

کاربردهای حب و بغض در عرصه تبلیغ فضائل اخلاقی از منظر روایات

پروانه سادات نوربخش^۱

چکیده

پژوهش حاضر با عنوان کاربردهای حب و بغض در عرصه تبلیغ فضائل اخلاقی از منظر روایات؛ به شیوه توصیفی-تحلیلی می باشد. با توجه به هجمه های تبلیغاتی دشمنان و ایادی استکبار که دین و فرهنگ جامعه اسلامی را نشانه رفته است. و با توجه به جدید و مبتلا بودن موضوع که پیرامون آن، کار دقیق هم صورت نگرفته و کاربرد حب و بغض در این عرصه ناشناخته مانده و دست مبلغان دینی از منبع غنی راجع به این موضوع خالی بوده است، ضرورت ایجاب کرد تا برای پاسخ گویی به نیاز مبلغان دینی و مقابله با هجمه های تبلیغاتی دشمنان، به تدوین تحقیق راجع به این موضوع مهم اقدام گردد. حاصل بررسی این نوشتار این است که: در تبلیغ، شناخت مخاطب و ویژگی های آن از اهمیت زیادی بر خوردار بوده و حب و بغض می تواند مایه آرامش، ثبات و امنیت و ترسیم عمل کرد صحیح و درست در جامعه باشد که جنبه الهی به خود گرفته باشد و مهم ترین وظیفه مبلغان دینی نیز، بالا بردن سطح معرفت و شناخت مردم نسبت به این مسئله می باشد.

کلمات کلیدی: حب، بغض، تبلیغ فضائل اخلاقی، روایات

مقدمه

۱. دانش آموخته سطح ۲ مدرسه علمیه الزهرا علیها السلام، تهران، ایران

مسئله حب و بغض از جمله مسائل مهمی است که در عملکرد انسان ها نقش تعیین کننده دارد و رفتار انسان عمدتاً بر مبنای آن شکل می گیرد، در مکتب اسلام از جایگاه ارزشمندی برخوردار می باشد به گونه ای که بزرگان دین آن را عین دین قلمداد نموده اند و بنیادی ترین روش دگرگونی انسان و ایجاد تحول درونی و بیرونی به شمار آمده و مهم ترین عاملی است که انسان را به سمت حق و یا از جهات باطل سوق می دهد.

از سوی دیگر عصر حاضر عصر تبلیغات است که با استفاده از شیوه ها و ابزار های مختلف تبلیغاتی انسان ها را تحت تأثیر قرار داده عملکرد آنان را بسوی اهداف مورد نظر جهت می دهد. خواسته ها و امیال انسانی همیشه در تضاد بوده و موجب بروز ناهنجاری های مختلف در جامعه بشری می گردد، نیاز مبرم به پالایش دارد و با برنامه ریزی مناسب تبلیغی و آگاهی بخشی و نشر معارف دینی و نیز استفاده صحیح از الگوها و شیوه های کاربردی تبلیغی، می توان به این امر مهم دست یافت. چرا که محبت زائیده معرفت و شناخت است به هر میزان که معرفت و شناخت انسان به مسائل اخلاقی بیش تر باشد، به همان میزان محبت که ریشه الهی دارد نیز در دل انسان رسوخ بیش تر می یابد و محبت بیش تر نیز انقیاد و تبعیت بیش تر را به دنبال دارد.

تنها با استفاده از این الگوها است که می توان در بعد اخلاقی به هدایت و ارشاد افراد جامعه پرداخت و افراد جامعه را در برابر تبلیغات زهرآگین استکبار جهانی بیمه نموده و از کاربردهای حب و بغض در عرصه تبلیغ فضائل اخلاقی بهره برد. از این رو پژوهش حاضر با رویکرد توصیفی-تحلیلی به تبیین جایگاه و اهمیت حب و بغض در تبلیغ پرداخته است. و در صدد پاسخ گویی به این مسئله است که کاربرد حب و بغض در عرصه تبلیغ فضائل اخلاقی از منظر روایات چیست؟

