسانی شیوع یافته است، بلکه این آسیب و چالش در سطوح بالاتر جوامع و در بین متفکرین، صاحب نظران، مسئولین امور اجتماعی و حتی فرهنگی نیز قابل مشاهده است. با وجود اینکه لازمه یک مداحی مطلوب و اثربخش، وجود یک محیط علمی - اخلاقی است و فقدان یکی از این عوامل (علم و اخلاق) مانعی بزرگ در برابر مداحی اثربخش محسوب می شود، اما در این میان نقش اخلاق پررنگ تر از علم است.

مطابق دیدگاه اسلام، از جمله اصول و آداب صحیح تبلیغ، خوش گفتاری و رعایت اخلاق انسانی با دیگران است. التزام عملی مداح به این اصل می تواند در آغاز و ادامه یک مداحی اثربخش نقش تعیین کننده ای داشته باشد. اما امروزه در برخی از مجالس مداحی، مداح و مرثیه سراها توجه چندانی به این اصل ندارند. این در حالی است خداوند در قرآن کریم به پیامبر اکرم (ص) دستور می دهد که در صورت مقام تبلیغ با مشرکان، با روشی نیک گفتگو کن: «وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ و در آیه ی دیگری می فرماید: «وَلَا تَجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»^۹. در تفاسیر قرآن کریم، منظور از «جدال احسن»، یا بهترین طریق گفتگو، روشی است که در مضمون آن گفتاری که سبب عداوت و دشمنی بیشتر طرف مقابل می گردد، دوری شود و از بی عفتی در سخن و توهین به مقدسات طرف مقابل پرهیز گردد و هر دو طرف به دنبال روشن شدن حق و حقیقت باشند [۱۴]. همچنین خداوند متعال در آیه ی دیگری در رابطه با گفتار شایسته در تبلیغ ها به صورت صریح می فرماید: «وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا»^{۱۰} از منظر علامه طباطبائی، این آیه بیانگر اخلاق مداری، خوش رفتاری و حسن معاشرت با مردم است [۱۴]. بنابراین، بر اساس آیات قرآن کریم، مسلمانان باید با هم رفتاری شایسته، اخلاق مدار و محبت آمیز داشته باشند و در برقراری روابط انسانی کسی نباید بر اساس معیارهای مادی رفتار خود را با دیگران تنظیم نماید و اخلاق و رفتار او با فقیر و غنی یکنواخت و مطلوب باشد و باید با چهره ای باز و گشاده بر اساس معیار انسانیت و ایمان با دیگران روبه رو شوند^{۱۱}.

به دلیل اینکه در جهان امروز، زندگی اخلاقی و عاطفی انسانها با تزلزل نظام های ارزشی و تحول و تضعیف مبانی فطری، در معرض تهدید واقع شده و جامعه بشری با بحران و چالش های متنوع اخلاقی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی مواجه شده است [۱۵]. بازنگری در اخلاق و آداب مداحی، برای ممانعت از آسیب های اعتقادی و مذهبی ضرورت دارد.

بر اساس نتایج مطالعات انجام یافته، هر گاه فضای گفتگو و تبلیغ به آستانه لجاجت و خودنمایی همراه با سخنان زشت و محیط اخلاق نادرست رسید، امری ناشایست و ناپسند است و خودداری از ادامه روند گفتگو برای حفظ حرمت و آبرو ضروری می باشد [۱۶].

بنابراین از عوامل تأثیر گذار در ایجاد محیط مناسب در مداحی، «خوش خلقی و برخورد اخلاق مدارانه» است. در روایات اسلامی، تأثیر اخلاق نیکو در فضای مجالس چنین ترسیم می فرماید: «جَبِلَتْ الْقُلُوبُ عَلَى حُبِّ مَنْ أَحْسَنَ إِلَيْهَا وَ بُغْضِ مَنْ أَسَاءَ إِلَيْهَا»؛ «دل های افراد، نیکی کنندگان به خود را دوست و بد کنندگان به خود را دشمن می دارد» [۱۷]. بنابراین روایت داشتن اخلاق ناشایست در مداحی، محیط مداحی را به مخاطره می اندازد.

با تأمل در دیدگاه اندیشمندان دینی و معارف اسلامی، چنین استنباط می شود که خوش رویی، احترام متقابل، عفو و بخشش، نه تنها موجب شکل گیری و ایجاد جوی مناسب و مطلوب در مداحی می شود، بلکه موجب تحکیم و تقویت رابطة انسانی و سبب ایجاد نگرشی مثبت به ادامه شرکت مستمعین در جلسات آتی مجالس مداحی می شود.

