

The Role of Aligning the Message with Self-Love in Its Effectiveness for Changing Audience Behavior Based on Qur'anic Data



Abbas Alipour¹  Mohammadreza Salarifar² Ahmad Gholamali³

Received: 2025/04/21 • Revised: 2025/07/27 • Accepted: 2025/08/23 • Published online: 2025/10/01

Abstract

This study seeks a method to enhance the impact of messages on audiences and, consequently, change their behavior. Human beings possess various inclinations and tendencies, each directing them toward behaviors consistent with those inclinations. For example, the desire for exploration and acquiring knowledge motivates a person toward further learning; yet comfort-seeking or the tendency to accumulate wealth may pull the person in another direction, preventing them from pursuing knowledge. Thus, many Qur'anic verses, narrations, and generally any messages aimed at behavioral reform may be perceived by the audience as being contrary to their inner tendencies; therefore, they may be rejected. This research aims to identify a method through which the audience

1. PhD Candidate, University of Qur'an and Hadith, Qom, Iran (Corresponding Author).

aap@mailfa.com

2. Faculty Member, Research Institute for Hawzah and University, Qom, Iran.

msharifar@rihu.ac.ir

3. Faculty Member, University of Qur'an and Hadith, Qom, Iran. agam@mailfa.com

* Alipour, A., Salarifar, M., & Gholamali, A. (2025). The role of aligning the message with self-love in its effectiveness for changing audience behavior based on Qur'anic data. *Studies of Qur'anic Sciences*, 7(3), pp. 38-62.

<https://doi.org/10.22081/jqss.2025.72641.1397>

Publisher: Islamic Sciences and Culture Research Institute, Qom, Iran

© 2025 "authors retain the copyright and full publishing rights"



perceives such messages as compatible with their own inclinations, thereby creating or strengthening motivation to adopt the desired behavior. Applying this method helps preachers, speakers, writers, and all educators convey their messages in a manner that is more attractive and effective for the audience by understanding human inclinations.

Using a descriptive-analytical approach, this paper examines Qur'anic verses and narrations to analyze methods of influencing the audience and changing their behavior. The findings indicate that *aligning the message with self-love (ḥubb-al-dhāt)* is the most effective method for changing inclinations and, consequently, behavior. Based on this, the content must be presented in such a way that the audience not only does not feel the requested action contradicts their desires, but rather perceives the message as harmonious with their inclinations and tendencies.

Keywords

Message, Self-Love, Behavior, Behavioral Change, Rhetoric, Motivation.

Extended Abstract

Many Qur'anic messages are repeated through different expressions that ultimately convey the same content, yet each has a distinct impact. For example, in encouraging people to give charity (Infaq), God at one point commands them to spend (al-Baqarah 2:267), elsewhere presents charity as beneficial to the giver (al-Baqarah 2:272), and in another verse likens it to a crop that yields many times its produce (al-Baqarah 2:261). He also says: "Spend out of that which He has made you heirs to" (al-Hadid 57:7). This use of varied expressions can be observed across all Qur'anic themes. Since God, the All-Wise, speaks with wisdom and does not utter anything in vain, it is necessary to examine why such diverse expressions are used and what purpose they serve. One aim of expressing concepts in multiple ways is to help people attain piety (Taha 20:113). Another purpose is to serve as a reminder to people (al-Isra' 17:41). Overall, it may be said that in order for the Wise Qur'an to effectively influence its audience and transform their behavior, it employs certain methods—one of which is examined in this study.

Accordingly, the present research seeks to identify a method that increases the impact of the message on the audience and consequently leads to behavioral change. Human beings possess various inclinations and tendencies, each directing them toward certain behaviors. For example, the desire for exploration and acquiring knowledge motivates a person toward learning, whereas comfort-seeking or the inclination to accumulate wealth may lead them away from learning. Therefore, many Qur'anic verses, narrations, and in general, reform-oriented messages may be perceived by the audience as contradicting their inner tendencies, causing them to reject such messages. This study aims to find a method by which the audience perceives such messages as compatible with their own inclinations, thus creating or strengthening the motivation to adopt the desired behavior. One highly effective method that leads to a change in inclination and ultimately behavior is aligning the message with human internal tendencies. In this work, the focus is on aligning the message with *self-love* (*ḥubb al-dhāt*). Employing this method enables preachers, speakers, writers, and educators to present their messages in a manner that is more appealing and impactful by understanding human tendencies.

This article, using a descriptive-analytical approach, examines Qur'anic verses and narrations to identify methods of influencing the audience and altering their behavior. The findings show that *aligning the message with self-love* is the most effective method for changing inclinations and, consequently, behavior. Based on this, content should be presented in a way that the audience not only does not feel the message opposes their desires, but rather perceives it as harmonious with their inclinations. A message that contradicts self-love does not create behavioral motivation; therefore, every message given to the audience must align with self-love. This method appears abundantly in Qur'anic verses and narrations. Aligning with self-love means that recommendations on charity, modesty, sincerity, altruism, discipline, and other virtues should be conveyed in a way that the audience does not feel these directives oppose their inner tendencies; instead, they should feel that such guidance fulfills their desires in a higher and more complete manner. For example, to motivate charity, God first asks: "Shall I guide you to a profitable trade?" Then He

states that the way to this trade is spending in the path of God. Likewise, Imam Ali (a) says: “If you become poor, trade with God!” and then explains that this occurs through giving charity. When a message aligns with self-love, the very inclinations that may lead a person to miserliness, vice, or sin become the driving force for virtues and moral excellence.

دور انسجام الرسالة مع حبّ الذات في تأثيرها على تغيير سلوك المتلقي استناداً إلى معطيات القرآن الكريم



عباس علي بور^١ محمد رضا سالاري فر^٢ أحمد غلامعلي^٣

تاريخ الإستلام: ٢٠٢٥/٠٤/٢١ تاريخ التعديل: ٢٠٢٥/٠٧/٢٧ تاريخ القبول: ٢٠٢٥/٠٨/٢٣ تاريخ الإصدار: ٢٠٢٥/١٠/٠١

الملخص

البحثُ هذا يتوخّى ابتكارَ منهجٍ يزيدُ من فاعلية الرسالة في نفس المتلقي، ويُسهّم بالتالي في تغيير سلوكه. فالإنسانُ يحملُ في داخله ميولاً ونزعاتٍ متباعدة، تدفعه كلّ منها إلى سلوكٍ يتناسب معها؛ فالميلُ إلى الاكتشاف وطلب العلم يحثّه على مزيدٍ من التعلّم، بينما حبّ الراحة أو النزعة إلى جمع الثروة قد يجره إلى سلوكٍ آخر يجرّمه من متابعة العلم. ومن هنا فإن كثيراً من الآيات والروايات، بل والرسائل الإصلاحية عموماً، قد يراها المتلقي متعارضةً مع ميوله ونزعاته الداخلية، فيرفضها ولا يستجيب لها. يسعى هذا البحث إلى ابتكار منهج يجعل المتلقي يعدّ مثل هذه الرسائل منسجمة مع ميوله، فينشأ لديه - أو يتعرّز - الدافع إلى ممارسة السلوك المطلوب. إن اعتماد هذا المنهج يعين المبلّغين والخطباء والكتّاب وسائر المربين

٤٢
مِظَالُ الْعَالِيَةِ
لِلْعِلْمِ
سَمَارُهُ
١٤٠٤ هـ

١. طالب دكتوراه في جامعة القرآن والحديث. قم، إيران. (المؤلف المسؤول):

aap@mailfa.com

msharifar@rihu.ac.ir

agam@mailfa.com

٢. عضو هيئة التدريس في معهد الحوزة والجامعة. قم، إيران.