مسئله حب و بغض در عرصه تبلیغ، به عنوان یک بحث علمی و دقیق که از مباحث جدید عصر حاضر است آن طور که باید مورد بررسی قرار نگرفته است، از طرفی بیش تر آثار که مورد بررسی قرار گرفته است راجع به مسئله حب است و چندان از بغض سخنی به میان نیامده است. کتب و مقالاتی با عناوین مشابه این موضوع به رشته تحریر درآمده است که از جنبه های دیگری به موضوع حب و بغض پرداخته شده که به شرح ذیل می باشد:

۱- مقاله "حب و بغض، محکم ترین دست آویز مومنین (از نگاه آیات و روایات)" نویسنده: حیدر رجایی،

۱۴۰۱

۲- پایان نامه "استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات" نویسنده:

محمد انور محمدی، ۱۳۹۹

۳- کتاب "کلیات تبلیغ تربیت گرا" نویسنده: جمعی از محققین پژوهشکده باقر العلوم سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۹۴

۴- مقاله "حب و بغض در تحلیل روانشناختی با نگاهی به آیات و روایات" نویسنده: یدالله کوثری، ۱۳۸۶

مقالات و پژوهش های مذکور که به آن ها اشاره ای شد؛ هر کدام به صورت های مختلف پیرامون حب و بغض به بحث هایی پرداخته اند اما این پژوهش در صدد بیان نقش کاربردهای حب و بغض در فضائل اخلاقی با روش های مناسب تبلیغی در جامعه که تاکنون به صورت تفصیلی و جامع مورد بررسی قرار نگرفته است.

۱. مفاهیم

۱-۱. حب و بغض

برای کلمه حب در لغت معانی گوناگونی ذکر شده است چنان که زبیدی آن را خلاف و ضد بغض دانسته به معنای وداد و محبت می داند؛^۱ در حالی که جوهری این کلمه را با ضم و کسر به معنا و محبت دانسته، هرچند که با کسر به معنا و حبیب نیز معنی کرده است؛^۲ ولی ابن منظور نیز مانند زبیدی آن را خلاف بغض دانسته و به وداد و محبت معنا کرده و حب به کسر را به معنای حبیب و محبوب دانسته است.^۳ فراهیدی خود حب را به معنای «الجرّة الضخمة شیشه ی بزرگ» می داند؛^۴ اما ابن فارس می گوید: «شتری که بخوابد و دیگر بر نخیزد»^۵ ولی صاحب اقرب الموارد آن را فارسی معرب و مصدر می داند. ^۶ ابن اثیر حب با کسر را به معنای محبوب دانسته و با ضم آن را اسم من المحبه می داند؛^۷ ولی جناب مصطفوی اصل واحد در این ماده را وداد و میل شدید دانسته در مقابل بغض و تنفر^۸، در حالی که راغب آن را به اراده آن چه می بینی و یا گمان می کنی که خیر است

۱. زبیدی، تاج العروس من جواهر القاموس، ج ۲، ص ۲۱۲.

۲. جوهری، الصحاح، ج ۱، ص ۱۰۵.

۳. ابن منظور، لسان العرب، ج ۱، ص ۲۸۹.

۴. فراهیدی، ترتیب کتاب العین، ج ۱، ص ۳۳۶.

۵. «والحب البعیر الذی یحسر فیلزم مکانه» ابن فارس، معجم مقاییس اللغة، ج ۲، ص ۲۶.

۶. الخوری، اقرب الموارد فی فصیح العربیة والشوارد، ج ۱، ص ۵۷۳.

۷. ابن اثیر، النهایه فی غریب الحدیث و الاثر، ج اول، ص ۳۲۰.

۸. مصطفوی، التحقیق فی کلمات القرآن اکرم، ج ۲، ص ۱۵۲.

