

Quran and Ethical Indicators of Media Management

Isa Isazadeh¹

Abstract

The “Holy Quran” is the most important divine media that, with the management and role of the Holy Prophet of Islam (PBUH), has been able to fascinate about a quarter of the world’s population and lead many of them to their destination. One of the most important factors for the success of the Holy Prophet of Islam (PBUH) in the correct use of this heavenly medium and the book of life, is that he has moral characteristics that if these characteristics are observed in the management of our country’s media, we can certainly see It was a great change in guiding people towards divine values. In the present research, an attempt has been made to use descriptive-analytical method, and using the teachings of the Holy Quran, the most important moral characteristics of the great Prophet of Islam (PBUH) such as faith, sincerity, trust, trustworthiness, the hope of guiding people, eloquence, good morals, expand of breast, patience, compassion, kindness, humility, forgiveness, should be extracted from the Holy Quran and examined.

Keywords: ethics, Quran, media management, faith, trust, sincerity.

1. Assistant Professor, Research Center for Quranic Sciences and Culture, Islamic Sciences and Cultural Academy (ISCA), Qom, Iran, e.isazadeh@isca.ac.ir

قرآن و شاخص‌های اخلاقی مدیریت رسانه

عیسی عیسی‌زاده*

چکیده

«قرآن کریم» مهم‌ترین رسانه الهی است که با مدیریت و نقش آفرینی پیامبر عزیز اسلام ﷺ توانسته است حدود یک چهارم جمعیت دنیا را مجذوب خود کند و بسیاری از آنان را به سر منزل مقصود رهنمون شود. یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت رسول خدا در بهره‌برداری صحیح از این رسانه آسمانی و کتاب زندگی، برخورداری آن حضرت از ویژگی‌های اخلاقی بوده است. اگر این ویژگی‌ها در مسئولان و اصحاب رسانه‌های کشور نهادینه گردد، به یقین تحولی عظیم در هدایت مردم به سوی ارزش‌های الهی رخ می‌دهد.

در این پژوهش تلاش شده است با روش توصیفی-تحلیلی و با بهره‌گیری از آموزه‌های قرآن کریم، مهم‌ترین ویژگی‌های اخلاقی پیامبر اسلام ﷺ همچون ایمان، اخلاص، توکل، امانت‌داری، امیدواری به هدایت مردم، خوش‌زبانی، خوش‌اخلاقی، شرح صدر، بردباری، دلسوزی، مهربانی، تواضع، عفو و گذشت، از قرآن کریم استخراج و بررسی شود.

* استادیار پژوهشکده فرهنگ و معارف قرآن، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.



کلیدواژه‌ها

اخلاق، قرآن، مدیریت رسانه، ایمان، توکل، اخلاص.

مقدمه

رسانه از مهم‌ترین ابزارهای است که اگر مدیریت آن به افراد متعهد و متخصص سپرده شود می‌تواند زمینه دسترسی به سعادت را برای بشریت فراهم کند و چنانچه به افراد نالایق و ناآگاه واگذار گردد می‌تواند سبب گمراهی انسان‌ها و نابودی جامعه شود؛ چراکه رسانه به دلیل در دسترس بودن، نقش بی‌بدیلی در ترویج و نهادینه کردن فرهنگ‌ها در جوامع دارد؛ همانگونه که امام خمینی علیه السلام نیز درباره نقش رسانه به ویژه رادیو و تلویزیون فرمود:

«از تمام دستگاه‌های تبلیغاتی، امروز نقش رادیو و تلویزیون از همه دستگاه‌ها بالاتر است. اگر این اصلاح بشود، یک کشور را می‌تواند اصلاح کند و اگر - خدای نخواست - انحراف در این باشد، یک کشور را می‌تواند منحرف کند» (خمینی، ۱۳۷۲، ج ۲: ص ۱۱۸).

بر همین اساس، خداوند با سپردن مدیریت مهم‌ترین رسانه خویش یعنی قرآن به معتمدترین فرد عالم یعنی رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله و سلم، زمینه جذب و هدایت شمارزیادی از انسان‌های عصر جاهلیت را فراهم کرده است. دلیل این موفقیت رسول خدا، برخورداری ایشان از شاخص‌های کم‌نظیر اخلاقی است که در قرآن مطرح شده است.

اگر اصحاب رسانه - اعم از کسانی که به طور مستقیم با مخاطب مواجه‌اند (همچون واعظان و استادان) و آن‌ها که با ابزار رسانه‌ای مانند تلویزیون، رادیو، ماهواره، اینترنت و شبکه‌های مجازی با مخاطبان در ارتباط‌اند - از چنین ویژگی‌هایی بهره‌مند باشند می‌توانند جوامع را از سقوط و گمراهی نجات دهند و سبب تحول عظیم فرهنگی و معنوی در جامعه شوند.



بنابراین، با توجه به اینکه رسانه‌ها می‌توانند هم زمینه رشد و نمو فرهنگ و ادب و هم زمینه فساد را در افراد و جامعه فراهم کنند، مدیران رسانه در کشور اسلامی، همانند رسول خدا ﷺ، رسالت هدایت مخاطبان را برعهده دارند و در صورتی می‌توانند مانند آن حضرت قلب‌ها و اندیشه‌ها را فتح کنند که در هدایت مخاطبان به شاخص‌های اخلاقی آن حضرت پایبند باشند.

مقام معظم رهبری در اهمیت جایگاه حاکمیت اخلاق در مدیریت رسانه فرمود: «اگر بر مدیریت رسانه و برنامه‌سازی رسانه‌ها، دین و اخلاق و فضیلت حاکم شود، قطعاً وضع بشر بهتر از وضع موجود خواهد بود و در چنین شرایطی رسانه‌ها می‌توانند زمینه‌ساز خوشبختی انسان‌ها باشند» (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری: بیانات در جمع اصحاب رسانه جهان اسلام، ۱۳۸۵/۲/۲۶).

