

Tuesday, August 06, 2019
9:53 AM

تبلیغ غیر کلامی در ابلاغ پیام دینی

سید محمدعلی حسینی^۱

چکیده

در هر عصری شیوه‌های رساندن پیام به ویژه ابلاغ پیام دین برای هر محدوده مکانی و آداب و رسوم و فرهنگ هر ملتی متفاوت بوده و شرایط و ضوابط خاصی را می‌طلبد. قالب‌ها در انتقال پیام دینی اثرات متفاوتی را بر جای می‌گذارد، مثلاً فروشنده یک کالا برای ارائه متاع خود به بازار از بسته بندی جذاب و مطلوب برای جذب بهره برده و مشتری نیز از قالب بسته بندی جذاب به شدت استقبال کرده و برای ارائه‌دهندگان کالا و مشتری از اهمیت خاصی برخوردار خواهد بود؛ بدون تردید؛ ابلاغ پیام دین و رساندن گزاره‌های دینی به مردم و ملت‌ها نیز از این قاعده کلی مستثنا نیست، به ویژه در عصری که شیوه‌ها لحظه به لحظه نو و جذاب می‌شوند؛ لذا تبلیغی مؤثر می‌افتد که در قالب‌های متنوع ارائه گردد، در این تحقیق نویسنده سعی کرده است قالب‌های غیر شفاهی در امر تبلیغ را پیگیری کرده و راه بهتری را برای اخذ شیوه بهتر برای مبلغان گرامی ارائه دهد.

کلید واژه‌ها: تبلیغ، مبلغ، پیام، رفتاری، نوشتاری، دیداری و شنیداری، شیوه‌ها.

۱ دانش‌پژوه دکتری قرآن و علم (گرایش علوم تربیتی)، جامعه المصطفی العالمیه مشهد مقدس /
m_a_hosseini@yahoo.com

مقدمه

در جهان معاصر برای رساندن پیام و ابلاغ محتوای ارزش‌های دینی به عنوان برنامه کامل و ارائه اثرگذار یک اندیشه، از شیوه‌های مختلفی استفاده می‌شود. هر انسانی پیرو یک مذهب و باور، در تلاش است تا دیگران را در پیروی از اعتقادات و باورهای خویش همراه کرده و خدمتی به اندیشه قابل پذیرش خویش نموده درعین اینکه او را جذب باورهای خود می‌نماید، سعی‌اش بر ارائه بدون عیب و نقص آن باور به طرف مقابل است. باید توجه داشت که ضریب پذیرش آن باور زمانی به حد مطلوب خواهد رسید که گفته‌های شخص مبلغ به دور از شعار در قالب کلام و حرف باشد. بدیهی است ماندگارترین تبلیغ و القای پیام دین، زمانی نتیجه مطلوب را می‌دهد که صرفاً حرف نبوده، بلکه با عمل و رفتار به تبلیغ آن پرداخته شود. وقتی به قرآن کریم به عنوان یک نسخه حیات بخش نگاه می‌کنیم و سخنان حضرات معصومین علیهم‌السلام را مورد توجه قرار می‌دهیم به وضوح به ارزش تبلیغ بدون شعار و صرف زبان و سخن پی می‌بریم.

به آیات ذیل توجه کنیم که چگونه خداوند، پیامبران الهی علیهم‌السلام و یاران آنان را به عنوان الگوی زنده معرفی کرده است، چون آنان برای رساندن پیام الهی فقط به حرف و سخن اکتفا نمی‌کردند، بلکه رسالت‌شان را بر اساس تبلیغ عملی و غیر شفاهی قرار داده بودند، لذا از مطلوبیت و محبوبیت ویژه‌ای برخوردار بودند و در نتیجه، عملکردشان ماندگار گردیده است:

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَ الْيَوْمَ الْآخِرَ وَ ذَكَرَ
اللَّهَ كَثِيرًا. (احزاب: ۲۱)^۱

قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَ الَّذِينَ مَعَهُ... (ممتحنه: ۴)^۲
لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَ الْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يَتَوَلَّ فَإِنَّ
اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ. (ممتحنه: ۶)^۳