معنی کرده و آن را دارای سه وجه می داند: «۱. محبت برای خرسند شدن و لذت بردن؛ ۲. محبتی که بر پایه بهره مندی معنوی است؛ ۳. محبت بر اساس فضل و بزرگی.»^۱

اما حب در اصطلاح را مفسران و متکلمان به معنی اراده دانسته شده است،^۲ امام محمد غزالی آن را به میل طبع به سوی چیزی موافق و لذت دهنده معنی کرده.^۳

با توجه به معانی لغوی و اصطلاحی می توان حب را این گونه تعریف کرد که: حب عبارت است از اراده خاص و میل شدید قلبی نسبت به چیزی که دارای کمال، منفعت و خیر است و مصداق اتم آن خالق همه ی زیبایی ها، کمالات و خیرات است که محبت تنها لایق اوست و اگر غیر از او مورد محبت قرار می گیرد باید به خاطر او و برای او باشد و در غیر این صورت ارزشی نخواهد داشت.

راجع به معنی بغض تقریباً اهل لغت اتفاق نظر دارند چنان که «ابن منظور آن را ضد حب دانسته و به معنا و تنفر قلبی مطرح می کند؛^۴ در حالی که صاحب معجم به عبارت (وهو یدل علی خلاف الحب) بسنده کرده؛^۵ زبیدی و الصحاح، اقرب الموارد و کتاب العین آن را ضد حب می داند؛^۶ اما عادل سبزواری آن را به ناپسندی، بیزاری و دشمنی معنا کرده است،^۷ قاموس نیز آن را به کینه و دشمنی معنا کرده؛^۸ درحالی که راغب آن را به معنا و نفرت نفس از چیزی که بدان میل ندارد مطرح کرده است که نقطه مقابل حب قرار دارد.^۹

در التحقیق بغض را در اصطلاح ضد حب دانسته و آن را صفت نفسانی می داند و زمانی که شدت یابد و در مقام عمل ظاهر شود از حالت بغض خارج می شود و تبدیل به عداوت می شود که ماخوذ از تعدی است و نسبت میان آن دو عام و خاص من وجه است. «دائرة المعارف قرآن کریم نیز می گوید: بغض امر نفسانی است و منشأ اثر خارجی بودن در آن نیست، برخلاف مفهوم عداوت و خصومت

-
۱. راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن، ص ۲۱۴.
 ۲. ابوحیان اندلسی، البحر المحیط فی التفسیر، ج ۱، ص ۶۴۴. طوسی، التبیان، ج ۲، ص ۱۴۴. طبرسی، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، ج ۲، ص ۲۷۶. فخر رازی، التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب)، ج ۱، ص ۲۲۱.
 ۳. غزالی، احیاء علوم الدین، ج ۴، ص ۵۱۲.
 ۴. ابن منظور، لسان العرب، ج ۷، ص ۱۲۱.
 ۵. ابن فارس، معجم مقاییس اللغة، ج ۱، ص ۲۷۳.
 ۶. زبیدی، تاج العروس من جواهر القاموس، ج ۱۰، ص ۱۵.
 ۷. عادل سبزواری، لغت نامه قرآن کریم، ج ۱، ص ۲۴۵.
 ۸. قرشی، قاموس قرآن، ج ۱، ص ۲۰۶.
 ۹. راغب اصفهانی، مفردات الفاظ القرآن، ص ۱۳۶.
 ۱۰. التحقیق فی کلمات القرآن الکریم، ج ۱، ص ۳۰۵.

که انجام دادن کار دشمنانه جزئی از معنی آن است. اما مرحومین نراقی در کتاب های اخلاق شان از آن به کراهت و نفرت طبع از آن چه دردناک است تعبیر نموده و در مقابل محبت قرار داده اند^۲ و یا تنفر طبع از چیزی که در یافتن آن سبب الم و تعبی گردد. چنان که احیاء العلوم نیز همین معنی را از آن نموده و می گوید: «بغض یعنی نفرت طبع از چیزی درد مند کننده رنج رساننده» در واقع بغض به افراد نسبت داده می شود و از آن جا که ذات همه انسان ها را خالق زیبایی ها آفریده، نمی تواند مبعوض باشد بلکه این عمل کرد انسان ها است که انسان را منزجر می کند و باعث می شود که نسبت به آن احساس نفرت نماید و لذا بغض نیز صفت نفسانی و احساس کراهت نسبت به اموری است که برایش ناخوش آیند است اعم از اعمال انسان ها و یا سایر امور.

