



Journal of Islamic Propagation

Volume 5 ● No 12 ● Autumn & Winter 2025

Women's Religious Propagation Gatherings: Opportunities and Threats

Tayebeh Gholami*, Mohammad Kazem Karimi**

Abstract

Women's religious propagation gatherings are a traditional method of religious propagation that has long been prevalent in Iran. The data for this study, collected through interviews with experts in religious propagation, aim to highlight the significance and role of women's religious gatherings, examine their opportunities and threats, and propose strategies for their improvement. This scholarly effort has identified opportunities such as religious education and jurisprudential teachings, strengthening Islamic beliefs and rich cultural values, religious upbringing of children, enrichment of leisure time, participation in charitable activities, organizational training, and similar aspects. However, threats include superstition, sectarianism, weak religious foundations, superficiality, neglect of family responsibilities, ostentation, extravagance, spiritual dependency, and other concerns.

Keywords

Propagation, religious gatherings, women's religious propagation gatherings, opportunities, threats, strategies.

* Graduate of the Islamic Seminary and Master's degree in Communication and Religious Propagation.

** Graduate of the Islamic Seminary of Qom and researcher at Islamic Sciences and Culture Academy, Email: mkkarimi_48@yahoo.com.

مجالس تبلیغ دینی زنان فرصت‌ها و تهدیدها

طیبه غلامی*

محمدکاظم کریمی**

چکیده

مجالس تبلیغی زنانه، از شیوه‌های سنتی تبلیغ دینی است که از دیرباز در کشور رواج داشته است. داده‌های این نوشتار که از طریق مصاحبه با کارشناسان تبلیغ دینی به دست آمده، تلاش دارد با برشمردن اهمیت و جایگاه مجالس تبلیغی زنانه، فرصت‌ها و تهدیدهای آنها را بررسی نماید و راهکارهایی برای ارتقای این مجالس ارائه دهد. در جریان این تلاش علمی، به دست آمد که گزینه‌هایی چون: آموزش معارف و احکام دینی، گسترش و تقویت اعتقادات و فرهنگ غنی اسلامی، تربیت دینی فرزندان، غنی‌سازی اوقات فراغت، شرکت در امور خیریه، تمرین کار تشکیلاتی و نظایر آن، در شمار فرصت‌های این گونه مجالس است و اموری مانند: خرافه‌گرایی، فرقه‌سازی، نبود بنیه قوی دینی، سطحی‌نگری، غفلت از خانواده، فخرفروشی، تجمل‌گرایی، مریدپروری و غیر آن، از تهدیدهای این مجالس بوده است.

کلیدواژه‌گان: تبلیغ، مجالس مذهبی، مجالس تبلیغی زنانه، فرصت‌ها، تهدیدها، راهکارها.

* دانش‌آموخته حوزه علمیه و کارشناسی ارشد ارتباطات و تبلیغ دینی.

** دانش‌آموخته حوزه علمیه قم و پژوهشگر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، رایانامه: mkkarimi_48@yahoo.com.

مقدمه

از زمینه‌های واکاوی تجربه‌های زنان در ایران اسلامی، فهم انگیزه‌ها و تجربه‌های زنان از حضور در مجالس مذهبی زنانه است. امروزه، زنان در جوامع مختلف، در پی کشف نقش خود به عنوان کنشگری فعال هستند تا از این طریق بتوانند جنسیت خود را بازنمایی کنند. مجالس زنانه را در نگاه نخستین، باید امری زنانه تلقی کرد؛ امری که در آن، زنان کنشگری خاص خود را دارند، مشارکت فعال دارند، به تأویل و تفسیر می‌پردازند و شکلی از حضور زنانه را می‌سازند که مختص آنان است.

اگر به مجالس مذهبی زنانه به مثابه یک ساختار نگاه شود، تجلی بیرونی این ساختار، کاملاً زنانه است و آنچه به این ساختار معنا می‌بخشد نیز منبعث از کنش‌های متقابلی است که زنان در مرکز آن انجام می‌دهند. توجه و تأمل در تغییرات شکل گرفته در نگرش، گرایش، کنش، پوشش و آرایش بانوان جامعه در سال‌های اخیر، نشانگر آن است که نوعی چالش و بحران هویت در میان این قشر اثرگذار جامعه رخ داده است و با گسترش این آسیب‌ها و چالش‌ها، نخبگان و عالمان و بیش از همه مبلغان دینی را به نقش‌آفرینی در این زمینه ترغیب می‌کند؛ اما تلاش مبلغان دینی زمانی قرین توفیق و اثر است که خود در دام آفت‌ها و آسیب‌ها گرفتار نیامده باشند. احساس مسئولیت درباره آسیب‌ها و نیازهای مختلف کشور، امری است که بانوان می‌توانند در جامعه مخاطب خود ایجاد کنند؛ زیرا بانوان ظرفیت‌های تعلیمی و تبلیغی ویژه‌ای دارند که می‌تواند در تبلیغ و تربیت دینی، به‌ویژه در قلمرو نیازهای خودشان، به‌عنوان نیمی از جمعیت کشور به نمایش گذاشته شود.

داده‌های این تلاش علمی که از طریق مصاحبه و گفت‌وگو با ۱۰ نفر از بانوان دارای تجربه مؤثر تبلیغی در قلمرو مجالس مذهبی زنانه به دست آمده، شامل فرصت‌ها و چالش‌هایی است که در مسیر تبلیغات دینی بانوان خودنمایی می‌کند و اشراف و نظارت به آنها در بهینه‌سازی تبلیغ آنان اثرگذار خواهد بود. منظور از مجالس مذهبی زنانه در اینجا، تجمعات ادواری یا ثابتی است که ویژگی مهم آن، محدودیت اعضا و حوزه فعالیت آن است و اغلب به صورت محافل مذهبی یا روضه‌های خانگی و همسایگی است؛ اما به طور معمول، مستمر است و اغلب در کنار هدف اصلی، به امور خیریه، فعالیت‌های اقتصادی و فرهنگی یا آموزش احکام شرعی نیز می‌پردازند.

مفهوم‌شناسی

-تبلیغ

«تبلیغ» از ریشه «بلوغ» و «بلاغ»، به معنای رسیدن به دورترین نقطه مقصد است (راغب اصفهانی، ۱۳۶۲، ص ۶۰) و در اصطلاح، به معنای رساندن پیام و مفاهیم مورد نظر به مخاطب با استفاده از ابزارهای مناسب است که در فرهنگ سنتی، معمولاً به شیوه سخنرانی انجام می‌گیرد. پرسش و پاسخ، مناظره، تولید نرم‌افزارهای فرهنگی و علمی، از اشکال مختلف تبلیغ به شمار می‌آید (مجله حورا، ۱۳۸۹، ش ۳۷).