همان گونه که مشاهده می‌شود، راز ماندگاری تبلیغ انبیای الهی و میزان تأثیرگذاری آن در نفوس، عوامل متعددی دارد که یکی از آن عوامل پرهیز از حرف بدون عمل است؛ بلکه آنان از راه‌های دیگری پیام الهی را به دیگران منتقل می‌کردند، از جمله به شکل

۱. برای شما در زندگی رسول خدا سرمشق نیکویی بود، برای آنها که امید به رحمت خدا و روز رستاخیز دارند، و خدا را بسیار یاد می‌کنند.

۲. برای شما تاسی نیکویی در زندگی ابراهیم و کسانی که با او بودند وجود داشت.

۳. برای شما در برنامه زندگی آنها اسوه حسنه‌ای بود برای کسانی که امید به خدا و روز قیامت دارند، و هر کس سرپیچی کند به خویشتن ضرر زده است، زیرا خداوند بی‌نیاز و شایسته هر گونه ستایش است.

عملی و مسیرهای دیگری که در پی خواهد آمد، چه اینکه تأکیدات دینی بر همین مبنا استوار است؛ چنان که حضرت امام صادق علیه السلام فرموده است: «كُونُوا دُعَاةً لِلنَّاسِ بِغَيْرِ اَلْسِنَتِكُمْ...» (کلینی، ۱۴۲۹ق: ۲۰۳)

با توجه به مطلب پیش گفته، در این تحقیق سعی بر این است تا شیوه‌های تبلیغ به صورت غیرشفاهی را مورد توجه و مذاقه قرار داده و از این رهگذر، سبک جدید از انتقال پیام را به مبلغان گرامی ارائه نماید.

۱. مفهوم شناسی

مفهوم لغوی و اصطلاحی «تبلیغ»

یکی از واژگان به کار رفته در موضوع تحقیق، تبلیغ است که لازم است مفهوم شناسی گردیده و بعد به دنبال فهم معنای اصطلاحی اش باشیم.

برای پی بردن به عمق مفهوم و مقصود از یک واژه و برداشت معنای دقیق، صحیح و مطلوب از آن، لازم و ضروری می‌نماید که آن واژه را از منابع معتبر واژه‌شناختی مورد بررسی قرار داده تا به هدف خویش دست پیدا کنیم. بدین جهت واژه‌هایی که در عنوان تحقیق آمده‌اند و توضیح آنان ضروری به نظر می‌رسد، ذیلاً بیان می‌کنیم. واژه مورد بررسی در مقام مفهوم شناسی، کلمه «تبلیغ» است. در زبان فارسی این واژه به معنای رساندن استعمال شده و تغییر مفهومی ندارد. «تبلیغ، به معنای رساندن پیام یا خبر و یا مطلبی به مردم آمده است.» (معین، ۱۳۷۵، ج ۱: ۱۰۲۵؛ دهخدا، ۱۳۷۳) و به معنای خواندن کسی به دینی یا مسلکی و کشاندن او به راهی که تبلیغ‌کننده قصد دارد. (همان) به معنای رساندن نامه یا غیر آن هم آمده است.

«وَصَلَّ» و «بَلَّغ» یعنی رسید. «ابلاغ» و همچنین «تبلیغ» به معنای رساندن است. (فراهیدی، ۱۴۱۴ق، ج ۱: ۱۹۰)

در مجموع اگر بخواهیم مفهوم کلی را دریافت کنیم باید بگوییم: «تبلیغ»، «بلاغ» و «بلوغ» از دیدگاه واژه‌شناسان معروف عبارت‌اند از رسیدن به انتهای مقصد اعم از آنکه مکان باشد یا زمان یا امری معین و گاهی نزدیک شدن به مقصد مراد است، هرچند به آخر آن نرسد. (خسروی حسینی، ۱۳۷۵: واژه بلغ)