۱-۲. تبلیغ

راجع به مفهوم تبلیغ نیز معانی مترادف و متفاوت ذکر گردیده است، چنان که ابن فارس واژه بلغ را به (الوصول الى الشيء) دست رسی به چیزی معنی کرده؛^۴ در حالی که ابن منظور معانی متفاوت ترو را بیان می کند و بلغ را به معنی ایصال و انتها دانسته، و بلاغ را به معنی کفایت نیز معنی کرده است.^۵ اما زبیدی نیز بلاغ را اسم از ابلاغ و تبلیغ دانسته که آن دو به معنی ایصال است، چنان که خود بلاغ را به معنی کفایت می داند و به معنی دست رسی به شیء مطلوب تعبیر می کند، و بلاغت را دو وجه می داند: الف. به خودی خود فصیح باشد با تمام اوصاف سه گانه اش: ۱. بر اساس موضوع لغوی ۲. مطابق با معنی مورد نظر. ۳. ذاتا صادق باشد. ب. به اعتبار گوینده و شنونده فصیح باشد.^۶ ولی فراهیدی فعل ماضی را به معنی تبلیغ در رساله و امثال آن دانسته و بلاغ و تبلیغ را به معنی کفایت می داند.^۷ این در حالی است که راغب هم بلوغ و بلاغ را به معنی (آخر مقصد زمانی یا مکانی و یا امروز از دیگر امور) معنی کرده و بلاغ را به تبلیغ و ما عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِين (و بر عهده ما چیزی

۱. مرکز فرهنگ و معارف قرآن، دائرة المعارف قرآن کریم، ج ۱، ص ۵۸۷.

۲. نراقی، جامع السعادات، ج ۳، ص ۱۶۰.

۳. همان، معراج السعاده، ص ۵۹۸.

۴. ابن فارس، معجم مقاییس اللغة، ج ۱ ص ۳۰۱.

۵. ابن منظور، لسان العرب، ج ۸ ص ۴۱۹.

۶. زبیدی، تاج العروس من جواهر القاموس، ج ۱۲، ص ۷ و ۸.

۷. فراهیدی، ترتیب کتاب العین، ج ۱ ص ۱۶۱.

"درست است که وظیفه پیامبر هم انذار است و هم بشارت، ولی از آن جا که تاثیر انذار در نفوس مخصوصا در افراد نادان و لجوج عمیق تر است، و این اهمیت و کاربرد انذار را می رساند که می توان به عنوان مهم ترین عامل بازدارنده از آن در مراحل مختلف تبلیغی بهره برد."^۱

"گرچه دعوت پیامبر اسلام هم بشارت است و هم انذار و حضرت بیش از آن چه نذیر است بشیر است ولی در برابر قومی گمران و لجوج باید بیش تر روی انذار تکیه کرد که همان حب فی الله و بغض فی الله را می رساند."^۲

مبلغان دینی نیز که وارثان انبیاء به شمار می روند وظیفه دارند تا ضامن مقابله با افراد معاند، منافق و ستیزه گران با حق و حقیقت، از حقایق دینی دفاع نموده، بر مبنای احسان و دلسوزی که نسبت به مخاطبان دارند، با ایجاد رابطه عاطفی با مخاطبان و ایجاد فضای ذهنی مناسب برای آنان و با انذار به موقع، مسیر هدایت را برای همگان هموار نمایند.