٣. عضو هيئة التدريس في جامعة القرآن والحديث. قم، إيران.

* علي بور، عباس؛ سالاري فر، محمد رضا؛ غلامعلي، أحمد. (١٤٠٤ هـ ش). دور انسجام الرسالة مع حبّ الذات في تأثيرها على تغيير سلوك المتلقي استناداً إلى معطيات القرآن. دراسات علوم القرآن، ٧(٣)، ص ٣٨-٦٢.

<https://doi.org/10.22081/jqss.2025.72641.1397>

الناشر: المعهد العالي للعلوم والثقافة الإسلامية. قم، إيران.

© ١٤٠٤ «حقوق التأليف وحقوق النشر الكاملة محفوظة للكتّاب».



على صياغة رسائلهم، من خلال معرفة نزعات الإنسان، بأسلوب يكون أكثر جاذبية وفاعلية لدى المتلقي. تتناول هذه الدراسة، بمنهجٍ وصفيٍّ تحليليٍّ، ومن خلالِ فحصِ آياتِ القرآنِ والرواياتِ، الأساليبَ المؤثرة في المتلقي والمغيرة لسلوكه. وتُظهرُ نتائجُ هذا البحث أنَّ «مواءمة الرسالة مع حبِّ الذات» هي أفضلُ طريقةٍ لتغيير الميول، ومن ثَمَّ تغيير السلوك. وعلى هذا الأساس ينبغي أن يُعرض المحتوى بطريقة تجعل المتلقي عند سماع الرسالة لا يشعر بأن المطلوب منه يتعارض مع ميوله، بل يحسُّ أن مضمون الرسالة منسجم وموافق مع رغباته ونزعاته الداخلية.

الكلمات المفتاحية

الرسالة، حبّ الذات، السلوك، تغيير السلوك، فنّ البيان، الدافع.

نقش هماهنگی پیام با حب ذات در تأثیرگذاری آن در تغییر رفتار مخاطب براساس داده‌های قرآن



عباس علی‌پور^۱  محمدرضا سالاری‌فر^۲ احمد غلامعلی^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۱ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۵/۰۵ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۱ • تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۷/۰۹

چکیده

این پژوهش در پی روشی برای افزایش تأثیر پیام بر مخاطب و در نتیجه تغییر رفتار اوست. گرایش‌ها و تمایلاتی در انسان وجود دارد که هر کدام انسان را به رفتاری مناسب با خود سوق می‌دهد؛ مثلاً میل به اکتشاف و کسب علم، او را به فراگیری بیشتر فرا می‌خواند؛ اما راحت‌طلبی یا گرایش به ثروت‌اندوزی او را به رفتار دیگری می‌کشاند که از علم‌آموزی باز می‌دارد؛ بنابراین بسیاری از آیات و روایات و به‌طور کلی پیام‌هایی که با هدف اصلاح رفتار بیان می‌شوند، چه بسا مخاطب آن را مخالف تمایلات و گرایش‌های درونی خود به حساب آورد؛ از این رو آن را نپذیرد. این پژوهش در پی یافتن روشی است که مخاطب چنین پیام‌هایی را موافق تمایلات خود به حساب آورد و در نتیجه انگیزه انجام آن رفتار را در او ایجاد و یا تقویت کند. به کارگیری این روش به مبلغان، گویندگان و نویسندگان و همه مربیان

۴۴
 مُطَالَعَاتُ الْقُرْآنِ
 فصل
 هفتم
 شماره ۳، ۱۴۰۴

۱. دانشجوی دکتری دانشگاه قرآن و حدیث، قم، ایران (نویسنده مسئول).

aap@mailfa.com

msharifar@rihu.ac.ir

agam@mailfa.com

۲. عضو هیئت علمی پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران.

۳. عضو هیئت علمی دانشگاه قرآن و حدیث، قم، ایران.

* علی‌پور، عباس؛ سالاری‌فر، محمدرضا؛ غلامعلی، احمد. (۱۴۰۴). نقش هماهنگی پیام با حب ذات در تأثیرگذاری آن در تغییر رفتار مخاطب براساس داده‌های قرآن، مطالعات علوم قرآن، (۳۷)، صص ۳۸-۶۲.
<https://doi.org/10.22081/jqss.2025.72641.1397>

□ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

© ۱۴۰۴ «حق تألیف و حقوق کامل انتشار برای نویسندگان محفوظ است»



کمک می‌کند تا پیام‌های خود را با شناخت گرایش‌های انسان، با شیوه‌ای که برای مخاطب جذاب‌تر و مؤثرتر باشد، بیان کنند. این نوشتار با رویکرد توصیفی-تحلیلی، با بررسی آیات قرآن و روایات، روش‌های تأثیرگذاری بر مخاطب و تغییر رفتار او را بررسی کرده است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد: «هماهنگ کردن پیام با حب ذات» بهترین شیوه تغییر گرایش و در نتیجه تغییر رفتار است. بر این پایه، محتوا باید به گونه‌ای بیان شود که مخاطب با شنیدن پیام نه تنها احساس نکند آنچه از او می‌خواهند برخلاف میل اوست، بلکه احساس کند محتوای پیام همسو و موافق با تمایلات و گرایش‌های اوست.

کلیدواژه‌ها

پیام، حب ذات، رفتار، تغییر رفتار، فن بیان، انگیزه.

بسیاری از پیام‌های قرآن، با عبارات متفاوت تکرار شده است که در مجموع یک محتوا را بیان کرده، دارای تأثیری متفاوت است. برای نمونه خداوند برای ترغیب انسان به انفاق، در یک مورد به انفاق دستور داده است (بقره، ۲۶۷)، در جای دیگری انفاق را به سود انفاق‌کننده معرفی می‌کند (بقره، ۲۷۲) و آن را به زراعتی که صدها برابر محصول می‌دهد، تشبیه می‌نماید (بقره، ۲۶۱). همچنین می‌فرماید: بعضی اموالی که از گذشتگان به شما ارث رسیده است، انفاق کنید (حدید، ۷).

بیان موضوع در قالب‌های متفاوت، در همه موضوعات دیده می‌شود؛ چون خداوند حکیم، سخنش حکیمانه است و قطعاً سخن بیهوده نمی‌گوید. باید بررسی شود علت این تعابیر متفاوت چیست و چه هدفی را دنبال می‌کند. خداوند حکیم بیان فرموده است: ما آیات قرآن را با شکل‌های مختلف و متفاوت بیان می‌کنیم: «وَكَذَلِكَ نُصَرِّفُ الْآيَاتِ» (انعام، ۱۰۵). کلمه «نُصَرِّفُ» به معنای ایجاد دگرگونی و به شکل‌های مختلف درآوردن است و بیان می‌دارد آیات قرآن به شکل‌های متفاوت و با استفاده از تمام وسایل نفوذ روانی، برای کسانی که در سطوح مختلف از نظر فکر و عقیده و سایر جنبه‌های اجتماعی و روانی قرار دارند، نازل شده است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۹، ج ۵، ص ۳۹۰).

