

Examining the Types of Flaunting and Its Common Examples in Islamic Sources with Emphasis on the Role of the Agent's Intention

Mohammad Javad Norouzi Eghbali¹

Article info	Abstract
<p>DOI: 10.30470/ER.2023.1998850.1204</p> <p>Original Article</p> <p>Submission History: Received: 21/03/2024 Revised: 30/04/2024 Accepted: 15/06/2024 Published: 28/06/2024</p> <p>Conflict of Interests: The authors declare no conflict of interest.</p> <p>Funding/Support: This research has not received any financial support from funding organizations.</p> <p>Extraction This article has not been extracted from thesis.</p>	<p>Flaunting is an attribute that, despite its negative load in Persian literature, is sometimes condemned and sometimes praised in Islamic sources. This incident has created some ambiguity in its valuation. It seems that this ambiguity is caused by the distinction that Islamic law (shari'a) makes between the types of flaunting. Therefore, in this research, by examining this hypothesis, an attempt has been made to examine flaunting in Islamic sources, its types and their valuation under different circumstances. To this end, after discussing the concept of flaunting and the concepts close to it in Islamic sources, the author classified flaunting into 5 categories based on the individual's intention: hypocritical, fame-seeking, superiority-seeking, identity-seeking, and missionary; the values of these types were determined based on the Quranic verses and hadiths. In this way, it should be said that flaunting by itself and by its nature has no value, and what gives it value is an attribute that is given to it according to the intention of the agent. Finally, in this article, the common examples of flaunting across the five mentioned categories were extracted and the value of each was expressed according to the intention of the agent. According to the obtained results, it seems that all kinds of reprehensible flaunting ultimately lead to supremacy.</p> <p>Keywords: Flaunt, Islamic Ethics, Intention, Seeking Fame, Hypocrisy, Propaganda.</p>

1. Ph.D. student of Islamic Studies & Ethics, Faculty of Theology and Religions, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.
 m_norouzieghbali@sbu.ac.ir

Introduction

Flaunting is as old as the history of humanity. In contemporary times, with the emergence of social networks, especially those that are based on images, such as Instagram, Tik Tok, etc., "flaunting" has found newer manifestations and is somehow being institutionalized in modern lifestyle. Social media has provided a publicity machine with an accessibility and power that used to be available only to the truly famous, but now celebrity status has become universal. At one time, everyone was broadcasting their lives to the whole world and measuring their worth based on social reflections. Something that was only possible for celebrities before.

The word "flaunting" has a negative connotation in society and generally indicates a kind of arrogance and self-conceit. But perhaps it is not "bad" in all cases.

In Islam, pretending to have some good behavior is also emphasized. For example, expressing God's blessings (wealth) upon one is praiseworthy and pretending to be poor is reprehensible. A brief look at the collection of religious and Islamic commands and sayings leads us to the conclusion that it is not the case that all self-showing is hypocrisy and causes God's servant to be distanced from his Lord; rather, "flaunting", like many other moral concepts, has its own balance to some extent in the religious literature.

Therefore, the main question of this article is, "What is the borderline between praiseworthy and reprehensible flaunting?" And based on this, what are its types?

Types of flaunting

Basically, when it comes to "flaunting", an image of doing the act is formed in the audience's mind, which is based on the person's effort to display and show their perfections such as beauty, talents and abilities in front of others. We generally use this combination of words for a behavior that a person, by performing it, somehow tries to win the admiration of others.

Based on the definition and the explanations provided, flaunting is an attribute that can appear with different intentions and based on that, there are different types of it. Although it sometimes has a lot in common with other types in the meaning and concept and in the examples of some types of self-showing, we can find differences in it. Because these differences are of concern to sharia and custom, it is meaningful to separate this category from the previous category. And it will be justified. On this basis, flaunt is divided into the following five categories:

1. Hypocritical display

According to the reviewed verses and hadiths, if hypocritical flaunt is defined as "displaying one's actions with the intention of drawing attention and admiration from others", then any form and type of act that is consistent with this definition is considered a reprehensible act.

2. Pretentious flaunt

What is actually reprehensible is not the fame itself but the attribute behind wanting and loving fame. This concept may be hypocrisy, wonder, arrogance and other concepts close to it. But if seeking fame (and not fame itself) is for a purpose other than the above and in a direction that is in accordance with God's will, it is not only not reprehensible, but praiseworthy.

3. Showing superiority

Superiority and arrogance, especially before God, His saints and believers, are condemned in various verses and hadiths. However, arrogance is both allowed and forbidden in a few cases. Arrogance in front of tyrants and oppressors, infidels and heretics is a desirable action, and humility in front of them is strongly abhorred. Showing pride on the battlefield with the enemy is permissible and desirable. Therefore, it is permissible to wear clothes of pride, such as silk and silk, in war.

4. Self-identification

According to what is mentioned in the verses and hadiths, it seems that in identity-seeking self-expression, if the identity that a person is trying to acquire is a real identity and appropriate to his dignity, this type of self-expression is generally permissible and even recognized.

5. Propaganda

Practical preaching or setting an example or flaunting as a missionary is accepted in Islam. The commendable or reprehensible nature of the advertisement depends on its subject, so that if the subject of the advertisement is something pleasing, the advertisement itself is also commendable and sometimes even obligatory (enjoining the good and forbidding the evil) and vice versa if the subject of the advertisement is something distasteful, it will carry the title of obscene and reprehensible dissemination.

Conclusion

Based on the verses and hadiths, the types of self-showing were placed across 5 main categories, each of which was examined separately and valued from the perspective of the verses and hadiths.

According to the obtained results, it seems that all kinds of reprehensible displays ultimately go back to supremacy. So that someone who seeks hypocrisy or fame or other reprehensible notions is involved in the act of flaunting; in a way, he seeks to raise his dignity and position in the eyes of others, which is considered reprehensible according to the verses and traditions, if it is the goal of a person's action independently. On the other hand, wherever flaunting is in line with self-respect, respect for religion, or promoting religion and guiding people, it is praised and approved by these sources.

References

The Holy Quran

- Alavi, Mohsen. (1374). *Tabligh-e Eslami va Danesh-e Ertabat-e Ejtema'i*. Tehran: Entesharat-e Sazman-e Tablighat-e Eslami.
- Ali ibn Abi Talib, Amadi, Abdulwahid ibn Muhammad. (1958). *Ghurur al-Hikam*. Translated by Mohammad Ansari Qomi, 2 vols. Tehran, Iran: Mohammad Ali Ansari Qomi.
- Allamah Hilli, Hasan ibn Yusuf. (1414 AH). *Tadbkirat al-Fuqaha*. 2 vols. Tehran, Iran: Maktabah al-Murtadawiyyah.
- Al-Qazwini al-Razi, Ahmad ibn Fares ibn Zakaria. (2020). *Mo'jam Maqayis al-Lughab*. Edited by Abdul Salam Mohammad Haroon, Qom: Dar al-Fikr.
- Amid, Hassan. (1984). *Farhang-e Amid*, Tehran: Amir Kabir.
- Asjadi Marvazi. (1969). *Divan-e Asjadi*, edited by Shahab Taheri, Tehran: Ibn Sina.
- Bedil Dehlavi, Abu al-Ma'ani Mirza Abdul Qadir. (1399). *Divan-e Bedil Dehlavi*. Edited by Akbar Behdaronvand, Tehran: Negah.
- Farahidi, Khalil ibn Ahmad. (2008). *Tartib Kitab al-Ain*. Edited by Mahdi Makhzumi and Ibrahim Samara'i, corrected by Dr. As'ad Tayyeb, Tehran: Entesharate Asvad.
- Fazlullah Hamadani, Rashid al-Din. (2013). *Jam'e al-Tawarikh*, vol. 2, edited by Mohammad Roshan, Tehran: Nashr-e Miras-e Maktoob, first edition.
- Fuyumi, Ahmad ibn Muhammad, and Khidr Jawad. (1987). *Al-Misbah al-Muneer*. Beirut, Lebanon: Maktabah Lebanon.
- Giddens, Anthony. (2001). *Sociology*. Translated by Gholam-Abbas Tavassoli and Reza Fazeli, Tehran: Samt, twelfth edition.
- Haddad Adel, Gholam Ali, Pourjavadi, Nasrollah, Mirsalim, Mostafa, and Taheri Iraqi, Ahmad (1375). *Encyclopedia of the Islamic World*. 29 vols. Tehran: Bonyad-i Da'irat al-Ma'arif-i Eslami.
- Hatampour Kermani, Mohammad Reza. (1389). *Dar Mahzar Amir al-Momenin (AS): Sharh-e Jame'h-ye Khutbah-e Hamam*. Khutbah 193 Nahj al-Balagha, Tehran: Zaeem.
- Hoseini Shah Abdol Azimi, Hosein bin Ahmad. (1364). *Tafsir-e Ithna Ashari*. Tehran: Entesharat-e Miqat, 1st edition.
- Ibn Abi Jamhur, Muhammad bin Zain al-Din, Mar'ashi, Shahab al-Din, and Iraqi, Mojtaba. (1403 AH). *Awaali al-La'ali al-Aziziyyah Fi al-Abadith al-Diniyyah*. 4 vols. Qom - Iran: Ma'had Sayyid al-Shuhada (AS).
- Ibn Arabi, Muhammad bin Ali. (1388). *Futubat al-Makkiyyah*. Translated by Muhammad Khwajavi, Tehran: Mawla.

- Ibn Babawayh, Muhammad bin Ali bin al-Hussein (Sheikh Saduq). (1406 AH). *Thawab al-A'mal wa Aqab al-A'mal*. Qom: Intisharat-i Sharif Razi.
- Ibn Faris, Ahmad bin Harun, and Abd al-Salam Muhammad (1404 AH). *Mu'jam Muqayyis al-Lughab*. Qom: Maktab al-I'lami al-Islami, Markaz al-Nashr.
- Ibn Kathir, Ismail bin Umar and Shams al-Din, Muhammad Hussein. (1419 AH). *Tafsir al-Quran al-Azim* (Ibn Kathir). Beirut - Lebanon: Dar al-Kutub al-Ilmiyah.
- Ibn Maymun al-Din Maybudi, Hussein (1374). *Diwan Imam Ali (AS)*. Translated by Mustafa Zamani, Qom: Nasaih.
- Khomeini, Sayyid Ruhollah. (1385). *Sharb-e Chehel Hadith*. Tehran: Moasseseh-e Tanzim va Nashr-e Athar-e Imam Khomeini.
- Kulayni, Muhammad ibn Ya'qub ibn Ishaq. (1988). *Al-Kafi*, 8 vols, Tehran: Dar al-Kutub al-Islamiyah, third edition.
- Majlisi, Muhammad Baqir ibn Muhammad Taqi. (1976). *Translation of Bihar al-Anwar*. Translated by Musa Khusravi, Tehran: Ketabforoushi-e Eslamiye.
- Makarem Shirazi, Naser. (2006). *Ethics in Quran. Qom: Madreseh al-Imam Ali ibn Abi Talib (a)*, first edition.
- Mohammadi Reyshahri, Mohammad. (2010). *Mezan al-Hikmah (with Persian translation)*. Translated by Hamid Reza Shayeghi, 14 vols. Qom: Dar al-Hadith Scientific and Cultural Institute, Publishing Organization.
- Mousavi, Hossein Yousef and Abdulfattah Saidi. (1990). *Al-Efsah fi Fiqh al-Lughab*. Qom: Maktab al-Alam al-Islami.
- Mutaqi, Ali ibn Hossam al-Din, Hayani, Bakri, and Saghah, Safouh. (1988). *Kanz al-Ummal fi Sunan al-Aqwal wa al-Afal*. 18 vols. Beirut, Lebanon: Dar al-Risalah.
- Muttahari, Morteza. (2018). *An Introduction to Quran*. 14 vols. Tehran: Sadra.
- Naraq, Mahdi. (2006). *Jame al-Saadat*. Translated by Karim Fayyazi, Tehran: Entesharat Al Muhammad, first edition.
- Naraq, Mulla Ahmad. (1998). *Meraj al-Saadah*. Edited and revised by Reza Marandi, Tehran: Dehqan.
- Raghib Isfahani, Hussein bin Mohammad. (1373). *Kitab al-Dhari'ah ila Makarim al-Shari'ah*. Edited by Abu Yazid Ajami, Cairo (1407/1987), Qom offset print.
- Rojek, Chris (2001). *Celebrity*, London: Reaktion Books.
- Sabzavari, Mullah Hadi. (1413 AH). *Sharb al-Munjidh Qasam al-Hikmah*. With annotations by Hasan Zadeh Amli, 1st ed., Tehran: Nashr-e Nab.

