



تأملی در شیوه های اقناعی زینب(س) بزرگ مبلغ قیام عاشورا

ارزش و عظمت زینب کبری، به خاطر موضع و حرکت عظیم انسانی و اسلامی او در پیام رسانی مظلومیت حسین براساس تکلیف الهی بود و پس از شهادت حسین بن علی که دنیا ظلمانی شد، در دل و جان و آفاق عالم درخشید.

ارزش و عظمت زینب کبری، به خاطر موضع و حرکت عظیم انسانی و اسلامی او در پیام رسانی مظلومیت حسین براساس تکلیف الهی بود و پس از شهادت حسین بن علی که دنیا ظلمانی شد، در دل و جان و آفاق عالم درخشید.

به گزارش خبرنگار مهر، تبلیغ به عنوان کوششی سازنده در گستره ادیان، همواره مورد توجه پیامبران الهی و پیروان آنان بوده است. قرآن کریم اهمیت تبلیغ را در دعوت بشریت به هدف خلقت و اجتناب از کفر و طاغوت دانسته است. امام حسین (ع) با توجه به رسالت عظیم خود در هدایت بشر به عنوان امام جامعه، دعوت خود را از راه قیام آغاز کرده و با شهادت خود و اسارت اهل بیت (ع) بهترین شیوه ابلاغ دین را در آن زمان بکار بردند (مروت، طیه، قدس، ۱۳۸۲).

بعد از واقعه عاشورا، حضرت زینب (س) به عنوان رهبر کاروان اهل بیت (ع) به وظیفه خود که نشر اهداف قیام حسینی و آشکار کردن ماهیت قیام ابا عبد... الحسین (ع) بود، عمل نموده و با بیان خطبه‌های مهیج و آتشین با مضامین و محتوای ارزشمند، رسالت امام حسین (ع) را به اتمام رسانید، چنانچه بسیاری از مورخین اسلامی اذعان داشته‌اند که اگر زینب (س) بعد از قیام عاشورا حضور فعال خود را در این جایگاه به اثبات نمی‌رساند، واقعه کربلا در همان جا می‌ماند (همان، نقل به مضمون).

اگر چه نام زینب کبری (س) با واقعه عاشورا پیوند خورده است، ولیکن نباید نقش این بزرگوار را تنها در کربلا خلاصه کرد، رسالت زینب (س) در به ثمر رساندن پیام عاشورا، برآیند یک جریان تربیتی برنامه ریزی شده و شناخت عمیق دینی در سایه سار پرورش امامی همچون علی و مادری چون زهراء (س) است، علاوه برآنکه جامعه شناسی، روان شناسی و مخاطب شناسی او گواهی بر فکر و اندیشه بلند این شخصیت الهی است؛ و بی شک توفیق آن بزرگوار در حرکت سیاسی، فرهنگی ابلاغ پیام مظلومیت حسین (ع) را می‌باید با ساختار فکری، علمی و نظری عمیق ایشان که در غالب خطبه های آتشین متجلی گردید و همچنین بهره گیری مناسب وی از شیوه های تبلیغی در پیام رسان واقعه عاشورا مرتبط دانست.

انگاره‌های نظری قیام عاشورا

در تحلیل قیام تاریخی عاشورا و تبیین فلسفه و چرایی آن، نظریات گوناگونی ارائه شده است که بعضاً در تقابل با یکدیگر قرار دارند. نظریاتی چون: شهادت، امر به معروف و نهی از منکر (یا تبلیغ)، احیای دین و مبارزه با بدعت (یا بیدارگری)، شفاعت، حکومت، اتمام حجت، تبلیغ کتاب و ... در این بیان قول مشهور و رایج در تحلیل قیام کربلا همان نظریه شهادت است که حرکت امام حسین علیه السلام به همراه یاران و بستگان خویش از مدینه به کربلا را به مقصد شهادت و در جهت افشای مظالم یزید، بیدار سازی و تحریک مسلمانان به قیام بر ضد خلافت وجور و در نهایت زمینه سازی برای تشکیل حاکمیت توحید در زمین ارزیابی می‌کند. (راز جاودانگی، نقل به مضمون، ۱۳۸۲)