بر اساس سخن خداوند حکیم، یکی از اهداف بیان مفاهیم با تعابیر مختلف، متقی شدن مردم است: «وَ صَرَّفْنَا فِيهِ مِنَ الْوَعِيدِ لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ: و در آن از بیم‌ها و هشدارها گونه‌گون آوردیم تا شاید پرهیزند» (طه، ۱۱۳). در مورد دیگر، هدف را متذکر شدن مردم بیان کرده است: «وَلَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَذَا الْقُرْآنِ لِيَذَّكَّرُوا: و در این قرآن، سخن را گوناگون گردانیدیم تا یاد کنند و پند گیرند» (اسراء، ۴۱). همچنین فرموده است: «صَرَّفْنَا الْآيَاتِ لَعَلَّهُمْ يَرْجِعُونَ: ما آیات خود را به صورت‌های گوناگون بیان کردیم. شاید باز گردند!» (احقاف، ۲۷). در مجموع می‌توان گفت برای اینکه قرآن حکیم تأثیرگذار باشد و رفتار مخاطب را تغییر دهد، از روش‌هایی استفاده کرده است که در این پژوهش یکی از این روش‌ها بررسی می‌شود.

بسیاری از پیام‌هایی که با هدف تغییر رفتار بیان می‌شوند، مخالف تمایلات انسان است؛ مثلاً توصیه به حجاب مخالف میل به دلربایی است یا توصیه به جهاد و دفاع، مخالف دنیاگرایی و ثروت‌اندوزی است. همچنین توصیه به انفاق با میل به ثروت‌اندوزی، در تعارض است که خداوند حکیم در مورد تعارض می‌فرماید: «وَمِنْهُمْ مَنْ عَاهَدَ اللَّهُ لَئِنْ آتَانَا مِنْ فَضْلِهِ لَنَصَّدَّقَنَّ وَلَنَكُونَنَّ مِنَ الصَّالِحِينَ فَلَمَّا آتَاهُمْ مِنْ فَضْلِهِ بَخِلُوا بِهِ وَتَوَلَّوْا وَهُمْ مُعْرِضُونَ». و از آنان کسانی هستند که با خداوند عهد کردند که اگر از فضل خویش بر ما عطا کند، حتماً تصدق می‌دهیم (حق هر صاحب حقی را می‌پردازیم) و مسلماً از صالحان خواهیم بود. پس چون از فضل خویش بدان‌ها عطا نمود، به آن بخل ورزیدند و در حال اعراض [قلبی] روی برتافتند» (توبه، ۷۵-۷۶). این آیه بیان می‌دارد بعضی افراد با تأکید زیاد با خدا عهد می‌کنند که اگر صاحب مال شوند، صدقه بدهند؛ ولی وقتی به ثروت می‌رسند، میل شدید به دارایی، آنان را از انفاق باز می‌دارد. با وجود چنین تضادهایی، چگونه می‌توان انگیزه انجام رفتارهایی که مخالف تمایلات انسان است، در او ایجاد کرد؟

در این پژوهش تبیین می‌شود: برای اینکه آگاهی و شناخت، انگیزه رفتار را در انسان تقویت کند، پیامی که باید به مخاطب داده شود، دارای چه ویژگی‌هایی باشد و چگونه باید بیان گردد. بررسی آیات و روایات با روش توصیفی - تحلیلی نشان می‌دهد قرآن حکیم برای باورپذیری پیام و تغییر رفتار مخاطب، از روش‌هایی بهره برده است که یکی از آنها که باعث تغییر گرایش مخاطب و درنهایت موجب تغییر رفتار او می‌گردد، موافقت پیام با گرایش‌ها و تمایلات درونی انسان است. برای پرهیز از طولانی شدن بحث، در این نوشتار فقط موافقت پیام با «حب ذات» بررسی می‌شود.

۱. مفهوم‌شناسی

۱-۱. انگیزه

انگیزه نیرویی درونی است که فرد را به انجام یا ترک رفتار خاصی وا می‌دارد (شجاعی، ۱۳۹۱، ص ۱۴۳). تمام رفتارهای هدف‌مند، از انگیزه ناشی می‌شوند (ویتن، ۱۳۸۴، ص ۱۷۷) و

هیچ رفتاری بدون انگیزه انجام نمی‌شود (رضائیان، ۱۳۹۳، ص ۲۳۰). همچنین در مورد انگیزه گفته شده است نیروی ایجادکننده، نگهدارنده و هدایت‌کننده رفتار است (سیف، ۱۳۸۷، ص ۲۳۰) که از نیازهای درونی انسان ناشی می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۹۹، ص ۱۵۹). این نیروی درونی، با محرک‌های بیرونی تقویت می‌گردد و شدت می‌یابد (ویتلی، ۱۳۸۸، ص ۲۸).

۱-۲. حب ذات

حب ذات که از آن به خوددوستی نیز تعبیر می‌شود، از گرایش‌های است که همه از آن برخوردارند. اولین کششی است که از عمق وجود انسان می‌جوشد و دیگر گرایش‌ها، شاخه‌های آن هستند (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۲، ص ۷۹).
 حب ذات، به انسان اختصاص ندارد، بلکه هیچ موجود ذی‌شعوری نمی‌تواند موجود باشد و به خود محبت نداشته باشد. حتی فرض نیستی حب ذات، به نفی خود ذات می‌انجامد (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ص ۸۱).

۲. اقتضائات حب ذات

حب ذات اقتضائاتی دارد که در اینجا به دو مورد اشاره می‌کنیم.
 میل شدید به بقا: به دلیل وجود حب ذات، انسان بشدت به بقا میل دارد و فناء خودش را دوست ندارد. ملازمه حب ذات و میل به زندگی جاودانه، چنان زیاد است که هیچ کس نمی‌تواند وجود خوددوستی را در انسان بپذیرد، ولی میل به جاودانگی را از او نفی کند (مصباح یزدی، ۱۳۹۸، ص ۲۲۳). اگر حب ذات نبود، انسان تلاشی برای دوام زندگی‌اش انجام نمی‌داد و در برابر خطرهای خود دفاع نمی‌کرد (سبحانی، ۱۳۷۵، ص ۱۶).
 عشق به خدا: اقتضای دیگر حب ذات، عشق به خداست. حب ذات، مهمترین چیزی است که عشق خدا را در دل ایجاد و تقویت می‌کند (شبر، ۱۳۸۷، ص ۴۰۷؛ نراقی، ۱۳۷۵، ص ۷۱۷). چون انسان «خود» را دوست دارد، اگر عمیق و پیوسته به این بیندیشد که عین ربط و وابسته و نیازمند خداوند است، محبت خداوند در دل او افزون می‌شود (مصباح یزدی، ۱۳۸۴، ص ۹۵). به‌طور خلاصه می‌توان گفت: حب ذات، ریشه همه گرایش‌ها و کمالات و رفتارهاست.

۳. پاسخ به شبهات و پرسش‌ها

در مورد این میل فطری و طبیعی که خداوند در وجود انسان نهاده است، شبهاتی مطرح شده که پیش از ورود به اصل بحث لازم است به این شبهات پاسخ داده شود:

۳-۱. نکوهش حب ذات در روایات

با توجه به آنچه درباره حب ذات بیان شد، چرا در روایات حب نفس بدترین دشمن انسان معرفی شده است؟ رسول خدا ﷺ فرمود: «أَعْدَى عَدُوِّكَ نَفْسُكَ الَّتِي بَيْنَ جَنْبَيْكَ: دشمن‌ترین دشمن تو، نفسی است که میان دو پهلویت قرار دارد» (ورام بن ابی فراس، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۵۹).