در قرآن کریم، واژه «تبلیغ» و مشتقات آن، ۲۷ بار تکرار شده است؛ البته عناوین دیگری مانند: هدایت، دعوت، موعظه، تبشیر، تخویف، انذار، امر به معروف و نهی از منکر نیز با مفهوم تبلیغ، ارتباط نزدیک دارند؛ اما هیچ‌یک بار فرهنگی تبلیغ را در انتقال پیام ندارند (ری شهری، ۱۳۸۵، ص ۱۸).

-فرصت‌ها

فرصت‌ها، شامل آن دسته از عوامل محیطی هستند که می‌توانند یک مزیت رقابتی ایجاد کنند و از آنها می‌توان برای رشد و بهبود عملکرد تبلیغی مبلغان بهره گرفت.

-تهدیدها

تهدیدها در برابر فرصت‌ها، عوامل دیگری در محیط‌اند که پتانسیل آسیب رساندن به تبلیغ دینی را دارند و می‌توانند عملکرد و رشد آن را مختل نمایند.

مجالس تبلیغ دینی زنانه

جامعه شیعی در طول تاریخ به دلیل نداشتن ابزار رسانه‌ای قوی، در محدودیت شدید بوده است و بیشتر اوقات، اعضای آن زندگی خود را در پرتو تقیه سپری می‌کرده‌اند. این محدودیت‌ها، رفته‌رفته سبب گسترش مجالس تبلیغی زنانه شده است؛ به‌ویژه بعد از شهادت امام حسین علیه السلام جامعه شیعی به این سمت رفت که از منظر زنانه و در ابعاد عاطفی و احساسی، دین را در شور و شعور حسینی همراه با اشک و مرثیه‌سرایی از درون خانواده‌ها به نسل‌های دیگر منتقل کند. از آنجا که شرایط شکل‌گیری این جلسات به‌عنوان یک رسانه به گونه‌ای بود که دستگاه حاکمیت

به آسانی توان مقابله با آنها را نداشت، می‌توان آنها را مهم‌ترین ابزارهایی دانست که در جامعه تشیع باقی مانده است.

خاستگاه مجالس تبلیغ دینی زنانه، بیش از هر چیز در سیره و سنت اهل بیت عصمت و طهارت علیهم‌السلام قرار دارد. پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله در حدیث شریف کساء فرموده: اگر سرگذشت ما در هر محفل و مجلس و گروهی از شیعیان و دوستان ما ذکر شود، رحمت خداوند بر آنان نازل می‌شود و تا زمانی که متفرق شوند، فرشتگان برای آنان استغفار می‌کنند (قمی، ۱۳۸۸، ص ۱۲۸۵). در روایات اهل بیت علیهم‌السلام نیز شیعیان به برگزاری مجالس سوگواری امام حسین علیه‌السلام، به‌ویژه در خانه‌های خود و تعزیت و تسلیت‌گویی در سوگ آن حضرت، توصیه و ترغیب شده‌اند (ابن‌قولویه، ۱۴۱۷ق، ص ۱۷۵).

مجالس تبلیغ دینی زنانه در ایران هم دارای قدمت بسیاری است؛ به‌طوری‌که از دیرباز زنان با حضور در مساجد، تکیه‌ها، حسینیه‌ها یا در خانه‌ها، مجالس وعظ و سخنرانی و روضه برپا کرده‌اند و با هدف رشد فکری و معنوی، گرد هم آمده‌اند. از این‌رو، این قبیل مجالس، از ریشه‌دارترین و تأثیرگذارترین نهادهای مردمی در ایران به شمار می‌آیند که از گذشته تا امروز، از کارکرد اجتماعی کردن بانوان و جامعه‌پذیری دینی آنان صیانت کرده‌اند. از نظر کارکرد اجتماعی، می‌توان برای مجالس تبلیغ دینی زنان در ایران دست‌کم سه دوره را برشمرد:

الف. از بدو پیدایش تا انقلاب اسلامی

تعلیم و تربیت مذهبی و الگوسازی برای بانوان با استفاده از الگوهای دینی همچون حضرت زهرا و حضرت زینب علیهما‌السلام، از جمله کارکردهای آشکار این مجالس است. نبود نظام آموزشی رسمی برای بانوان و رسانه گروهی، باعث محدود شدن تعلیم و تربیت و آگاهی مذهبی در زنان شد. بنابراین، چنین جلساتی می‌توانست این خلأ را پُر کند و زنان با هدف و انگیزه مشترک در این جلسات حضور یابند. پس از رسمیت یافتن نظام آموزشی، از آنجا که آموزه‌های دینی در این نظام آموزشی وجود نداشت و فرهنگ غربی توسط نظام آموزشی و رسانه به جامعه تزریق می‌شد، نه تنها دین‌آموزی نبود، بلکه دین‌ستیزی با رنگ و لعاب مدرنیته و تمدن به مردم القا می‌شد و از سویی، کشف حجاب در زمان رضاخان باعث شد تا زنان متدین نتوانند در جامعه حضور مؤثر داشته باشند و از نهادهای آموزشی استفاده کنند. نیاز زنان به یک نهاد آموزشی

غیررسمی و مطمئن برای آموزش مسائل دینی و تعلیمات مذهبی، سبب شد تا این مجالس رونق بگیرد و نسلی انقلابی پرورش دهند و تحولی عظیم در سطح جهان به رهبری امام خمینی ایجاد کند.

ب. پس از انقلاب اسلامی تا پایان جنگ

در این دوران، کمک‌رسانی به جبهه‌ها و شرکت در عرصه دفاع مقدس، با توجه به توانمندی‌های زنان سبب شد بیشتر وقت و توان خود را در چنین جلساتی، جهت تهیه و تدارک و پشتیبانی جبهه و ملزومات رزمندگان بگذرانند. روحیه جهادی در بانوان و همراهی کردن با مردان و تشویق مردان برای حضور در جبهه‌ها، با بهره‌گیری از الگوهای دینی و اسلامی، از جمله کارکردهای این مجالس بود. مساجد که در دوره دفاع مقدس به جایگاه پشتیبانی و انجام دادن خدمات تدارکاتی تبدیل شده بودند، توسط بانوان اداره و مدیریت می‌شدند و شبانه‌روزی مایحتاج رزمندگان را تهیه و بسته‌بندی می‌کردند. این امر، باعث شد تا زنان آنس بیشتر با مساجد و مجالس و گروه‌های زنانه پیدا کنند.