۸ - سوره ی نحل، آیه ی ۱۲۵.

۹ - سوره ی عنکبوت، آیه ی ۴۶.

۱۰ - سوره ی بقره، آیه ی ۸۳.

۱۱ - به عنوان مثال: سوره ی لقمان، آیه ی ۱۸، سوره ی عبس، آیات ۱ الی ۱۰ و ...

۳-۶. روز آمد نبودن محتوای مداحی

بر اساس نتایج بررسی های انجام شده یکی دیگر از چالش های محتوایی مداحی، به روز و جدید نبودن محتوا و نیز روش ها و ابزارهای مورد استفاده در مداحی است که این امر سبب شده تا از کارائی و اثربخشی مداحی کاسته شود. نتایج حاصل از پژوهش های انجام شده در حوزه ارتباط کلامی بیان گر آن است که، اگر تبلیغ به سبک های نوین و روزآمد و استفاده از ابزارهای جدید تبلیغاتی صورت گیرد، دارای کارائی و اثربخشی گسترده ای خواهد بود. بر اساس نظر استفز و برجی^{۱۲}، اثربخشی تبلیغ از راه سخنرانی و کلام بر تصمیم گیری مصرف کننده در ادبیات علمی به خوبی اثبات شده است [۱۸]. همچنین مطابق نظر بوگین^{۱۳} و همکاران، در حوزه معیشت و خرید لوازم در زندگی، تبلیغات کلامی می تواند مصرف کننده را به شیوه ای تحریک کند تا یک محصول را انتخاب کند که سایر روشهای تبلیغی به این روش نمی توانند [۱۹]. همچنین تأثیر جاذبه بر تبلیغات کلامی در تحقیق باتل^{۱۴}، به روشنی اثبات شده است [۲۰]. در پژوهش دیگری لیو^{۱۵}، شاخص های تبلیغات و محتوای کلامی را شامل، حجم و گستردگی تبلیغ و جاذبه تبلیغ می داند [۲۱]. در تکمیل تحقیق لیو، دیویس و خازانچی^{۱۶}، علاوه بر ابعاد ذکر شده، یعنی جاذبه و گستردگی تبلیغ، بعد دیگری به نام کیفیت منبع را معرفی می کنند [۲۲]. بر این اساس اگر محتوای مداحی شخص به شکل مناسب و جدید باشد، می تواند در دانش و سطح آگاهی مخاطب تغییرات مناسبی ایجاد کند.

مطابق دیدگاه اندیشمندان اسلامی، حداقل امکان از بین افراد مداح باید کسانی باشند که به زبان های زنده دنیا مسلط باشند و بتوانند در مداحی ها و تبلیغ های خود، مستقیم و بدون واسطه فرد دیگری با عنوان مترجم؛ که گاه بر اثر ناآگاهی، و گاه به دلیل برداشت های شخصی و مغرضانه، مسائل را به شکل متفاوتی ترجمه می کنند، به زبان طرف مقابل خود مداحی و مرثیه سرایی کنند.

در راستای روزآمد سازی شیوه تبلیغ، سیره عملی امام رضا(ع) این بود که به همه لغات و زبان های مردمان و ملت ها آگاهی داشت و هر قومی را به زبان و گویش خودشان راهنمایی می کرد و با هر کس به زبان خود او سخن می گفت [۸]؛ امری که اثربخشی تبلیغ را بیش از انتظار بالا می برد و موجب شگفتی همگان می شد. این امر، امروزه در نظریه های تبلیغ، مداحی، مرثیه سرایی و به طور کلی آن نوع ارتباطی که از طریق گفتار و کلام برقرار می شود، جهت تأثیرگذاری منبع پیام برگزیده پیام، از اهمیت خاصی برخوردار است.

مداحان باید با بهره گیری از وسایل ارتباط جمعی و آشنایی با نحوه استفاده از فن آوری های اطلاعاتی روز دنیا (نظیر؛ کامپیوتر، اینترنت، آموزش مجازی، ویدئو کنفرانس و ...)، جهت اثربخشی مداحی و روز آمد سازی تکنیک های تبلیغاتی خویش، حداکثر بهره گیری را بکنند.

بنابراین، روزآمد و بر اساس مقتضیات زمان بودن شیوه های مداحی عزاداری امام حسین(ع) و تسلط علمی مداح در کنار خصوصیات عملکردی، رفتاری و گفتاری ایشان را می توان از علل زمینه ساز و موفقیت مداح و هنر مداحی دانست.