بر پایه نظریه شهادت، امام حسین (ع) با علم کامل به فرجام خونین خویش به حکومت طاغوت «نه» گفته و خود را به آتش خشم یزیدیان زده است تا معیاری جاودانه برای مسلمین در شناخت سنت نبوی (ص) از فتنه‌ها و بدعت‌های اموی باقی گذارد و اسلام در نقطه اوج حاکمیت «نفاق»، برای اثبات «خلوص و بندگی» خویش، نیاز به چنین نمایش فداکارانه ای داشته است؛ البته برای پرهیز از تحلیل‌های تک ساحتی و یا تک علتی، نظریه دیگری به نحوی "جامع" تضادها و تناقض‌های ظاهری میان آنها را آشکار کرده و می‌توان از آن با عنوان «بداء» یا «رضا به قضا» یاد کرد.

نظریه اخیر، علاوه بر «چندمرحله ای» انگاشتن قیام حسینی، آن را در گوهر، دارای «پرده ها و لایه‌های تو در تویی می‌شمارد که عملاً همراه و همدوش با هم، سرشت و سرنوشت قیام را رقم می‌زنند و فهم کامل و عمیق «جنبش عاشورا، به مثابه نهضتی با اهداف چندمنظوره در گرو شناخت «نظام مند» آن لایه‌ها و تعامل دقیق آنها با یکدیگر است (همان، نقل به مضمون).

از میان نظریات فوق، به نظر می‌رسد که نظریه "احیای دین و مبارزه با بدعت" به نوعی، از جمله مهم ترین اهداف اصلاحگرانه و متعالی امام معصومی است که تنها در سایه بذل جان شریف و گران بها ی خود و اهل بیت طاهرینش تحقق می‌یافت و لذا نظریه شهادت نیز در پرتو چنین رویکرد و هدف بلندی می‌تواند قابل تبیین و تعمیم به نظریه احیای دین قرار گیرد، بویژه آنکه

قتل مظلومانه فرزند پیامبر (ص) سبب رسوایی خلافت جور، بی اعتبار شدن بدعت های آشکار در دین، بیداری و قیام مسلمانان برای ستیز با ظلم و نهایتاً پی افکندن نظام عدل و آزادی گردید.

چنانچه در این بررسی، نظریه شهادت و نظریه احیای دین و مبارزه با بدعت (یا بیدارگری) را توأمان به عنوان انگاره ای غالب بر قیام عاشورا مورد پذیرش و استناد قرار دهیم، بی شک می توان نقش و رسالت حضرت زینب (س) را نیز در ابلاغ و نشر پیام مظلومیت خونین امام برحق، با هدف تکمیل رسالت حسینی و نیز افشای چهره پلید حاکمان فاسق و فاجر بنی امیه و با نقش آفرینی بی مثال حضرت زینب (س) در نشر پیام خون بار حسین (ع) را در راستای بسط آیین انگاره تلفیقی در این بررسی اجمالی تعمیم داد؛ بویژه آنکه بازگویی حکایت پر رمز و راز واقعه عاشورا و رسوایی آن خاندان گمراه و افشای مظالم بی شمار امویان، بدون حرکت کاروانی غم بار از اسرای اهل بیت و بی حضور و راهبری پیام آور صادقی چون زینب (ع)، پرورش یافته در مکتب انسان ساز پدری، چون علی (ع)، ممکن نمی گردید.

زینب، پیام آور عاشورا، منبعی گواه، صادق و بی همتا

بی شک یکی از مهم ترین ویژگی های اثر بخشی هر پیام و در نتیجه اقناع مخاطبان آن، وجود منبع موثق و معتبری برای بازتاب و بازگویی هر رویداد و واقعه اجتماعی، فرهنگی و تاریخی است، به گونه ای که ضامن صحت و درستی هر خبری در گرو وجود منبعی صادق و آگاه است، تا آنجا که کارشناسان فن در اولین ارزیابی، خبر غیر موثق و نادرست را به بی اعتباری منبع آن منتسب می کنند. بیان واقعه جانگداز عاشورا و شرح مصائب و صحنه های جانسوز آن، مطابق با واقعیات تاریخی رویداد، به گونه ای که حق مطلب ادا گردد و رسالت ابلاغ پیام احیاگر دین که تنها با ریختن خون امام راستین و برحق چون حسین کامل می گردید، بدون وجود مبلغی عالم، شجاع، متوکل و صبور ممکن نبود.