ج. دوران پس از جنگ تا امروز

مجالس تبلیغ دینی زنانه، بستری مستعد و آماده برای برآوردن نیازهای گوناگون در عرصه‌های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی است که در جامعه وجود دارد. در همین مجالس، نیروسازی و کادرسازی صورت گرفت و امروز هم که در جنگ شناختی ترکیبی به سر می‌بریم، عرصه مهمی برای مقابله با فتنه‌ها و دسیسه‌های دشمن و بهترین محل برای جهاد تبیین است. این مجالس، در سال‌های اخیر رشد درخور توجهی داشته است و در صورت ارائه آمار رسمی، معلوم می‌شود مجالس تبلیغی زنان، به مراتب بیش از مجالس مردان است. گسترش فعالیت تبلیغی به وسیله بانوان در مراکزی با عناوین: فاطمیه، زینیه، معصومیه و نظایر آن و اشتیاق فراوان بانوان برای برگزاری و شرکت در این مجالس، از وجود چنین امری حکایت می‌کند.

ویژگی‌های مجالس تبلیغی بانوان

زیمل معتقد است، شیوه‌های تفسیر متفاوت، پیامد شیوه‌های هستی متفاوت است. بر این پایه، زنان به لحاظ اختلاف چشم‌انداز زنانه، با چشم‌انداز مردانه دچار اختلاف بنیادی در تفسیرند؛ به

عبارت دیگر، تفسیر مشخصاً زنانه از جهان، پیامد مقولات پیشینی است که چشم‌انداز زنانه را قوام می‌بخشد و به این دلیل، زنان جهان را متفاوت از مردان تفسیر خواهند کرد (زیمِل، ۱۳۸۶، ص ۱۰۲-۱۰۴). بر اساس یک تلقی، مجالس زنان که گاه از آن به‌عنوان «دینداری زنانه» نام برده می‌شود، دارای سه خصیصه اصلی است: نخست، جنبه عاطفی و دوستانه بر جنبه سخنران‌محور غلبه دارد و آنچه در جلسات مردان در حاشیه است، در این جلسات، به متن تبدیل می‌شود و اغلب، حاشیه از متن، مهم‌تر است. دوم، وجه رفتاری و اخلاقی، بر وجه آموزه‌های نظری غلبه دارد. سوم، عنصر جشن، مهمانی، سفره، غذا و نذری، همیشه بر وجه رسمی غالب است (شریعتی، ۱۳۸۹، ص ۷۱).

از جمله ویژگی‌های خاص زنان که در ارتباط با تبلیغ اهمیت پیدا می‌کند، عبارت است از:

۱. علاقه بیشتر برای شرکت در مجالس مذهبی

محتوایی که در این جلسات مطرح می‌شود، مانند: ایم، امید، توکل، توسل و مباحث دینی دیگر و ارائه راهکارهایی برای تربیت صحیح فرزندان و چگونگی برخورد با مشکلات و سختی‌ها، باعث می‌شود بانوان به شرکت در این مجالس علاقه‌مند شوند. این امر، می‌تواند از نیازهای روحی بانوان حکایت کند. زنان به‌عنوان مادر، باید بتوانند مشکلات را حل کنند و از بار عاطفی مشکلات بر خانواده بکاهند. شرکت در مجالس مذهبی، ممکن است به آنان راهکارهای جدید برای زندگی ارائه دهد و همچنین، باعث تجدید روحیه شود.

۲. علاقه به ابعاد عاطفی و عرفانی در مسائل تبلیغی

بانوان به موضوعاتی علاقه‌مند هستند که احساس عاطفی آنان را تحریک کند و به آنان مجال دهد به‌راحتی احساسات و عواطف خود را بروز دهند. البته بانوان تحصیل‌کرده و دختران جوان، در مجالس و محافل تبلیغی به مباحث فکری علاقه‌مند هستند و موضوعات را مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهند. زنان از گریستن، شادی کردن و ابراز احساسات کردن در این مجالس ابایی ندارند و احساس نشاط می‌کنند. امام باقر علیه السلام در روایتی می‌فرماید: «به‌راستی که زن به نوحه‌سرایی نیاز دارد تا اشک چشم او جاری شود؛ اما شایسته نیست که مطالب ناروا و بی‌اساس بر زبان جاری کند» (حرّ عاملی، ۱۴۱۴، ص ۹۰).

۳. روحیه ارتباطی زنان

بانوان برای ارتباط با یکدیگر، اهتمام ویژه‌ای قائل‌اند و حضور در این مجالس، به دلیل آنکه به نیاز ارتباطی آنان پاسخ می‌دهد، برای‌شان نشاط‌آفرین است. گروه‌های همفکری که در این مجالس شکل می‌گیرد، حلقه بزرگی از دوستان را برای زنان ایجاد می‌کند. اگر این گروه‌ها در این مجالس هدایت شوند، می‌توانند سرمایه‌های اجتماعی - معنوی مناسبی را برای بانوان، به‌خصوص دختران جوان، ایجاد کنند. القای هدف مشترک و انجام فعالیت‌های مشترک، به تعلق خاطر بزرگی میان این زنان می‌انجامد که بر پایه همان خلق طبیعی سازمان یافته است. بسیاری از زنان و دختران جوان ما، با وجود اعتقاد به دین و مذهب، به خاطر نداشتن پشتوانه اجتماعی و هم‌رنگ شدن با جماعت، از سبک زندگی غربی حمایت می‌کنند و ظاهر خود را شبیه آنان می‌کنند؛ درحالی‌که اگر حمایت گروه همفکر را داشته باشند، اعتمادبه‌نفس بیشتری برای مقابله با این تحولات ظاهری خواهند داشت.

۴. داشتن اوقات فراغت بانوان

زنان خانه‌دار به دلیل مکانیزه شدن ابزار و وسایل خانه، کاهش تعداد فرزندان، کوچک شدن حجم خانواده و محدود شدن روابط خانوادگی و خویشاوندی، فراغت بیشتری دارند و می‌توانند در این مجالس حضور یابند و اوقات فراغت خود را در این مجالس بگذرانند.