مهمترین پاسخ آن است که حب ذات و سایر گرایش‌ها، از محدوده اختیار خارج‌اند؛ از این رو در محدوده امور ارزشی قرار نمی‌گیرند (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۲، ص ۸۰)؛ اما حب نفس که در مباحث اخلاق نکوهش می‌شود، مسئله‌ای اختیاری و در محدوده امور ارزشی است و در حقیقت بازگشت آن به ترجیح خواست‌های حیوانی بر گرایش‌های والای انسانی است (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۲، ص ۸۱). هر جا در قرآن امور نفسانی سرزنش شده، به لحاظ اصل وجود روح و مایه‌های فطری آن نیست؛ بلکه به لحاظ تمایلات حیوانی است که مبدأ رفتارهای نکوهیده می‌گردد (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ج ۲، ص ۷۲)؛ یعنی «نکوهش‌ها به طبیعت انسانی مربوط است که از خاک آفریده شده و ستایش‌ها به روح و فطرت او باز می‌گردند» (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ص ۲۱).

در کتاب فرهنگ شیعه آمده است: «اگر انسان در حب ذات افراط کند، سر از خودپرستی در می‌آورد و از تکامل باز می‌ماند. قرآن کریم نیز پرستش هوس را نکوهش کرده است» (خطیبی و همکاران، ۱۳۸۵، ص ۳۹۱). با این توضیحات، از دو جهت نادرستی این مطلب روشن می‌شود: نخست، حب ذات از محدوده اختیار خارج است؛ دوم، رفتار نامناسب انسان، ناشی از افراط در حب ذات نیست؛ بلکه اشتباه در مصداق کمال است که در ادامه توضیح داده می‌شود.

۳-۲. تضاد گناه با حب ذات

همان گونه که بیان شد، حب ذات موجب می شود انسان جوای کمال و منفعت، بکوشد و از ضرر و خطر بگریزد. با وجود این گرایش، چرا انسان کارهایی انجام می دهد که او را از کمال باز می دارد و یا برای او ضرر دارد؟ این سؤال از آن جهت اهمیت دارد که رفتار انسان ناشی از انگیزه اوست و از لحاظ روانی نمی تواند کاری انجام دهد که به نفعش نباشد (پالمر، ۱۳۸۵، ص ۷۵).

پاسخ آن است که انسان، جوای حق است نه باطل؛ اگر سراغ باطل می رود، برای آن است که باطل را حق پنداشته است. انسانی که به سوی سراب می رود، هدفش سراب نیست، بلکه جوای آب است و سراب را آب پنداشته است؛ حتی هدف کفار از اعمالشان این است که به غایتی برسند که فطرت و جبلتشان آنها را به سوی آن روانه می کند. به طور کلی هر عملی که انسان می کند، به حکم فطرت، هدفش سعادت است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۱۸۲)؛ اما در اینکه چه چیزی موجب کمال و منفعت اوست، در موارد بسیاری اشتباه می کند؛ نه اینکه آن رفتار را با هدف جلب ضرر و دفع کمال انجام دهد (جوادی آملی، ۱۳۷۸، ص ۲۷۱).

خداوند حکیم در توصیف کفار، که سراب را آب می پندارند، می فرماید: «وَالَّذِينَ كَفَرُوا أَعْمَالُهُمْ كَسَرَابٍ بِقِيعَةٍ يَحْسَبُهُ الظَّمْآنُ مَاءً: و کسانی که کافر شدند، کردارهایشان - که به پندارشان نیکوست - چون سرابی است در بیابانی هموار که تشنه آن را آب پندارد» (نور، ۳۹). بنابراین با توجه به اقتضای حب ذات که جلب منفعت و دفع ضرر است، اگر انسان مصادیقی که سود بیشتری نصیب او می کند، بشناسد، سودگرایی و منفعت طلبی او را به بالاترین مراحل ایثار می رساند؛ چون با محاسبه عقل به این نتیجه می رسد که اگر از منافع کوتاه مدت و گذرای دنیوی بگذرد، به منافع ابدی اخروی نایل می گردد (خوانساری، ۱۴۰۳).

۳-۳. تضاد حب ذات و رفتارهای ایثارگرانه

اشکال دیگر آن است که این نظریه موجب نفی دیگر گروهی و رفتارهای ایثارگرانه

می‌شود و با اخلاق که انسان را به فداکاری توصیه می‌کند، سازگار نیست. به اختصار، به این شبهه پاسخ می‌دهیم.

طبع بشر بر این است که چیزی را دوست بدارد که سودش به خودش برگردد؛ نه چیزی که نفعش برای دیگری باشد؛ مگر آنکه برگشت نفع غیر نیز به نفع خودش باشد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۴، ص ۱۷۵)؛ بنابراین رفتاری که منفعتی ندارد، انگیزه آن در او ایجاد نمی‌گردد؛ حتی فعالیت‌هایی که در ظاهر فقط به انگیزه دیگرخواهی انجام می‌شود، در سطح عمیق‌تری از میل به کمال، که یکی از فروع حبّ ذات است، نشئت می‌گیرد (مصباح یزدی، ۱۳۹۴، ص ۸۱)؛ از این رو یکی از روش‌های ایجاد انگیزه در قرآن و روایات، بیان منافع رفتار است. برای نمونه، شهادت، تجارتی سودمند به حساب آمده که خداوند حکیم خریدار جسم انسان و انسان فروشنده آن است (توبه، ۱۱۱). بنابراین شهادت فداکردن «خود» نیست؛ بلکه دادن جسم برای رسیدن به منافع بالاتر و نیز گذشتن از زندگی کوتاه برای کسب منافع ابدی است.

۵۱

مُطَالَعَةُ الْقُرْآن

نقش هماهنگی پیام با حب ذات در تفسیر رفتار مخاطب بر اساس داده‌های قرآن

حال که روشن شد، رفتاری که هیچ سودی نداشته باشد، انگیزه آن در انسان ایجاد نمی‌شود، لازم است بیان گردد نوع سودی که انسان به دنبال آن است، تابع نوع نگاه او به دنیاست؛ انسانی که منفعت‌جو آفریده شده و جز منفعت خود را نمی‌خواهد، اگر زندگی را منحصر به دنیا بداند، نفع خودش را در این می‌بیند که دارایی دیگران را ضمیمه خود کند (مطهری، ۱۳۷۵، ص ۱۳۵). در نظر چنین فردی، ایشار و انفاق ارزشمند نیست؛ چون در باور او، عالم دیگری وجود ندارد که انسان نتیجه اعمالش را ببیند؛ از این رو احسان به دیگران را به ضرر خود می‌داند. خداوند حکیم می‌فرماید: «وَمِنَ الْأَعْرَابِ مَنْ يَتَّخِذُ مَا يُنْفِقُ مَغْرَمًا؛ و از بادیه‌نشینان عرب برخی هستند که آنچه را [در راه خیر] انفاق می‌کنند، غرامت و زیان می‌پندارند» (توبه، ۹۸ - ۹۹)؛ اما کسی که باور دارد زندگی منحصر به دوران اقامتش در دنیا نیست، از لذت کوتاه دنیا به خاطر لذت بی‌نهایت آخرت می‌گذرد (مصباح یزدی، ۱۳۹۹، ص ۱۶۵). انسان می‌تواند حتی از جان خود بگذرد و انگیزه او سودی بالاتر از بهشت، یعنی رسیدن به رضوان خداوند باشد. بنابراین از نظر معادباوران، خودگرایی و سودگرایی به معنای دادن هر چیزی است که در دنیا

دارد تا به نعمت‌های همیشگی و مقام رضای خداوند متعال برسد. چنین کسی چه بسا برای رفاه و یا امنیت دیگران از زندگی دنیوی بگذرد، اما انگیزه او سودرساندن به «خودش» باشد. بیشتر روان‌شناسان نیز پذیرفته‌اند همه رفتارهای انسان، از جمله کمک به دیگران ناشی از انگیزه‌های خودگرایانه و خدمت به خود است. آنان نوع دوستی را به گونه‌ای بازتعریف می‌کنند که درون دیدگاه خودگرایی بگنجد (سالاری‌فر و دیگران، ۱۴۰۰).