بنابراین، ضرورت دارد مقوله اخلاق در رسانه‌های تأثیرگذار به‌طور جدی بررسی شود. با توجه به اینکه درباره این موضوع، تحقیقی مستقل و جامع صورت نگرفته است، تلاش شده است تا در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از آیات قرآن، به روش توصیفی و تحلیلی به این پرسش مهم پاسخ داده شود که مهم‌ترین شاخص‌های اخلاقی که رعایت آن سبب موفقیت پیامبر اسلام ﷺ شد، چیست؟ دستیابی به پاسخ این پرسش گامی است برای ارتقای آگاهی اصحاب و مدیران رسانه‌ها و استادان و همه کسانی که پرچم هدایت و تعالی جامعه را به دوش دارند.

مفهوم‌شناسی واژگان مرتبط

۱. اخلاق

غرایز، ملکات و صفات باطنی انسان «اخلاق» نامیده می‌شود و به رفتاری که از این خُلقیات ناشی می‌شود نیز اخلاق یا اخلاق رفتاری می‌گویند. در تعریف کلی، اخلاق، آن سلسله صفاتی است که در روح و نفس انسان، ثابت و ریشه‌دار و منشأ صدور کارهای نیک یا بد است (فولادی، ۱۳۸۹، صص ۱۲۰ و ۱۲۱). بنابر نظر راغب



«خُلُق» و «خُلُق» در اصل یکی هستند، اما «خُلُق» به هیئت، شکل و صورت‌هایی که با چشم درک می‌شود اختصاص یافته و خُلُق به قوا و سجایایی که با بصیرت درک می‌شود، مختص شده است (راغب اصفهانی، ۱۴۲۴ق، ص ۱۵). از مجموع نظرهای اهل لغت می‌توان چنین نتیجه گرفت که «خُلُق» صفت و کیفیت درونی ثابت در نفس انسان است. همچنین، اخلاق که مفرد آن «خُلُق» و «خُلُق» است، در لغت به معنی سرشت، سَجِيَه و طبیعت به کار رفته است (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، ج ۴: ص ۱۹۴). به نظر ابن مسکویه، «خُلُق» همان حالت نفسانی است که انسان را به انجام کارهایی دعوت می‌کند، بی‌آنکه به تفکر و تأمل نیاز داشته باشد (ابن مسکویه، ۱۳۸۱، ص ۵۱). فیض کاشانی نیز می‌گوید: «بدان که خوی عبارت است از هیئت استوار با نفس که افعال به آسانی و بدون نیاز به فکر و اندیشه از آن صادر می‌شود» (فیض کاشانی، ۱۳۸۷، ص ۵۴). بر همین اساس، اخلاق به دو بخش تقسیم می‌شود: ملکاتی که سرچشمه پدید آمدن کارهای نیکوست و اخلاق خوب یا «ملکات فضیله» نامیده می‌شود و ملکاتی که منشأ اعمال بد است و به آن اخلاق بد یا «ملکات رذیله» می‌گویند.

۱.۲. اخلاق در اصطلاح

اخلاق، علمی است که از ملکات، صفات خوب و بد، ریشه‌ها و آثار آن‌ها سخن می‌گوید؛ به عبارت دیگر، علم اخلاق، سرچشمه‌های اکتساب صفات نیک و راه مبارزه با صفات بد و آثار هریک را در فرد و جامعه بررسی می‌کند (فولادی، ۱۳۸۹، صص ۱۲۰ و ۱۲۱). بنابراین، اخلاق، در اصطلاح، در حوزه‌های گوناگونی از علوم مطرح و تعاریف گوناگونی برای آن ارائه شده است، اما بیشتر علمای اخلاق، «خُلُق» را این گونه تعریف کرده‌اند: «ملکة نفسانی که افعال از آن به آسانی صادر می‌شود» (طباطبایی، ۱۳۷۹، ج ۱۹: ص ۳۶۹؛ نراقی، ۱۳۸۳، ص ۲۲). حاصل آنکه مراد از اخلاق در این پژوهش، فضایی است که داشتن آن برای مدیران و دست‌اندرکاران رسانه‌ها و پیام‌رسان‌ها ضرورت دارد.



۳. رسانه

واژه «media» در زبان لاتین جمع «medium» است و معنی لغوی آن، وسیله و واسطه انتقال است که در زبان فارسی واژه «رسانه» را به منزله معادل اصطلاحی آن به کار می‌بریم. این واژه، در جوامع پیشرفته به رسانه‌های گروهی جامعه اشاره دارد که کار آن‌ها رمزگزاری و انتقال پیام‌ها به یک جمعیت گسترده است. طبقین تعریف، رادیو، تلویزیون و روزنامه‌ها از مصادیق رسانه‌اند (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۶، ص ۳۷۴). رسانه در اصطلاح، وسیله‌ای برای انتقال اطلاعات، ایده‌ها و افکار افراد یا جامعه و واسطه عینی و عملی در فرآیند برقراری ارتباط است. اکنون مصادیق این تعریف عبارت‌اند از: روزنامه‌ها، مجلات، رادیو، تلویزیون، ماهواره، اینترنت و... (ماهر، ۱۳۷۶، ص ۱۵).