فرصت‌ها و تهدیدهای مجالس تبلیغی بانوان

الف. فرصت‌ها

فرصت‌ها و کارکردهایی که با برگزاری مجالس مذهبی برای بانوان رخ می‌نمایاند، تجربه‌ای متفاوت برای آنان محسوب می‌شود. اذعان به تفاوت‌های درخور توجه در اندیشه زنان، می‌تواند از نمونه آرمانی تحت عنوان «تجربه زنانه» سخن به میان آورد که اگرچه تظاهرات این تجربه بر روی طیفی از تفاوت‌ها قرار می‌گیرد، دارای شباهت و انسجام منطقی است و موجب می‌شود آن را ذیل عنوان کلی «تجربه زنانگی» گنجانند (جمشیدی‌ها و حمیدی، ۱۳۸۶، ص ۵۲). ازاین‌رو، با نگاهی جامع به مجالس دینی بانوان در کشور می‌توان به فرصت‌های پنهان و آشکار این مجالس پی برد که در این قسمت، مهم‌ترین آنها اشاره می‌شود:

۱. آموزش معارف دین و احکام اسلامی

زنان با حضور در این مجالس، در پی کسب آگاهی بیشتر درباره دین و اهل بیت علیهم‌السلام هستند و به مدد آشنایی با مسائل دینی و سیره معصومان علیهم‌السلام بر ایمانشان افزوده شده و بر همین سیاق، تحمل مشکلات و سختی‌ها برایشان آسان می‌شود. رشد بصیرت و دانش و آشنایی با مسائل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و همچنین، پاسخ به شبهات و پرسش‌های بانوان در این مجالس، امکان می‌یابد. در این مجالس، معارف، احکام و محتواهایی که مخصوص بانوان است، ارائه می‌شود؛ درحالی‌که در مجالس عمومی نمی‌توان آنها را بیان کرد یا اینکه به صورت تخصصی نمی‌توان به آنها پرداخت.

۲. گسترش و تقویت اعتقادات و فرهنگ غنی اسلامی

بانوان که در تمام دوران حساس زندگی، یکی از ارکان مهم و اصلی تربیت فرزند و حمایت از همسر هستند و در سرنوشت کشور و انقلاب اسلامی نقش‌های بزرگی ایفا کرده‌اند، با برپایی و شرکت در این جلسات، اعتقادات دینی را در جامعه گسترش می‌دهند و باعث نشر مباحث و موضوعات دینی می‌شوند. این مجالس، به تقویت روحیه مذهبی در بانوان می‌انجامد و مانع از کم‌رنگ شدن آموزه‌های دینی در جامعه می‌شود. همچنین، سبب می‌شود فرهنگ عزاداری برای اهل بیت علیهم‌السلام که نتیجه آن، زنده نگه داشتن اسلام است، از بین نرود و فرهنگ غنی اسلام تقویت شود. با برپایی مجالس تبلیغ دینی زنانه، فرهنگ اسلامی و انقلابی توسط بانوان مؤمن به نسل آینده انتقال داده می‌شود و جامعه‌ای با ارزش‌های دینی و انقلابی به وجود می‌آید.

۳. تمرین کار تشکیلاتی

بانوان از طریق ارتباط و تعاملی که در این قبیل مجالس با یکدیگر برقرار می‌کنند، نوعی کار تشکیلاتی و گروهی را تمرین می‌کنند. در نتیجه، این کار تبدیل به فرهنگی می‌شود که از طریق مادران به خانواده و به تبع آن، به جامعه منتقل می‌شود و به سهم خود، سبب موفقیت اعضای جامعه در فعالیت‌های گروهی و جمعی خواهد بود.

۴. دید و بازدید و شرکت در امور خیریه

از جمله اهدافی که باعث می‌شود بانوان برای حضور در این جلسات راغب باشند، دید و

بازدیدها و صلّه رحم‌هایی است که از طریق این مجالس صورت می‌گیرد. دیدارهای پیاپی و اشتراکات مذهبی، سبب می‌شود روابط عاطفی بین بانوان شکل بگیرد که خودبه‌خود به عمق بخشیدن به دوستی‌ها و روابط میان آنان منجر می‌شود. بانوان در این دید و بازدیدها، از مشکلات دوستان، ارحام و همسایگان خود مطلع می‌شوند و در پی حل مشکلات یکدیگر برمی‌آیند و در صورت نیاز، با جمع‌آوری کمک‌های مالی، تهیه جهیزیه، تأمین هزینه درمان و غیره، به عینیت بخشیدن امور خیریه در این مجالس می‌پردازند.

۵. کسب آرامش

مجالس تبلیغ دینی، می‌توانند مکانی برای تخلیه احساسات و عواطف بانوان باشند؛ چراکه گریه، یکی از ابزارهای تخلیه هیجان‌های مثبت و منفی درونی افراد به شمار می‌رود. به طور معمول، زنان با شرکت در این مجالس و گریه بر اهل بیت (علیهم‌السلام)، با تأمین نیاز عاطفی خویش احساس آرامش می‌کنند. از سوی دیگر، این مجالس فرصتی برای دورهم آمدن بانوان و شکل‌گیری ارتباطات اجتماعی است و بدین‌سان، نیاز اجتماعی آنان از طریق ارتباط و کنار یکدیگر بودن در این مجالس تأمین می‌شود و به کسب آرامش آنان مدد می‌رساند.

۶. غنی کردن اوقات فراغت

در کنار بعد معنوی مجالس تبلیغ دینی زنانه، این مجالس از فرصت‌های مغتنم برای گذران اوقات فراغت زنان، به‌ویژه زنان خانه‌دار است. به‌نوعی شاید بتوان گفت این مجالس فرصتی برای برخی بانوان است که روال عادی زندگی را کنار می‌گذارند و زمانی را برای آنان ایجاد می‌کند تا در اختیار خود باشند.

۷. بهبود روابط زوجین

بیان مطالب و محتوایی از قرآن و سیره اهل بیت (علیهم‌السلام) در این مجالس، سبب می‌شود تأثیرهای مثبت و مطلوبی در زندگی زناشویی خانواده‌ها، به‌ویژه برای زوج‌های جوان به جا گذارد و با کاربرد این آموزه‌ها، روابط بین اعضای خانواده و والدین بهبود یابد.

۸. تربیت دینی فرزندان

تربیت فرزند، اصلی‌ترین و مهم‌ترین وظیفه مادران است که با حضور در این مجالس می‌توانند

فرزندان صالحی پرورش دهند. مجالس تبلیغ دینی زنانه، مهم‌ترین و قوی‌ترین پایگاه دینی، اعتقادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی است و می‌تواند برای انقلاب و اسلام تولید نیرو کرده و کادرسازی در آن شکل بگیرد. تربیت غیرمستقیم فرزندان با حضور در این مجالس، کنار مادران خود و آشنایی با معارف دینی و سیره معصومان علیهم‌السلام، از جمله مهم‌ترین کارکردهای این مجالس است. به بیان حضرت امام، کودکی که در محیط خانوادگی، در دامن مادر و در محیط خانه که مبدأ تربیت اصلی‌اش است، خوب تربیت شده باشد، تا آخر به همان تربیت باقی می‌ماند؛ مگر یک عامل بسیار قوی باشد که در او تأثیر بگذارد. اگر این تربیت صحیح باشد و آن فرزند در رأس جامعه قرار گیرد و یک ملت را سعادتمند کند، آن افتخار و شرفش متعلق به مادر است؛ یعنی این مادر است که این سعادت را برای یک ملت بیمه کرده است (امام خمینی، ۱۳۸۹، ج ۷، ص ۲۸۴).