۳-۲-۲. تحریک عواطف

دومین مبحث از به کار گیری بغض در روند تبلیغ، استفاده از تحریک عواطف مخاطبان می باشد، یکی از مهم ترین شیوه و روشی که در جلب توجه مخاطبان کاربرد فراوان دارد و می تواند به هدایت و ارشاد آنان کمک نماید، تا از این طریق از بروز اعمال خلاف اخلاق در جامعه جلوگیری به عمل آید.

بطور مثال برای دور نمودن مردم از غیبت کردن، آن را به خوردن گوشت برادر مرده تشبیه می کند که با توجه به نفرت انسان از مرده خواری عواطف و احساسات را برمی انگیزد؛ غیبت اجزای مجتمع بشری را یکی پس از دیگری فاسد نموده، صلاحیت داشتن یک زندگی سالم مثل برخورداری از مزیت های اجتماعی و اطمینان و اعتماد در جامعه را از او سلب می کند و به منزله خوره ی می ماند که در بدن شخص راه یافته، و اعضای او را یکی پس از دیگری می خورد، تا جایی که به کلی رشته حیاتش را قطع نموده و هویت و شخصیت اجتماعی افراد را که خود از آن اطلاعی ندارند باطل نماید و از بین ببرد.^۳

این مسئله راه را برای مبلغان دینی باز می کند که چگونه باید از احساسات و عواطف مخاطبان استفاده نمایند، تا از نافرمانی خداوند دست برداشته، مسیر هدایت و سعادت را در پیش گیرند.

۱. شیرازی، تفسیر نمونه، ج ۲۰، ص ۳۵۷.

۲. شیرازی، همان، ج ۱۷، ص ۱۰۹.

۳. طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، ج ۱۸، ص ۳۲۴.

اسلام به ما سفارش کرده است که حتی کودکان را با نام خوب صدا بزنید، اگر کودکی در جایی نشست او را بلند نکنید. اگر سخنی گفت گوش دهید، اگر به او قولی دادید عمل کنید. در سلام کردن میان فقیر و ثروتمند فرقی نگذارید. در میهمانی‌ها هم فقیران را دعوت کنید و هم ثروتمندان را. در امر به معروف و نهی از منکر، کلام نرم بکار ببرید. هرگز خود را یک طرفه، بر حق ندانید و انصاف را رعایت کنید. این‌ها همه برای حفظ عواطف و احساسات است.^۱

مبلغان دینی می‌توانند ضمن تبیین احکام و معارف اسلامی و دینی و با استفاده از احساسات و عواطف مخاطبان، مسیر هدایت و سعادت را برای انسان‌ها هموار نمایند. آن‌چه در این جا دارای اهمیت است این است که، زیر بنای تحریک عواطف محبت و مهر ورزی است که یا ریشه الهی دارد و یا از امیال نفسانی و شیطانی تراوش می‌کند. اما در این میان تنها با محبت الهی است که مهر ورزی به زن و فرزند و سایر مردم معنا پیدا می‌کند و کاربرد فراوانی در اجرا و تثبیت ارزش‌های اخلاقی در جامعه دارد. اما اگر عواطف انسان از چارچوب اصلی خود که جنبه الهی بودن آن است خارج شود و امیال نفسانی و شیطانی بر آن چیره گردد، دیگر نمی‌توان روی آن حساب باز کرد. و لذا برنامه ریزی تبلیغی باید به گونه‌ای به مرحله اجرا در آید که بتواند با استفاده از منابع دینی، بر مبنای حب و بغض الهی به تحریک عواطف بپردازد.

نتیجه گیری

۱. محمدی، استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات.