Sa'eb, Mohammad Ali. (1365). *Divan-e Sa'eb Tabrizi*. Edited by Mohammad Qahraman, Tehran: Nashr-i Ilmi va Farhangi.

Sayyid Davud Hosseini Nasab and Ali Asghar Aghdami. (1389). *Farhang-e Vaz'beha*. Ta'arif va Estelahat-e Talim va Tarbiyat, Tabriz: Ehrar, 6th edition.

Sharif al-Radhi, Muhammad bin Hussein. (1388). *Nahj al-Balagha*. Translated by Sayyid Mohammad Besharat, 1 vol. Tehran - Iran: Taban.

Tabarsi, Hasan ibn Fazl. (1390). *Makarem al-Akblaq*. Translated by Ahmad Ahmadzadeh, 1 vol. Qom, Iran: Noor al-Zahra (s).

Tabatabai, Mohammad Hussein. (1378). *Tafsir al-Miz'an*. Translated by Mohammad Baqer Musavi, 20 vols. Qom Iran: Jam'iyat-i Mudarrisin-i Hawzah-i Ilmiah Qom, Dafater-i Entesharat-i Eslami.

Tarihi, Fakhr al-Din ibn Muhammad. (1996). *Majma al-Babrain*, translated by Ahmad Husseini Ashkouri, Tehran: Maktabah al-Murtadawiyah.

Vahshi Bafqi, Kamal al-Din. (2021). *Divan-e Vahshi Bafqi*. Edited by Parviz Babaei, Tehran: Negah.

Warraam bin Abi Firas. (2031 AH). *Tanbih al-Khawatir wa Nuzhat al-Nawazir* (Warraam Collection). Qom: Maktabah Faghih.

Essays:

Abdolabadi, Ali Akbar, Ali Bayat, and Tahereh Mohammadian. (2021). *Psychological and cognitive obstacles to ethical living from the perspective of Imam Ali*. *Ethical Contemplations Quarterly*, 2(4): 7-26.

Davoudi, Zahra, Meysam Shirkhodai and Mohsen Noraei. (2017). *"Redefining Commercial Advertising from an Islamic Perspective Using a Content Analysis Approach."* *Journal of Islamic Marketing*, vol. 8, no. 3, pp. 398-414.

Grout, Holly. (2019). *Celebrity matters*, published in: <https://aeon.co/essays/the-history-of-celebrity-is-a-history-of-the-concept-of-self>



تأملات اخلاقی

دوره پنجم، شماره دوم (پیاپی ۱۸)، تابستان ۱۴۰۳، صفحات ۷-۳۴.

شاپا الکترونیکی: ۱۱۵۹-۲۷۱۷/شاپا چاپی: ۴۸۱۰-۲۶۷۶

<https://jer.znu.ac.ir>

تأملات اخلاقی

نشریه علمی دانشگاه زنجان

انواع خودنمایی و حکم مصادیق رایج آن در آیات و روایات اسلامی با تأکید بر نقش نیت فاعل

محمد جواد نوروزی اقبالی^۱

اطلاعات مقاله	چکیده
DOI: 10.30470/ER.2023.1998850.1204	خودنمایی صفتی است که با وجود وجهه منفی آن در ادبیات فارسی، در آیات و روایات گاهی مذموم و گاهی ممدوح شناخته شده است. این نگرش نوعی ابهام را در ارزش‌گذاری آن به وجود آورده است. به نظر می‌رسد این ابهام به سبب تفکیکی است که در قرآن و روایات اسلامی میان انواع خودنمایی وجود داشته است؛ لذا در این پژوهش با بررسی این فرضیه، تلاش شده است با بررسی انواع خودنمایی در آیات و روایات، ارزش‌گذاری آن در احوال و شرایط مختلف مورد مذاقه قرار گیرد. بر این اساس، پس از مفهوم‌شناسی خودنمایی و مفاهیم نزدیک به آن در آیات و روایات، انواع خودنمایی بر اساس نیت فرد، در پنج دسته ریاکارانه، شهرت‌طلبانه، برتری‌طلبانه، هویت‌جویانه و مبلغانه طبقه‌بندی شد و ارزش آن بر اساس آیات و روایات تبیین گردید. به این ترتیب، باید گفت که خودنمایی به خودی خود و فی‌ذاته فاقد ارزش بوده و آنچه به آن ارزش می‌بخشد، صفتی است که با توجه به نیت فاعل به آن متصف می‌شود. در نهایت، در این پژوهش، مصادیق رایج خودنمایی در پنج دسته مذکور استخراج شده و ارزش هر کدام با توجه به نیت فاعل بیان شد.
مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۰۲ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۲/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۶ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۴/۰۸	
نقش نویسندگان محمد جواد نوروزی اقبالی: نویسنده‌ی مقاله	
حمایت مالی و تعارض منافع مقاله حامی مالی و تعارض منافع ندارد.	
استخراج این مقاله مستخرج از رساله دکتری نیست.	
	واژه‌های کلیدی: خودنمایی، اخلاق اسلامی، نیت، شهرت‌طلبی، ریاکاری، تبلیغ.

۱. دانشجوی دکتری اخلاق و معارف اسلامی، دانشکده الهیات و ادیان دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، m_noruzieghbali@sbu.ac.ir

«خودنمایی» قدمتی به درازای تاریخ بشریت دارد؛ از زمانی که هاییل و قایلل برای نشان دادن برتری خود به دیگری بر سر قبول قربانی خود توسط خداوند مباحثه کردند (مائده/ ۲۷-۳۱)، اولین خودنمایی بشریت شکل گرفت. پس از آن، همیشه تفاخر و خودنمایی و جلوه‌گری در جای‌جای زندگی بشر، ملموس و عیان بوده است. قرآن کریم از فخر فروشی اشراف قوم نوح (هود/ ۲۷، شعراء/ ۱۰۵ و ۱۱۱)، قوم عاد (فصلت/ ۱۵)، فرعون (زخرف/ ۵۱ تا ۵۳)، عیاشان اقوام پیشین (سبا/ ۳۴ و ۳۵)، تفاخر اهل کتاب و مسلمانان بر یکدیگر (نساء/ ۱۲۳) و ... یاد کرده است. تفاخر به امور مادی نظیر مال، جاه، حسب و نسب، زیبایی که نوعی از خودنمایی به حساب می‌آید، از سنت‌های رایج در میان عرب جاهلی بود. آن‌ها هر سال در بازار عکاظ گرد می‌آمدند و با یکدیگر مفاخره می‌کردند (فراهیدی، ۱۴۲۹ ق، ج ۲، ص ۱۲۶۰).

در دوره معاصر، با ظهور شبکه‌های اجتماعی به‌خصوص شبکه‌هایی که با محوریت تصویر هستند (اینستاگرام، تیک‌تاک و ...)، «خودنمایی» جلوه‌های جدیدتری پیدا کرده است و به‌نوعی در حال نهادینه شدن در سبک زندگی مدرن است. شبکه‌های اجتماعی ماشینی تبلیغاتی با چنان بُرد و قدرتی فراهم آورد که پیش‌تر تنها در دسترس شخصیت‌های واقعاً بلندآوازه قرار داشت؛ اما اکنون وضعیت «سلبریتی» بودن وضعیتی همگانی است. یک‌باره بسیاری از انسان‌ها بخش‌های مختلفی از زندگی خودشان را به سراسر دنیا مخابره می‌کردند و ارزش خویش را بر اساس بازتاب‌های اجتماعی می‌سنجیدند. چیزی که پیش از این فقط برای افراد مشهور ممکن بود.

از سوی دیگر مسئله «خودنمایی» و «جلوه‌گری» رابطه مستقیمی با مسئله «حیا» و «حجاب» دارد؛ به همین سبب در تربیت افراد باید از دوران کودکی به این نکته پرداخت. به‌ویژه آنکه تقویت میل به دیده شدن و بروز جلوه‌گری و خودنمایی در دختران کودک و نوجوان بیش از سایر گروه‌های جامعه مشاهده می‌شود (سعیدی رضوانی و دیگران، ۱۴۰۲، ص ۹)؛ اما شاید همه انواع خودنمایی واقعاً «بد» نباشد. خودنمایی در طبیعت امری رایج است، برای مثال، دُم طاووس نشانه‌ای از تناسب و مطلوبیت تکاملی است که به سبب دشوار بودن تقلید دروغین آن، گونه‌ای خودنمایی محسوب می‌شود.

در دین اسلام هم به تظاهر به برخی رفتارهای خوب تأکید شده است. برای نمونه، اظهار نعمت، ممدوح است و تظاهر به فقر مذموم. نگاه اجمالی به مجموعه دستورها و اقوال دینی و اسلامی، مبین این است که همه خودنمایی‌ها، ریاکاری و موجب دوری عبد از مولا نیست؛ بلکه «خودنمایی» نیز مانند بسیاری از مفاهیم اخلاقی دیگر در ادبیات دینی حدی از تعادل را داراست؛ بنابراین سؤال اصلی این پژوهش آن است که حد و مرز خودنمایی ممدوح و مذموم چیست؟ و بر این اساس خودنمایی چه انواعی دارد؟

از آنجا که هر انسانی طالب سعادت حقیقی است، راه و شرط رسیدن به سعادت انسانی، کسب فضایل اخلاقی و عمل به وظایف اخلاقی است (اترک، ۱۳۹۹، ص ۱۲۱)؛ بنابراین لازم است تا وظایف اخلاقی از پس مفهوم‌شناسی مسائل آن به‌طور کامل معین و مشخص شوند. در این پژوهش ابتدا تلاش کرده‌ایم تا مفهوم خودنمایی به خوبی واکاوی شود و تعریف جامع و صحیحی را از آن ارائه کنیم؛ سپس با توجه به تعریف ارائه شده با مراجعه به آیات و روایات و همچنین مشورت با کارشناسان علوم قرآن و حدیث، مفاهیم و کلیدواژه‌های مرتبط با «خودنمایی» استخراج شده است و در ادامه، ارتباط این کلیدواژه‌ها با مفهوم اصلی (خودنمایی) و مفاهیم

متناظر آن را با توجه به مضامین موجود در آیات و احادیث، یافته و تلاش کرده‌ایم تا با دسته‌بندی این شبکه مفاهیم، یک طبقه‌بندی منطقی از آن ارائه کنیم. در نهایت با توجه به تحسین یا تقبیح مفهوم مورد نظر در آیات و روایات، ممدوح یا مذموم بودن انواع خودنمایی را در این منابع تبیین کرده و خودنمایی صواب و ناصواب را از یکدیگر تمییز داده‌ایم.

۱. چارچوب مفهومی

وقتی از «خودنمایی» سخن می‌گوییم، تصویری از انجام فعل در ذهن مخاطب شکل می‌گیرد که دال بر تلاش فرد برای نمایش و نشان دادن کمالات خود مانند زیبایی‌ها، استعدادها و توانایی‌ها در برابر دیگران است. ما این ترکیب واژگان را به‌طور عموم برای رفتاری به کار می‌بریم که فرد به‌واسطه انجام آن، به نحوی تلاش می‌کند تا تحسین اطر菲ان را به خود جلب کند.

با مراجعه به فرهنگ لغات و همچنین کاربرد این لغت در ادبیات و شعر فارسی متوجه می‌شویم که:

«خودنمایی» در لغت به معنای خود را نمودن؛ خود را نشان دادن؛ تظاهر کردن است (فرهنگ دهخدا، لغتنامه آنلاین)؛

شاعران فارسی به‌طور عموم، «خودنمایی» را نهی کرده‌اند:

ز نقش شهپر طاووس می‌توان دانست / که چشم‌هاست به دنبال، خودنمایی را (صائب، ۱۳۶۵، ج ۵، ص ۶۵۴)؛

خودنمایی کی کند آن کس که واصل شد به دوست / چون نماید مه چو گردد متصل با آفتاب (وحشی بافقی، ۱۴۰۰، ص ۲۱۲)؛

خودنمایی‌ها کثافت جوهریست / شیشه تا در سنگ می‌باشد پریست (دهلوی، ۱۳۹۹، ص ۳۱۴).