12 - Steffes and Burgee

13 - Bughin

14 - Buttle

15 - Lui

16 - Davis & Khazanchi

۴-۶. ضعف در شناخت مخاطب

یکی دیگر از اصول اولیه در مداحی، مخاطب شناسی است. شناخت نیازها، علایق، نگرش ها، باورهای مخاطب، ظرفیت های شناختی و فهم دینی وی و احترام به تفاوت ها، پیام آور یک مداحی اثربخش و موفق خواهد بود. مداح باید هدف گیری صحیح و منطقی از ذهن و تصورات مستمعان داشته باشد.

از چالش های محتوایی مداحی عاشورایی و اربعینی، استفاده از محتوای یکسان به لحاظ سطح دشواری و قابل فهم بودن با تمامی مخاطبان و بدون در نظر گیری ظرفیت ها و توانمندی های روانشناختی، شخصیتی، فکری، علمی، فرهنگی و آنان می باشد. محتوا و سطح علمی مطالبی که در مجالس علمی بلا، مثلاً مداحی در یک محیط دانشگاهی با مداحی در یک مجلسی که دانش آموزان سطوح پایین از لحاظ شناختی قرار دارند باید متفاوت باشد؛ بدین صورت که در مجالس دانش آموزی باید از جملات و واژه های ساده و قابل فهم برای آنان استفاده شود. نتیجه توجه نکردن به تفاوت های شناختی و حتی عاطفی در مخاطبان، عدم کارایی و اثربخشی مداحی را در پی خواهد داشت.

از آیات قرآن کریم چنین استنباط می شود که جهت تأثیر گذاری بهتر و نفوذ در طرف مقابل، باید به مهارت مخاطب شناسی مجهز بود و با هر کس با روش متناسب با جایگاه، موقعیت و طرز تفکر و باورهای او برخورد نمود. در همین راستاست که قرآن کریم در آیات فراوانی به مؤمنان سفارش می کند که در رفتار و تبلیغ های خود با مسلمانان و حتی با آن عده ای که پیرو کتاب آسمانی هستند به شکل مناسب و با مدارا و مسالمت برخورد نمایند. در این زمینه به مسلمانان دستور می دهد که اهل کتاب را فراخوانند و به آنچه نقاط مشترک است بدان توجه نمایند: «و قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَا مُسْلِمُونَ^{۱۷}»؛ «بگو: ای اهل کتاب! بیایید به سوی سخن دادگرانه ای که میان ما و شما مشترک است (و همه آن را بر زبان می رانیم، بیایید بدان عمل کنیم، و آن) اینکه جز خداوند یگانه را نپرستیم، و چیزی را شریک او نکنیم، و برخی از ما برخی دیگر را، به جای خداوند یگانه، به خدایی نپذیرد. پس هرگاه (از این دعوت) سر بر تابند، بگویید: گواه باشید که ما منقاد (اوامر و نواهی خدا) هستیم»؛ پس وقتی توجه به مشترکات دربار اهل کتاب صادق است به طریق اولی درباره مسلمانان هم جاری است.

از اصول مخاطب شناسی از منظر اندیشمندان علوم دینی و اسلامی، تشخیص باورها، اعتقادات و میزان درک و فهم و عقل و دانش افراد است. نکته قابل توجه در زمینه مخاطب شناسی این است که ارتباط کلامی مؤثر میان طرفین ارتباط، به جهت انتقال مفاهیم کلامی و لحن سخن گفتن، در کنار آن لحن عاطفی نیز انتقال می یابد که این امر بر جذابیت ارتباط و فهم دقیق تر بحث کمک می کند. در این راستا شناخت جامع مخاطب و تسلط به زبان و علوم مختلف، تأثیری فراوان بر مخاطب و مستمعان و حاضران در جلسه می گذارد. بنابراین از اصول حاکم بر مخاطب شناسی این است که با هر کس مطابق با ظرفیت ها و توانمندی های فکری، علمی، فرهنگی، اعتقادی، روانشناختی، گفتگو نمود. نتیجه مجهز بودن مداح اهل بیت (ع) به این نوع شناخت، اثربخشی جلسات مداحی ایشان و به تبع آن ایجاد تغییرات شناختی - عاطفی و رفتاری در مستمعان است.

^{۱۷} -سوره ی آل عمران، آیه ی ۶۴.