از آن چه گذشت روشن گردید که مسئله تبلیغ از مسائل مهم جامعه بشری و اسلامی است که نقش بسیار مؤثری در ترویج فرهنگ و معارف اسلامی ایفا می کند، و در دنیای امروز نیز به عنوان بخشی از علوم بشری و یکی از پیچیده ترین و مهم ترین آوردگاه مبارزه شناخته شده است. از سوی دیگر بحث حب و بغض در اسلام از اساسی ترین مبانی اسلامی و بنیادی ترین روش دگرگونی انسان و ایجاد تحول درونی و بیرونی به حساب می آید و مهم ترین عاملی است که می تواند انسان را به سمت حق و یا جهت باطل سوق دهد. تبیین مبانی اسلامی بر اساس حب و بغض در عرصه مناسب تبلیغی که وجود دارد، می تواند نقش سازنده ای در پیش برد اهداف اسلامی، تعالی و تکامل جامعه، تشویق به خوبی های مادی و معنوی و ایجاد نفرت از بدی ها و زشتی ها ایفا نماید. از مباحث صورت گرفته، دست آوردهایی حاصل شده است که عبارتند از: در تبلیغ، شناخت مخاطب و ویژگی های آن از اهمیت زیادی بر خوردار بوده و بدون شناخت از حالات مخاطبین، نمی توان به اهداف مورد نظر دست یافت. و اگر بخواهیم جامعه سالم داشته باشیم، لازمه اش این است که هنجارها و اخلاق اجتماعی در جامعه رعایت شود، اما از آن جا که جامعه محل تضاد و برخورد آمال و خواسته های مختلف آحاد جامعه است، بالتبع برخی از ناهنجاری ها بوجود آمده و نظم اجتماعی را مختل خواهد نمود. برای بیرون رفت از این مسئله، ابتدا باید عوامل بروز ناهنجاری های اخلاقی را بشناسیم تا راه مقابله با آن نیز در دستور کار قرار گیرد. و این مسئله نیز ما را به شناسایی افراد ناهنجار کمک خواهد نمود. برای جلوگیری از این ناهنجاری اخلاقی از نظر فرمایشات بزرگان دین، آگاهی بخشی و بیداری از خواب غفلت و هشدار و انذار نسبت به عواقب آن، در رأس امور قرار دارد و مهم ترین عاملی که می تواند از این مسائل جلوگیری نماید، تثبیت حب و بغض الهی در دل مردم است که با نشر معارف الهی و اسلامی در جامعه توسط مبلغان دینی باید صورت بگیرد. و با تثبیت حب و بغض الهی در دل مردم می توان از این ناهنجاری اخلاقی جلوگیری نمود.

این مقاله به عنوان فتح البابی عمدتاً به صورت کلی به این مسئله پرداخته است. باورم بر این است که اگر زوایای مختلف سه حوزه اعتقادی و اخلاقی و اجتماعی مورد توجه و ارزیابی قرار گیرد، حب و بغض می تواند در تثبیت، استحکام و تقویت زیر بنای هر یک از این سه حوزه، نقش مؤثر ایفا نماید. و مهم ترین راه برد برای مقابله با تهاجم فرهنگی دشمنان اسلام باشد.