حضرت زینب با آن روح بزرگ و قدسی از ایفای رسالت ابلاغ حقانیت حسین (ع) و افشای ماهیت پلید خاندان امویان، با تحمل بلا ها و مصائب جان فرسا به بهترین صورت قابل تصور بر آمد، و بی شک بدون بر خورداری از ویژگی های شخصیتی متعالی و فضائل علمی و اخلاقی برجسته چنین موفقیتی در ابلاغ پیام حسین امکان پذیر نبود؛ اگرچه گوهر وجود بی مثال آن حضرت، بنا به تعبیر استاد مطهری، بعد از واقعه کربلا و تحمل مصائب جانفرسا، عظمت و شکوه بیشتری هم یافت. اما لازمه ایفای رسالت سنگین ابلاغ پیام مظلومیت حسین (ع) و افشای شجاعانه و اثر بخش ماهیت حاکمان بنی امیه، متضمن برخورداری از خصائصی است که در ادامه این گفتار، برخی از مهم ترین آن ویژگی ها در حد بضاعت و در راستای تبیین ابعاد وجودی وی که به درک شخصیت مبلغ آن پیام خونین، سودمند واقع گردد بر شمرده می شود.

ابعاد وجودی و کمتر شناخته شده پیام آور عاشورا

زینب کبری در خانه پدر، مونس و همدم پدری چون علی بود و در دامن مادری چون فاطمه (س) به فضایی آراسته شد که هیچ دختری در مدینه به آنها دست نیافته بود؛ اگر چه متأسفانه گاهاً برخی واعظان و منبریان بر روی نکاتی از شخصیت ایشان انگشت می گذارند که کارکرد احساسی داشته تا بر مخاطب تأثیری گذرا بگذارد، اما ابعاد مختلف شخصیت و نقش آن بانوی گرامی تا این زمان برای جامعه بدرستی شناخته نشده است.

به عنوان مثال، کمتر مورخی از جلسات پرسش و پاسخ سلسله وار علمی ایشان، جلساتی که به طور مرتب و پیوسته به منظور تفسیر قرآن و حدیث و تشریح عدم دینی بر پا می گردید، سخن گفته اند؛ کمتر شنیده شده است که حتی مردان برای طرح احکام فقهی خود به ایشان مراجعه می نمودند و یا حتی در مواردی، حضرت امیر، حل برخی اختلاف نظرهای موجود در جامعه را به ایشان واگذار می کردند (حاتمی، افسانه، ۱۳۸۳، نقل به مضمون).

آشنایی عمیق با علوم دینی، تفسیر و بصیرت و شناخت آن بزرگوار با تاریخ و معرفت شناسی دینی بسیار قابل توجه است و لذا خطبه های آن حضرت به واسطه یک چنین پشتوانه علمی حاوی بحث های مهم تفسیری، روایی، کلامی، و اعتقادی است. ارزش و عظمت زینب کبری، به خاطر موضع و حرکت عظیم انسانی و اسلامی او در پیام رسانی مظلومیت حسین براساس تکلیف الهی بود و لذا پس از شهادت حسین بن علی که دنیا ظلمانی شد، این عقیده بنی هاشم به سان نوری در دل و جان و آفاق عالم درخشید و به جایی رسید که فقط والاترین انسان های تاریخ بشریت، یعنی پیامبران می توانند بدانجا راه یابند. (خامنه ای، ۱۳۷۰: ۱) او به خوبی می دانست که زاده و پرورده شرافت و عزت است و بی تردید، علاوه بر این آگاهی و پرورش آن ویژگی های متعالی شخصیتی، یک مشیت الهی هم وجود داشته تا ایشان برای جامعه، مرجعیت و حجیت فکری و اعتقادی پیدا کند (فرهمند، ۱۳۸۴، نقل به مضمون).

حضرت زینب (س) از همان دوران کودکی با مصیبت و فاجعه ای دردناک روبرو بود. رحلت پیامبر (ص) در سن ۵ سالگی او

و حادثه های رقت انگیزی که در آن روز درون و برون خانه ایشان رخ داد، از جمله بیماری مادر و سپس شهادت ایشان، تحمل و نظاره بر رنج ها و مصیبت های پدر و شکوه هایی که از ستم زمانه داشت و دلخراشتر از آن، هاله ای از ترس و پنهان کاری که این خانواده را فرا گرفته بود آه و فغان زینب را پیوسته در وجودش شعله ور می کرد و این همه در حالی بود که حتی کودکان علی و فاطمه اجازه شیون و زاری به صدای بلند را نداشتند....