۴. شاخص

شاخص یعنی برآمده، مرتفع، چشمگیر، پارامتر و آنچه مقدارش ماهیت چیزی را معین می‌کند (عمید، ۱۳۸۹، ذیل شاخص). مراد از شاخص در اینجا، معیار و الگوهای اخلاقی چون سعه صدر و بردباری است که قرآن برای ارباب رسانه و پیام‌رسانان برشمرده است؛ در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره می‌شود:

مبانی شاخص‌های اخلاقی

شاخص‌های اخلاقی دارای مبانی‌ای است که اگر در انسان تجلی پیدا نکنند، زمینه دسترسی به فضایل اخلاقی فراهم نخواهد شد. قبل از بیان شاخص‌های اخلاقی، به چند مورد مهم از این مبانی اشاره می‌شود:

۱. ایمان به هدف

یکی از مبانی مهم شاخص‌های اخلاقی که در قرآن مطرح شده است، ایمان به هدف می‌باشد که خداوند آن را یکی از ویژگی‌های رسول اکرم صلی الله علیه و آله خوانده است:



﴿ آمَنَ الرَّسُولُ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْهِ مِنْ رَبِّهِ ﴾ (بقره: ۲۸۵)؛ ﴿ فَأَمِنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ النَّبِيِّ الْأُمِّيِّ الَّذِي يُؤْمِنُ بِاللَّهِ وَكَلِمَاتِهِ ﴾ (اعراف: ۱۵۸). این خصلت رسول خدا ﷺ باعث شده بود که هیچ تهدید و تطمینی در او اثر نکند و با قاطعیت به مشرکان اعلام کند که من بت‌های شما را نمی‌پرستم (کافرون: ۳) یا در مناظره با اهل کتاب با تمام وجود، خانواده خویش را به میدان مباحله بیاورد (آل عمران: ۶۱) که نشانه ایمان استوار آن حضرت به خدا و یقین به محتوای تبلیغ و هدفش بود.

۲. اخلاص

یکی دیگر از مبانی شاخص‌های اخلاقی، اخلاص در پیام‌رسانی است که در قرآن به آن توصیه شده است. خداوند این نکته را از زبان شماری از پیامبران عليهم السلام نقل کرده است که به امت خود می‌گفتند:

﴿ وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ ﴾؛ «و بر این رسالت، پاداشی از شما طلب نمی‌کنم، پاداش من جز بر عهده پروردگار جهانیان نیست» (شعراء: ۱۰۹) و در آیه‌ای دیگر خطاب به پیامبر ﷺ فرمود: ﴿ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَى ﴾؛ «بگو در برابر آن [رسالت] پاداشی از شما خواستار نیستم مگر دوستی درباره خویشاوندان» (شوری: ۲۳) و در آیه‌ای دیگر فرمود: ﴿ قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِلَّا مَنْ شَاءَ أَنْ يَتَّخِذَ إِلَىٰ رَبِّهِ سَبِيلًا ﴾؛ «مزد من این است که یکی از شما بخواهد راهی به سوی پروردگارش اتخاذ کند» (فرقان: ۵۷)؛ یعنی دعوت مرا به اختیار خود بپذیرد.

بنابراین، یکی از راهکارهای تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان، این است که مدیران و اصحاب رسانه، خلوص نیت داشته باشند؛ چراکه هرگونه نیت غیرالهی مانع نفوذ پیام در دل‌های مخاطبان می‌شود و شاید حتی سبب گمراهی آنان گردد. اگر مبلغی به دنبال آن است که به فرموده رسول خدا ﷺ چشمه‌های



حکمت بر زبانش جاری گردد و تشنگان حقیقت را سیراب گرداند باید اعمال، رفتار و گفتار خویش را برای خداوند حکیم خالص گرداند (کلینی، ۱۴۱۰ق، ج ۵: ص ۱۲۱).

۳. توکل

از دیگر مبانی شاخص‌های اخلاقی که از ویژگی‌های رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در رساندن پیام الهی بود، توکل بر خداست: ﴿فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُلْ حَسْبِيَ اللَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا هُوَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَهُوَ رَبُّ الْعَالَمِينَ﴾ (توبه: ۱۲۹)؛ زیرا فقط خداوند می‌تواند به فعالیت‌های آنان برکت دهد و آنان را در مواقع سختی نصرت ببخشد. به دلیل اهمیت و جایگاه این خصوصیت در هدایت امت بود که خداوند بارها پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ را به توکل توصیه فرمود: ﴿وَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ وَكَفَى بِاللَّهِ وَكِيلًا﴾ (احزاب: ۳۳)؛ ﴿قُلْ هُوَ الرَّحْمَنُ أَمَنَّا بِهِ وَ عَلَيْهِ تَوَكَّلْنَا﴾ (ملک: ۲۹) و نیز ر.ک: آل عمران: ۱۵۹؛ انفال: ۶۱؛ هود: ۱۲۳؛ فرقان: ۵۸؛ ملک: ۲۹).

شاخص‌های اخلاقی

قرآن کریم برای اشاره به موفقیت پیامبر اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در انجام رسالت رسانه‌ای و هدایت‌گری ایشان، از شاخصه‌های اخلاقی تأثیرگذار در جذب و هدایت مردم سخن گفته است که در این بخش، مهم‌ترین آن‌ها را بیان می‌کنیم:

۱. امانت‌داری

امانت‌داری و رازداری از شاخص‌های اخلاقی است که قرآن آن را از نشانه‌های اهل ایمان معرفی کرده است:

﴿قَدْ أَفْلَحَ الْمُؤْمِنُونَ﴾ (مؤمنون: ۱)، ﴿وَالَّذِينَ هُمْ لِأَمَانَاتِهِمْ وَعَهْدِهِمْ رَاعُونَ﴾ (مؤمنون: ۸). رسول گرامی اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مظهر این ویژگی بوده است.



چراکه آن حضرت با تمام مشقت‌ها توانست در رساندن پیام الهی، به بهترین وجه، رسالت رسانه‌ای خود را انجام دهد. بر همین اساس، اصحاب رسانه باید با بهره‌گیری از این خصلت ارزشمند، در فرایند انجام رسالت خویش (یعنی اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و دانش‌افزایی) با امانت‌داری، رازداری و حفظ اسرار مخاطبان - اعم از افراد حقیقی و حقوقی - همواره در حفظ حرمت مخاطبان تلاش کند. امام صادق علیه السلام خیانت در امانت و افشای سرّ را باعث سقوط جامعه به ورطهٔ هلاکت و ابتلا به عواقب خطرناک می‌دانند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۸: ص ۲۲۹).