ولی ابلاغ، در مورد رساندن یک فکر و یا یک پیام است، یعنی در مورد رساندن چیزی به فکر و روح و ضمیر و قلب کسی به کار می‌رود؛ و لهذا محتوای ابلاغ نمی‌تواند یک امر مادی و جسمانی باشد، حتماً یک امر معنوی و روحی است، یک فکر و یک احساس است. (مطهری، ۱۳۸۰، ج ۱: ۱۹۰-۱۸۹)

در قرآن کریم واژه «تبلیغ» و مشتقات آن، بیست‌وهفت بار تکرار شده است. از مجموع نظریات مطرح‌شده راجع به واژه تبلیغ، نزد واژه‌شناسان، در کتب لغت فارسی و عربی، به این جمع‌بندی می‌رسیم که تبلیغ به معنای رساندن است، رساندن به معنای عام آن؛ ولی در فرهنگ دین و قرآن منظور، رساندن پیام خداوند و دین به افراد بشر است.

«تبلیغ» در اصطلاح دانشمندان اسلامی، دارای معانی متعددی است و این تنوع به خاطر برداشت‌ها و سلاقی مختلفی است که از ناحیه نظریه‌پردازان هر زبان مطرح گردیده و هرکسی در زبان معیار خود از زاویه خاصی به آن توجه کرده است. در این مورد به برخی از این تعاریف اشاره می‌کنیم:

«تبلیغ» در بهترین و اصولی‌ترین شکل آن، یک فعالیت آموزشی است که به منظور نشر دانش و آگاهی‌های سیاسی، اجتماعی و فرهنگی و نشر ارزش و سجایای اخلاقی صورت می‌گیرد. رساندن یک پیام از کسی به کس دیگر. (زورق، ۱۳۶۸: ۱۸)

در مجموع می‌توان تبلیغات را نوعی تلاش کم‌وبیش منظم و جامع برای تحت نفوذ و تأثیر قرار دادن عقاید، نگرش‌ها و یا اعمال دیگران با استعانت از نمادها، کلمات، اشارات، موسیقی، فیلم و... تعریف کرد. (افتخاری، ۱۳۷۷: ۲۵)

«تبلیغ» به معنای وسیع آن شامل تبلیغ اسلامی و غیراسلامی می‌گردد؛ بنابراین لازم است تبلیغی مورد نظر باشد که فقط تبلیغ اسلامی را تحت پوشش قرار دهد و تحقیق حاضر، تبلیغ اسلامی را دنبال می‌کند، لذا می‌گوییم:

تبلیغ اسلامی عبارت است از رساندن پیام الهی به شیوه روشنگرانه، از طریق ایجاد ارتباط و تشویق به پذیرش محتوای مورد نظر، با استفاده از ابزارهای مشروع هر عصر. (حسینی، ۱۳۸۵: ۱۶)

با توجه به مطالب فوق، به این نکته پی می‌بریم که تبلیغ از نگاه دانشمندان مسلمان، معانی گوناگونی دارد و هرکسی با توجه به گرایش خاصی که دارد از آن تعریفی خاصی ارائه داده است.

با توجه به اینکه موضوع ما در ارتباط با تبلیغ اسلامی است، نظریه آخر، مطلوب به نظر می‌رسد که: «تبلیغ اسلامی عبارت است از رساندن پیام الهی به شیوه روشنگرانه از طریق ایجاد ارتباط و تشویق به پذیرش محتوای مورد نظر، با استفاده از ابزارهای مشروع هر عصر.»

۲. اهمیت تبلیغ

اکنون، درصدد آن هستیم تا یکی از موضوعات کلیدی در زمینه تبلیغ یعنی اهمیت و ارزش آن از منظر و نگاه خدای متعال، رسول گرامی اسلام ﷺ و حضرات

معصومان علیهم‌السلام را مورد بررسی قرار داده و از این نگاه نیز به اهمیت آن آشنا شویم. چه اینکه گفته‌های خداوند و حضرات معصومان مقدم بر هر سخنی است و از دیگر سوی، تأکید خدای منان و معصومان علیهم‌السلام بر یک موضوع، اهمیت فوق‌العاده آن موضوع را تثبیت می‌کند، ضروری به نظر می‌رسد تا موضوع تبلیغ از این زاویه مورد جست‌وجو قرار گیرد تا انگیزه مبلغ دین برای انجام رسالت دینی چند برابر شده و جایگاه عمل پسندیده خویش را در آینه کلام وحی و سخنان دل‌نشین حضرات معصومین علیهم‌السلام مشاهده کرده و متوجه کار ارزشمند خود گردیده و درصدد تبیین پیام الهی باجان و دل بوده و اقدام خالصانه و مثمر ثمر انجام دهد.