طبق شواهد و مدارک، واژه «خودنمایی» در ادبیات فارسی، به سرعت ما را به سوی یک بار معنایی و پیش‌داوری ارزشی منفی می‌کشاند که با تعداد زیادی از واژگان، مفاهیم و کنش‌های اجتماعی در جامعه کنونی ما و همچنین با پیشینه‌ای طولانی در تاریخ ادبی و حافظه گذشته ما تناسب دارد؛ به همین دلیل است که عموم عرفا و شعرا «خودنمایی» را مذموم دانسته‌اند. برای مثال، حافظ می‌گوید: «دلالت خیرت کنم به راه نجات / مکن به فسق مباهات و زهد هم مفروش» (حافظ شیرازی، ۱۳۸۷: ۲۸۳؛ همچنین نک: عسجدی، ۱۳۴۸، ص ۲۱۲؛ ابن‌عربی، ۱۳۸۷، ج ۲، ص ۳۴۷)؛ اما واژه «خودنمایی» به خودی خود دارای مفهوم منفی نیست بلکه این تصور به‌خاطر غلبه مواضع منفی خودنمایی است که در گستره ادبیات کهن و کنونی ما تسری یافته است؛ ر مقابل می‌بینیم که در مواضع خاصی مانند غرور ملی در عرصه ورزش بین‌المللی، «خودنمایی» مفهوم مثبتی پیدا می‌کند.

به این ترتیب شاید بتوان خودنمایی را به صورت زیر توصیف کرد:

به هرگونه رفتاری که با نمایش کمالات انسانی فرد، شامل زیبایی‌ها، استعدادها و توانایی‌های بالفعلی که چه به‌صورت اکتسابی و چه خدادادی در انسان وجود دارد و به‌منظور پی‌جویی یک جایگاه و یا بالابردن جایگاه خود بروز پیدا کند، خودنمایی گویند.

هرچند نیت تنها عامل برای ارزش‌گذاری «خودنمایی» به حساب نمی‌آید، اما نقش محوری را در این امر دارد؛ چراکه

«خودنمایی» به‌عنوان یک رفتار می‌تواند به جهات مثبت و منفی انجام گیرد. بر این اساس، تشخیص زشتی و زیبایی یک رفتار بیرونی

که در واقع نوعی بروز و ظهور خود و «خودنمایی» است، به تشخیص نیت فرد از عمل ارتكابی بستگی دارد. به این ترتیب، نسبت‌دادن

«خودنمایی» در مفهوم غالباً منفی آن، به عمل یک فرد، احتمالاً و عموماً بر مبنای یک قضاوت غیرقابل اثبات رخ می‌دهد. برای مثال، حرکات یک نوازنده هنگام نواختن یک قطعه موسیقی، لزوماً یک خودنمایی منفی نیست. او ممکن است با نواختن نُت‌ها در حال به نمایش گذاشتن یک قطعه در مقابل شنوندگان و یا انتقال یک پیام معنادار باشد؛ اما همین رفتار می‌تواند با نیت جلب اعتماد عمومی برای سوءاستفاده‌های بعدی صورت گرفته باشد و زشت و قبیح شود. این رفتار (نواختن در سالن موسیقی) در موضع خود از جهت خودنمایی احتمالی عموماً نکوهش نمی‌شود؛ زیرا خروجی و محصول نهایی یعنی لذت تماشاگران از دیدن و شنیدن موسیقی را به دنبال خواهد داشت.

بر اساس آنچه ذکر شد و به علت محوریت نقش «نیت» در ارزش‌گذاری عمل خودنمایی، این نوشتار تلاش دارد انواع خودنمایی را با تأکید بر نقش «نیت فاعل» دسته‌بندی کرده و با نگاهی به آیات و روایات، آن را ارزش‌گذاری کند.

۲. انواع خودنمایی

بر مبنای تعریف و توضیحات ارائه‌شده، خودنمایی صفتی است که می‌تواند با نیت‌های مختلف بروز و ظهور پیدا کند و بر اساس آن می‌توان برای خودنمایی اقسامی قائل شد. هرچند که در معنا و مفهوم و در مصداق، برخی از اقسام خودنمایی با دیگر قسم‌های آن گاهی اشتراک زیادی دارد اما می‌توان تفاوت‌هایی را در آن جست؛ از آنجا که این تفاوت‌ها مورد توجه شرع و عرف هستند، جدا کردن این دسته از دسته قبل، معنادار و قابل توجیه خواهد بود. برای نمونه، خودنمایی شهرت‌طلبانه قربت معنایی با خودنمایی ریاکارانه و حتی برتری‌طلبانه دارد؛ اما مهم‌ترین تفاوت این شهرت‌طلبی با خودنمایی ریاکارانه آن است که در خودنمایی شهرت‌طلبانه فرد عملش را به قصد شهرت و معروف شدن انجام می‌دهد، به طوری که اگر تعداد یا اهمیت افرادی که نظاره‌گر عمل او هستند، اندک باشد، وی از انجام عمل منصرف می‌شود؛ چراکه در این نوع از خودنمایی، برخلاف ریاکاری، برای فرد فقط توجه و تحسین دیگران مهم نیست، بلکه آنچه اهمیت دارد «شناخت فرد و در یاد او و عمل او بودن» است. در ریاکاری، دیگران از نیت واقعی فرد خبر ندارند اما فهم رفتارهای شهرت‌طلبانه برای دیگران بسیار آسان‌تر از ریاکاری است. نیت این نوع از خودنمایی، کسب توجه جماعت انسان‌ها و شهره شدن است، لذا خودنمایی شهرت‌طلبانه به‌نحو عموم با نمایش و ظاهر کردن عمل برای یک فرد یا تعداد کمی از افراد منعقد نمی‌شود (برعکس ریاکاری)؛ مگر آنکه فاعل عمل بداند که این افراد، عمل او را برای دیگران به‌خوبی بازگو خواهند کرد؛ همچنین شهرت‌طلبی نوعی «عُلُوخواهی» نیز محسوب می‌شود. در واقع فرد شهرت‌طلب به‌طور عموم قصد دارد با شهرت، خود را نسبت به دیگران برتری دهد. بنابراین باید توجه داشت که هرچند ممکن است یک طبقه از انواع خودنمایی با دیگر انواع، اشتراکات زیادی داشته باشد اما عناصر ویژه و متمایزی در هر دسته وجود دارند که آن را از طبقه دیگر جدا می‌کند. ضمن آنکه در آیات و روایات، هرکدام از انواع خودنمایی با اصطلاح دینی خودش جداگانه ذکر شده و هویت مستقلی دارد.

تأیید یا تقبیح هرکدام از این اقسام خودنمایی، بر اساس همان ملاک فوق یعنی نیت فاعل، در آیات و روایات قابل پیگیری و اثبات است.

۲-۱. خودنمایی ریاکارانه (ریاکاری)

گاهی افراد برای گرفتن تأیید یا تحسین افراد دیگر، فعلی را انجام می‌دهند. برای نمونه، در عصر حاضر، در شبکه‌های اجتماعی مجازی، افراد تصاویری را از زندگی شخصی خود به اشتراک می‌گذارند که هیچ نفعی برای خود یا دیگران غیر از دریافت تأیید ندارد.

۲-۱-۱. مفهوم‌شناسی ریا

ریا از ریشه «رأی» مشتق شده و در لغت به معنای در منظر و دید قرار دادن است (ابن منظور، ۱۴۲۶، رأی و سماع) و به این معناست که شخص، کاری را با انگیزه جلب توجه مردم انجام دهد (ابن فارس، ج ۲، ص ۴۷۳). ریا در اصطلاح عرفانی به این معناست که فرد در انجام اعمال و عبادات ظاهری و باطنی، نظر به خلق داشته باشد (خمینی، ۱۳۸۵، ص ۳۳۴).

خودنمایی ریاکارانه به نوعی از رفتار خودنمایانه گفته می‌شود که به قصد جلب توجه یا تحسین دیگران انجام می‌گیرد. در این نوع از خودنمایی، فعل باید «در واقع برای رضایت خدا» و یا برگرفته از یک منشأ خیر (مانند وجدان انسانی) باشد، اما در عمل برای جلب توجه و تحسین دیگران انجام می‌شود.

۲-۱-۲. مفاهیم نزدیک به ریا

سمعه: این لغت به طور عموم به همراه واژه «ریا» استفاده می‌شود و در لغت به معنای «به گوش دیگران رساندن» است (ابن منظور، ۱۴۲۶، رأی و سماع). امام خمینی درباره سمعه می‌نویسد: «سمعه از شجره خبیثه ریاست» (خمینی، ۱۳۸۵، ص ۷۵).
مفاهیم «تظاهر» و «نفاق» نیز با ریاکاری قرابت دارند اما با توجه به تعریف پیشین، در این موارد عموماً نیت، جلب توجه و تحسین دیگران نیست؛ بلکه فرد به دنبال نمایش هویتی غیرواقعی از خود است. با این وصف، این مفاهیم ذیل خودنمایی هویت‌جویانه جای می‌گیرند.

۲-۱-۳. ریاکاری در آیات و روایات

واژه ریا پنج بار در قرآن کریم آمده که موضوع آن‌ها عبارتند از:

ریا در انفاق: ای کسانی که ایمان آورده‌اید، بخشش‌های خود را با منت و آزار باطل نسازید، همانند کسی که مال خود را برای نشان دادن به مردم، انفاق می‌کند و به خدا و روز رستاخیز ایمان نمی‌آورد (بقره/۲۶۴).

ریا در جنگ با دشمنان: و مانند کسانی نباشید که از روی هواپرستی و غرور و خودنمایی در برابر مردم، از سرزمین خود به سوی میدان بدر بیرون آمدند و (مردم را) از راه خدا بازمی‌داشتند (انفال/۴۷).

ریا به طور مطلق: همان کسانی که ریا می‌کنند (ماعون/۶).

بر پایه آنچه از روایات حاصل می‌شود، ریا در واقع نوعی شرک است؛ چنانکه امام صادق (ع) فرمود: هر ریایی شرک است، هرکس برای مردم (عملی) انجام دهد، مزدش بر عهده مردم است، و هرکس برای خدا عمل کند، پاداشش بر عهده خداست (کلینی، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۲۹۳). بنابراین اینگونه نیست که ارزش فعل در عمل ریایی، به ازای سهام شرکا توزیع شود، بلکه همین که ریا به عملی راه

یافت، از ارزش می‌افتد و خداوند هیچ عهدی بر پاداش آن ندارد.

سمعه نیز همانند ریا بدین جهت که فاقد قصد قربت است، موجب بطلان عمل خواهد شد. در حدیثی از پیامبر (ص) نقل شده است: «من قرأ القرآن یرید به سمعه و التماس الدنيا، لقی الله یوم القیامة و وجهه عظیم لیس علیه لحم و زج القرآن فی قفاه حتی یدخله النار». یعنی: کسی که قرائت قرآن کند و قصد سمعه نماید و دنیا را طلب کند، خدا را روز قیامت در صورتی که روی او گوشت ندارد، ملاقات کند و قرآن به پشت گردن او زند تا داخل آتش شود (ابن بابویه، ۱۴۰۹ق، ص ۲۸۶).

۲-۱-۴. ارزش‌گذاری ریا

برخی رفتارها به خودی خود مذموم نیستند اما انجام آن به نیت دیده‌شدن یا موردتوجه قرارگرفتن، ارزش آن فعل را از بین می‌برد. برای نمونه: در واجبات تعبدی (که نیت شرط قبولی عمل است)، اگر عمل برای غیرخدا انجام گیرد موجب حبط آن گشته و آن را باطل می‌کند؛ همچنین برخی از اعمال مانند هدیه‌دادن که عموماً منشأ خیری مانند «وجدان آدمی» دارند، اگر برای خودنمایی یا تملق باشند، توسط دیگران تقبیح می‌شوند.^۱

در بعضی از کتب اخلاقی مانند معراج السعاده برخی از اقسام ریا مجاز و یا حتی ممدوح شمرده شده است (نراقی، ۱۳۷۷، ص ۴۷۲ و ۴۷۳)؛ اما به نظر می‌رسد تعریف خودنمایی ریاکارانه در این نوشتار، تخصصی‌تر و محدودتر در نظر گرفته شده و موارد مذکور در ذیل اقسام دیگر خودنمایی جای می‌گیرند؛ برای مثال، آراستگی در معراج السعاده به‌عنوان یک نوع ریای مجاز و ممدوح شمرده شده در حالی که در این نوشتار، فعل آراستگی با توجه به نیت آن باید سنجیده شده و در طبقه‌بندی خود ارزش‌گذاری شود (نراقی، ۱۳۷۷، ص ۴۷۳). بنابراین با توجه به آیات و روایات بررسی شده، اگر تعریف خودنمایی ریاکارانه «نمایش و ظاهر کردن عمل خود به قصد توجه و تحسین دیگران» در نظر گرفته شود، این عمل از هر شکل و نوعی که باشد (در صورتی که با این تعریف همخوانی داشته باشد) در اسلام، عملی مذموم محسوب می‌شود.