در عصر حاضر، افکار میلیون‌ها انسان امانتی است که در اختیار مدیران و اصحاب رسانه قرار گرفته است و این شاخص اخلاقی یعنی امانت‌داری اقتضا می‌کند تا از این فرصت طلایی که به برکت خون شهیدان نصیب آنان شده است، به بهترین وجه استفاده کنند.

۲. امیدواری به هدایت مردم

یکی از شاخص‌های اخلاقی رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله در هدایت مردم که خداوند از آن یاد کرده است، حسن ظن و امیدواری به هدایت و اصلاح مخاطبان است: ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ﴾ (توبه: ۱۲۸). عبارت «حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ»، یعنی «اشتیاق شدیدی به هدایت شما دارد». این اشتیاق شدید نشانه حسن ظن و امیدواری آن حضرت به هدایت مردم است؛ چراکه تلاش بی‌وقفه و خستگی‌ناپذیر ایشان برای اصلاح امت، امیدواری ایشانرا به هدایت مردمنشان می‌داد. برخورداری اهالی رسانه و هدایت‌گران جامعه از این شاخص مهم، نقش مؤثری در موفقیت آنان دارد.

۳. دلسوزی

یکی از مهم‌ترین شاخص‌های اخلاقی که در موفقیت پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله برای جذب و هدایت مردم نقش مؤثری داشت، دلسوزی آن حضرت بود. خداوند در دو آیه، به این ویژگی پیامبر اشاره کرده است:



﴿فَلَعَلَّكَ بَاخِعٌ نَفْسَكَ عَلَى آثَارِهِمْ إِنْ لَمْ يُؤْمِنُوا بِهَذَا الْحَدِيثِ أَسَفًا﴾؛ «شاید تو می خواهی اگر [این معاندان لجوج] به این سخن [که قرآن کریم است] ایمان نیاورند، خود را از شدت اندوه هلاک کنی» (کهف: ۶)؛ ﴿لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ﴾ (توبه: ۱۲۸). نهایت دلسوزی حضرت را در هدایت امت می توان از این دو آیه استنباط کرد؛ زیرا زمانی انسان از بی ایمانی امت در اندوه فرو می رود که دلش برای آن هابسوزد. بنابراین، امروز که به برکت خون پاک شهیدان، انواع رسانه ها در اختیار استادان و عاظم و مدیران قرار دارد، شایسته است با دلسوزی در ترویج و نهادینه کردن ارزش های الهی گام های مؤثرتری بردارند؛ همانگونه که پیامبر اسلام ﷺ با دلسوزی توانست ارزش های قرآنی را در آن جامعه گمراه حاکم کند.

۴. شرح صدر

شرح صدر یکی از شاخص هایی است که در موفقیت اهالی رسانه، به ویژه مدیران رسانه، نقش مهمی دارد. مراد از شرح صدر- که در قرآن آمده و خداوند به پیامبر اسلام ﷺ عنایت فرموده است- آن است که دل و جان رسول خدا ﷺ به گونه ای بسط و گسترش یافته بود که نه تنها همه معارف وحی به او القامی شد و او به طور کامل دریافت و تبلیغ می کرد، بلکه تمام رنج هایی که از این ناحیه بر آن حضرت وارد می شد، به آسانی تحمل می کرد؛ بدین معنا که نفس مقدس آن حضرت کاملاً مستعد دریافت فیض الهی و انجام وظیفه خطیر رسالت شده بود (طباطبایی، ۱۳۷۹، ج ۲۰: ص ۴۴۹). در سیره رفتار رسول خدا ﷺ با دیگران نقل شده است که:

«كَانَ أَوْسَعُ النَّاسِ صَدْرًا مَا دَعَاهُ أَحَدٌ مِنْ أَصْحَابِهِ أَوْ أَهْلِ بَيْتِهِ إِلَّا قَالَ لَيْسَكَ؛ آن حضرت در شرح صدر، برترین افراد بود؛ هیچ کس از اصحاب یا خانواده از او درخواست نمی کرد، مگر آنکه در جواب می فرمود: لیسک» (حر عاملی، ۱۴۰۳، ج ۱: ص ۲۲۳).



ضرورت برخورداری از شرح صدر را برای کسانی که در عرصه رسانه به پیام‌رسانی و هدایت مخاطبان مشغول‌اند، می‌توان از دعا و درخواست حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَامُ فهمید؛ زمانی که ایشان از جانب خداوند مأمور ارشاد و ابلاغ پیام توحیدی به فرعون شد، از خداوند شرح صدر طلب کرد: **﴿قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي﴾** (طه: ۲۵).

۵. بردباری

یکی دیگر از شاخص‌های اخلاقی که در قرآن برای پیام‌رسانان الهی بیان شده، صبر و بردباری در انجام رسالت است. خداوند بارها رسول گرامی اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ را در مقابل مخالفت‌ها، نامهربانی‌ها، توهین‌ها و آزارها به صبر و بردباری توصیه فرموده است: **﴿فَاصْبِرْ عَلَىٰ مَا يَقُولُونَ﴾** (طه: ۱۳۰)؛ **﴿فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ﴾** (روم: ۶۰)؛ **﴿فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولَئَا الْعُزْمِ مِنَ الرُّسُلِ﴾** (احقاف: ۳۵)؛ **﴿فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ﴾** (هود: ۱۱۲). همچنین، خداوند با یادآور سرگذشت یکی از پیامبران که در انجام رسالت خویش استقامت نکرد، به پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ توصیه کرد که مانند او نباش و در مقابل انکار و اعراض امت، بردبار پیشه کن: **﴿فَاصْبِرْ لِحُكْمِ رَبِّكَ وَلَا تَكُن كَصَاحِبِ الْأُخُوتِ إِذْ نَادَىٰ وَهُوَ مَكْظُومٌ﴾** (قلم: ۴۸).