او نیز باید دوره های سخت آزمایش را یکی پس از دیگری می گذراند و برای تحمل روزهای دشوارتر و مصیبت بار تر و ابلاغ رسالت سنگین حسین(ع) آماده می شد. آن حضرت علی رغم داشتن همسر و فرزند، همچون یک مادر، پرستاری پدر را از یاد نمی برد. او در عراق شاهد پیش آمدهای شگفتی از جمله شهادت پدر بزرگوارش در محراب مسجد کوفه بود و پس از آن، بیعت مردم کوفه با برادرش امام حسن (ع) و نافرمانی کردن از ایشان و سرانجام هجوم به خیمه امام و شکستن ران آن بزرگوار و در تنگنا قرار گرفتن ایشان برای عقد پیمان آشتی با معاویه که موجبات سرزنش و زخم و زبان دشمنان دوست نماش را شاهد بود. اما این همه رنج و اندوه دشوار، به جای آن که او را از ادای وظیفه باز دارد بر استقامتش افزود و قوای روحی اش را برای تأثیر بخشی هر چه بیشتر ابلاغ پیام حسین نیرومند می ساخت (راحمی پور، ۱۳۸۳).

آن بزرگوار قریب به ۳۰ سال از زندگی پر رمز و راز پدر را درک کرد و در دوران سخت حکومت علی(ع) در حالی که تنها ۲۵ سال داشت با تمامی توطئه های زمانه آشنا شد. ایشان به کرات مویه ها و درد دل های آن حضرت را می شنید و به خوبی در جریان دسیسه های جنگ های صفین، نهروان و... قرار داشت. زینب تجربه تلخ حکومت محدود ۵-۶ ماهه امام حسن (ع) را نیز از نزدیک دیده بود و صلح او و حکومت تلخ و تحمل ایشان را که در غربتی عجیب به سر می برد به عنوان محرم راز و مونس او درک کرده بود.

در واقع حضرت زینب در دوران زندگی پدر و سپس امام حسن(ع) بویژه در دوره خلافت معاویه متحمل مصیبت های بسیاری گردید، در حالی که از طرف دشمن، حکومت و حتی دوستان ناآگاه تحت فشار بود (حاجیان، ۱۳۸۳، نقل به مضمون). بی گمان اگر تحمل مصائب دشوار واقعه کربلا و شهادت جانگداز حسین و فرزندانش بر زینب ممکن گردید و همچون رقیه از فراغ غم بار پدر در آن ایام حزن و اندوه، جان عزیزش را به جانان تسلیم نکرد، در پی تحمل انواع رنج ها و مشقات پی در پی از دوران کودکی تا بزرگسالی ممکن بود، تا آنجا که تجربه آن همه بلا و مصیبت غمناک، از او شخصیتی شجاع، راسخ، صبور و پولادی آبدیده ساخت و لذا ایفای ابلاغ پیام مظلومیت حسین در بهترین شکل ممکن در سایه وجودی تحقق پیدا کرد که بارها در کوران حوادث از امتحانات الهی سربلند برخاسته بود.

مفهوم تبلیغات از چند منظر

ساده ترین تعریفی که می توان برای تبلیغات ارائه کرد عبارتند از: رساندن پیام یا خبر. تبلیغات یعنی انتشار و ترویج منظم و برنامه ریزی شده یک نظر، عمل و کالاست. مطابق تعریفی دیگر، تبلیغ کوششی است تعمّدی و حساب شده است که به منظور شکل دادن به دریافت، دستکاری کردن ادراک و همسو کردن رفتار مخاطبان با نیت مورد نظر مبلغ صورت می گیرد. از دیدگاه خاص ارتباط شناسی، تبلیغ همانند ارتباط، فراگردی است مقید به شرایط زمانی و مکانی که با ویژگی های اجتماعی قابل شناخت است.

امیر مؤمنان (ع)، اهداف تبلیغی پیامبر اسلام را ابلاغ وحی، از بین بردن فاصله های اجتماعی، ایجاد وحدت، اصلاح ذات البین، دعوت به سوی پروردگار، شجاعت و پافشاری در ابلاغ حق و استفاده از حکمت و موعظه همراه با نصیحت و خیرخواهی بر شمرند.