۲-۲. خودنمایی شهرت‌طلبانه

شهرت به آن دلیل که نوعی سرمایه اجتماعی و منبع قدرت به حساب می‌آید، هدف برخی از افراد جهت خودنمایی قرار می‌گیرد. تلاش برای «بلاگری» برخی در فضای شبکه‌های اجتماعی از این نیت سرچشمه می‌گیرد.

۲-۲-۱. مفهوم‌شناسی شهرت

طریحی و فراهیدی، در کتاب مجمع‌البحرین و العین، شهرت را به معنای ظهور چیزی در زشتی دانسته‌اند، به طوری که مردم آن را به بدی بشناسند. «شَهْرَ سَيْفَهُ» یعنی شمشیرش را کشید و بالای سرش آورد تا مردم ببینند. مشهور به معنای معروف است که مردم او را بشناسند. (طریحی، ۱۳۷۵، ج ۳، ص ۳۵۷ و فراهیدی، ۱۴۲۲ق، ج ۳، ص ۴۰۰) اما راغب در مفردات می‌گوید کلمه «شَهْرَتٌ» در هر دو معنی خیر و شر به کار می‌رود (راغب، ۱۳۷۳، ج ۲، ص ۳۵۸). «شَهْرَتُهُ» نیز به معنای نشانش داد یا ابرازش کرد به کار

۱. عدم ریا شرط صحت عبادت است و ریای در آن حرام بوده و موجب بطلان عمل می‌شود (نجفی، ۱۳۶۲، ۱۸۷).

می‌رود (فیومی، ۱۹۸۷، ج ۲، ص ۳۲۶). بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که کلمه «شهرت» در عربی در اصل به معنای نشان دادن و بروز دادن است اما به مرور به معنای شناخته شدن و مورد توجه بودن به کار رفته است.

در لاتین، شهرت (fame) از ریشه fama را ابتدا ویرژیل در شعر حماسی انئید به رُما گره زد. واژه شهرت در فرانسوی قدیم و انگلیسی میانه به جایی رسید که در قرن سیزدهم میلادی به برآورد عمومی از فرد و در قرن چهاردهم بر تحسین عمومی او دلالت می‌کرد (Grout, 2019, p.12).

این بدان معناست که در لاتین، برخلاف فرهنگ عربی، شهرت (fame) از قضا در معنای خیر به کار می‌رفته و به مرور در معنای شر هم استفاده شده است.

در هر گروه اجتماعی، برخی افراد، به واسطه دارا بودن بعضی ویژگی‌های فیزیکی، شخصیتی و اجتماعی خاص (مطلوب یا نامطلوب نظیر زیبایی، سلحشوری، بخشندگی، نقص عضو، بزدلی، خساست و... از دیگران متمایز می‌شوند و همین تمایز، باعث مشهور شدن آن‌ها می‌شود. در جوامع سنتی، به طور عموم افرادی نظیر جنگجویان، ساحران، مجانین، مخترعان، دانشمندان، شورشگران، رهبران انقلابی و برخی از پادشاهان، از شهرت برخوردار بودند؛ به طوری که شهرت برخی از آن‌ها، نظیر اسکندر کبیر، ناپلئون و نرون، در سطح جهانی، تا به امروز نیز پابرجا بوده است. در این جوامع، عموماً شهرت به سه شکل بروز پیدا می‌کرد: اعطایی، انتسابی و اکتسابی (Rojek, 2001).

شاهزادگان، ملکه‌ها و سایر اعضای خاندان‌های سلطنتی، از شهرت اعطایی برخوردار بودند. آنان شهرت را کسب نمی‌کردند و کسی این شهرت را به آنان منتسب نمی‌کرد، بلکه شهرت به واسطه تبار خونی، به آن‌ها اعطاء می‌شد.

دسته دوم، افرادی نظیر جادوگران، ساحران، راهزنان، زیبارویان، مجانین و افراد دارای نقص عضو بودند که اجتماع محلی، شهرت را به آنان منتسب می‌کرد. (شهرت انتسابی) آن‌ها در اجتماع محلی خود، به دلیل دارا بودن ویژگی‌های متمایز، رازآلود و غیرعادی، مشهور می‌شدند.

دسته سوم نیز افرادی بودند که شهرت خود را به واسطه سلحشوری در میدان جنگ، درایت در سیاست‌ورزی، خلق آثار هنری، اختراع یا کشف، فرهنگ‌مندی مذهبی، انقلابی‌گری و موارد مشابه، کسب کرده بودند. شهرت این افراد، موروثی یا انتسابی نبود بلکه از موفقیت‌ها و دستاوردهای شخصی آنان ناشی شده بود (شهرت اکتسابی).

باید دانست که خودنمایی شهرت طلبانه با قسم سوم انواع شهرت، یعنی شهرت اکتسابی توازن معنایی دارد؛ چراکه در دو نوع دیگر از انواع شهرت، در بسیاری از حالات مفهوم «طلب» که مفهومی اختیاری و ارادی است، وجود ندارد و اگر کسب شهرت در دو نوع اول، مفهوم و مصداق پیدا کند، عملاً انتساب آن شکل از شهرت به نوع سوم بهتر و دقیق‌تر خواهد بود؛ مانند جادوگری که جادو را ابزار کسب شهرت کرده باشد.

۲-۲-۲. مصادیق نزدیک شهرت طلبی

۱-۲-۲-۲. لباس شهرت

لباس شهرت یک اصطلاح فقهی است و آنچه عموماً مورد بحث قرار گرفته، لباس شهرتی است که پوشیدن آن حرام است. بر این اساس لباس شهرت، لباسی است که پوشیدن آن برای شخص، به جهت جنس پارچه یا رنگ یا کیفیت دوخت یا مندرس بودن و مانند آن، معمول نبوده و خلاف شأن او به حساب آید؛ به طوری که اگر آن را در برابر مردم بپوشد، توجه آنان را به خود جلب کرده و انگشت‌نما می‌شود (فاضل موحدی لنکرانی و دیگران، ۱۳۸۱: ۲۱۴).

با توجه به تعریف لباس شهرت باید گفت که این نوع لباس که نوعی از لباس غیرمتعارف محسوب می‌شود، به تبع اختلاف جوامع، متغیر است و تابعی از مقتضیات زمان و مکان است؛ لذا تشخیص عرف در این زمینه بسیار مهم است. به همین جهت باید گفت، هم لباس‌های بسیار فاخر و هم لباس‌های بسیار مندرس به دلیل غیرمتعارف بودنشان، شهرت محسوب می‌شوند.

۳-۲-۲. شهرت طلبی در آیات و روایات

کسی که مشهور نیست ولی آرزوی شهرت دارد و قصد رفعت و بلندی را در سر می‌پروراند، در حقیقت، علوی را که منهی است در سر دارد و مشمول این آیه می‌شود: «آن سرای آخرت را برای کسانی قرار می‌دهیم که در زمین خواستار برتری و فساد نیستند، و فرجام از آن پرهیزگاران است» (قصص / ۸۳)؛ نیز فرموده «کسانی که زندگی پست دنیا و زیور آن را بخواهند، نتیجه اعمالشان را در این دنیا به طور کامل به آنان می‌دهیم و به آنان در این (دنیا) کم داده نخواهد شد. آنان کسانی هستند که در آخرت برایشان جز آتش نیست و آنچه را در این دنیا با زیرکی ساختند، تباه شده و آنچه را همواره انجام می‌دادند، باطل می‌گردد» (هود / ۱۶-۱۵).

امام صادق علیه‌السلام در روایتی می‌فرماید: شهرت، خوب و بدش در آتش است (کلینی، ۱۳۶۷ ق، ج ۶، ص ۴۴۵)؛ همچنین ایشان در حدیث دیگری می‌فرمایند: اگر می‌توانید، کاری کنید که شناخته نشوید و معروف نگردید. باکی بر تو نیست (چه می‌شود بر تو) اگر مردم مدح و ثنای تو را نگویند، و باکی بر تو نیست (چه می‌شود بر تو) اگر مورد نکوهش مردم باشی در صورتی که در پیشگاه خدای تبارک و تعالی ستوده و روسفید باشی؟ (کلینی، ۱۳۶۷ ق، ج ۸، ص ۲۲۱).

امیر مؤمنان علیه‌السلام به کمیل بن زیاد فرمود: آرام گیر تا مشهور نگردی و خود را پنهان ساز تا نامت برده نشود؛ یاد گیر و پیاموز تا عالم گردی، و خاموشی‌گزین تا در امان بمانی. وقتی خدا تو را از دین خود آگاه ساخت، چه باک که نه تو مردم را شناسی و نه ایشان تو را شناسند (نوری، ۱۴۰۸، ج ۱، ص ۲۱۷).

۴-۲-۲. ارزش‌گذاری شهرت طلبی

اگرچه در ظاهر کلام دانشمندان اخلاق، آنچه به نظر می‌آید مذموم بودن خود شهرت است و برخی از آنان چنین گفته‌اند که اصل شهرت مذموم است (غزالی، بی‌تا، ج ۱۰، ص ۸۰ و ۸۱)؛ ولی دقت در منظور و مقصود کلام ایشان آشکار می‌سازد که منظور آنان همان طلب شهرت و دوست داشتن آن است نه خود شهرت! از این رو شهرت انبیاء و کسانی را که خداوند برای نشر دینش مشهور

سازد، استثناء کرده‌اند (غزالی، بی تا، ج ۱۰، ص ۸۰ و ۸۱).

از طرف دیگر در آثار دینی، شهرت، بالذات نقیصه و نعمت نیست، بلکه نعمت است به این دلیل که خداوند در قرآن خطاب به پیامبرش می‌فرماید: «و رفعنا لک ذکراً» و ذکر تو را برایت بلند (آوازه) کردیم (انشراح/۴) (مطهری، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۲۷۹)؛ لذا مشخص می‌شود که آنچه در واقع مذموم است، خود شهرت نیست بلکه صفتی در پس خواستن و دوست داشتن شهرت است که آن را مذموم می‌کند. این مفهوم ممکن است ریا، عُجب، تکبر و مفاهیم دیگر نزدیک به آن باشد؛ اما اگر طلب شهرت (و نه خود شهرت) به خاطر منظوری غیر از موارد فوق و در جهتی موافق با رضوان الهی باشد، نه تنها مذموم نیست بلکه ممدوح است، مانند کسی که برای بالا بردن اثر کار تبلیغی خود، در یک برنامه رسانه‌ای شرکت کند؛ اما با دقت در این استثناء ممدوح شهرت طلبی آشکار می‌شود که در واقع این نوع از خودنمایی، شهرت طلبی نبوده و مصداقی یا قسمی از آن محسوب نمی‌شود چراکه در اینگونه موارد آنچه مقصود فاعل است، امری غیر از شهرت است. به این ترتیب، شهرت وسیله‌ای برای رسیدن به منظور اصلی به حساب می‌آید که فاعل مجبور است از آن برای نیل به هدف خود استفاده کند. با توجه به اینکه در این نوشتار مقسم انواع خودنمایی، نیت فاعل است، این نوع استثنای ممدوح شهرت طلبی در اقسام دیگر خودنمایی (مانند خودنمایی هویت طلبانه یا مبلغانه) طبقه‌بندی شده است. بنابراین با خارج شدن این استثناء با توجه به مضمون آیات و روایات ذکر شده هر نوع طلب شهرت (که خود شهرت در آن موضوع اصلی باشد) مذموم محسوب می‌شود.

با این مقدمه به نظر می‌رسد، اینکه در برخی روایات مانند روایت امام صادق (ع) شهرت خوب و بد نکوهش شده است (کلینی، ۱۳۶۷ ق، ج ۳، ص ۴۴۵) منظور، شهرت طلبی به معنای هدف است نه هر نوع شهرتی که لاجرم در مسیر رضوان الهی برای انسان پیش آید.

۲-۳. خودنمایی برتری طلبانه (تکبر)

گاهی از طریق خودنمایی، فرد به دنبال برتری جویی است. اشتراک‌گذاری تصاویری از زندگی تجملاتی، پوشیدن لباس‌های «برند»، رفتن به رستوران‌های پر زرق و برق یا حتی سخن گفتن از مسائلی که عموم مردم اطلاعات اندکی نسبت به آن دارند، می‌تواند از نمونه‌های این خودنمایی باشد.