۶. مهربانی

یکی از شاخص‌های اخلاقی اصحاب رسانه که قرآن آن را از ویژگی‌های اخلاقی پیامبر اسلام صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ برشمرده، مهربانی با مخاطب است: «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ» (آل عمران: ۱۵۹). مهربانی و ملاطفت با مخاطب نقش مهمی در جلب توجه مخاطب به پیام دارد. بر همین اساس، اگر رسانه‌ای بخواهد در رساندن پیام‌های خویش موفق باشد، باید از اصل ابراز مهربانی و ملاطفت استفاده کند و گرنه به تعبیر قرآن، **﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفَقَضْنَا الْقَلْبَ لَأَنْفَضُوا مِنْ حَوْلِكَ﴾** (آل عمران: ۱۵۹). هرگونه رفتار خشونت‌آمیز سبب نفرت و پراکنندگی مخاطبان می‌گردد.



۷. احترام به مخاطبان

رعایت احترام و ادب و پیشی در سلام و تحیت هنگام مواجهه با مخاطبان، به‌ویژه مؤمنان، از دیگر شاخص‌های اخلاقی است که قرآن برای اصحاب‌رسانه و هدایت‌گران، ضروری دانسته و انجام آن را به رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ توصیه کرده است:

﴿وَ إِذَا جَاءَكَ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِنَا فَقُلْ سَلَامٌ عَلَيْكُمْ﴾ (انعام: ۵۴)؛ ﴿قُلِ الْحَمْدُ لِلَّهِ وَسَلَامٌ عَلَىٰ عِبَادِهِ الَّذِينَ اصْطَفَىٰ اللَّهُ خَيْرٌ مَّا يُشْرِكُونَ﴾ (نمل: ۵۹). رعایت این آداب، نقش مهمی در تأثیرگذاری پیام‌ها بر مخاطب دارد. در سیره عملی رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ، نقل شده است که آن حضرت همیشه در سلام کردن بر دیگران پیشی می‌گرفت: «وَيَبْدَأُ مَنْ لَقِيَهُ بِالسَّلَامِ» (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹، ج ۱: ص ۱۴۷).

۸. خوش اخلاقی

خوش اخلاقی، یکی دیگر از شاخص‌های ضروری برای اهل رسانه و پیام‌رسانان است که در قرآن به آن توصیه شده است:

﴿ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ لَسِيئَةٍ﴾ (مؤمنون: ۹۶)؛ ﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (بقره: ۸۳). خداوند، پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ را به دلیل اتصاف به این ویژگی ستوده است: ﴿وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ﴾ (قلم: ۴). در سیره اخلاقی حضرت نقل شده است که ایشان خوش اخلاق‌ترین افراد بود. خود آن حضرت نیز در بیان هدف رسالتش به همین نکته اشاره کرده و فرموده است: «من برای تحقق فضیلت‌های اخلاقی برانگیخته شدم» (ابی فراس، ۱۴۱۰ق، ج ۱: ص ۸۹). بنا بر شهادت قرآن، خوش خلقی رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ یکی از عوامل مهم جذب مردم عصر جاهلیت بود: ﴿وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَاقَلْبٌ لَّانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ﴾ (آل عمران: ۱۵۹). رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ خوش اخلاقی را نصف دین دانسته - «حُسْنُ الْخُلُقِ نِصْفُ الدِّينِ» (ابن بابویه، ۱۳۶۲، ص ۳۰) - و درباره اثر خوش اخلاقی فرموده است: «حُسْنُ الْخُلُقِ يُثَبِّتُ الْمَوَدَّةَ؛ خوش خلقی،



دوستی را در آدمی استوار می‌سازد» (ابن شعبه، ۱۴۰۴ق، ص ۴۵). امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام در پاسخ کسی که درباره معنی خوش اخلاقی پرسیده بود، فرمود: «آن است که با مردم به نرمی و گرمی رفتار کنی، پاک و با کمال ادب سخن بگویی و در ملاقات با برادرانت، خندان و گشاده‌رو باشی» (همو، ۱۳۸۲، ص ۳۵۲).

۹. خوش‌زبانی

خوش‌زبانی از شاخص‌های اخلاقی اصحاب رسانه است که در قرآن به آن توصیه شده است:

﴿وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا﴾ (بقره: ۸۳). امام باقر عَلَيْهِ السَّلَام در تفسیر این آیه فرمود: «مراد از آیه، این است که به مردم، بهترین چیزی را که دوست دارید به شما گفته شود بگویید؛ زیرا خداوند، کسی را که ناسزا می‌گوید و بر مردم مسلمان طعنه می‌زند و از ناسزا گفتن و شنیدن باکی ندارد و در سؤال، لجاجت و ستیزه می‌کند مبعوض می‌دارد و کسی را که بردبار، باعفت و پارسا باشد، دوست دارد» (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۱: ص ۹۸). در سیره رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ آمده است که آن حضرت همیشه هنگام سخن گفتن لبخند بر لب داشت (طباطبایی، ۱۳۸۱، ص ۷۴).

۱۰. تواضع در برابر مؤمنان

تواضع در برابر اهل ایمان یکی از شاخص‌های اخلاقی است که قرآن برای مدیریت هر رسانه‌ای ضروری می‌شمارد. خداوند در این باره خطاب به رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ فرمود: ﴿وَاحْفَظْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ﴾؛ بال خویش را برای مؤمنان فرو گستر» (حجر: ۸۸) و در آیه دیگر نیز درباره تواضع در برابر پیروان آن حضرت فرمود: ﴿وَاحْفَظْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ﴾ (شعراء: ۲۱۵). حضرت رسول صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَسَلَّمَ نیز در برابر پیروان خویش فروتن بود، با مؤمنان مستمند همنشین بود، به همه سلام می‌کرد و هرگز فخرفروشی نمی‌کرد (همان، ص ۳۴-۳۶).