الف) اهمیت تبلیغ از نظر آیات

تبلیغ و مبلغ در اسلام، جایگاهی بس رفیع دارند. در اهمیت و ارزش تبلیغ، همین بس که قرآن کریم، اصلی‌ترین رسالت انبیاء و مبلغان راستین دین را ابلاغ پیام‌های خداوند به مردم می‌داند و می‌فرماید: «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يَخْشَوْنَهُ وَ لَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا». (احزاب: ۳۹)^۱

انبیای الهی، خودشان بزرگ‌ترین مبلغان دینی بوده‌اند و برای رساندن پیام دین از هیچ قدرتی هراس و بیم نداشته و تمام هستی خودشان را فدای احیای دین حق می‌کردند و با طاغوتیان همیشه در حال نبرد و مبارزه بودند.

در عصر ما نیز، اگر مبلغان و عالمان دینی که رهروان صدیق انبیای الهی هستند، در برابر طاغوتیان زمانه، قد علم کنند و با بدعت‌های آشکارشده از ناحیه آنان مقابله کرده و از هیچ قدرتی جز ذات باری تعالی نهراسند، در این صورت موجبات رضایت‌مندی خداوند فراهم خواهد گردید.

اهمیت تبلیغ از نظر قرآن، دارای بحث گستره بوده و آیات بی‌شماری این اهمیت را گوشزد کرده است که به همین یک نمونه اکتفا کردیم.

ب) اهمیت از نظر روایات

پیشوایان معصوم نیز برای تبلیغ دین اهمیتی بس والا قائل بوده‌اند، زیرا در این راه جان‌عزیزشان را فدا کردند و برای حفاظت از دین الهی و رساندن پیام خداوند به جامعه بشری از هیچ کوششی فروگذار نکردند، برای نمونه چند روایت را در باب اهمیت تبلیغ دین ذکر می‌کنیم.

^۱ پیامبران پیشین کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند و از هیچ‌کس جز خدا واهمه نداشتند و همین بس که خداوند حسابگر (و پاداش‌دهنده اعمال آنها) است.

حضرت علی علیه السلام می‌فرماید زمانی که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله مرا به سمت یمن می‌فرستاد، این چنین به من فرمود: «ای علی! با هیچ کس، پیش از دعوت او به اسلام جنگ مکن. مگر اینکه او را دعوت به دین اسلام کنی. سوگند به خدا! اینکه خداوند به دستان تو انسانی را هدایت کند، برایت بهتر است از آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب کرده است و تو مولای اوئی». (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۵: ۲۸)

آشکار است که هدف از جهاد در راه خدا نیز فراهم کردن زمینه برای هدایت گمراهان و باز کردن زنجیرهایی است که مستکبران بر اندیشه مستضعفان کشیده‌اند. انسان‌های برجسته، مهم و برگزیده در هر مکتب و مرام، کسانی هستند که برای تحقق اهداف آن بسیار می‌کوشند. در مکتب اسلام، پیامبر و الامام ما مبلغان دین را از برگزیدگان امت خود دانسته و می‌فرماید: «برگزیدگان امت من کسانی هستند که مردم را به سوی خدا دعوت کرده و بندگان خدا را تشویق به دوستی او می‌نمایند». (پاینده، ۱۳۸۲: ۴۶۴)

رسول خدا صلی الله علیه و آله در جای دیگر آمران به معروف و ناهیان از منکر را (که مبلغان دین از مصادیق بارز آنها هستند) جانشین خدا، رسول و قرآن معرفی کرده و می‌فرماید: «هر کس امر به معروف و نهی از منکر کند، جانشین خداوند و جانشین رسول خدا و جانشین کتاب خدا در زمین است». (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۲: ۱۷۹)

از مجموع آیات قرآن کریم که فراوان‌اند و همچنین روایات معصومین علیهم السلام اهمیت و ارزش کار مبلغ دین، در این جهان و جهان آخرت به دست می‌آید. بدیهی است در صورت دانستن این موارد، مبلغ اسلامی برای انجام وظیفه مقدس تبلیغ، تشویق و ترغیب خواهد شد.