۲-۳-۱. مفهوم شناسی تکبر

«تکبر» در لغت به معنای تعظم (خود را بزرگ پنداشتن) است (ابن منظور، ۱۴۰۸، ج ۵، ص ۱۲۹). برخی «کبر» و «تکبر» را متفاوت از هم می‌دانند؛ آنان کبر را امر باطنی و حالت نفسانی دانسته‌اند و تکبر را به ثمرات آن امر باطنی که به صورت افعال و اقوال ظاهر می‌شود، اطلاق کرده‌اند (راغب اصفهانی، ۱۳۷۳، ج ۱، ص ۲۹۹). در اصطلاح اخلاقی، تکبر بدین معناست که آدمی خود را بالاتر از دیگری ببیند و معتقد شود که بر غیر، برتری و رجحان دارد و دیگری را کوچک شمارد (نراقی، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۳۸۰)؛ به دیگر سخن، اساس تکبر این است که انسان از اینکه خود را برتر از دیگری ببیند احساس آرامش کند (مکارم شیرازی، ۱۳۴۷، ج ۲، ص ۴۳-۴۴).

در واقع شخص متکبر، چون خود را برتر از دیگری می‌داند، خواهان این است که همگان عقاید و توانایی‌های او را محور قرار داده و بر اساس آن، امور را پیش ببرند. به این ترتیب، فرد متکبر دوست دارد همه نظرها را به خود جلب کند (عبدل‌آبادی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۱۵).

خودنمایی برتری جویانه، با توجه به تعریف تکبر، نوعی از خودنمایی است که فرد در آن تلاش می‌کند با ظهور و نشان دادن رفتار یا صفتی از خود، برتری خود نسبت به دیگری یا دیگران را به اثبات برساند و نوعی احساس علو و سروری بیابد. به طور نمونه، فردی که دست خود را برای بوسیدن دیگران دراز می‌کند، دچار خودنمایی برتری جویانه شده است.

۲-۳-۲. مفاهیم و مصادیق نزدیک برتری طلبی

بین شاخص‌هایی که انسان‌ها برای برتری بین خود و دیگران انتخاب می‌کنند، با معیارهای برتری که خداوند بیان می‌دارد، تفاوتی آشکار دیده می‌شود؛ در قرآن کریم، تقوای افراد به‌عنوان ملاک برتری نزد خداوند عنوان شده است: «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ» (حجرات/۱۳). با توجه به ردیله بودن «تکبر» به یقین کسی که با تقواتر است، نزد مردم متواضع‌تر است. به این ترتیب، هرکس که ملاکی غیر از تقوا برای برتری داشته باشد (نژاد، ثروت، قدرت و...)، بر شاخه‌ای از تکبر خواهد بود. بر همین اساس در آیات و روایات و همچنین عرف جامعه، گاه با توجه به معیارهای برتری، تعبیر دیگری برای تکبر ذکر شده است:

۲-۳-۲-۱. تفاخر

تفاخر در لغت به معنی «مباهات به یکدیگر به خاطر فضل» (موسی، ۱۳۶۹، ج ۱، ص ۱۴۴) است و در اصطلاح علمای اخلاق، تفاخر، افتخار یا مباهات به زبان یا رفتار است به واسطه چیزی که آن را کمال خود می‌پندارد. مباهات نیز غالباً در حد باوری است که بیرون از وجود مباهات‌کننده است و از اقسام تکبر به‌شمار می‌رود؛ بنابراین آنچه در مذمت متکبران بیان شده در مورد اینان نیز صادق است (نراقی، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۴۹۷).

۲-۳-۲-۲. تکاثر و تجمل‌گرایی

در قاموس قرآن ذیل معنای آیه اول سوره تکاثر آمده است: «تکاثر، افتخار به کثرت مناقب است. تَکَاثَرُ الْقَوْمُ یعنی قوم، مناقب خویش را برشمردند. به عقیده راغب، مکاثر و تکاثر، معارضه و رقابت در کثرت مال و عزت است؛ در ظاهر آیه، قول راغب مراد است و تکاثر آن است که این می‌خواهد مال و اعتبار خویش را زیاد کند آن نیز به رقابت آن، چنان می‌خواهد یعنی رقابت در کثرت و عزت مشغولتان کرد تا عمرتان سر آمد ایضاً آیه [حدید: ۲۰]» (قرشی، ۱۳۹۸، ج ۳، ص ۲۱۱). شاید نزدیک‌ترین واژه فارسی به معنای تکاثر، اصطلاح «چشم‌وهم‌چشمی» باشد. تکاثر در واقع نوعی از تفاخر است که به رقابت می‌انجامد. این اتفاق عموماً در مورد ثروت، اولاد و هر امر بیرونی قابل شمارشی معتبر است که قابلیت فخرفروشی دارد تا آنجا که در سوره «تکاثر» به تعداد مقبره‌های قوم خود فخر می‌فروختند.

بنابراین «تکاثر» نوعی از خودنمایی است که در آن افراد با نمایش کثرت مال و اعتبار خویش بر دیگری می‌بالند. شاید مهم‌ترین مصداق

«تکائر» در عصر حاضر، تجمل و مسابقه تجمل‌گرایی است که به خصوص در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی جریان دارد.

۲-۳-۲. نژادپرستی

اصل برتری‌طلبی یکی از مهم‌ترین اصول و مبانی نژادپرستی محسوب می‌شود؛ نژادپرستی باوری است که بر حسب آن یک گروه نژادی، خود را برتر از گروه‌های نژادی دیگر می‌داند (کوئن، ۱۳۸۰، ص ۳۴۹). بر اساس معیارهای نژادپرستانه، ارزش افراد بشر به فردیت آن‌ها نیست بلکه به عضویت آن‌ها در ملتی که بر مبنای هویت جمعی-نژادی شکل گرفته است، بستگی دارد. نژادپرستان بر این باورند که خصوصیات ذاتی و ارثی، به لحاظ بیولوژیکی تعیین‌کننده رفتار انسان‌ها هستند. نظریه نژادپرستی بر این تأکید دارد که تبار انسان‌ها، نشان‌دهنده هویت ملی-نژادی آن‌هاست.

۲-۳-۳. برتری‌طلبی در آیات و روایات

در قرآن کریم، تکبر از صفات بسیار نکوهیده بشر است. در برخی آیات به کلمه «متکبر» تأکید شده است؛ آیاتی که دوزخ را جایگاه متکبران معرفی می‌کند (نحل/۲۹، زمر/۶۰ و ۷۲، غافر/۷۶) از این جمله است. در برخی آیات نیز با کلمات مستکبر (نحل/۲۳) و استکبار (نساء/۱۷۳، نوح/۷) و خرامنده فخر فروش (مُخْتَالِ فَخُور) (لقمان/۱۸، حدید/۲۳) به این معنا اشاره شده است. در آیه ۷۲ سوره زمر، فرشتگان عذاب از میان تمام رذایل انسان بر تکبر دوزخیان تأکید دارند؛ از این نکته می‌توان دریافت که سرچشمه اصلی گناهان، تکبر و تسلیم نشدن به حق است.

در مذمت تکبر روایات فراوانی وجود دارد و طیف وسیعی از مصادیق را در بر می‌گیرد؛ از جمله، روایاتی که به تکبر شیطان اشاره دارد (خطبه قاصعه در نهج البلاغه، حارث محاسبی، ص ۳۸۷ و ابن‌قدامه مقدسی، ص ۲۲۷)؛ روایاتی که تکبر را از اخلاق کفار می‌شمرد (حارث محاسبی، ص ۳۷۵ و ص ۳۷۹، سمرقندی، ص ۱۱۷) و سبب وجوب نماز را غلبه عرب جاهلی بر کبر می‌خواند (حارث محاسبی، ص ۳۷۸-۳۷۹؛ ورام، ج ۱، ص ۲۰۸؛ مجلسی، ج ۲۹، ص ۲۴۱)؛ روایاتی که به عاقبت متکبران در روز قیامت می‌پردازد (ورام، ج ۱، ص ۱۹۸-۱۹۹؛ فیض کاشانی، ص ۹۰؛ مجلسی، ج ۷۰، ص ۲۳۵؛ نراقی، ج ۱، ص ۳۸۲) و روایاتی در بیان سیره پیامبر (ص) و اهل بیت (ع) در تقبیح کبر و مدح تواضع (سمرقندی، ص ۱۱۶-۱۱۷؛ نیآوردی، ص ۲۳۳؛ غزالی، ۱۳۶۱، ج ۲، ص ۲۴۹-۲۵۱؛ ورام، ج ۱، ص ۲۰۰-۲۰۱؛ نراقی، ج ۱، ص ۳۹۱-۳۹۴). آنچه از فحوای این روایات برمی‌آید، اهمیت دوری از تکبر در امر ایمان است و همراه با قرآن کریم، تکبر را منافی ایمان و مانع تسلیم شدن به حق خوانده‌اند (مجلسی، ج ۷۰، ص ۲۳۵).

البته در نصوص برخی موارد تکبر استثناء شده‌اند. در حکمت ۲۳۴ نهج البلاغه چهار خصلت از جمله تکبر در زنان نیک شمرده شده که برای مردان قبیح است (شریف‌الرضی، ۱۳۸۸، ص ۳۱۹)؛ همچنین در حکمت ۴۱۰، تکبر در برابر متکبر عین تواضع قلمداد شده است (شریف‌الرضی، ۱۳۸۸، ص ۳۷۱). مورد اخیر که در مورد تکبر استثناء شده است، تکبر در برابر دشمن و در میدان جنگ است. در روایتی نوشته‌اند: ابودجانه انصاری، عماله خود را به سر بست و قسمتی از آن را از پشت و میان دو کتف خویش آویزان کرد، و با حالت تکبر میان دو صف (ارتش اسلام و نیروی دشمن) حرکت می‌کرد. پیامبر (ص) فرمود: خداوند راه رفتن با این هیبت

را دوست ندارد، مگر در میدان جنگ (ورام، ۱۴۱۰ ق، ج ۱؛ ص ۲۳۸).

واژه (تفاخر) یک بار در قرآن به کار رفته است: «آگاه باشید که زندگانی دنیا به حقیقت بازیچه‌ای است طفلانه و لهو و زیب و آرایش و تفاخر و خودستایی با یکدیگر و حرص افزون مال و فرزندان است (حدید/۲۰)». این اصطلاح با مشتقاتش شش بار در قرآن کریم آمده است. غیر از واژه تفاخر در سوره حدید، واژه فُخُور در چهار آیه قرآن (نساء/۳۶؛ هود/۱۰؛ لقمان/۱۸؛ حدید/۲۳) به کار رفته است و به معنای کسی است که مناقب و محاسن خود را به خاطر کبر و خود نمایی، برمی شمارد (طباطبایی، ۱۴۱۱، ج ۱۹، ص ۱۹۲). فُخَّار نیز از همین ریشه و فقط یک بار در سوره رحمن، آیه ۱۴ (خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ صَلْصَالٍ كَالْفَخَّارِ) به کار رفته است که در معنای گل خشک و سفال است و وجه تسمیه آن این است که گویی به زبان خود، بر سایر گل‌ها و خاک‌ها به خاطر حرارتی که دیده و پخته شده است، فخر می فروشد (حسینی شاه‌العظیمی، ۱۳۶۳).

این پدیده به قدری خطرناک است که امامان از آن به خدا پناه برده‌اند و از خداوند خواسته‌اند تا انسان را از ابتلای به آن ننگه دارد (صحیفه سجاده، دعای ۲۶، ۵۵ و ۱۲۸). رسول خدا (ص) در پاسخ مردی که با یادآوری اجدادش فخر می فروخت فرمود: خودت به سبب تکبر، و اجدادت برای کفرشان همگی در جهنم هستی (کلینی، ۱۳۶۷، ج ۲، ص ۳۲۸).

واژه تکاثر نیز دو بار در قرآن به کار رفته است. یک مورد در آیه بیستم سوره حدید، که زیاده‌طلبی در مال و فرزند را از خصوصیات دنیاطلبی محسوب کرده و دیگری در سوره تکاثر، که آدمی را از افزون‌طلبی در اموال دنیا بر حذر می‌دارد.

۲-۳-۴. ارزش‌گذاری برتری طلبی

خودنمایی برتری طلبانه و تکبر، به خصوص در مقابل خدا، اولیای او و مؤمنان، در آیات و روایات در اقسام مختلف، مذموم شمرده شده است. با این حال، تکبر در موارد معدودی مجاز یا ممدوح شمرده شده است. تکبر در برابر جباران و زورگویان، کافران و بدعت‌گذاران، عملی پسندیده است و فروتنی در برابر آنان کراهت شدید دارد. اظهار کبر در میدان جنگ با دشمن، جایز و مطلوب است؛ از این رو پوشیدن لباس فخر، مانند حریر و دیباج در جنگ جایز است (علامه حلی، ۱۴۱۴ ق، ج ۲، ص ۴۷۲). تکبر زنان در برابر مردان غریبه نیز از موارد تکبر ممدوح است (شریف‌الرضی، ۱۳۸۸، ص ۵۸۱).