رعایت تواضع و فروتنی اصحاب رسانه در مقابل خودی‌ها و اهل ایمان، نقش مهمی در جذب قلوب آنان دارد و موجب می‌شود مخاطب بام پیام‌های رسانه را بپذیرند. در مقابل، فخر فروشی و تکبر سبب نفرت و گریز آنان از پذیرش پیام می‌گردد. رعایت تواضع بیشتر در مواردی همچون سخنرانی‌ها که مخاطبان مواجهه حضوری دارند، کاربرد دارد. بر همین اساس، مبلغان دینی و معلمان و استادانی که با مخاطبان ارتباط چهره‌به‌چهره برقرار می‌کنند می‌توانند با رعایت تواضع در مقابل مخاطبان اهل ایمان کارایی تبلیغی خویش را دوچندان کنند.

۱۱. عفوکردن

نادیده گرفتن خطاهای مخاطبان و گذشتن از آن‌ها یکی دیگر از شاخص‌های اخلاقی است که در قرآن کریم برای پیام‌رسانان ضروری است: ﴿فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ﴾ (آل عمران: ۱۵۹)؛ ﴿فَاعْفُوا وَاصْفَحُوا﴾ (بقره: ۱۰۹). در تفاوت معنایی «عفو» و «صفح» گفته شده است که صفح، یک مرتبه بالاتر و بلیغ‌تر از عفو است (عسکری، ۱۴۱۲ق، ص ۳۶۲)؛ زیرا در عفو، شماتت و مذمت زبانی نفی نشده است، اما در صفح، علاوه بر بخشش خطا، به خطاکار روی خوش نشان داده می‌شود و در واقع، خطای او فراموش می‌شود و هیچ شماتتی در کار نیست. پس، صفح یعنی علاوه بر اینکه خطاکار را عفو کردم، به او روی خوش هم نشان دادم یا اینکه صفحه روی او را دیدم، در حالی که به روی خود نیاوردم و یا اینکه آن صفحه‌ای که گناه و جرم او را در آن ثبت کرده بودم، ورق زدم و به صفحه دیگر رد شدم. معنی سوم، از ورق زدن کتاب گرفته شده است؛ گویا کتاب خاطرات او را ورق زده است (طباطبایی، ۱۳۷۹ج ۱۲: ص ۱۹۰)

در سیره اخلاقی رسول گرامی صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ نیز نقل شده است که ایشان، بدی را با بدی پاسخ نمی‌داد، بلکه در مقابل بدی گذشت می‌کرد: «وَلَا يَجْزِي السَّيِّئَةَ بِالسَّيِّئَةِ وَلَكِنْ يَعْفو وَ يَصْفَحُ» (ابونعیم اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ج ۶: ص ۸۵) ایشان با گذشت‌ترین مردم



بود و هیچ گاه به خاطر خودش انتقام نمی گرفت: «كَانَ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ أَعْظَمُ النَّاسِ عَفْوًا لَا يَنْتَقِمُ لِنَفْسِهَا» (ابن سید الناس، ۱۴۱۴ق، ج ۲: ص ۳۹۸) و درباره این ویژگی خاندانش فرمود: «مردانگی و جوانمردی ما در گذشتن از کسانی است که به ما ستم کردند و در بخشودن کسانی که ما را محروم ساختند» (طباطبایی، ۱۳۸۱، ص ۴۱). رسول خدا صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ با این ویژگی اخلاقی توانست بسیاری از گمراهان را جذب و به راه حق هدایت کند. در اینجا به دو نمونه از گذشت آن حضرت اشاره می شود تا الگویی باشد برای ارباب رسانه و آنانی که پرچم دار هدایت امت هستند:

۱۱-۱- عفو همسایه یهودی

رسول خدا صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ همسایه ای یهودی داشت که ایشان را بسیار اذیت می کرد و هر روز از پشت بام، خاکستر و آتش بر سر ایشان می ریخت. او با این کار خشم و کینه خود را به پیامبر اسلام صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ ابراز می کرد و پیامبر کریمانه از او درمی گذشت. تا اینکه روزی از مرد یهودی خبری نشد. پیامبر اسلام صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ از دلیل غیبت آن مرد سؤال کرد. گفتند: «خوشبختانه بر اثر بیماری، مزاحمت هایش قطع شده است». پیامبر فرمود: «باید به عیادتش برویم» و به سوی خانه مرد یهودی حرکت کرد و در خانه او را کوبید. همسرش پشت در آمد و پرسید: «کیست؟» حضرت فرمود:

«پیامبر مسلمانان به دیدار و عیادت همسایه بیمار خود آمده است». زن ماجرا را به شوهرش گفت. مرد یهودی که بسیار تعجب کرده بود و غافل گیر شده بود، گفت: «در را باز کن تا داخل شوند». پیامبر صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ وارد شد و کنار بستر بیمار نشست و از حال او پرسید و طوری رفتار کرد که گویا هیچ آزاری از این مرد یهودی به آن حضرت نرسیده است. مرد یهودی که از شرم، صورت خویش را می پوشانید و از این اخلاق کریمانه مبهوت شده بود، از آن حضرت پرسید: «آیا این رفتار، اخلاق شخصی شماست یا جزء دستورهای دین محسوب می شود؟» حضرت فرمود: «جزء دستورهای دین است و ما به همه مسلمانین سفارش می کنیم که چنین باشند». مرد



یهودی با دیدن این رفتار پسندیده و بزرگوارانه پیامبر صلی الله علیه و آله، مسلمان شد. حقیقتاً در وصف چنین انسانی باید گفت: «وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ» (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۲۴: ص ۳۷۱).