امام خمینی(ره) تبلیغ را شناساندن خوبیها و تشویق به انجام آن، ترسیم بدیها و نشان دادن راه گریز و منع از آن دانسته و آن را از اصول بسیار مهم اسلام عزیز بر شمرند.

عوامل اثر بخش در ابلاغ پیام

در فرآیند انتشار یک پیام، باید مراحل طی شود تا پیام بر مخاطب اثر گذار باشد. مرحله اول دریافت پیام از سوی مخاطب به طور کامل، فهم و درک آن، پذیرش و قبول پیام از سوی مخاطب و در مرحله دیگر تأثیر و عمل بدان از طرف مخاطب است. تمامی انواع تبلیغات برای ثمر بخشی به متقاعد کردن مخاطبان نیاز دارد. متقاعد کردن فرآیندی برای تغییر نگرش است و برای این هدف باید از روان شناسی اجتماعی کمک گرفت (سید محسنی، ۱۳۸۱: ۶۹). متقاعد سازی به نوعی ایجاد دگرگونی عواطف و احساساتی است که ممکن است به رفتاری منتهی شود که مورد نظر مبلغ است. در حوزه روانشناسی نیز هر ارتباط متقاعدگرانه به چهار عامل وابسته است؛

پیام دهنده، پیام، مجرا و مخاطب. بنابراین همانگونه که لاسول بیان کرده است اهمیت خواهد داشت که "چه کسی، چه چیزی را، از چه طریقی، به چه کسانی می گوید و با چه تأثیری". در چنین فرآیندی، هر یک از متغیرهای ارتباطی می توانند از درجات مختلف تأثیرگذاری برخوردار باشند، به طوری که ممکن است ضعف یکی از عناصر و متغیرها به شکست نهایی برنامه تبلیغی برای اثر بخشی بیانجامد.

همچنین عوامل دیگری نظیر اعتبار و شأن پیام دهنده، قابلیت اعتماد مخاطب به آن و جذابیت و تخصص تا حد زیادی برای جذب و اثر بخشی پیام و متقاعد شدن مخاطب تأثیر گذار است. در واقع تبلیغ مؤثر مستلزم آن است که از نظر احساسی و عاطفی میان تبلیغ و پیام گیر همدلی وجود داشته باشد. اثر بخشی پیام، آخرین فرآیندی است که به تغییر فکر، ایده و عمل و رفتار مخاطب و آنچه که مورد نظر فرستنده پیام و یا مبلغ است می انجامد (همان: ۷۰).

ابزار و رسانه ابلاغ پیام

انتخاب ابزار مناسب در فرآیند یک اقدام تبلیغی به منظور انتشار پیام می بایست متناسب با خصوصیات مخاطبان و نحوه پراکندگی آنان باشد. مبلغ می باید از مناسب ترین ابزار انتشار پیام در پیشبرد اهداف خویش بهره گیری کند. همان گونه که امام حسین(ع) برای تبلیغ فرهنگ عاشورا، مراسم حج و شهر مکه را انتخاب نمود و در اجتماعات مهم حاجیان، سخنرانی های روشنگرانه و هدایت بخشی را سازماندهی کرد.

زینب (ع) و همراهان مصیب دیده اش از زن و کودک نیز با غافله "کاروان اسرای کربلا"، گزارشگران و پیام آوران راستین واقعه عاشورا و اندیشه های بلند امام حسین (ع) به نسل های بعد شمرده شدند. کاروان اسرا به مثابه رسانه ای سیار و خونبار پیام مظلومیت اهل بیت را منزل به منزل و درهر کوی و برزن با غریو محزون و غمناک زینب در گوش ناظران سر می داد؛ شیوه ای که بی شک پیش از آن و حتی پس از آن دوره غم بار در ابلاغ پیامی به مخاطبان این گونه تجربه نگردیده بود.