به‌طور خلاصه، این سخن که انسان موجودی سودگراست، از آن جهت در نظر بعضی پژوهشگران، مخالف ایثارگری و موجب فروکاهش کرامت انسان معرفی شده که در نظر آنان سود، منحصر به منافع دنیوی است.

۴. موافقت پیام با حب ذات

در ادامه بر اساس اقتضائات حب ذات، موافقت پیام با حب ذات از آیات و روایات، بررسی می‌گردد.

۴-۱. به سود خود اندیشیدن

مهمترین اقتضای حب ذات آن است که اگر رفتاری برای انسان سودی نداشته باشد، انگیزه آن در او ایجاد نمی‌شود؛ چون سرشت بشر بر این است که چیزی را دوست بدارد که سودش به خودش برگردد؛ نه چیزی که سودش به دیگران برسد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۴، ص ۱۷۵). آیه ۱۱ سوره معارج، بیان می‌دارد انسان، حتی حاضر نیست «خود» را فدای بستگانش کند و به جهنم برود؛ بلکه آرزویش آن است که آنان را به جهنم بیندازد و خود را نجات دهد. کسی که حتی برای نزدیک‌ترین بستگانش «خودش» را فدا نمی‌کند، قطعاً برای امنیت دیگران از «خود» نمی‌گذرد. به همین سبب، خداوند برای ایجاد انگیزه شهادت‌طلبی، آن را تجارت با خدا به حساب آورده است (بقره، ۲۰۷؛ توبه، ۱۱۱)؛ بنابراین مؤمنان شهادت را این‌گونه معنا می‌کنند: جسمی که بناست با مرگ پیوسد، با شهادت آن را می‌فروشد و پاداش آن را در آخرت که محل زندگی جاویدان و ابدی است، دریافت می‌کند.

چون انسان فقط به سود خودش می‌اندیشد، یکی از روش‌هایی که برای ایجاد انگیزه در قرآن و روایات به کار رفته، تأکید بر این قاعده کلی است که هر کار خوب و بدی انجام دهید، سود و زیانش به «خودتان» می‌رسد. این شیوه بیان، برای ایجاد انگیزه رفتار خوب و بازداري از رفتار ناشایست، بسیار تأثیرگذار است؛ زیرا چیزی بر مخاطب تحمیل نمی‌کند؛ بلکه همان چیزی را که دوست دارد، از او می‌خواهد. در اینجا چند آیه از قرآن حکیم که با این روش بیان شده است، بررسی می‌گردد:

الف) جدانشدن نتیجه رفتار از انسان: قاعده کلی آن است که نتیجه هیچ رفتاری از انسان جدا نمی‌شود. خداوند حکیم می‌فرماید: «إِنْ أَحْسَنْتُمْ أُحْسِنْتُمْ لِنَفْسِكُمْ وَإِنْ أَسَأْتُمْ فَلَهَا: اگر نیکویی کنید، برای خودتان نیکویی کرده‌اید، و اگر بدی کنید به خود کرده‌اید» (اسراء، ۷). «لام» در «لانفسکم» و «فلها» لام اختصاص است؛ یعنی هر یک از احسان و اسائه شما، مختص خودتان است؛ بدون اینکه چیزی از آن به دیگران افزون شود (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۱۳، ص ۴۱). بنابراین هر عملی که در ظاهر به انگیزه خدمت به دیگران انجام می‌شود، در واقع خدمتی است که انسان به خودش می‌کند.

همچنین می‌فرماید: «وَمَنْ جَاهَدَ فَإِنَّمَا يُجَاهِدُ لِنَفْسِهِ إِنَّ اللَّهَ لَغَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ: کسی که تلاش می‌کند، برای «خود» تلاش می‌کند؛ چراکه خداوند از همه جهانیان بی‌نیاز است» (عنکبوت، ۶). بر اساس این آیه، اگر مریان می‌خواهند انگیزه رفتاری را در کسی ایجاد کنند، باید به او بفهمانند آن رفتار فقط به سود اوست و خداوند هیچ بهره‌ای از آن رفتار نمی‌برد.

ب) برگشت نتیجه کامل انفاق به انسان: خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه هرگونه احسان و کار خیر، فرموده است: «وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ خَيْرٍ فَلَا تُنْفِسْكُمْ وَ... يَوْفَ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ: آنچه از خوبی‌ها و اموال انفاق می‌کنید، برای «خودتان» است؛ ... و [پاداش آن] به‌طور کامل به شما داده می‌شود، و به شما ستم نخواهد شد» (بقره، ۲۷۲).

دو نکته که در این آیه برای ایجاد انگیزه انفاق وجود دارد، آن است که نخست می‌فرماید سود انفاق به «خودتان» برمی‌گردد؛ یعنی اگرچه از دست شما می‌رود و گره از دیگری می‌گشاید، در واقع کسی که بهره می‌برد، «خودتان» هستید. دوم، جمله «يَوْفَ

إِلَيْكُمْ» بیان می‌دارد نتیجه آن، کامل بر می‌گردد و چیزی از آن کاسته نمی‌شود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق، ص ۸۷۹) و جمله «وَأَنْتُمْ لَا تَظْلُمُونَ» آن را تأکید می‌کند. درباره بخیل نیز می‌فرماید: «مَنْ يَبْخُلْ فَإِنَّمَا يَبْخُلُ عَنْ نَفْسِهِ وَاللَّهُ الْغَنِيُّ وَأَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ: هر کس بخل ورزد، خود را محروم کرده است، و خداوند بی‌نیاز است و شما همه نیازمندید» (محمد، ۳۸). پیام آیه شریفه آن است که آنچه انفاق نمی‌کنید، در واقع خودتان را از آن مال بی‌نصیب کرده‌اید؛ یعنی ای انسانی که مالت را دوست داری و می‌خواهی آن را در راهی که به سودت باشد، مصرف کنی، مصداق بهترین مصرف که بهترین سود را به تو می‌رساند، انفاق در راه خداست.

ج) گناه، یعنی خسارت به خود: خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه ترک گناه، گناه را بالاترین خسارت و ضررزدن به خود توصیف کرده است: «أُولَئِكَ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنْفُسَهُمْ... لَا جَرَمَ لَهُمْ فِي الْآخِرَةِ هُمْ الْأَخْسَرُونَ» (هود، ۲۱ - ۲۲).