۲-۴. خودنمایی هویت‌جویانه (خوداثباتی)

فرد در خودنمایی هویت‌جویانه تلاش می‌کند در پس‌نمایش آنچه مربوط به خودش است، نشان دهد که چه کسی است و به کجا تعلق دارد. برای مثال، پیروی برخی افراد از مد روز، از این جهت است که خود را امروزی نشان دهند.

۲-۴-۱. مفهوم شناسی هویت‌جویی و خوداثباتی

هر انسانی به خصوص در سنین نوجوانی و جوانی علاقه‌مند است در محیط و جامعه به او اهمیت بدهند تا در وجود خود احساس ارزشمندی داشته باشد. برخی به خاطر این دست به خودنمایی می‌زنند که احساس می‌کنند شخصیت حقیقی و کمالات انسانی آنان نزد دیگران ناشناخته است و در نتیجه ارج و احترام شایسته فرد حفظ نمی‌شود و یا از وجودش به درستی بهره برده نمی‌شود و یا

مسئولیت و اختیارات لازم به او سپرده نمی‌شود. به همین جهت وی تلاش می‌کند تا خود را به درستی معرفی کند و به دیگران بشناساند. عموم کارهای نمایشی (مانند برگزاری نمایشگاه و کنسرت و ...)، رقابت‌ها و تبلیغات تجاری نیز از این جنس هستند. پوشش و ظاهر فرد نیز بخشی از این ماجراست.

بنابراین خودنمایی هویت جویانه یا خوداثباتی و خودابرازی، نوعی از نمایش رفتاری است که فاعل آن با هدف کسب احساس ارزشمندی و هویت موردپسندش انجام می‌دهد.

۲-۴-۲. مفاهیم و مصادیق نزدیک به هویت جویی

۲-۴-۲-۱. اظهار نعمت

به معنای یادآوری و بازگو کردن نعمت‌هاست که انسان را شاکر و در مقام عبودیت تکامل بخشیده و باعث می‌شود کمتر، کمبودها و دردها را احساس کند (حاتم پوری کرمانی، ۱۳۸۹)؛ در واقع اظهار نعمت مرتبه‌ای از شکر نعمت است.

۲-۴-۲-۲. تظاهر

تظاهر در لغت فارسی به معنای «خود را به داشتن حالت یا صفتی وانمود کردن» است. تظاهر، به رفتاری گفته می‌شود که با عقاید، احساسات، توانایی‌ها و یا وضعیت واقعی فرد منطبق نباشد (عمید، ۱۳۶۳، ص ۲۳۲). برای مثال، بازیگری نوعی از تظاهر است. فردی که رابطه تظاهر و خودنمایی عموم و خصوص مطلق است. به این معنا که هر تظاهری خودنمایی محسوب می‌شود ولی برعکس این رابطه صحیح نیست.

۲-۴-۲-۳. آراستگی و تزیین

آراستگی از نظر لغوی مصدری به معنای زینت‌دادن و تزیین کردن است؛ اما معانی دیگر مانند نظم و مرتب‌بودن، هماهنگ‌بودن و آماده و مهیا بودن نیز برای آن گفته شده است (معین، ۱۳۹۰، ج ۱، ص ۳۹) که کاملاً مرتبط با معنای اول است؛ زیرا تزیین کردن به نوعی با نظم و تقارن همراه است و در واقع شخصی که در ارتباط با عمل تزیین و آراستن است، از طریق مجموعه آراسته‌شده با بیننده ارتباط برقرار می‌کند و هرچه از اصول و قواعد فطرت زیباپسند، بهتر آگاه باشد، این ارتباط قوی‌تر و عمیق‌تر خواهد بود.

تزیین برگرفته از ماده «زین» و به معنای زینت‌دادن است. زینت حقیقی عبارت از چیزی است که در هیچ حالتی در دنیا و آخرت موجب عیب و عار برای انسان نشود (راغب اصفهانی، ۱۴۰۴، ج ۱، ص ۲۱۸).

۲-۴-۲-۴. تبرج و خودآرایی

تَبْرُج، واژه‌ای قرآنی است به معنای خودنمایی زنان و اینکه زیبایی و زینتشان را آشکار کنند. ریشه این واژه، برج است که در عربی در دو معنای اصلی به کار می‌رود: «بروز و ظهور»، و «ملجأ و مکان بلند»؛ تَبْرُج از معنای نخست گرفته شده است و بروج (برج‌های فلکی و برج و باروهای شهر) به معنای دوم راجع است (ابن فارس، ۱۴۰۱، ج ۱، ص ۲۳۸).

معنای اصطلاحی تَبْرُج، برگرفته از آیه ۳۳ سوره احزاب است: «وَقَرْنَ فِي بُيُوتِكُنَّ وَلَا تَبَرَّجْنَ تَبْرُجَ الْجَاهِلِيَّةِ الْأُولَىٰ...» (و

در خانه‌های خود بمانید و به شیوه جاهلیت پیشین تبرج نکنید). این آیه خطاب به همسران پیامبر است، اما در تفاسیر، همه زنان را مشمول این حکم دانسته‌اند (ابن کثیر، ۱۴۱۹ ق، ج ۳، ص ۷۹۶). گذشته از این، بنا بر دیگر شواهد قرآنی، به‌ویژه آیه ۳۵ سوره احزاب که هم مردان و هم زنان مسلمان و مؤمن مورد خطابند و از آنجا که مردان مسلمان نیز ملزم به رعایت حدود شرعی‌اند، تبرج منحصر به زنان نمی‌تواند باشد.

با توجه به مصادیق قرآنی و حدیثی تبرج می‌توان دریافت که این واژه تنها ناظر به پوشش ظاهری نیست، بلکه بیش از آن، رفتار و منش غیرمتین (در برابر عفاف) مورد نظر است؛ بدینسان تبرج معنایی عام‌تر از حجاب و ستر دارد. در نهایت باید گفت که تبرج و خودآرایی مربوط به نوعی از آراستن خود است که منجر به جذب جنس مخالف یا با نیت آن انجام شود.

۲-۴-۲-۵. تشبیه به دیگران (الگوگیری)

منظور از تشبیه به دیگران شبیه‌شدن در ظاهر، پوشش یا رفتار، به افراد دیگر است. این اتفاق معمولاً وقتی رخ می‌دهد که فرد احساس هم‌ذات‌پنداری و نزدیکی به فرد یا گروهی بکند و با شبیه‌کردن خود به آن‌ها تلاش کند یک نوع هویت جمعی ایجاد نماید. در آیات و روایات عمدتاً در مورد تشبیه به کفار و تشبیه به جنس مخالف مطالبی بیان شده است.

تبعیت از «مد و فشن» به‌طور عموم از این جنس است. «فشن» خصلتی نمایشی، هیجان‌انگیز و فریبنده دارد. دغدغه اصلی‌اش نوشدگی مدام و بدعت و تغییر است. فشن می‌تواند نمود هویت فردی و جمعی، جنسیت و ملیت باشد. فشن اغلب ارزشی افزوده بر پوشاک تلقی می‌شود و تصویری آرمانی از پوشاک را عرضه می‌کند و نشانه «تمایز اجتماعی» است. فشن از مهم‌ترین مؤلفه‌های مصرف‌گرایی در دنیای معاصر است و همچنین در جریان مصرف نمادین به هویت مردم شکل می‌دهد (پنج‌تی، ۱۴۰۰، ص ۷۸).

۲-۴-۳. هویت جویی و خوداثباتی در آیات و روایات

شاید بارزترین وجه خودنمایی هویت‌جویانه در اسلام «رجز خوانی» باشد. در سیره اهل بیت (ع) چه در هنگامه جنگ و چه در غیر آن، رجز خوانی و معرفی خود و انساب و اجداد خود مرسوم بوده است و این امر تأییدی بر اصل هویت‌جویی و خوداثباتی است. به طور مثال، پیامبر اسلام در «غزوه حنین» چنین رجز می‌خواند: «انا النبی لا کذب، انا ابن عبدالمطلب» (فضل الله همدانی، ۱۳۹۲، ج ۲، ص ۱۰۹۲)؛ امیرالمؤمنین علی (ع) نیز در «جنگ خندق» در مقابل عمرو بن عبدود رجز مشهوری دارد که بخشی از آن به شرح زیر است:

«يَا عَمْرُو وَيَحَكَ قَدْ أَتَاكَ مُجِيبٌ غَيْرَ عَاجِزٍ ذُو نِيَّةٍ وَبَصِيرَةٍ وَالْحَقُّ مُنْجِي كُلِّ فَائِزٍ وَلَقَدْ دَعَوْتَ إِلَى الْبِرِّ إِيَّايَ فَتَنِي يَجِيبُ إِلَى الْمُبَارِزِ يَعْطِيكَ أَيْضُ صَارِمًا كَالْمِلْحِ حَتْفًا لِلْمُنَاجِزِ» (ابن معین‌الدین میبیدی، ۱۳۷۴، ۲۳۶).

از سوی دیگر، اموری مانند معرفی کالا در فقه اسلامی جایز است به شرطی که از حد و مرز صداقت خارج نشود و مشمول عناوینی چون تدلیس، پوشاندن عیوب، قسم دروغ و... نشود (داوودی و دیگران، ۱۳۹۶).

آن‌طور که از روایات برمی‌آید، خداوند دیده‌شدن اثر نعمت بر عبد را می‌پسندد: «إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يَحِبُّ الْجَمَالَ وَيَحِبُّ أَنْ يَرَى أُمَّرَ النُّعْمَةِ عَلَى عَبْدِهِ» (کلینی، ۱۴۰۴، ج ۶، ص ۴۳۸). خداوند متعال پس از آنکه برخی از نعمت‌ها و عنایت‌های خاص خود به نبی

اکرم (ص) را به آن وجود مقدس یادآوری می‌کند، به ایشان دستور می‌دهد که: «... وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ» (ضحی/ ۱۱) مرحوم علامه طباطبایی در تفسیر این آیه می‌فرماید: مقصود از تَحَدُّثُ به نعمت، آن است که با زبان، نعمت را بازگو کند و در عمل، آن را اظهار کند و این همان معنای شکر است؛ بعد هم اضافه می‌کند که این، یک دستور به همه مردم است؛ هر چند خطاب به رسول خدا (ص) صادر شده است (طباطبایی، ۱۳۷۸، ج ۲۰، ص ۵۲۱). به عبارت دیگر نعمت خدا را نباید پنهان و کتمان کرد.

تظاهر در متون دینی در دو وجه دیده می‌شود. وجه اول، مبحث نفاق است. خودنمایی منافقانه، نوعی از تظاهر به ایمان داشتن یا اهل ایمان بودن است که واقعیت قلبی ندارد؛ یعنی فرد واقعاً به آن مسئله ایمان ندارد ولی در ظاهر نشان می‌دهد که چنین است. قرآن، منافق را «فاسق» نامیده است: «إِنَّ الْمُنَافِقِينَ هُمُ الْفَاسِقُونَ»: به درستی که منافقان همان فاسقان هستند (توبه/ ۶۷). در رابطه با مفهوم نفاق و مسائل مرتبط با آن، احادیث فراوانی نقل شده است. برای مثال علی (ع) می‌فرماید: «از نفاق و دورویی دوری کن، چراکه انسان دورو، پیش خداوند آبرومند نیست» (علی بن ابی طالب، ۱۳۳۷، ج ۲، ص ۳۰۴).

وجه دوم تظاهر مبحث حفظ آبرو است. از نظر آموزه‌های وحیانی برای بسیاری از مردم آبروی اجتماعی به قدری مهم است که جان و مال خویش را برای آن فدا می‌کنند تا بتوانند آبروی خویش را حفظ کنند؛ زیرا برای بسیاری از انسان‌ها، تجلیات انسانی مهم‌تر از هر چیز دیگری است؛ چنانکه امیرالمؤمنین (ع) در این باره می‌فرماید: کسی که برای حفظ آبرو و حیثیت خود از مال و منالش می‌گذرد، نشانه اصالت و بزرگواری اوست (علی بن ابی طالب، ۱۳۳۷، ج ۱، ص ۶۷۷). از نظر ایشان شخص نباید کاری کند که موجب از دست رفتن وجهت و اعتبار اجتماعی او شود؛ هیچ‌وقت به کاری که باعث بدنامی و لطمه زدن به حیثیت تو می‌شود اقدام مکن (علی بن ابی طالب، ۱۳۳۷، ج ۱، ص ۷۴۶). از این منظر است که تظاهر به فقر در روایات، مذموم انگاشته شده است (ری-شهری، ۱۳۸۹، ج ۱، ص ۱۹۷)؛ لذا مؤمن باید تا جای ممکن ظاهر خود را وجیه و بدون مشکل جلوه دهد.