آنچه مبلغان اسلامی با آن آشنا هستند و در صحنه عمل از آن استفاده می‌کنند، منبر است و خطابه و تبلیغ شفاهی که اهمیتی فوق‌العاده دارد و جای هیچ تردیدی در جایگاه بلند آن نیست، اما این نوشتار بر آن است که بگوید پرداختن به یک عرصه مهم نباید ما را از وارد شدن به عرصه‌های مهم دیگر بازدارد یا اهمیت و ضرورت آنها را برایمان کم‌رنگ کند.

۳. گونه‌ها و قالب‌های تبلیغ

اکنون درصدد بیان گونه‌های تبلیغ با استفاده از قالب‌ها و ابزارهای غیر شفاهی که میزان اثرگذاری آنها به مراتب بیشتر و ارزشمندتر از قالب گفتار و سخن است خواهیم بود. این ابزارها را در سه قالب عرضه می‌کنیم؛ تبلیغ رفتاری (عملی)، تبلیغ نوشتاری و تبلیغ دیداری و شنیداری.

الف) تبلیغ رفتاری (عملی)

مبلِّغ نه تنها در مقام تبلیغ و رساندن پیام، بلکه در عمل نیز باید خود نخستین عمل‌کننده به پیام و محتوای آن باشد تا از سویی اطمینان و اعتماد مخاطب را جلب کند و از سوی دیگر به او ثابت کند که پیاده کردن محتوای پیام، کار مشکلی نیست. در واقع کسانی که همسانی در گفتار و رفتارشان وجود ندارد در مقام عمل دچار نوعی تناقض می‌شوند زیرا گفتار با رفتار و عمل اصلاً مطابقت ندارد، بر این مبنا است که خداوند علما و دانشمندان یهود را مورد سرزنش قرار داده و چنین فرموده است: «أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ» (بقره: ۱۴۴)^۱

ذیل آیه چنین آمده است: علما و دانشمندان یهود قبل از بعثت پیامبر ﷺ مردم را به ایمان به وی دعوت می‌کردند و بشارت ظهورش را می‌دادند، ولی خود هنگام ظهور آن حضرت از ایمان آوردن خودداری کردند.

و نیز نقل کرده‌اند که بعضی از علمای یهود به بستگان خود که اسلام آورده بودند توصیه می‌کردند به ایمان خویش باقی و ثابت بمانند، ولی خودشان ایمان نمی‌آوردند، لذا آیه مورد بحث آنها را بر این کار مذمت کرده می‌گوید: آیا مردم را به نیکی دعوت می‌کنید ولی خودتان را فراموش می‌نمایید؟ (طبرسی، ۱۳۷۹ق، ج: ۱، ۲۱)

با دقت در آیه که مفهوم آن عام، وسیع و گسترده است درمی‌یابیم که همه انسان‌ها مخصوصاً مبلغ دین، باید خود عامل به گفته‌های خویش باشد، در غیر این صورت نه سخنان او مورد پذیرش قرار می‌گیرد و نه خودش مصرّ به رساندن پیام است.

واقعیت این است که اگر پیام از دل و درون پیام‌رسان برآید، بی‌شک به سراپرده جان مخاطب جای خواهد گرفت. از این رو حضرت امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «به غیر زبانهایتان (با کردارتان) دعوت‌کننده مردم باشید تا ورع و سعی و تلاش و نماز و خیر و نیکی را عملاً در شما بیابند؛ چرا که تبلیغ، همین است» (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج: ۲، ۷۸)

دقت در تاریخ زندگی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، ائمه معصومین علیهم السلام و مبلغان راستین اسلام نیز ما را به این حقیقت مسلم آشنا می‌سازد، چنان‌که در مورد پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در تاریخ می‌خوانیم که ایشان در مقابل خواسته‌های مشرکان مکه چنان پاسخ دندان‌شکنی می‌دهد که بشریت را به اعجاب وامی‌دارد.