ب. تهدیدها

مجالس تبلیغی زنانه، از مناسب‌ترین روش‌ها برای تبلیغ دین می‌باشند و حضور و استقبال گسترده بانوان در مجالس مذهبی، به خودی خود در یک جامعه دینی امتیاز بزرگی به شمار می‌آید و باعث نشاط معنوی و استحکام شعائر دینی می‌شود؛ با وجود این، چنان‌که از این ظرفیت به‌درستی استفاده نشود، منشأ بسیاری از ناهنجاری‌ها در جامعه می‌شود. از این رو، برخی آسیب‌ها و تهدیدها متوجه این مجالس در جامعه اسلامی است که تذکر و اصلاح آنها می‌تواند به ارتقای کارآمدی آنها بینجامد:

۱. خرافه‌گرایی

یکی از تهدیدهای مترتب بر مجالس دینی بانوان، خرافه‌گرایی است. منظور از خرافه‌گرایی، بیان مطالب و محتواهایی در پیام‌های تبلیغی است که مؤید عقلی یا نقلی یا تاریخی محکمی ندارد. گاه مشاهده می‌شود مداح یا سخنران (مبلّغ) در تبلیغ دین به افراط و تفریط گرایش پیدا می‌کند و بعضی از مسائل حاشیه‌ای را چنان بزرگ می‌کند که به اصلی‌ترین مسئله تبدیل می‌شود. گاهی نیز مسائل مهم را چنان کوچک و بی‌اهمیت برای مخاطبان بیان می‌کند که مخاطب رغبتی به آنها از خود نشان نمی‌دهد. همین‌طور برخی از آنان دستورعمل‌هایی را به بانوان می‌دهند و مسائلی را مطرح می‌کنند که عقبه دینی محکمی ندارد و صرفاً سلیقه‌ای یا حتی انحرافی است. خرافات، در دین انحراف ایجاد می‌کند و باعث ناکارآمد جلوه دادن دین می‌شود و متدینان به

دین خرافی، در گفتار و عمل خود دچار تراحم و تضاد می‌شوند؛ زیرا دین خرافه‌ای، از واقعیت به دور است و با دروغ آمیخته شده است و امکان عملی شدن آن نیست. بنابراین، دینی که خرافه وارد آن شده باشد، دارای مجموعه‌ای مناسک بی‌روح است که با گذشت زمان، دل‌زدگی و بی‌رغبتی به وجود می‌آورد و در نتیجه، افراد از دین فاصله می‌گیرند.

هنگامی که امام علی علیه السلام برای نبرد با خوارج آماده حرکت بود، یکی از یارانش عرض کرد: «ای امیرمؤمنان! با اطلاعی که از اوضاع ستارگان دارم، می‌ترسم اگر در این ساعت حرکت کنی، به مراد خویش نرسی. امام علیه السلام بی‌درنگ در پاسخش فرمود:

أَتَزْعَمُ أَنَّكَ تَهْدِي إِلَى السَّاعَةِ الَّتِي مِنْ سَارَ فِيهَا ضَرْفُ غَنَةِ الشُّوءِ؟ وَ تُخَوِّفُ مِنَ السَّاعَةِ الَّتِي مِنْ سَارَ فِيهَا حَاقَ بِهِ الضُّرُّ؟ فَمَنْ صَدَّقَكَ بِهَذَا فَقَدْ كَذَّبَ الْقُرْآنَ وَ اسْتَعْنَى عَنِ الْإِسْتِعَانَةِ بِاللَّهِ فِي نَيْلِ الْمَحْذُوبِ وَ دَفَعَ الْمَكْرُوهَ؛

آیا می‌پنداری تو زمانی را نشان می‌دهی که هرکس در آن حرکت کند، بدی از او دور می‌شود؟ و از زمانی بر حذر می‌داری که هرکس در آن حرکت کند، زیان و آسیب او را فرا می‌گیرد؟ هرکس تو را در این ادعا تصدیق کند، قرآن را تکذیب کرده و از یاری خدا در رسیدن به خواسته و دفع ناخواسته‌اش بی‌نیاز شده است (رضی، ۱۳۹۵ق، خ ۷۹).

۲. فرقه‌سازی

مشکل دیگری که در این گونه مجالس به وجود می‌آید، پیدایش فرقه‌ها و عرفان‌های کاذب است. روحیه معنویت‌طلبی در بانوان، باعث می‌شود به مباحث معنوی و کسانی که اشاعه‌دهنده این قبیل مباحث هستند و به‌ظاهر خود را متدین نشان می‌دهند، علاقه‌مند شده و جذب آنان شوند؛ درحالی‌که این افراد اغلب به جای دعوت به خدا، سعی می‌کنند دختران و بانوان را به خود جذب کنند. سرکردگان این فرقه‌ها معمولاً دستورعمل‌ها و اذکار ادواری را ارائه می‌دهند و آنها را در قالب عرفان و سیروسلوک جا می‌زنند؛ اما از آنجا که پس از مدتی، بانوان اثری از آنها در زندگی خود نمی‌بینند، به تمام دین و حقیقت آن سوءظن پیدا می‌کنند. اباحه‌گری و بی‌بندوباری، ترویج سحر و جادوگری، ترویج عرفان‌های سکولار و هویت‌زدایی از طریق محاق بردن ارتباط‌های معنوی و الهی، از مهم‌ترین شگردهای تبلیغی این فرقه‌هاست.

۳. نبود بنیه قوی دینی

یکی از آسیب‌های عمده در مجالس تبلیغی زنانه، نبود دانش و سواد کافی مبلغانی است که به این مجالس دعوت می‌شوند. مبلغان این گونه مجالس، گاهی از نظر علمی به موضوعی که بیان می‌کنند، اشراف کافی ندارند و به‌طور کلی، از نظر کیفیت مباحث، نظارت و کنترلی بر این مجالس وجود ندارد. سخنرانان و مجریان این مجالس، اغلب از سواد و دانش کافی برخوردار نیستند و بسیاری از آنان به طمع گریاندن حاضران و پُر شور کردن مجالس خود، گاه از در آمیختن مطالب درست و نادرست ابایی ندارند و یا اینکه توانایی تمیز بین مطالب صواب و غیرصواب را ندارند.