اگر اصحاب رسانه و مبلغان دین که وظیفه هدایت امت را بر عهده دارند، در مقابل نامهربانی‌ها، مانند پیامبر اسلام گذشت کنند، تحول عظیمی در جذب مخاطبان به دین رخ خواهد داد.

۱۱-۲- عفو مردم مکه

شهر مکه، کانون دشمنان اسلام بود؛ هر دسیسه و جنگی که ضد اسلام رخ می‌داد از این شهر نشأت می‌گرفت و مشرکان مکه به نوعی در آن سهیم بودند. دوران ده ساله رسالت پیامبر در مکه از سخت‌ترین ادوار زندگی ایشان بود. مکیان در جنگ احد، پیشانی و لب و دندان آن حضرت را شکستند و حامی بزرگ او، حضرت حمزه رضی الله عنه و هفتاد تن از مسلمانان فداکار را به شهادت رساندند و... اما پیامبر صلی الله علیه و آله تدبیری اندیشید تا مکه بدون خونریزی فتح شود؛ آن حضرت، لشکر عظیمی از مسلمانان فداکار را گرد آورد و جاده‌های منتهی به مکه را بست تا گزارشی از تصمیم مسلمانان در حمله به مکه به مشرکان عرب نرسد. بعد، به اتفاق مسلمانان به سوی مکه رفت و این شهر را به محاصره درآورد. ابوسفیان گفت: «در این شرایط اگر دست به شمشیر ببریم و در برابر مسلمانان مقاومت کنیم، همگی کشته می‌شویم؛ از این رو، چاره‌ای جز تسلیم نداریم». مکیان تسلیم شدند و لشکریان اسلام بدون هیچ درگیری و خونریزی مکه را فتح کردند.

پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله، پس از تحمّل آن همه سختی و آزار، می‌توانست از آنان انتقام گیرد، اما او پیامبر رحمت بود. لذا به کنار کعبه رفت، دست در دستگیره درب کعبه انداخت، نگاهی به اطراف کرد و به مشرکان مکه و سران کفر و شرک فرمود: «چه خیال می‌کنید؟ شما خود قضاوت کنید که با شما چه کنیم؟ چه انتظاری دارید؟»



گفتند: «أَنْتَ أَحْ كَرِيمٌ وَابْنُ أَحْ كَرِيمٍ؛ تو هم بزرگواری و هم بزرگوارزاده‌ای، ما جز عفو و بخشش از تو انتظاری نداریم». حضرت فرمود: «بروید که همه شما را بخشیدم. نه شما را می‌کشم، نه اسیر می‌کنم و نه فدیهای می‌گیرم، بلکه تمامتان را در راه خدا آزاد می‌کنم و از ناجوانمردی‌هایتان کریمانه می‌گذرم». انصافاً در وصف چنین گذشت کریمانه‌ای باید گفت: «وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۱: ص ۱۰۶). اگر این خصلت بی‌بدیل رسول خدا ﷺ در عالمان دین، اصحاب‌رسانه و مشعل‌داران هدایت تجلی کند، آیا کسی می‌ماند که به دین اسلام گرایش پیدا نکند؟ بنابراین، اگر رهبران و حاکمان دلسوز به دنبال نجات بشریت هستند، باید از سیره نورانی رسول خدا ﷺ در شیوه تبلیغ و اطلاع‌رسانی پیروی کنند.



نتیجه‌گیری

از نتایج این پژوهش می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. ایمان به هدف و اخلاص و توکل، مبانی شاخص‌های اخلاقی است که رسول خدا ﷺ مظهر برخورداری از این اوصاف بود؛
۲. قرآن به منزله مهم‌ترین رسانه الهی، کارآمدترین شاخص‌های اخلاقی را برای موفقیت مدیران رسانه‌ها و پیام‌رسانان ارائه کرده است؛
۳. پیامبر اسلام ﷺ با بهره‌گیری از رسانه قرآن و کاربست شاخص‌های اخلاقی آن توانست مردم عصر جاهلیت را مجذوب خویش کند و در تمام خصلت‌های انسانی، الگویی الهی برای بشریت باشد؛
۴. امانت‌داری، شرح صدر و بردباری از شاخص‌های کارآمدی است که می‌تواند مدیران رسانه‌ها و پیام‌رسانان را در مقابله با مشکلات موفق گرداند؛
۵. رعایت احترام مخاطبان و امیدواری به هدایت آنان نقش مهمی در اثربخشی پیام دارد؛
۶. خوش اخلاقی و خوش‌زبانی از شاخص‌های مهم دیگری است که در جذب مخاطبان مؤثر است؛
۷. دلسوزی و مهربانی برای موفقیت اصحاب رسانه در جلب اعتماد مخاطبان ضروری است؛
۸. تواضع و فروتنی در برابر اهل‌ایمان و گذشت از خطاهای مخاطبان در جذب و هدایت آنان نقش مهمی دارد؛
۹. دستیابی به تحول فرهنگی، معنوی و اصلاح جوامع بشری زمانی امکان‌پذیر است که پیام‌رسانان و مدیران رسانه‌ها بتوانند با الگو قرار دادن پیامبر اسلام ﷺ، شاخص‌های اخلاقی آن حضرت را سرلوحه زندگی و کار خویش قرار دهند.