۵-۶. پایبند نبودن مداح به گفتارش

از چالش های دیگر مداحی مربوط به حوزه شکلی مداحی، که موجب به مخاطره افتادن تأثیر گذاری مداحی در عصر حاضر شده است، ناهمگونی در رفتار و گفتار برخی از مداحان است. این امر سبب شده تا محتوای گفتار در مخاطب تأثیر چندانی نداشته باشد و جو بی اعتمادی نسبت به محتوای مداحی و خود مداح ایجاد شود. نمونه این امر را می توان در مناظره و مذاکره هسته ای کشورمان با طرفین غربی و به خصوص آمریکا در نظر گرفت؛ با وجود اینکه در متن تدوین یافته در توافقنامه، آمریکا و کشورهای غربی متعهد شده اند برخی از محدودیت های ارتباطی از جمله در حوزه بانکی برداشته شود ولی در عمل عکس این قضیه صورت گرفته است و رفتار آنها با ایران مخالف تعهدات و گفتارشان است. اگر مداح از ارزش اخلاق ساده زیستی و قناعت سخن گوید، اما خود به این ارزش پایبند نباشد و حتی بر عکس گفتار خویش، به تجمل گرایی و عیان نشینی روی آورد، مخاطبان و مستمعان با تمسخر و نیشخند، در برابر او جبهه گیری خواهند کرد.

دین اسلام به عملکرد و رفتار عملی مطلوب اهمیت فراوانی می دهد؛ زیرا «عملکرد و مشاهده عملی، تجربه و تفکر وسایلی هستند که به انسان قدرت تشخیص می دهد» [۲۳]. اما اگر اعمال ناشایست باشد و یا اینکه عمل با گفتار همخوانی نداشته باشد، در اسلام مورد نکوهش قرار گرفته است. قرآن کریم جهت تفهیم اهمیت رفتار عملی و عمل به گفتار، سوالات استفهیمی ذیل را مطرح می کند: «یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَعْمَلُونَ * كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَعْمَلُونَ»^{۱۸}؛ ای کسانی که ایمان آورده اید! چرا می گوئید آن چه را که خود عمل نمی کنید؟ خداوند سخت به خشم می آید از این که چیزی بگوئید که خود عمل نمی کنید. همچنین در آیه دیگری آمده است: «اتَّامُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَ تَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَ أَنْتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ»^{۱۹}؛ آیا شما که کتاب را می خوانید، مردم را به نیکی فرمان می دهید و خود را از یاد می برید؟ چرا اندیشه نمی کنید؟

نتایج تحقیقات انجام یافته نیز نشانگر آن است که رفتار عملی و شیوه برخورد، تأثیر عمیق تری از گفتار و کلام دارد و اگر عملکرد متوازن و همراه با گفتار و زبان کلام باشد، تأثیر عمل، عمیق تر و بیشتر خواهد بود. امام صادق (ع) می فرماید: «كُونُوا دُعَاءَ النَّاسِ بِأَعْمَالِكُمْ وَ لَا تَكُونُوا دُعَاءَ بِالسِّنِّتِكُمْ»^{۲۰} [۲۴]. این فرمایش حضرت، تبیین کننده این نکته است که افراد اغلب به رفتار عملی و عملکرد شخص توجه می کنند نه سن گوینده کلام. حضرت علی (ع) در راستای اهمیت عمل و رفتار و پایبند بودن فرد گوینده سخن به گفتارش می فرماید: «كُنْ أَحَدَ النَّاسِ بِمَا تَأْمُرُ بِهِ، وَ أَكْفَ النَّاسِ عَمَّا تَنْهَى عَنْهُ» [۱]؛ به آنچه فرمان می دهی، خود بیش از همه عمل کن و از آنچه باز می داری، خود بیش از همه خودداری کن.

اندیشمندان علوم تربیتی و دینی معتقدند، عملکرد مداح و مبلغ باید با گفتار خویش هماهنگ باشد و باید گفتار و عملکرد متعالی داشته باشد. در این راستا پیامبر اکرم (ص) فرمود: ایمان عبارتست از معرفت و شناخت قلبی، اقرار با زبان و عمل با اعضاء و جوارح [۸]. از جمله تأکید های امام رضا (ع) در رفتار با مردم؛ رعایت عدالت و مساوات است: «مَنْ لَقِيَ فَقِيرًا مُسْلِمًا فَسَلَّمَ عَلَيْهِ خِلَافَ سَلَامِهِ عَلَى الْأَغْنِيَاءِ لَقِيَ اللَّهَ عَزَّ وَ جَلَّ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَ هُوَ عَلَيْهِ غَضَبَانٌ»؛ هر کس به یک مسلمان فقیر، طوری سلام دهد که متفاوت باشد با سلامش بر ثروتمندان، خداوند را در روز قیامت به گونه ای ملاقات می کند که خدا بر او خشمناک است [۸].