بهره‌گیری از مبلغان و بانوانی که مسلط به معارف دینی و انقلابی نیستند یا تحصیلات حوزوی ندارند، بلکه صرفاً به دلیل دارا بودن صدای مناسب یا توانایی ارتباط‌گیری و مدیریت بالا، از مخاطرات این مجالس است. چنین افرادی معمولاً یک یا دو جلسه را به‌درستی و خوبی پیش می‌برند؛ اما بعد از آن، قرائت شخصی از دین ارائه می‌دهند و این به نوبه خود، برای این مجالس چالش‌زاست.

همچنین، ذائقه مردم، به مداح‌پروری افراطی و روضه‌گرایی دامن زده است؛ درحالی‌که جامعه در حال تخصصی شدن است و مردم نیز با استفاده از فناوری‌های روز، اطلاعات خود را بالا می‌برند؛ اما برای بانوان در این مجالس فقط خواندن روضه اهمیت دارد و به سخنرانی، بهایی داده نمی‌شود. در نتیجه، از مبلغان باسواد کم و صدای مناسب دعوت می‌شود. این مشکل، در مجالس شادی و جشن، بیشتر مشهود است.

گذشته از این، گاهی مبلغان از تحصیلات حوزوی برخوردار هستند؛ اما علم و دانش این افراد عمق ندارد و از مطالعات عمیق برای بیان محتواهای غنی بی‌بهره‌اند. ازاین‌رو، اغلب مطالبی را که در این جلسات بیان می‌کنند، سطحی و غیرکاربردی است و باعث بی‌رغبتی جوانان به این مجالس می‌شود.

به همین دلیل، شاهدیم خداوند خطاب به رسول خدا ﷺ فرموده است: «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي (یوسف: ۱۰۸)؛ بگو این راه من است. من و پیروانم با بصیرت و بینایی به سوی خدا دعوت می‌کنیم.»

۴. غفلت از خانواده

علاقه بانوان به شرکت در این مجالس و تعدد و تکرار این مجالس، به خصوص در ایام خاصی از سال، گاهی سبب می شود زنان در چند جلسه متوالی حضور داشته باشند و مدت زمان طولانی از خانه دور شوند. این مسئله، مساوی با تهی شدن خانه از زنان در ساعات طولانی است. واضح است که مادران، بهترین مراقبان برای فرزندان خود، به خصوص نوجوانان هستند. علاوه بر آن، حضور بانوان در خانه کنار همسران خود یا در غیاب آنان، باعث اطمینان و دلگرمی مردان است. بنابراین، بانوان باید در این مجالس و محافل شرکت کنند؛ اما از تنها گذاشتن فرزندان خویش در زمان طولانی و رها کردن همسران و فرزندان بر حذر باشند و از خانواده غافل نشوند. از پیامبر خدا ﷺ روایت شده است:

رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا أَعَانَ وَلَدَهُ عَلَى بَرِّهِ بِالْأَخْصَانِ إِلَيْهِ وَالتَّأَلَّفِ لَهُ وَتَغْلِيمِهِ وَتَأْدِيبِهِ؛ رحمت خداوند از آن بنده ای باد که فرزند خود را با نیکی کردن به وی، همراهی با او، آموزش و ادب کردن وی، یاری دهد (نوری، ۱۳۶۶، ج ۱۵، ص ۱۶۹).

همچنین، امام صادق علیه السلام فرموده است:

أَكْرِمُوا أَوْلَادَكُمْ وَأَحْسِنُوا عَادَاتِهِمْ يُعْفَوْكُمْ؛ فرزندان را گرامی بدارید و آدابشان را نیکو کنید تا آمرزیده شوید (حرّ عاملی، ۱۴۱۴ق، ج ۱۵، ص ۱۹۵).

۵. فخر فروشی و تجمل گرایی

از آسیب هایی که امروزه در مجالس دینی بانوان رایج است، چیزی است که در ادبیات عامیانه به «چشم و هم چشمی» شهرت دارد. این موضوع، بیشتر در بین بانوان رواج دارد و گاهی به جای اینکه این مجالس سبب آرامش زنان شود، مشکلاتی برای بانوان و خانواده ها به وجود می آورد و ابزاری برای فخر فروشی و تجمل گرایی شده است. با وجود این چشم و هم چشمی ها، بانوان در مسیر تقرب الهی و رسیدن به معنویت قرار نمی گیرند و تمام حواس خود را به چیش لوازم خانه و شیوه پذیرایی، پوشش و آرایش خود، معطوف می کنند و این مجالس، تبدیل به دورهمی های زنانه می شود که راهی برای رسیدن به مادیات است.

از این رو، در آموزه های دینی از چشم به مال و اموال دیگران دوختن و بدان غبطه خوردن و تمایل نشان دادن به آنها، به شدت نکوهش شده است. قرآن کریم فرموده است:

وَلَا تَمُدَّنْ عَيْنُكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ زَهْرَةَ الدُّنْيَا لِنَفْتِنَهُمْ فِيهِ (طه: ۱۳۱)؛

هرگز چشمان خود را به نعمت‌های مادی که به گروه‌هایی از آنان داده‌ایم، می‌فکن! اینها شکوفه‌های زندگی دنیاست تا آنان را به آن بیازماییم.

صاحب تفسیر المیزان می‌نویسد:

معنای آیه، این است که چشم خود را به زینت حیات و بهجت آن که ما اصنافی از مردم و یا عده معدودی از ایشان و یا زنان و مردان را به آن اختصاص داده‌ایم تا امتحانشان کنیم و ببینیم با آنچه روزیشان کرده‌ایم، چه می‌کنند، مدوز و به آنها متمایل نباش؛ چون آنچه پروردگارت به‌زودی در آخرت روزی تو می‌کند، بسی بهتر و ماندنی‌تر است (المیزان، ج ۱۴، ص ۲۳۸).