فهرست منابع

قرآن کریم

نهج البلاغه

۱. ابن اثیر، مبارک بن محمد، النهایه فی غریب الحدیث و الاثر، بیروت، دار المعرفه، ۱۴۳۲ ه.ق. چاپ چهارم.
۲. ابن فارس، احمد بن فارس، معجم مقاییس اللغة، قم، تحقیق، هارون عبد السلام محمد، مکتب الاعلام الاسلامی، ۱۴۰۴ ه.ق، چاپ اول.
۳. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب، قم، ادب الحوزه، ۱۳۶۳ ه.ش.
۴. ابوحيان اندلسی، محمد بن یوسف، البحر المحيط فی التفسیر، بیروت، دارالفکر، ۱۴۲۰ ه.ق، چاپ اول.
۵. الخوری، سعید، اقرب الموارد فی فصیح العربیة والشوارد، تهران، اسوه، ۱۳۷۴ ه.ش، چاپ اول.
۶. پاینده، ابوالقاسم، نهج الفصاحه، تهران، دنیای دانش، ۱۳۸۲ ه.ش، چاپ چهارم.
۷. تهرانی، مجتبی، اخلاق الاهی، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۲۱ ه.ش، چاپ اول.
۸. تمیمی آمدی، عبد الواحد بن محمد، غرر الحکم و درر الکلم، قم: انتشارات دار الکتاب الإسلامی، چاپ دوم، ۱۴۱۰ ه.ق.
۹. جوهری، اسماعیل بن حماد، الصحاح، تحقیق احمد عبد الغفور عطار، بیروت، دار العلم للملایین، ۱۴۰۴، چاپ سوم.
۱۰. حر عاملی، محمد بن حسن، وسائل الشیعه، قم، آل البيت، ۱۴۰۲ ه.ق، چاپ اول.
۱۱. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات الفاظ القرآن، تحقیق، صفوان عدنان داوودی، بیروت، دار القلم، ۱۴۱۲ ه.ق، چاپ اول.
۱۲. رهبر، محمد تقی، پژوهشی در تبلیغ، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی (دانشگاه امام صادق)، ۱۳۷۱ ه.ش، چاپ اول.
۱۳. زبیدی، محمد مرتضی، تاج العروس من جواهر القاموس، بیروت، دار الفکر، ۱۴۱۴ ه.ق.
۱۴. شیرازی، ناصر مکارم، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۴ ه.ش، چاپ اول.
۱۵. طبرسی، فضل بن حسن، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تهران، ناصر خسرو، ۱۳۷۲ ه.ش، چاپ سوم.
۱۶. طوسی، محمد بن الحسن، التبیان، بیروت، دار احیاء التراث العربی، بی تا.
۱۷. طباطبائی، محمد حسین، المیزان فی تفسیر القرآن، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۴۱۷ ه.ق، چاپ پنجم.
۱۸. عادل سبزواری، محمود، لغت نامه قرآن کریم، تهران، نشر ثالث، ۱۳۸۷ ه.ش، چاپ اول.
۱۹. غزالی، محمد، احیاء علوم الدین، ترجمه، محمد خوارزمی، تهران، انتشارات علمی فرهنگی، ۱۳۸۳ ه.ش، چاپ ششم.
۲۰. فراهیدی، خلیل بن احمد، ترتیب کتاب العین، تحقیق مهدی مخدومی و ابراهیم سامرای، قم، اسوه، ۱۴۱۴ ه.ق، چاپ اول.
۲۱. فخر رازی، محمد بن عمر، التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب)، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۲۰ ه.ق، چاپ سوم.

۲۲. قرشی، علی اکبر، قاموس قرآن، تهران، دار الکتب الاسلامیه، ۱۳۷۱ ه.ش، چاپ ششم.
۲۳. جمعی از نویسندگان، کلیات تبلیغ تربیت گرا با تکیه بر آیات و روایات، تهران، پژوهشکده باقر العلوم، ۱۳۲۴ ه.ق، چاپ دوم.
۲۴. کلینی، محمد بن یعقوب، الکافی (ط اسلامیه)، تهران، دار الکتب الاسلامیه، ۱۴۰۷ ه.ق، چاپ چهارم.
۲۵. مرکز فرهنگ و معارف قرآن، دائرة المعارف قرآن کریم، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۸۱ ه.ش. چاپ اول.
۲۶. محمد انور، محمدی، استفاده از حب و بغض در عرصه تبلیغ از منظر آیات و روایات، ۱۳۹۹ ه.ق.
۲۷. مجلسی، محمد باقر، بحار الانوار (ط بیروت)، بیروت، دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ه.ق. چاپ دوم.
۲۸. مصطفوی، حسن، التحقيق فی کلمات القرآن اکریم، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۷۴ ه.ش. چاپ اول.
۲۹. نراقی، محمد مهدی، جامع السعادات، ترجمه کریم فیضی، قم، قائم ال محمد (عج)، ۱۳۸۸ ه.ش. چاپ دوم.
۳۰. نراقی، احمد بن محمد مهدی، معراج السعاده، قم، دفتر انتشارات زینی، ۱۳۸۳ ه.ش، چاپ اول.