۱۸ - سوره ی الصف، آیات ۲ و ۳.

۱۹ - سوره ی بقره، آیه ی ۴۴.

۲۰ - مردم را با عمل و رفتارشان به سوی خدا بخوانید و تنها با زبان هایتان دعوت نکنید.

نتیجه گیری

از دیدگاه اندیشمندان و علمای دینی، یکی از عوامل و مؤلفه های تعیین کننده در گسترش فرهنگ غنی اسلام و معارف اهل بیت(ع) در جامعه، مداحی و مرثیه سرایی به صورت اخلاق مدار و علم محور بوده است. بر همین اساس، از زمان واقعه عاشورای حسینی تا کنون، مداحی عزاداری امام حسین(ع) یکی از ابزارهای اثربخش در تبلیغ و ترویج حق و حقیقت، معرفی باطل و اصلاح جامعه بوده است. اما این هنر مذهبی و تأثیرگذار، در طی دهه های اخیر دچار آسیب ها و چالش هایی شده است.

نتایج این مطالعه بیانگر آن است که امروزه ۵ عامل در به وجود آیی چالش های محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی مداحی مؤثر هستند: ۱- عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی، ۲- کمرنگ شدن اخلاق در مداحی، ۳- روز آمد نبودن محتوای مداحی، ۴- ضعف در شناخت مخاطب و ۵- پایبند نبودن مداح به گفتارش..

بر اساس نتایج پژوهش حاضر، از میان ۵ عامل تأثیرگذار، دو عامل؛ عدم استناد به منابع مطمئن و نداشتن استدلال و برهان علمی، و کمرنگ شدن اخلاق در مداحی بیشترین تأثیر را در چالش ها و تهدیدهای محتوایی و شکلی ادبیات عاشورایی و اربعینی در حوزه مداحی دارند.

مطابق نتایج این مطالعه راهکارهای ارائه شده توسط اندیشمندان حوزه علوم تربیتی و دینی جهت رفع چالش های مداحی در عصر حاضر کارساز و اثربخش می باشد. افزون بر این، مداحان عزاداری امام حسین(ع) با بهره گیری از آموزه های متعالی و راهکارهای علمی-تربیتی ائمه اطهار(ع)، می توانند با چالش های روز افزون و آسیب های حوزه مداحی مقابله کنند و خلاءهای موجود در این زمینه را پر کنند. بر اساس دیدگاه صاحب نظران علوم تربیتی و دینی، مداحان، باید در مداحی از محتوای غنی و معتبری استفاده کنند و در رفتار و شیوه برخورد با مردم آداب اسلامی را رعایت نمایند. همچنین، در حد امکان از بین مداحان، باید کسانی باشند که به زبان های زنده دنیا مسلط باشند و بتوانند در مداحی های خود، مستقیم و بدون واسطه فرد دیگری با عنوان مترجم؛ که گاه بر اثر ناآگاهی و گاه به دلیل برداشت های شخصی و مغرضانه، محتوا را به شکل متفاوتی ترجمه می کنند، به زبان مستمعین مداحی کنند.

اگر برنامه ریزی لازم و اقدام عملی برای رفع چالش ها در حوزه مداحی صورت نگیرد، اثرگذاری و اقبال آن در جامعه کم رنگ تر خواهد شد. مراکز هنری-مذهبی مرتبط باید بر محتوای مداحی و شکل برگزاری آن نظارت نمایند و از ورود آسیب ها به این حوزه جلوگیری کنند. جهت رفع چالش های مطرح شده، پیشنهاد می شود، کمیته ای جهت بررسی علل به وجود آیی چالش ها در حوزه مداحی تشکیل گردد. همچنین افزایش سطح علمی مداحان و آگاه سازی آنان از آثار جبران ناپذیر ورود آسیب ها به حوزه مداحی از طریق رسانه های جمعی؛ نظیر: صدا و سیما، روزنامه ها، مجلات و کتب تخصصی لازم است. نیز گذراندن دوره های آموزشی اصول مداحی و آشنا نمودن آنان با محتوا و سبک های مناسب مداحی و ایجاد رشته مداحی و مرثیه سرایی در مقطع آموزش عالی و برگزاری کنفرانس ها و نشست های فنی از راهکارهای مؤثر در رفع چالش ها می باشد.