۶. درآمدزایی

در کنار بانوان کوشا و مخلصی که هدفشان از تبلیغ، جز پیشبرد مقاصد دینی نیست، نمی‌توان وجود مبلغان بازاری را انکار کرد. ازاین‌رو، برخی مبلغان برای جلب رضایت مخاطب و دریافت پول و اعتبار دنیوی، سخنان عامه‌پسند و غیرمستند یا انحرافی را در منبر خود عرضه می‌کنند که این امر، همان آکل به علم است و در روایات، مذموم شمرده شده است (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۲، ص ۱۱۷). پیامبر خدا ﷺ فرموده است:

اقْرَءُوا الْقُرْآنَ وَ اعْمَلُوا بِهِ وَ لَا تَجْفُوا عَنْهُ وَ لَا تَغْلُوا فِيهِ وَ لَا تَأْكُلُوا بِهِ؛ قرآن را بخوانید و به آن عمل کنید. از قرآن دوری مکنید و درباره آن گزافه نگویید و آن را وسیله امرار معاش قرار ندهید (متقی، ۱۴۱۹ق، ص ۲۲۷۰).

از امام صادق علیه السلام نیز روایت است:

مَنْ اِسْتَأْكَلَ بِعِلْمِهِ اِفْتَقَرَ؛ هرکه از دانش خود کسب روزی نماید، فقیر شود (صدوق، ۱۳۷۷، ج ۱، ص ۱۸۱).

چون بانوان با بحران فرصت‌های شغلی روبه‌رو هستند، عرصه تبلیغ با توجه به تقاضای گسترده، موقعیت خوبی به شمار می‌رود و به دلیل فقدان نگاه راهبردی به امر تبلیغ، به‌ویژه تبلیغ بانوان و جلوگیری نکردن از ورود افراد نالایق، بانوانی با سطح علمی پایین در امر دین، وارد عرصه تبلیغ شده و با سوء استفاده از نیاز این مجالس و معمولاً با صدهای زیبا در امر مداحی و مراثنی اهل بیت علیهم السلام، اندیشه‌های دینی مردم را منحرف می‌کنند. متأسفانه، ذایقه مردم نیز به مداح‌پروری

افراطی دامن زده است. درحالی که جامعه در حوزه‌های مختلف به سوی تخصصی‌تر شدن پیش می‌رود، ولی مجالس بانوان همچنان به این گونه افراد کم‌سواد، تمایل نشان می‌دهد. این مشکل، در مجالس شادی و اعیاد مذهبی، بیشتر است و مولودی‌خوانی را جایگزین مناسبی برای خوش‌گذرانی دانسته و گاه نیز به افراط و امور غیرشرعی هم می‌انجامد.

۷. مریدپروری

معمولاً فضاهای معنوی، ظرفیت بالایی برای ایجاد رابطه‌های مرید و مرادی دارند. گاهی این رابطه، بر اساس ویژگی‌های خاص و شخصیت کاریزماتیک مراد ایجاد می‌شود. گاهی نیز شخصیت مخاطبان به این رابطه‌ها دامن می‌زند. زنان به دلیل خصوصیات روحی و خوش‌باوری زنانه، ظرفیت بالایی برای دلبستگی به گویندگان و مبلغان مجالس دارند. مبلغانی که در جست‌وجوی مرید هستند، با ژست عارفانه و انتخاب موضوعات احساسی و عرفانی، می‌توانند در برخی از زنان تأثیر گذاشته و آنان را مجذوب خود کنند. از طرف دیگر، برخی نیز از این برخوردها زده شده و چون در خیال خود، چنین تصویری از دین می‌سازند، از آن گریزان می‌شوند. آیات قرآن کریم و روایات معصومان، سرشار از سفارش‌هایی است که از تقلید کورکورانه و پیروی ناآگاهانه از دیگران برحذر داشته است: «وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا» (اسراء: ۳۶)؛ از چیزی که به آن علم نداری، پیروی مکن؛ زیرا گوش و چشم و دل، مورد بازخواست‌اند.

امام صادق علیه السلام فرموده است: «مَنْ عَرَفَ دِينَهُ مِنْ كِتَابِ اللَّهِ عَزَّوَجَلَّ زَالَتْ الْجِبَالُ قَبْلَ أَنْ يَزُولَ، وَ مَنْ دَخَلَ فِي أَمْرِ بِجَهْلٍ خَرَجَ مِنْهُ بِجَهْلٍ: هرکس دینش را از کتاب خدا فراگیرد، کوه‌ها از پای در می‌آیند، ولی او ثابت می‌ماند و هرکس بر پایه جهالت [به دین] وارد شود، به سبب همان جهل نیز از دین بیرون می‌رود» (مجلسی، ج ۲۳، ص ۱۰۳).

ج. راهکارها

۱. مدیریت و نظارت نهادهای تبلیغی بر مجالس بانوان

واقعیت آن است که بانوان در سال‌های اخیر، تمایل بیشتری به برگزاری و شرکت در مجالس دینی یافته‌اند و این جلسات، طرف‌داران فراوانی را به خود جذب کرده‌اند. مبلغ در جلسات متعدد و پی‌درپی خود می‌تواند مخاطبان ثابتی را به دست آورد. این وضعیت، رابطه دوطرفه را

ایجاد می‌کند. مبلغ می‌تواند خواسته‌های فرهنگی خویش را به مخاطبان القا کند و همچنین، به ذائقه بانوان (مخاطبان) توجه داشته باشد. در چنین جلساتی می‌توان برخی از مفاهیم مهم دینی، تربیتی و فرهنگی را به بانوان انتقال داد که از طریق آنان به خانواده منتقل می‌شود.

اما این جلسات تبلیغی دینی، از طریق مرکز یا نهاد خاصی مدیریت نمی‌شوند و هیچ‌گونه نظارتی بر آنها وجود ندارد؛ حال آنکه ضرورت هدایت و مدیریت روند دین‌داری افراد جامعه و جهت‌دهی به ترویج مفاهیم دینی، ایجاب می‌کند این جریان آزاد، در چارچوب اهداف نظام اسلامی انجام پذیرد و منافع آن به جامعه سرازیر شود. نهادها و سازمان‌هایی که مرتبط با امور تبلیغی‌اند، از جمله: سازمان تبلیغات اسلامی، دفتر تبلیغات اسلامی، سازمان اوقاف و حوزه‌های علمیه، باید برای نظارت و توجه به این جلسات، چاره‌اندیشی داشته باشند.

۲. تربیت نیروی متخصص

امروزه، به حوزه تبلیغ دینی به صورت تخصصی نگریسته می‌شود. تربیت مربی قرآن، تربیت مربی برای مقطع سنی کودک و نوجوان، تربیت مبلغ برای دانشگاه‌ها، امری است که به آن پرداخته شده است و نهادها و سازمان‌های مربوطه، باید در موضوعات مرتبط با حیطه بانوان نیز به تربیت مبلغ و نیروی متخصص بپردازند. همچنین، با برگزاری دوره‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت و تشکیل کارگاه‌های تخصصی درباره مسائلی مانند: آزادی زنان، پوشش بانوان در اسلام، حضور اجتماعی زنان، نقش مادری و جایگاه خانواده، سطح علمی مبلغان ارتقا داده شود. طبعاً برای تربیت نیروی انسانی در زمینه ترویج فرهنگ دینی و مسائل زنان، باید اقتضائات و نیازهای فرهنگ و نظام اسلامی مورد اهتمام قرار گیرد.