نمونه ذیل بازگوکننده این مطلب است که پیامبر گرامی اسلام در راه ارشاد مردم تا چه اندازه خود را برای سختی‌ها و شداید آماده کرده بود و در پاسخ عمویشان حضرت

۱. آیا مردم را به نیکی (و ایمان به پیامبری که صفات او آشکارا در تورات آمده) دعوت می‌کنید، اما خودتان را فراموش می‌نمایید با اینکه شما خودتان کتاب (آسمانی) را می‌خوانید، آیا هیچ فکر نمی‌کنید؟

ابوطالب رضی الله عنه بیان کرده است: «فَقَالَ يَا عَمَّاهُ لَوْ وُضِعَتِ الشَّمْسُ فِي يَمِينِي وَ الْقَمَرُ فِي شِمَالِي مَا تَرَكْتُ هَذَا الْقَوْلَ حَتَّى أَنْفِذَهُ أَوْ أَقْتَلَ دُونَهُ ثُمَّ اسْتَعْبَرَ قَبَكِي». (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۳۵: ۸۷)^۱

با توجه به مفهوم وسیع آیه و همچنین دقت در محتوای روایت به این مطلب مهم، پی می‌بریم که اگر مبلغ دین گفتار و رفتارش یکی باشد برای رساندن پیام حتی از جانش نیز مایه می‌گذارد و زمانی که مانعی بر سر راهش به وجود می‌آید از شدت ناراحتی در خودش می‌پیچد.

نمونه‌های تبلیغ رفتاری

در مقام تبلیغ رفتاری آن چیزهایی که عمل مبلغ دینی را در ذهن‌ها ماندگار می‌سازد و او را محبوب قلوب دیگران می‌کند، بستگی به مجموعه عواملی دارد که به برخی از آنها اشاره می‌کنیم.

۱. اخلاص

اولین عامل اثرگذاری رفتاری در تبلیغ، خالص کردن عمل در تبلیغ است. اخلاص که از ریشه «خلص» و به معنای تصفیه و پاک کردن شیء از ناخالصی (مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۳: ۹۷) و در اصطلاح از آن به عنوان بی‌زاری جستن از هر چیزی که غیر خدا است. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۶ ق: ۱۶۱) آمده است، لازمه زندگی یک مبلغ دینی است که کارش را برای خدا خالص کرده تا نتیجه قابل قبولی از زحماتش حاصل شود.

در قرآن کریم و روایات معصومان رضی الله عنهم از اخلاص زیاد سخن به میان آمده است که به عنوان نمونه به چند مورد اشاره می‌کنیم.

نشانه اخلاص در تبلیغ را می‌توان در آیه زیر به روشنی مشاهده کرد:

«وَايَا قَوْمٍ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مَالًا إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ...». (هود: ۲۹)^۲

آیاتی فراوانی وجود دارند که اخلاص از آنان مشاهده می‌شود که اگر قرار بر شمردن آنها باشد بحث به درازا خواهد کشید. در واقع خداوند ما را دعوت به اخلاص نموده است تا از این رهگذر منافع معنوی و اخروی مهمی را به دست بیاوریم. (انعام: ۹۰، هود: ۲۹، هود: ۵۱، فرقان: ۵۷، شعراء: ۱۰۹، ۱۳۷، ۱۴۵، ۱۶۴، ۱۸۰، ص: ۸۶، شوری: ۲۳)

۱. ای عمو! (به خدا قسم) اگر خوشید را در دست راستم و ماه را در دست چپم بگذارند، دست از کار خودم نخواهم کشید تا اینکه در این راه کشته شوم یا خداوند مرا نصرت دهد و بر آنان غالب آیم، سپس از شدت ناراحتی و اندوه، اشک در چشمان مبارکش حلقه زد و گریه کرد.
۲. ای قوم! من در برابر این دعوت اجر و پاداشی از شما نمی‌طلبم، اجر من تنها بر «الله» است.