روایات نیز برای ایجاد انگیزه عبادت، عبادت را به سود انسان و ترک آن را موجب ضرر به او توصیف کرده‌اند. امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرماید: «إِنَّ أَنْصَحَ النَّاسِ لِنَفْسِهِ أَطْوَعُهُمْ لِرَبِّهِ وَ إِنْ أَعَشَّهُمْ لِنَفْسِهِ أَعْصَاهُمْ لِرَبِّهِ: کسی که بیشتر خیر خواه خود است، در برابر خدا، از همه کس فرمان‌بردارتر است و کسی که بیشتر گناه می‌کند، بیشتر به خودش خیانت می‌کند» (نهج البلاغه، خطبه ۸۶). معنای سخن امام این است که پاداش عبادت بالاترین سود و جهنم بالاترین خطری است که به انسان می‌رسد؛ از این رو اقتضای حب ذات آن است که انسان عبادت را ترک نکند و سراغ گناه نرود.

صحابه پیامبر صلی الله علیه و آله نیز برای اصلاح رفتار دیگران، این روش را به کار برده‌اند. مردی به ابادر نوشت: «چیزی از دانش به من بیاموز! او پاسخ داد: "لَا تُسِيءْ إِلَى مَنْ تُحِبُّهُ: به کسی که دوستش داری بدی نکن!" آن مرد به او گفت: آیا کسی را دیده‌ای که به دوست خود بدی کند؟! فرمود: آری! تو خود را از همه دوست‌تر داری و چون نافرمانی خدا کنی، به خودت بدی کرده‌ای» (کلینی، ۱۴۱۳ق، ج ۴، ص ۲۸۲). بنابراین کسی که متأثر از فرهنگ قرآن و ائمه علیهم السلام است، دزدان و مفسدان را سودجو و منفعت‌طلب نمی‌نامد؛ بلکه آنان را زیان‌کارانی که به خود ظلم کرده‌اند، معرفی می‌کند.

د) انفاق و جهاد، تجارتی پرسود: خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه جهاد و انفاق، آن را تجارتی پرسود معرفی کرده است که در آن تجارت، انسان زندگی گذرای دنیا را می‌فروشد تا به زندگی جاودان و پاداش بزرگ برسد: «هَلْ أَدُلُّكُمْ عَلَىٰ تِجَارَةٍ تُجْزِيكُمْ مِنْ عَذَابِ أَلِيمٍ... تُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ... يَغْفِرَ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَ يَدْخِلْكُمْ جَنَّاتٍ...» (صف، ۱۰-۱۲). نحوه بیان در این آیه شریفه، بسیار تأثیرگذار است: از ابتدا نمی‌گوید دادن مال در راه خدا موجب نجات است؛ بلکه ابتدا از او می‌پرسد آیا می‌خواهید شما را به تجارتی که شما را از عذاب می‌رهاند، راهنمایی کنم؛ یعنی پرسشی مطرح می‌کند که پاسخ آن برای مخاطب مهم است؛ از این رو او را کنجکاو می‌سازد و انگیزه شنیدن پاسخ را در او ایجاد می‌کند. پس از اینکه مخاطب منتظر پاسخ شد، به او گفته می‌شود راه رسیدن به این تجارت، دادن مال در راه خداست. این آیه شریفه افزون بر آنکه موافق گرایش مخاطب است، به گونه‌ای بیان شده است که انگیزه توجه و شنیدن ادامه سخن را در مخاطب ایجاد می‌کند.

۵۵

مُطَالَعَةُ الْقُرْآن

نقش هماهنگی پیام با حب ذات در تفسیر رفتار مخاطب براساس داده‌های قرآن

ه) انفاق موجب افزایش دارایی: چون یکی از اقتضائات حب ذات این است که انسان در پی افزایش دارایی‌اش باشد، توصیه به انفاق، مخالف میل اوست و آن را نمی‌پذیرد. به عکس، هر رفتاری که موجب افزایش مال و دارایی او شود، محبوب اوست. در آیات و روایات، از این ویژگی، برای ایجاد انگیزه انفاق و صدقه استفاده شده، آن را موجب افزایش مال و دارایی معرفی کرده‌اند. خداوند حکیم می‌فرماید: «مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَتَتْ سَنَابِلَ كَسَانٍ» که اموال خود را در راه خدا انفاق می‌کنند، همانند بذری هستند که هفت خوشه برویاند» (بقره، ۲۶۱). بسیاری از مفسران کلمه صدقات و مانند آن را در تقدیر می‌گیرند (طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۲، ص ۶۴۶) که معنایش این است که اموال انفاق کنندگان مضاعف می‌گردد. نظر دیگر آن است که هیچ دلیلی بر حذف و تقدیر در آیه نیست؛ در این صورت، تشبیه انفاق کننده به دانه‌های پربرکت، به این معناست که انفاق کننده، همچون بذری است که مضاعف می‌گردد؛ چون عمل انسان پرتوی از وجود اوست، و هر قدر عمل گسترش یابد، وجود انسان در حقیقت توسعه یافته است. به تعبیر دیگر، قرآن عمل انسان را از

وجود او جدا نمی‌داند و هر دو را آشکال مختلفی از یک حقیقت می‌شمرد؛ در نتیجه انسان‌های نیکوکار همچون بذره‌های پرثمری که به هر طرف ریشه و شاخه می‌گستراند و همه جا را زیر بال و پر خود می‌گیرد، نمو می‌کنند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۹، ج ۲، ص ۳۱۴). به بیانی دیگر، افراد انفاق‌کننده تکثیر می‌شوند؛ یعنی همه آثار وجودی آنان از نظر زمان و مکان، برکت می‌یابد و تمام رفتارهای شان، برکاتی مضاعف ایجاد می‌کند و ماندگار می‌شود. این آیه شریفه، طبق هر دو معنا، موافق حب ذات انسان است و انگیزه انفاق را در او ایجاد می‌کند.

امیرالمؤمنین علی (ع) نیز انفاق را تجارتی که موجب افزایش ثروت می‌شود، معرفی کرده است: «إِذَا أَمْلَقْتُمْ فَتَاجِرُوا لِلَّهِ بِالصَّدَقَةِ: هرگاه تنگدست شدید، با صدقه [به نیازمندان] با خدا سودا کنید» (نهج‌البلاغه، حکمت ۲۵۸). ایشان برای افزایش تأثیر پیام، ابتدا به تجارت با خدا توصیه می‌کند. مخاطب با شنیدن این جمله دوست دارد نحوه این تجارت را بداند؛ سپس می‌فرماید با صدقه، تجارت محقق می‌شود.

ایشان قاعده‌ای کلی بیان فرموده است که هر عملی را که در آن انسان از چیزی می‌گذرد، در بر می‌گیرد: «مَنْ تَرَكَ شَيْئاً لِلَّهِ عَوَّضَهُ اللَّهُ خَيْراً مِمَّا تَرَكَ: هرکس برای خدا از چیزی بگذرد، خداوند بهتر از آن را به او پس می‌دهد» (لثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۳۴). اگر مریان چنین بینشی ایجاد کنند، همان گرایشی که انسان را به کسب دارایی بیشتر و می‌دارد، او را به انفاق و احسان به دیگران سوق می‌دهد.