کاروان اسراء، رسانه ای بی همتا در ابلاغ پیام

در راستای اهداف تبلیغی پیامبر اکرم، اهل بیت (ع) در دوران امامت خود به تبلیغ دین با استفاده از ابزارهایی چون وعظ و پند، تأسیس حکومت اسلامی، جنگ و جهاد، صلاح و سکوت، تدریس، دعا، تقیه، مناظره و رفع شبهات فکری و مکتبی و قیام پرداختند. امام حسین (ع) با توجه به رسالت عظیم خود در هدایت بشر به عنوان امام جامعه، دعوت خود را از راه قیام آغاز کرده و با شهادت خود و اسارت اهل بیت (ع) بهترین ابزار و شیوه ابلاغ دین را در آن زمان بکار گرفت؛

وبعد از واقعه عاشورا نیز، حضرت زینب (س) به عنوان رهبر کاروان اهل بیت (ع) به وظیفه خود که نشر اهداف قیام حسینی و آشکار کردن ماهیت قیام ابا عبد... الحسین (ع) بود عمل نموده و با بیان خطبه های آتشین با مضامین و محتوای ارزشمند، رسالت امام حسین (ع) را به اتمام رسانید، چنانچه بسیاری از مورخان اسلامی اذعان کرده اند اگر زینب(س) بعد از قیام عاشورا حضور فعال خود را در این جایگاه به اثبات نمی رساند واقعه کربلا در همان جا می ماند؛

در واقع آن چیزی که باعث تثبیت جایگاه امامت و خاندان رسالت و حفظ ارزش های اصیل اسلام شد، حرکت انقلابی حضرت زینب(س) و کاروان اسراء بود (مروت، ۱۳۸۲)، کاروانی که به مثابه رسانه ای سیار مظلومیت امام حسین(ع)، خاندان و یارانش را در طول تاریخ به گوش جهانیان رسانید. چنانچه به زعم مک لوهان "رسانه را همان پیام بدانیم"، یقیناً بهترین مصداق این تعبیر کاروان اسیران مظلوم عاشورا است، کاروانی که پیش از هر رسانه دیگر با پیام خونینی به وسعت تاریخ به حرکت درآمد و اگر چه پس از طی چند منزل متوقف ماند، ولیکن از آن پس پیام مظلومیت حسین و اهل بیت پیامبر را بی هیچ محمل و مرکبی در هر زمان و مکان تا ابدیت ساری و جاری ساخت. بله رسانه همان پیام است، چنانچه رسانه پیامی چون خون نافذ و جاوید و پیام رسانی چون زینب داشته باشد.

یادداشت از محمدمهدی فتوره چی، دکترای اطلاعات و ارتباطات اجتماعی، پژوهشگر ارتباطات و مدیر بخش مطالعات رسانه و فرهنگ موسسه مطالعات و تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران

ادامه دارد...

منابع و مأخذ

- ساروخاني، باقر، "جامعه شناسي ارتباطات"، چاپ دوم، مؤسسه اطلاعات، ۱۳۶۸.
- معتمد نژاد، کاظم، "وسايل ارتباط جمعي"، چاپ چهارم، راین گرافيك، ۱۳۸۳.
- راحمي پور، فتانه، "براي تحمل اين مصيبت زني چون زينب مي بايد"، کيهان، ۱۳۸۳.
- فرهنگند، فهيمه، "حضرت زينب (س) پرستار روح، ايمان و اندیشه انسان در تمامي اعصار است"، قدس، ۱۳۸۴.
- سيد محسني، سيد شهاب، "تبليغات، مخاطب پژوهي و اثر بخشي"، هنر هشتم، شماره ۲۶، تابستان ۱۳۸۱
-، "راز جاودانگي، انگاره هاي مختلف در تحليل تاريخي قيام عاشورا"، جام جم، ۱۳۸۲.
- حاجيان، زهرا، "حضرت زينب(س) منادي بزرگ حقيقت"، خراسان، ۱۳۸۲.
- مروت، طيبه، "حضرت زينب(س) پايه گذار انقلاب فرهنگي"، قدس، ۱۳۸۲.
- حاتمي، افسانه، "برترين اسوه شكيبايي"، رسالت، ۱۳۸۳.
-، "عاشورا و نقش بي همتاي زينب(س)، هوشمند، شماره ۳۴.
- شيوه هاي تبليغ در فرهنگ عاشور

<http://www.tebvan.net/monasebat/۸۲/html/moharam-shiveh.html>

- پيام آوران عاشورا

<http://www.khamenei.ir/fa/views/ashore/ashora۱۱jsp>

- زينب کبري(س) شاه بيت غزل عشق و عرفان

<http://www.zeinabekobra.com/maghalat/onlain.htm>

- حديث عشق دو باب است

<http://www.pashtu.irim/hazrat/۲۰zainab.html>