کتاب نامه

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه (۱۳۷۹)، گردآوری سید رضی، ترجمه محمد دشتی، قم: مشهور.
۳. ابن ابی فراس، مسعود بن عیسی (۱۴۱۰ق)، مجموعه ورام، مشهد: بنیاد پژوهش های آستانه رضوی.
۴. ابن بابویه، محمد بن علی (۱۳۶۲)، الخصال، قم: جامعه مدرسین.
۵. _____ (۱۳۸۲)، معانی الاخبار، قم: انتشارات جامعه مدرسین.
۶. ابن سید الناس، (۱۴۱۴ق)، عیون الاثر، بیروت: دارالتعلیم.
۷. ابن شعبه حرانی (۱۴۰۴ق)، تحف العقول، قم: جامعه مدرسین.
۸. ابن مسکویه، احمد (۱۳۸۱)، تهذیب الاخلاق، تهران: اساطیر.
۹. ابن منظور، محمد (۱۴۱۴ق)، لسان العرب، بیروت: دارالفکر.
۱۰. ابو نعیم اصفهانی (۱۴۱۲ق)، دلائل النبوه، بیروت: دارالفنایس.
۱۱. جمعی از نویسندگان (۱۳۸۶)، اخلاق کاربردی، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
۱۲. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۱۴ق)، وسائل الشیعه، قم: مؤسسه آل البیت علیهم السلام.
۱۳. خمینی، روح الله (۱۳۷۲)، صحیفه نور، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی رحمته الله علیه.
۱۴. راغب اصفهانی، حسین (۱۴۲۴ق)، المفردات فی غریب الفاظ القرآن، قم: ذوی القربی.
۱۵. شهر آشوب مازندرانی، محمد (۱۳۷۹)، المناقب، قم: علامه.
۱۶. طباطبائی، سید محمد حسین (۱۳۷۹)، تفسیر المیزان، قم: دفتر نشر اسلامی.
۱۷. _____ (۱۳۸۱)، سنن النبی، تهران: پیام آزادی.
۱۸. طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان، تهران: ناصر خسرو.
۱۹. عمید، حسن (۱۳۸۹)، فرهنگ عمید، تهران: امیر کبیر.



۲۰. فولادی، محمد (۱۳۸۹)، «اخلاق و رسانه»، معرفت / اخلاقی، سال اول، ش ۳، ص ۱۱۹-۱۴۳.
۲۱. فیض کاشانی، مرتضی (۱۳۸۷)، *الحقایق*، ترجمه عبدالله غفرانی خراسانی، تهران: مدرسه عالی شهید مطهری.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۱۰ق)، *الکافی*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۲۳. ماهر، فرهاد (۱۳۷۶)، *روانشناسی اجتماعی کاربردی*، تهران: مؤسسه انتشارات.
۲۴. مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق)، *بحار الانوار*، بیروت: مؤسسه الوفاء.
۲۵. مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱)، *تفسیر نمونه*، تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۲۶. نراقی، ملامهدی (۱۳۸۳)، *جامع السادات*، قم: اسماعیلیان.

وبگاه:

۲۷. پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری.



References

1. *Holy Quran*.
 2. *Nahj al-Balaghah* (1421 AH), Translated by Mohammad Dashti, Qom: Mashhoor.
 3. A group of authors (1428 AH), *applied ethics*, Qom: Research Institute of Islamic Sciences and Culture.
 4. Abu noaim Isfahani (1412 AH), *Dalael al-nobowwah*, Beirut: Dar al-Nafais.
 5. Amid, H. (1432 AH), *Amid dictionary*, Tehran: Amirkabir.
 6. Feyz Kashani, M. (1429 AH), *al-Hagaegh*, Translate by Abdullah Ghofrani Khorasani, Tehran: Shahid Motahari High School.
 7. Fouladi, M. (1423 AH) "Ethics and Media", *Moral knowledge*, First year, number 3, P.119-143.
 8. Hor Ameli, M. (1414 AH), *Wasaeel al Shia*, Qom: The al-Bayt Foundation.
 9. Ibn Abi Firas, M. (1410 AH), *Varam Collection*, Mashhad: Astana Razavi Research Foundation.
 10. Ibn Babawiyyah, M. (1404 AH), *al-khesal*, Qom: Teachers Association.
 11. Ibn Babawiyyah, M. (1424 AH), *Maani al-Aakhbar*, Qom: Teachers Association Publications.
 12. Ibn Manzoor, M. (1414 AH), *Lesan al-Arab*, Beirut: Dar al-Fikr.
 13. Ibn Muskawiyah, A. (1423 AH), *Tahzib al-Akhlagh*, Tehran: Asatir.
 14. Ibn Sayyid al-Nas (1414 AH), *Oyon al-Athar*, Beirut: Dar al-Ta'lim.
 15. Ibn Shahrashub Mazandarani, M. (1421 AH), *al-Manageb*, Qom: Allama.
 16. Ibn Shobe Harrani (1404 AH), *Tohaf al-Oghol*, Qom: a university of teachers.
 17. Koleini, M. (1407 AH), *al-Kafi*, Tehran: Islamic Dar al-Kotob.
 18. Majlisi, M. B. (1403 AH), *Behar al-Anwar*, Beirut: al-Wafa Institute.
 19. Maher, F. (1418 AH), *Applied Social Psychology*, Tehran: Entesharat Foundation.
 20. Makarem Shirazi, N. (1413 AH), *Nemoneh Interpretation*, Tehran: Islamic Dar al-Kotob.
 21. Mousavi Khomeini, R. (1414 AH), *Sahifeh Noor*, Tehran: Foundation for the Organization and Diffusion of Antiquities by Imam Khomeini.
 22. Naraghi, M. (1425 AH), *Jame al-Sadat*, Qom: Ismailian.
 23. Ragheb Isfahani, H. (1424 AH), *Almofradat fi Garib Alfaz al-Qur'an*, Qom: Dhavi al-Qurba.
 24. Tabarsi, F. (1414 AH), *Majma al-Bayan*, Tehran: Naser Khosrow.
 25. Tabatabai, M. H. (1421 AH), *al-Mizan Interpretation*, Qom: Islamic Publishing Office.
 26. Tabatabai, M. H. (1423 AH), *Sunnan al-Nabi*, Tehran: Payam e Azadi.
- Website:**
27. Information base of the Office of the Supreme Leader.