آراستگی ظاهری و تزیین و تجمل (به معنای زیبا جلوه دادن) از باب اظهار نعمت که به آن اشاره شد، امری ممدوح است. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید: «خداوند دوست می‌دارد که چون بنده‌اش به سوی برادرانش بیرون می‌آید، خود را برای آن‌ها آماده و زیبا سازد» (طبرسی، ۱۳۹۰، ج ۱، ص ۲۷۵). آراستگی ظاهری در روایات، عموماً در مباحثی چون نظافت، کوتاهی و شانه‌کردن و روغن زدن و خضاب کردن مو، عطر زدن، سرمه کشیدن و لباس زیبا آمده است. هرچقدر آراستگی ظاهر مخصوصاً در برابر مؤمنین دیگر تشویق شده است بالعکس در مورد تبرج و خودآرایی برای جنس مخالف هشدار داده شده است. بیش از همه سه روایت معروف از قتاده، مجاهد و مقاتل نقل شده است که در هریک تبرج در جاهلیت به نوعی خودنمایی آشکار به قصد دل‌ربایی از مردان تفسیر شده است (حداد عادل، ۱۳۷۵، ج ۱، ص ۳۱۵).

مفهوم آخر در خودنمایی هویت جویانه، «تشبه به دیگران» است. آنچه در مجموع می‌توان از آیات و روایات در این مورد دریافت، آن است که تأکید بسیاری بر حفظ هویت اسلامی و سبک زندگی و ظاهر و پوشش اسلامی و عدم تقلید از کفار و اهل کتاب در این زمینه شده است. رسول خدا در این باره فرموده: «من تشبه بقوم فهو منهم» (ابن ابی جمهور، ۱۴۰۳ ق، ج ۱، ص ۱۶۵)؛ همچنین از تشبه به جنس مخالف نیز بسیار حذر داده شده است. برای نمونه، در روایتی آمده: «لَا يَجُوزُ لِلْمَرْأَةِ أَنْ تَتَشَبَّهَ بِالرِّجَالِ لِأَنَّ رَسُولَ اللَّهِ

ص لَعْنِ الْمُتَشَبِّهِينَ مِنَ الرِّجَالِ بِالنِّسَاءِ وَ لَعْنِ الْمُتَشَبِّهَاتِ مِنَ النِّسَاءِ بِالرِّجَالِ» (حر عاملی، ۱۳۸۲، ج ۳، ص ۲۴۶).

۲-۴-۴. ارزش‌گذاری هویت‌جویی

با توجه به آنچه در آیات و روایات آمده به نظر می‌رسد در خودنمایی هویت‌جویانه، اگر هویتی که فرد در پی کسب آن است، هویتی واقعی و متناسب با شأن وی باشد، این نوع خودنمایی عموماً جایز و حتی ممدوح شناخته شده است. به این ترتیب اگر کسی به دنبال معرفی خود یا مهارت‌هایش دست به کاری بزند، بلاشکال است به شرطی که از مسیر درست خارج نشده و به تفاخر، تجمل، دروغ، فریب و ... نینجامد؛ به این ترتیب، ارائه مهارت یا کالای خود برای کسب روزی حلال، در فقه جایز شمرده شده است مگر آنکه از مسیر صداقت و درستی خارج شود؛ از سوی دیگر، آراستگی و تمیزی و خوش‌لباس بودن در اسلام کاملاً مورد تأکید و سفارش است مگر آنکه به جهت جذب جنس مخالف (تبرج) و یا جلب توجه و تحسین دیگران (ریا) و ... باشد. تظاهر نیز طبق همین قاعده اگر برای به دست آوردن هویتی کاذب و غیر واقعی باشد، عنوان «نفاق» بر آن صدق می‌کند و بسیار مذموم است؛ اما اگر انسان با تظاهر به دنبال حفظ آبرو و اعتبار خویش در مقابل دیگران است، عملی قابل دفاع و ممدوح به حساب خواهد آمد.

دلیل این امر آن است که هدف از دیده شدن اثر نعمت در انسان، شکرگزاری از خداوند است. شکرگزاری باید هم در گفتار و هم در کردار نمود یابد. به همین دلیل، در تمام آیات و روایات مربوط به این موضوع، تأکید شده است که انسان باید بداند و ابراز کند که این نعمت‌ها از جانب خداوند متعال به او ارزانی شده است؛ مانند آیه شریفه «وَأَمَّا بِنِعْمَةِ رَبِّكَ فَحَدِّثْ»؛ و این قسمت از نامه امیر مؤمنان (ع): «وَلْيُرِّ عَلَيْكَ أَنْتُرٌ مَّا أَنْعَمَ اللَّهُ بِهِ عَلَيْكَ». به این ترتیب، معلوم است که اظهار نعمت و تحدیث به آن، هیچ‌گاه نمی‌تواند و نباید همراه با تفاخر باشد که این‌ها همه، فراموشی خداست، نه یاد او؛ همچنین اظهار نعمت، چه با زبان و چه در عمل، نباید به‌گونه‌ای باشد که فاقدان نعمت را تحقیر کند. هشدار پیامبر خدا (ص) این است که: «اگر کسی از شما، برادر خویش را گرفتار بلایی ببیند، خداوند عزوجل را بر سلامت خویش بستاید، اما این حمد گفتن را به گوش بیمار نرساند» (متقی، ۱۴۰۹، ج ۲، ص ۱۴۲).

۲-۵. خودنمایی مبلغانه (الگودهی)

گاهی فرد برای اینکه عملی را تبدیل به الگویی برای دیگران کند و در واقع آن عمل را تبلیغ نماید، دست به خودنمایی می‌زند؛ مانند مادری که از لذت‌های مادرانه خود می‌گوید تا تبلیغی برای فرزندآوری باشد. در این صورت او خودنمایی مبلغانه انجام داده است.

۲-۵-۱. مفهوم‌شناسی تبلیغ

مفهوم اصطلاحی تبلیغ، نخست در حیطه امور دینی به کار می‌رفت و بعدها به حوزه‌های دیگر تعمیم یافت؛ گرچه در حوزه‌هایی غیر از حوزه دین، غالباً از صورت جمع آن (تبلیغات) استفاده می‌شود. ارائه تعریفی دقیق از تبلیغ که مورد وفاق همگان باشد، کار دشواری است، لیکن می‌توان در جمع این تعاریف، تبلیغ را اینگونه شناخت: «تبلیغ، رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد یک موضوع است» (الویری، ۱۳۷۴).

بنا بر این تعریف، خودنمایی مبلغانه، نوعی از خودنمایی است و نمایش رفتار و کمالات خود است که منجر به اقناع یا برانگیختن

احساسات مخاطب به سود یا بر ضد یک موضوع شود؛ مانند پدری که مقابل فرزندش صدقه می‌دهد تا او این موضوع را فراگرفته و در زندگی به فقرا توجه داشته باشد و یا قرائت قرآن به صوت زیبا و در ملاً عام برای ترغیب مردم به دین. به این ترتیب، خودنمایی مبلغانه به نوعی بروز علنی رفتاری ممدوح است به منظور الگوگیری دیگران از خود و یا هدایت افراد به سمت مسیر کمال.

۲-۵-۲. مفاهیم نزدیک به تبلیغ

۲-۵-۲-۱. الگو، اسوه و قدوه

الگو در لغت به معنای طرح، سرمشق، نمونه، مثال، مدل و... آمده است، اما در اصطلاح و در علوم گوناگون، معانی متفاوت و البته نزدیک نیز طرح شده است. در حوزه تعلیم و تربیت، معنای اصطلاحی الگو کاملاً با معنای لغوی آن تطابق دارد و به طرح و نمونه یا مدلی از شکل یا اشیا یا موردی از رفتار اطلاق می‌شود (حسینی نسب، ۱۳۸۹، ص ۶۳۲).

از الگو در عربی به «اسوه» و «قدوه» تعبیر می‌شود. مفردات راغب أسوه را حالتی می‌داند که انسان به هنگام پیروی از غیر پیدا می‌کند (راغب، ۱۳۷۳، ج ۱، ص ۲۱۲). زمخشری در کشاف، در معنای اسوه دو احتمال ذکر کرده است: یکی این که خود رسول خدا (ص) فی نفسه اسوه حسنه و مقتدی به است، و دیگری این که در وجود رسول خدا (ص) خصلتی هست که جا دارد مردم به آن حضرت، در آن صفت اقتدا کنند (زمخشری، ۱۴۱۰ ق، ج ۳، ص ۵۳۱). واژه «قدوه» نیز در روایات عموماً به معنی تبعیت و پیروی از یک رهبر و امام یا سنت حسنه به کار رفته است.

۲-۵-۳. الگودهی در آیات و روایات

شاید بهترین مصداق برای تربیت الگویی همین باشد که مربی در مقام عمل، یک الگوی تمام‌عیار برای مترتبان خود باشد؛ چراکه مترتبی قول و فعل مربی را هماهنگ می‌بیند و نظریه و عمل را باهم تجربه می‌کند. امام صادق علیه السلام در این باره می‌فرماید: «کونوا دعاة للناس بغير السننکم، لیروا منکم الورع والاجتهاد والصلاة والخیر فان ذلک داعية.» «کونوا دعاة للناس بغير السننکم، لیروا منکم الورع والاجتهاد والصلاة والخیر فان ذلک داعية» (کلینی، ۱۴۰۴ ق، ج ۲، ص ۸۳) و نیز در روایات دیگری می‌فرماید: «کونوا دعاة الناس بأعمالکم ولا تکنوا دعاة بالسننکم» (مجلسی، ۱۳۵۵، ج ۵، ص ۱۹۸).

بنابراین الگو بودن مؤمنان برای یکدیگر و زینت بودنشان برای اهل بیت مورد توجه بوده است.

۲-۵-۴. ارزش‌گذاری خودنمایی مبلغانه

تبلیغ عملی یا الگودهی یا همان خودنمایی مبلغانه در اسلام مورد پذیرش است. ممدوح یا مذموم بودن تبلیغ به روش خودنمایی وابسته به موضوع آن است به طوری که اگر موضوع تبلیغ امری پسندیده باشد، خود تبلیغ نیز ممدوح و حتی گاهی واجب است (امر به معروف و نهی از منکر) و بالعکس اگر موضوع تبلیغ امری ناپسند باشد، شامل عنوان اشاعه فحشا شده و مذموم است.

نتیجه‌گیری

با توجه به تعریف خودنمایی و نقش نیت فرد در ارزش‌گذاری آن، به نظر می‌رسد دین اسلام برای خودنمایی ارزش ذاتی قائل نیست.

در واقع باید بین فعل و صفت فعل در خودنمایی تفکیک قائل شد. خودنمایی به ذات و به خودی خود از نظر آیات و روایات ارزش عملی ندارد بلکه آن چیزی که به آن ارزش می‌دهد، صفتی است که به دنبال آن می‌آید. اگر صفت مذکور پسندیده باشد، خودنمایی ممدوح و در غیر این صورت مذموم است. بدین سبب با توجه به موقعیت‌های گوناگون و نیت‌های مختلف افراد از انجام رفتار خودنمایانه، بر اساس آیات و روایات، انواع خودنمایی در پنج دسته اصلی جای گرفت که هرکدام به صورت جداگانه مورد بررسی و کشف ارزش از منظر آیات و روایات قرار گرفتند که در جدول زیر به طور خلاصه جمع‌بندی شده است:

ردیف	نوع خودنمایی	نیت انجام عمل	مصادیق رایج	ارزش
۱	ریاکارانه	تحسین و توجه دیگران	ریا	مذموم
			سمعه	مذموم
۲	شهرت‌طلبانه	شناخته شدن توسط تعداد یا گروهی از افراد	طلب شهرت	مذموم
			لباس شهرت	مذموم
۳	برتری‌طلبانه	بهرتر و بزرگ‌تر نشان دادن خود نسبت به دیگران	تکبر	عموماً مذموم
			تفاخر	مذموم
			تکاثر و تجمل‌گرایی	مذموم
			نژادپرستی	مذموم
۴	هویت‌جویانه	کسب احساس ارزشمندی و هویت مورد پسند	خودابرازی	مجاز
			اظهار نعمت	ممدوح
			تظاهر (نفاق)	مذموم
			تظاهر (حفظ آبرو)	ممدوح
			آراستگی و تزیین	ممدوح
			تبرج و خودآرایی	مذموم
			تشبه به کفار	مذموم
			تشبه به جنس مخالف	مذموم
۵	مبلغانه	اقناع یا برانگیختن مخاطب به سود یا ضرر یک موضوع	الگودهی	اگر موضوع، تبلیغ دین یا هدایت انسان‌ها باشد ممدوح در غیر این صورت مذموم است.