جدول فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارهای تقویت مجالس تبلیغ دینی زنان

فرصت‌ها	تهدیدها	راهکار
- آموزش معارف دین و احکام اسلامی - گسترش و تقویت اعتقادات و فرهنگ اسلامی - تمرین کار تشکیلاتی - دید و بازدید و شرکت در امور خیریه - کسب آرامش	- خرافه‌گرایی - فرقه‌سازی - فقدان دانش کافی دینی - غفلت از خانواده - فخر فروشی و تجمل‌گرایی - درآمدزایی	- تربیت نیروی متخصص - مدیریت و نظارت - نهادهای تبلیغی بر مجالس بانوان

	- مریدپروری	- غنی کردن اوقات فراغت - بهبود روابط زوجین - تربیت دینی فرزندان
--	-------------	---

نتیجه

مجالس تبلیغ دینی زنانه، دارای کارکردهای مختلفی از جمله: کارکرد آموزشی و تعلیمی، کارکرد سیاسی، کارکرد فرهنگی و اجتماعی و کارکرد اقتصادی است و به واسطه همین کارکردها، آثار ماندگاری بر رشد و ارتقای فرهنگ دینی جامعه به جای می‌گذارند. با وجود این، در گذر زمان، فعالیت آنها ممکن است به برخی آفت‌ها و آسیب‌ها دچار شود که بسان دیگر عرصه‌های حیات اجتماعی، نیازمند رصد و مراقبت ویژه است.

در این نوشتار که به موضوع مجالس تبلیغ دینی زنان، فرصت‌ها و تهدیدها، پرداخته‌ایم، تلاش شده ضمن برشمردن اهمیت و ضرورت این مجالس و نقش آنها در پیشبرد اهداف فرهنگ جامعه دینی، مهم‌ترین فرصت‌ها و تهدیدهای پیش روی این مجالس که بر اساس تجربه زیسته مبلغان عرصه تبلیغ بانوان به دست آمده، شناسایی و ارائه شود. در پایان، برخی راهکارها نیز برای اصلاح و بهبود وضع جاری این پدیده ارائه شده است. بر این اساس، برخی امور مانند: آموزش معارف دین و احکام اسلامی، گسترش و تقویت اعتقادات و فرهنگ اسلامی، تمرین کار تشکیلاتی، دید و بازدید و شرکت در امور خیریه، کسب آرامش، غنی کردن اوقات فراغت، بهبود روابط زوجین و تربیت دینی فرزندان، به‌عنوان فرصت‌های پیش روی مجالس تبلیغی زنان احصا شده است. همچنین، مواردی چون: خرافه‌گرایی، فرقه‌سازی، فقدان دانش کافی دینی، غفلت از خانواده، فخرفروشی و تجمل‌گرایی، درآمدزایی و مریدپروری، از آسیب‌هایی است که به عنوان تهدید برای این قبیل مجالس به شمار آمده و برای غلبه بر آنها، برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت و بلندمدت، امری لازم و ضروری است.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. امام خمینی، روح‌الله، ۱۳۸۹، صحیفه امام، چاپ پنجم، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.

۳. جمشیدی ها، غلامرضا و حمیدی، نفیسه، ۱۳۸۶، «تجربه زنان از جنگ»، فصلنامه علمی _ پژوهشی پژوهش زنان، دوره ۵، شماره ۲.
۴. حرّ عاملی، محمدبن‌الحسن، ۱۴۱۴ق، وسائل الشیعة، آل‌البيت.
۵. راغب اصفهانی، ۱۴۰۴ق، المفردات الفاظ القرآن فی غریب القرآن، دفتر نشر الکتاب.
۶. رضوی، سید عباس، آبان ۱۳۸۶، «نقش آفرینی بانوان در عرصه‌های تبلیغ»، پیام زن، شماره ۱۸۸.
۷. رضی، محمدبن‌حسین، ۱۳۹۵ق، نهج البلاغه، تدوین: صبحی صالح، قم، دار الهجرة.
۸. زیمیل، گئورک، ۱۳۸۶، مقالاتی درباره تفسیر در علم اجتماعی، مترجم: شهناز مسمی‌پرست، تهران، شرکت سهامی انتشار.
۹. صدوق، محمدبن‌علی، ۱۳۷۷، معانی الأخبار، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
۱۰. طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۸۲ش، تفسیر المیزان، ترجمه: سید محمدباقر موسوی همدانی، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۱۱. قمی، ابن‌قولویه، ۱۴۱۷ق، کامل الزیارات، قم، نشر الفقاهة.
۱۲. قمی، عباس، ۱۳۸۸، کلیات مفاتیح الجنان، چاپ چهارم، قم، محدث.
۱۳. کرمی، رضا علی، ۱۳۹۳، روش تبلیغ، چاپ هشتم، تهران، قلمگاه.
۱۴. کلینی، محمدبن‌یعقوب، ۱۳۹۳، الکافی، تهران، دار الثقلین.
۱۵. متقی، علی‌بن‌حسام‌الدین، ۱۴۱۹ق، کنز العمال فی سنن الأقوال والأفعال، تحقیق: محمود عمر دمیاطی، بیروت، دار الکتب العلمیه.
۱۶. محمدی ری‌شهری محمد، ۱۳۸۵، تبلیغ بر پایه قرآن، حدیث و تاریخ، مؤسسه علمی - فرهنگی دار الحدیث.
۱۷. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۴ق، بحار الأنوار، بیروت، مؤسسة الوفا.
۱۸. [نامعلوم]، تابستان ۱۳۸۹، «نگاه ویژه: بانوان و تبلیغ دینی»، مجله حورا، شماره ۳۷.
۱۹. نوری، حسین‌بن‌محمدتقی، ۱۳۶۶، مستدرک الوسائل ومستنبط المسائل، قم، مؤسسة آل‌البيت عليه‌السلام.
۲۰. نوری‌نیا، حسین، ۱۳۸۷، «هیئت‌های مذهبی زنانه»، مجله اندیشه جامعه، شماره ۵.
۲۱. وبگاه مشرق‌نیوز، ۳۰ مهر ۱۳۹۴، «روش‌های شناسایی و مقابله با فرقه‌های انحرافی»، کد