۲-۴. گریز از درد و رنج و خطر

حب ذات، انسان را و می‌دارد از هر درد و رنجی بگریزد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۵، ص ۲۹۶) و در تنگناها، حتی دیگران را فدای خودش کند؛ بنابراین برای رفع گرفتاری روز قیامت، می‌خواهد با هر بهایی خود را برهاند. خداوند حکیم برای ایجاد ترس از گرفتاری روز قیامت، گرفتاری روز قیامت را توصیف می‌کند: «يَوْمُ الْمُجْرِمِ لَوْ يَفْتَدِي مِنْ عَذَابِ يَوْمِئِذٍ بَنِيهِ وَ صَاحِبَتِهِ وَ أَخِيهِ وَ فَصِيلَتِهِ الَّتِي تُؤْوِيهِ وَ مَنْ فِي الْأَرْضِ جَمِيعاً ثُمَّ يُنْجِيهِ: گنهکار دوست می‌دارد فرزندان خود را در برابر عذاب آن روز فدا کند و همسر

و برادر و قبیله‌اش را که همیشه از او حمایت می‌کرد، و حتی همه مردم روی زمین را فدا کند تا مایه نجاتش گردند» (معارج، ۱۱). انسان می‌خواهد حتی محبوب‌ترین افرادی که در دنیا برایش زحمت کشیده‌اند، فدا کند. چندین آیه با این مضمون وجود دارد که پیام همگی آن است که «پیش از رسیدن روزی که حتی حاضر هستی بستگانت را فدا کنی، چاره‌ای بیندیش» (ر.ک: معارج، ۱۱-۱۴).

همچنین برای ترغیب به واجبات و ترک مُحَرَّمات، می‌فرماید: «قُوا أَنْفُسَكُمْ وَ أَهْلِيكُمْ نَاراً: خود و خانواده خویش را از آتش حفظ کنید!» (تحریم، ۶). هر کاری که انسان برای دین و دنیای دیگران می‌کند، رها کردن خود از جهنم است. جملاتی همچون «دلت برای خودت بسوزد؛ خودت را از جهنم برهان؛ به فکر زندگی ابدی خود باش و...» بسیار تأثیرگذارتر از آن است که گفته شود «به فکر جامعه باش؛ به دیگران خدمت کن؛ مانع جهنمی شدن دیگران باش و...».

۵۷

مُطَالَعَةُ الْقُرْآنِ

نقش هماهنگی پیام با حب ذات در تأثیرگذاری آن در تعبیر رفتار مخاطب براساس داده‌های قرآن

چون انسان به اقتضای حب ذات از هرگونه خطر، می‌پرهیزد، هر چیزی که موجب دفع و رفع خطر از او شود، محبوب اوست؛ از این رو خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه انفاق، انفاق را موجب نجات از خطرهای و گرفتاری‌ها معرفی کرده است: «أَنْفِقُوا مِمَّا رَزَقْنَاكُمْ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَ يَوْمٌ لَا بَيْعَ فِيهِ وَلَا خُلَّةٌ وَلَا شَفَاعَةٌ: انفاق کنید پیش از آنکه روزی برسد که در آن نه سودا است و نه دوستی و نه میانجی‌گری» (بقره، ۲۵۴). همچنین در روایات، صدقه موجب دفع و رفع بلا معرفی شده است. امام صادق (ع) فرمود: «الصَّدَقَةُ بِإِلْدِ تَقِي مِثَّةَ السَّوْءِ، وَ تَدْفَعُ سَبْعِينَ نَوْعاً مِنْ أَنْوَاعِ الْبَلَاءِ: صدقه با دست خود، از مرگ بد حفظ می‌کند و صدقه هفتاد نوع بلا را دفع می‌کند» (کلینی، ۱۴۱۳ق، ج ۷، ص ۲۱۲).

۳-۴. جاودان‌گرابودن

جاودان‌گرایی و در نتیجه دوست‌نداشتن مرگ نیز از اقتضائات حب ذات است؛ بنابراین کشته شدن در جنگ بر خلاف میل انسان است؛ از این رو یکی از روش‌هایی که خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه جهاد و شهادت به کار برده، آن است که جهاد و شهادت را فروختن زندگی گذرای دنیوی و به دست آوردن زندگی جاودان همراه با

پاداشی عظیم، معرفی کرده است: «فَلْيَقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ الَّذِينَ يَشْرُونَ الْحَيَاةَ الدُّنْيَا بِالْآخِرَةِ وَمَنْ يُقَاتِلْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ فَيَقْتُلْ أَوْ يَغْلِبْ فَسَوْفَ نُؤْتِيهِ أَجْرًا عَظِيمًا: پس باید کسانی که زندگی دنیا را به آخرت می فروشند، در راه خدا پیکار نمایند، و هر کس در راه خدا پیکار کند، پس کشته شود یا پیروز گردد، به زودی او را پاداشی بزرگ عطا می کنیم» (نساء ۷۴). بدون چنین نگرشی، شهادت طلبی امکان ندارد؛ چون انسان به اقتضای حب ذات، جاودان گراست؛ پیامی که موافق جاودان گرایی و آینده نگرایی باشد، تأثیر گذار است؛ از این رو خداوند حکیم دستور می دهد از هم اکنون برای زندگی آینده تدبیر کنید: «وَقَدْ مُوا لَأَنْفُسِكُمْ» (بقره، ۲۲۳). این آیه شامل فرستادن هر عمل صالحی می شود (طباطبایی، ۱۳۹۰ق، ج ۲، ص ۲۱۴). همچنین می فرماید: اگر کسی اکنون برای زندگی، چیزی نفرستد، در قیامت با حسرت می گوید: ای کاش توشه ای برای رفاه «زندگی ام» فرستاده بودم: «يَا لَيْتَنِي قَدَّمْتُ لِحَيَاتِي» (فجر، ۲۴).

۴-۴. محبوبیت و شهرت

به اقتضای حب ذات، هر انسانی، شهرت و محبوب شدن را دوست دارد؛ بدین سبب هر پیامی که مخالف این میل باشد، آن را نمی پذیرد و هر عملی که موجب محبوبیت شود، به آن راغب می شود. از نظر قرآن حکیم محبوب شدن، یکی از نتایج عمل صالح است: «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا: کسانی که ایمان آورده و عمل های شایسته کرده اند، به زودی خدای رحمان برای آنها دوستی و محبتی [در دل ها] قرار می دهد» (مریم، ۹۶).

با توجه به میل انسان به محبوبیت، اگر اخلاص به معنای گریز از شهرت و منفعت معرفی شود، انگیزه اخلاص ایجاد نمی کند. بنابراین ائمه علیهم السلام برای ترغیب انسان به اخلاص، منافع آن را بیان کرده اند. از نظر امیرالمؤمنین علی علیه السلام اخلاص موجب اصلاح رابطه انسان با دیگران می شود: «مَنْ أَصْلَحَ فِيمَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ اللَّهِ أَصْلَحَ اللَّهُ مَا بَيْنَهُ وَبَيْنَ النَّاسِ: هر کس آنچه میان خودش و خدایش است، اصلاح کند، خداوند آنچه میان او و مردم است، اصلاح خواهد کرد» (برقی، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۲۹).

روایاتی که فواید اخلاص را بیان می‌کنند، با هدف ایجاد انگیزه اخلاص بیان شده‌اند. پس اگر اخلاص به معنای گذشتن از شهرت و محبوبیت، معرفی شود، انسانی که دارای حب ذات است، می‌گوید چرا باید از محبوبیت و شهرت و منافع خودم بگذرم! اما اگر اخلاص بر اساس روش ائمه (علیهم‌السلام) معرفی شود، مخاطب احساس می‌کند هرچه رفتارش خالصانه‌تر باشد، بیشتر به «خودش» خدمت کرده، به سود برتر و ماندگارتر و شهرت و محبوبیت بیشتر می‌رسد.