قدردانی

در اینجا بر خود فرض می دانیم از کلیه ی عزیزانی که در انجام مطالعه حاضر همکاری و مساعدت نمودند، تشکر و قدردانی

نماییم.

مراجع

- قرآن کریم.

۱. حر عاملی، م ح (۱۴۰۹ق)، وسائل الشیعه (ج ۱۰، ۱۲، ۱۴ و ۲۵)، تحقیق: مؤسسه آل البیت، قم: انتشارات مؤسسه آل البیت، چاپ چهارم.
۲. خامنه ای، س (۱۳۸۹)، ستودگان و ستایشگران، تهران: انتشارات سوره مهر، چاپ چهارم.
۳. علی اکبری، ر (۱۳۹۰)، اشاعه منطق گفتگوی میان مسلمانان با معیارهای قرآنی، تهران: مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی.
۴. دهخدا، ع (۱۳۸۲)، لغت نامه دهخدا (ج ۱۴)، تهران: انتشارات امیر کبیر، چاپ پنجم.
۵. نفیسی، س (۱۳۸۸)، تاریخ نظم و نثر فارسی در ایران و در زبان فارسی، تهران: کتابفروشی فروغی.
۶. صدری، س (۱۳۹۲)، نظام آموزش کارکنان دولت، تهران: معاونت توسعه مدیریت و سرمایه انسانی سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور، چاپ چهارم.
۷. هرسی، پ و بلانچارد، ک (۱۳۹۳)، رفتار سازمانی، مترجم علی علاقه بند، تهران: نشر روان، چاپ چهاردهم.
۸. صدوق، ع ب (۱۳۹۱)، عیون اخبار الرضا علیه السلام (ج ۱ و ۲)، ترجمه محمد رحمتی شهرضا، قم: پیام علمدار، چاپ دوم.
۹. مجلسی، م (۱۴۰۳ق)، بحار الانوار (ج ۱۰، ۲۵، ۷۵ و ۷۸)، بیروت: دار احیا التراث العربی الثالثه.
۱۰. تیمیمی آمدی، ع (۱۳۷۰)، غرر الحکم و درر الکلم، تحقیق: میر جلال الدین محدث ارموی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، چاپ پنجم.
۱۱. مسعودی، ا ع (۱۳۸۷)، مروج الذهب و معادن الجواهر، ترجمه ابوالقاسم پاینده، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۱۲. موسوی خمینی، ر (۱۳۸۲)، صحیفه نور (ج ۹)، تهران: مرکز مدارک فرهنگ انقلاب اسلامی.
۱۳. نراقی، م (۱۳۸۴)، محرق القلوب، تهران: انتشارات فرهنگ اسلامی.
۱۴. طباطبایی، م ح (۱۳۶۳)، تفسیر المیزان، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۱۵. یوسفیان، ن (۱۳۹۱)، تربیت دینی، قم: انتشارات زمزم هدایت، چاپ اول.
۱۶. محدث نوری، م (۱۳۶۶)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل (ج ۹)، قم: مؤسسه آل البیت (ع).
۱۷. محمدی، م (۱۳۹۰)، قناعت و سلامت روان، قم: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، چاپ سوم.
18. Steffes, E.M. and Burgee, L.E. (2009), **Social ties and online word of mouth**, Internet Research, Vol. 19 No. 1, 42-59.
19. Bughin, J. & Doogan, J. & Vetvik, O. J. (2010). **A new way to measure word-of-mouth marketing**. McKinsey Quarterly, 2, 113-116.
20. Buttle, F. (2012). **word of mouth; understanding and managing referral marketing**, Journal of strategic marketing, 6(3), 241-254.
21. Liu, Y. (2013). **Word of mouth for movies: Its dynamics and impact on box office revenue**. Journal of marketing, 70(3), 74-89.
22. Davis, A. & ,Khazanchi, D. (2011). **Aa Empirical study of online word of mouth as a predictor for multi-product category e-commerce sales**, Journal of Electronic markets, 18(2), 130-141.
۲۳. مطهری، م (۱۳۸۹)، تعلیم و تربیت در اسلام، تهران: انتشارات صدرا، چاپ شانزدهم.
۲۴. کلینی، م (۱۳۸۲)، اصول کافی (ج ۲ و ۴)، تهران: انتشارات مکتب اسلامی.