با توجه به نتایج، به نظر می‌رسد انواع خودنمایی‌های مذموم در نهایت به برتری‌طلبی برمی‌گردد. کسی که طالب ریا یا شهرت یا مفاهیم مذموم دیگر خودنمایی باشد، به نوعی به دنبال بالابردن ارج و جایگاه خود نزد دیگران است که اگر به طور مستقل هدف عمل آدمی باشد، از نظر آیات و روایات مذموم به‌شمار می‌آید. از طرف دیگر، هر جا که خودنمایی در راستای عزت نفس، عزت دین یا تبلیغ دین و هدایت مردم بوده، ممدوح و مورد تأیید این منابع است.

تقسیم‌بندی فوق بر اساس نیت فرد بوده، لذا ممکن است عملی در شرایط مختلف در دسته‌های مختلف به لحاظ خودنمایی

جای گیرد. برای مثال، رفتاری مانند بدحجابی در جایی، ریاکارانه و برای جلب توجه و تحسین مردم، در جای دیگر برتری طلبانه و برای برتر نشان دادن خود به لحاظ زیبایی نسبت به دیگران، در جایی هویت جویانه (به قصد نشان دادن تفکر خود به گروه دوستان یا ...) و در جای دیگر شهرت طلبانه باشد. بنابراین در قضاوت دنیوی برای رفتار دیگران با توجه به توصیه شارع به حسن ظن به رفتار برادران دینی، لازم است یک مسلمان رفتار آشکار دیگران را همیشه با خوش بینی، به خودنمایی های مجاز و ممدوح متصف کند و از هرگونه سوءظن و تهمت نابه جا پرهیزد؛ اما از سوی دیگر باید توجه داشت که نیت مخلصانه، شرط صحت اعمال مسلمان است و در قضاوت اخروی ملاک سنجش اعمال قرار می گیرد فلذا یک مسلمان در انجام اعمال خود می باید دقت لازم را برای پرهیز از خودنمایی های مذموم و حرام داشته باشد.

منابع

قرآن کریم

- ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین؛ مرعشی، شهاب الدین و عراقی، مجتبی. (۱۴۰۳ ق). عوالی اللئالی العزیزیه فی الأحادیث الدینیة. ۴ ج. قم: مؤسسه سیدالشهداء (ع)، چاپ اول.
- ابن بابویه، محمد بن علی بن حسین (شیخ صدوق). (۱۴۰۶ ق). ثواب الاعمال و عقاب الاعمال. قم: انتشارات شریف رضی، چاپ اول.
- ابن معین الدین میبدی، حسین. (۱۳۷۴). دیوان امام علی علیه السلام. ترجمه مصطفی زمانی. قم: نصاب، چاپ اول.
- ابن عربی، محمد بن علی. (۱۳۸۸). فتوحات مکیه. ترجمه محمد خواجوی. تهران: مولى، چاپ اول.
- ابن فارس، احمد بن هارون، و عبدالسلام محمد. (۱۴۰۴ ق). معجم مقاییس اللغة. قم: مکتب الإعلام الإسلامی، مرکز النشر، چاپ اول.
- ابن کثیر، اسماعیل بن عمر و شمس الدین، محمد حسین. (۱۴۱۹ ق). تفسیر القرآن العظیم (ابن کثیر). بیروت: دارالکتب العلمیه، چاپ اول.
- اترک، حسین. (۱۳۹۹). پیوند اخلاقی فلسفی و دینی در الذریعه راغب اصفهانی. تأملات اخلاقی. سال اول، شماره اول، صص ۱۰۳-۱۳۳.
- بیدل دهلوی، ابوالمعانی میرزا عبدالقادر. (۱۳۹۹). دیوان بیدل دهلوی. تصحیح اکبر بهداروند. تهران: نگاه، چاپ اول.
- پنج تنی، منیره. (۱۴۰۰). دیزاین و فشن به روایت فلسفه. فصلنامه اطلاعات حکمت و معرفت، زمستان. سال شانزدهم، شماره چهارم، صص ۷۱-۷۷.
- حاتم پوری کرمانی، محمدرضا. (۱۳۸۹). در محضر امیرالمؤمنین (ع): شرح جامعه خطبه همام. خطبه ۱۹۳ نهج البلاغه. تهران: زعیم، چاپ اول.
- حداد عادل، غلامعلی؛ پورجوادی، نصرالله؛ میرسلیم، مصطفی؛ طاهری عراقی، احمد. (۱۳۷۵). دانشنامه جهان اسلام. ۲۹ جلد. تهران: بنیاد دایرةالمعارف اسلامی، چاپ اول.
- حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین بن احمد. (۱۳۶۴). تفسیر اثنی عشری. تهران: انتشارات میقات، چاپ اول.
- حسینی نسب، سید داود؛ اقدم، علی-اصغر. (۱۳۸۹). فرهنگ واژه‌ها. تعاریف و اصطلاحات تعلیم و تربیت. تبریز: احرار، چاپ ششم.
- خمینی، سیدروح الله. (۱۳۸۵). شرح چهل حدیث. تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، چاپ بیستم.
- داوودی، زهره؛ شیرخدایی، میثم؛ نورانی، محسن. (۱۳۹۶). بازتعریف تبلیغات تجاری از منظر اسلام با روش کیفی. نشریه پژوهش‌های اجتماعی اسلامی، سال بیست و سوم، شماره دوم، صص ۱۱۷-۱۴۲.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (۱۳۷۳). کتاب الذریعه الی مکارم الشریعه. چاپ ابویزید عجمی، قاهره (۱۴۰۷/۱۹۸۷)، چاپ افسست قم.

- سبزواری، ملاهادی. (۱۴۱۳ ق). شرح المنظومه قسم الحکمه، تعالیق حسن-زاده آملی، تهران: نشر ناب، چاپ اول.
- سعیدی رضوانی، محمود؛ غلامی، فاطمه. (۱۴۰۲). انتقال آموزه ارزش عدم جلوه‌گری به دختران دبستانی از طریق داستان مطالعه‌ای پدیدارشناسانه. تأملات اخلاقی، سال چهارم، شماره سیزدهم، صص ۷-۳۴.
- شریف الرضی، محمد بن حسین. (۱۳۸۸). نهج البلاغه، ترجمه سید محمد بهشتی. تهران: تابان، چاپ سیزدهم.
- صائب، محمدعلی. (۱۳۶۵). دیوان صائب تبریزی. به کوشش محمد قهرمان. تهران: نشر علمی و فرهنگی، چاپ سوم.
- طباطبایی، محمدحسین. (۱۳۷۸). تفسیر المیزان، ترجمه محمدباقر موسوی. قم: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم، دفتر انتشارات اسلامی، چاپ اول.
- طبرسی، حسن بن فضل. (۱۳۹۰). مکارم الاخلاق، ترجمه احمد احمدزاده. قم: نورالزهرا (س)، چاپ اول.
- طریحی، فخرالدین بن محمد. (۱۳۷۵). مجمع-البحرین، ترجمه احمد حسینی-اشکوری. تهران: مکتبه-المرتضویه، چاپ اول.
- عبدلآبادی، علی اکبر و علی بیات و طاهره محمدیان. (۱۴۰۰). موانع روا-ن-شناختی معرفتی اخلاقی زیستن از نگاه امام علی علیه السلام. تأملات اخلاقی، سال دوم، شماره چهارم، صص ۷-۲۶.
- عسجدی مروزی. (۱۳۴۸). دیوان عسجدی، تصحیح شهاب طاهری. تهران: ابن سینا، چاپ اول.
- علامه حلی، حسن بن یوسف. (۱۴۱۴ ق). تذکره الفقهاء. تهران: مکتبه-المرتضویه، الطبعة الأولى.
- علی بن ابی طالب (ع)، آمدی، عبدالواحد بن محمد. (۱۳۳۷). غرر الحکم، ترجمه محمد انصاری قمی. تهران: محمدعلی الانصاری القمی، چاپ اول.
- عمید، حسن. (۱۳۶۳). فرهنگ عمید. تهران: امیرکبیر، چاپ اول.
- فاضل موحدی لنکرانی، محمد، خامنه‌ای، علی، رهبر جمهوری اسلامی ایران، گلپایگانی، محمدرضا، خوئی، ابوالقاسم، تبریزی، جواد، مکارم شیرازی، ناصر، بهجت، محمدتقی، و دیگران. (۱۳۸۱). توضیح المسائل (امام و مراجع). ۲ ج. قم ایران: جامعه مدرسین حوزه علمیه قم. دفتر انتشارات اسلامی، چاپ اول.
- فراهیدی، خلیل بن احمد. (۱۴۲۹ ق). ترتیب کتاب العین. تحقیق مهدی مخزومی و ابراهیم سامرای، تصحیح دکتر اسعد طیب. تهران: انتشارات اسوه، چاپ اول.
- فضل الله همدانی، رشید الدین. (۱۳۹۲). جامع التواریخ. جلد دوم، تصحیح محمد روشن. تهران: نشر میراث مکتوب، چاپ اول.
- فیومی، احمد بن محمد؛ جواد، خضر. (۱۹۸۷ م). المصباح المنیر. بیروت: مکتبه لبنان، الطبعة الأولى.
- القزوینی الرازی، احمد بن-فارس بن زکریا. (۱۳۹۹ ق). معجم مقاییس اللغة. المحقق: عبدالسلام محمد هارون. قم: دارالفکر، چاپ اول.
- کلینی، محمد بن یعقوب بن اسحاق. (۱۳۶۷ ق). الکافی (ط-الإسلامیه). تهران: دارالکتب الإسلامیه، چاپ سوم.
- کوئن، بروس. (۱۳۸۰). مبانی جامعه‌شناسی. ترجمه غلامعباس توسلی و رضا فاضل. تهران: سمت، چاپ دوازدهم.
- متقی، علی بن حسام‌الدین؛ حیانی، بکری، وسقا، صفوه. (۱۴۰۹ ق). کنز العمال فی سنن الأقوال و الأفعال. بیروت: مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى.

- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی. (۱۳۵۵). ترجمه بحار الانوار، ترجمه موسی خسروی. تهران: کتابفروشی اسلامی، چاپ اول.
- محمدی ری شهری، محمد. (۱۳۸۹). میزان الحکمه. ترجمه حمیدرضا شیخی. قم: مؤسسه علمی فرهنگی دارالحدیث، سازمان چاپ و نشر، چاپ پانزدهم.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۹۷). آشنائی با قرآن. تهران: صدرا، چاپ هشتم.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۵). اخلاق در قرآن. قم: مدرسه الامام علی بن ابی طالب (ع)، چاپ اول.
- موسی، حسین یوسف؛ عبدالفتاح سعیدی. (۱۳۶۹). الافصاح في فقه اللغة. قم: مکتب الاعلام الاسلامی، الطبعة الأولى.
- نجفی، محمد حسن (۱۳۶۲). جواهرالکلام. بیروت: دارالاحیاء التراث العربی، الطبعة الأولى.
- نراقی، ملا احمد. (۱۳۷۷). معراج السعاده، تصحیح و ویرایش رضا مرندی. تهران: دهقان، چاپ اول.
- نراقی، مهدی. (۱۳۸۵). جامع السعادات، ترجمه کریم فیضی. تهران: انتشارات آل محمد صلی الله علیه و آله، چاپ اول.
- وحشی بافقی، کمال الدین. (۱۴۰۰). دیوان وحشی بافقی، تصحیح پرویز بابایی، تهران: نگاه، چاپ اول.
- ورام بن ابی فراس. (۱۴۱۰ ق). تنبیه الخواطر و نزهه النواظر (مجموعه ورام). قم: مکتبه فقیه، الطبعة الأولى.
- الویری، محسن. (۱۳۷۴). تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی. تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول.

Rojek, Chris. (2001). *Celebrity*, London: Reaktion Books.

Grout, Holly. (2019). *Celebrity matters*, published in: <https://aeon.co/essays/the-history-of-celebrity-is-a-history-of-the-concept-of-self>