۵. روش موافقت پیام با حب ذات در همه موضوعات

برای اصلاح و تغییر همه رفتارها، می‌توان از روش «موافقت پیام با حب ذات» استفاده کرد؛ مثلاً کسی که تبلی می‌کند و وسایلش را جای خود نمی‌گذارد و آن‌گاه که نیاز دارد، زمان زیادی برای یافتنش به زحمت می‌افند، باید پیامی به او بدهند که با این تبلی و راحت‌طلبی همسو باشد؛ مثلاً مناسب است به او گفته شود: «اگر منظم باشی و وسایلت را در جای خودش بگذاری، خودت راحت‌تر هستی». این جمله بسیار مؤثرتر از آن است که بگویند: تبلی و بی‌نظمی و راحت‌طلبی را کنار بگذار!

همچنین کسی که کارهایش را به امید اینکه دیگران برایش انجام دهند، وا می‌گذارد، می‌توان این سخن امام صادق (علیه‌السلام) را به او گفت: «إِحْمَلْ نَفْسَكَ لِنَفْسِكَ فَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ لَمْ يَحْمِلْكَ غَيْرُكَ: برای خودت، خودت را به زحمت بینداز، وگرنه دیگری بار تو را بر نخواهد داشت» (طبرسی، ۱۳۴۴، ص ۲۴۴).

کتاب‌هایی که با این سبک نگاشته شده‌اند، جاذبه و تأثیر بسیاری دارند و موجب تحول بیشتری در مخاطب می‌شوند؛ البته برای یافتن مهارت در این سبک، تمرین و دقت بسیاری لازم است.

نتیجه‌گیری

پیامی که مخالف «حب ذات» است، انگیزه رفتار ایجاد نمی‌کند؛ بنابراین هر پیامی که به مخاطب داده می‌شود، باید موافق و همسو با «حب ذات» باشد. این روش در آیات و

روایات نمونه‌های فراوانی دارد. موافقت با حب ذات، یعنی توصیه به انفاق، حجاب، اخلاص، ایثار، نظم و... باید به گونه‌ای بیان شود که مخاطب احساس نکند این دستورها مخالف تمایلات درونی اوست؛ بلکه احساس کند خواسته‌های او را به نحوی بالاتر و کامل‌تر برآورده می‌سازد؛ مثلاً خداوند حکیم برای ایجاد انگیزه انفاق، ابتدا می‌پرسد آیا می‌خواهید شما را به تجارتی سودمند راهنمایی کنم؟ سپس می‌فرماید راه رسیدن به این تجارت، دادن مال در راه خداست. همچنین امیرالمؤمنین علی علیه السلام فرموده است: اگر فقیر گشتید، با خداوند تجارت کنید! سپس می‌فرماید با صدقه‌دادن.

اگر پیام موافق حب ذات باشد، همان تمایلاتی که انسان را به بخل، رذایل و انجام هر گناهی می‌کشاند، انگیزه فضایل و ارزش‌ها را در آدمی ایجاد می‌کند.

فهرست منابع

- *قرآن کریم.
- *نهج البلاغة (صبحی صالح).
۱. برقی، احمد بن محمد بن خالد. (۱۳۷۱). المحاسن (ج ۱). تهران: دارالکتب الإسلامية.
 ۲. پالمر، مایکل. (۱۳۸۵). مسائل اخلاقی متن آموزشی فلسفه اخلاق. ترجمه علیرضا آل بویه. قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
 ۳. جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۷۸). فطرت در قرآن. قم: اسراء.
 ۴. خطیبی و همکاران. (۱۳۸۵). فرهنگ شیعه. قم: زمزم هدایت.
 ۵. خوانساری، محمدامین. (۱۴۰۳). دلایل هنجارین ایثار و از خود گذشتگی در اخلاق و حیانی. نشریه اخلاق و حیانی. ۱۴ (۳۱)، صص ۷۷-۹۷.
 ۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (۱۴۱۲ق). مفردات ألفاظ القرآن. بیروت: دارالعلم.
 ۷. رضائیان، علی. (۱۳۹۳). اصول مدیریت. تهران: سمت.
 ۸. سالاری فر، محمدرضا؛ موسوی اصل، میرمهدی؛ اصفهانیان، محمود. (۱۴۰۰). بررسی تطبیقی خودگرایی و دیگرگرایی روانشناختی و تبیین دیگرگرایی خداسو. فصلنامه مطالعات اخلاق کاربردی. ۱۱ (۶۵)، صص ۸۱-۱۱۴.
 ۹. سبجانی، جعفر. (۱۳۷۵). راه خداشناسی و شناخت صفات او. قم: مکتب اسلام.
 ۱۰. سیف، علی اکبر. (۱۳۸۷). روانشناسی پرورشی نوین. تهران: دوران.
 ۱۱. شبر، عبدالله. (۱۳۸۷). اخلاق. قم: هجرت.
 ۱۲. شجاعی، محمدصادق. (۱۳۹۱). انگیزش و هیجان. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
 ۱۳. طباطبایی، سیدمحمدحسین. (۱۳۷۴). المیزان فی تفسیر القرآن (مترجم: سیدمحمدباقر موسوی، ج ۲، ۴، ۵، ۱۵). تهران: دفتر انتشارات اسلامی.

۱۴. طباطبایی، سید محمد حسین. (۱۳۹۰ق). المیزان فی تفسیر القرآن (ج ۱۳). بیروت: مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
۱۵. طبرسی، علی بن حسن. (۱۳۴۴). مشکاة الأنوار فی غرر الأخبار. نجف: المكتبة الحیدریة.
۱۶. طبرسی، فضل بن حسن. (۱۳۷۲). مجمع البیان فی تفسیر القرآن (ج ۲). تهران: ناصر خسرو.
۱۷. کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۱۳ق). الکافی (ج ۴، ۷). قم: دارالحديث.
۱۸. لیثی واسطی، علی بن محمد. (۱۳۷۶). عیون الحکم و المواعظ. قم: دارالحديث.
۱۹. مصباح یزدی، محمد تقی. (۱۳۹۸). انسان سازی در قرآن. قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
۲۰. مصباح یزدی، محمد تقی. (۱۳۹۴). اخلاق در قرآن (ج ۲). قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
۲۱. مصباح یزدی، محمد تقی. (۱۳۸۴). به سوی خودسازی. قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی &.
۲۲. مصباح یزدی، محمد تقی. (۱۳۹۹). انسان شناسی در قرآن. قم: مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی رحمته الله علیه.
۲۳. مطهری، مرتضی. (۱۳۷۵). تعلیم و تربیت در اسلام. قم: صدرا.
۲۴. مکارم شیرازی، ناصر و همکاران. (۱۳۸۹). تفسیر نمونه (ج ۲، ۵). تهران: دارالکتب الاسلامیة.
۲۵. نراقی، احمد. (۱۳۷۵). معراج السعاده. قم: هجرت.
۲۶. ورام بن أبی فراس، مسعود بن عیسی. (۱۴۱۰ق). تنبیه الخواطر و نزهة النواظر (المعروف بمجموعة ورام) (ج ۱). قم: مکتبه فقیه.
۲۷. ویتلی، دنیس. (۱۳۸۸). روانشناسی انگیزش (مترجم: افشین ابراهیمی). تهران: نسل نو اندیش.
۲۸. ویتن، ویر. (۱۳۸۴). روانشناسی عمومی (مترجم: یحیی سید محمدی). تهران: روان.