تجربه نیز این واقعیت را تأیید می‌کند. اگر مردم ببینند مبلغ پیوسته دم از پول می‌زند، متاع دنیا برای او عزیز است، عزت خود را از دست داده و از چشم می‌افتد و دیگر آن نفوذ کلام بایسته را نخواهد داشت و نیز تجربه نشان داده است که مردم، روحانی و مبلغ منیع‌الطبع را بسیار دوست دارند و بیشتر تحویل می‌گیرند.

این یک سوی قضیه است؛ از دیگر سوی ما معتقدیم که در ورای این جهان هستی قدرتی هست که همه چیز به دست اوست؛ عزت، رزق، محبوبیت و همه چیز. خداوند متعال می‌فرماید: «مَنْ كَانَ يُرِيدُ الْعِزَّةَ فَلِلَّهِ الْعِزَّةُ جَمِيعًا». (فاطر: ۱۰) کسی که خواهان عزت است (باید از خدا بخواهد) که تمام عزت برای خدا است.

و نیز می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ يُدَافِعُ عَنِ الَّذِينَ آمَنُوا...». (حج: ۳۸)^۱

اگر بخواهیم در بحران‌ها تنها نشویم باید با خدا باشیم. خداوند می‌فرماید:

«إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا». (مریم: ۹۶)^۲

و نیز می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ هُوَ الرَّزَّاقُ ذُو الْقُوَّةِ الْمَتِينُ». (ذاریات: ۵۸)^۳

در روایات نیز این موضوع به وضوح بیان گردیده است، چنان‌که رسول گرامی اسلام ﷺ می‌فرماید: «مَنْ قَامَ بِخُطْبَةٍ لَا يَلْتَمِسُ بِهَا إِلَّا رِيَاءً أَوْ قَفَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَوْقِفَ رِيَاءٍ وَسُمْعَةٍ». (احمد بن حنبل، ۱۴۱۴ ق، ج ۵: ۴۳۸)

هرکس به سخنرانی بایستد و مقصودش تنها ریا و خودنمایی باشد، خداوند روز قیامت او را در ایستگاه (پرسش از) ریا و سمعه نگاه می‌دارد.

در روایتی دیگر رسول مکرم ﷺ چنین فرموده است: «الْعُلَمَاءُ كُلُّهُمْ هَلَكِي إِلَّا الْعَامِلُونَ وَالْعَامِلُونَ كُلُّهُمْ هَلَكِي إِلَّا الْمُخْلِصُونَ وَالْمُخْلِصُونَ عَلَى خَطَرٍ». (ورام، ۱۳۷۶، ج ۲: ۱۱۸)

عالمان همه در معرض هلاکت‌اند مگر آنان که به علم خودشان عمل کردند و عاملان همه در معرض هلاکت‌اند، مگر آنان که از روی اخلاص کارکردند و مخلصان در خطرند. با توجه به آیات و روایاتی که بیان شد، مشخص می‌شود که اخلاص و رعایت آن در تمامی اعمال، بر ثواب آن عمل افزوده و اتکای انسان به خدا را به اثبات می‌رساند. در امر تبلیغ نیز کار مبلغ دینی باید خالی از ریا و خودنمایی باشد تا عزت و اقتدار خود را حفظ کند. اگر مبلغی اظهار احتیاج و نیاز کند سخنان او ارزش خودش را از دست داده و از محبوبیت او در بین مخاطبین می‌کاهد.

۱۰۳

۱. قطعاً خداوند از کسانی که ایمان آورده‌اند دفاع می‌کند.

۲. کسانی که ایمان آورده و عمل صالح انجام داده‌اند خداوند رحمان محبت آنها را در دل‌ها می‌افکند.

۳. خداوند روزی‌دهنده و صاحب قوت و قدرت است...

چه بسیار مبلغانی را سراغ داریم که به خاطر مطامع دنیا خودشان را در محل تبلیغ خوار و ذلیل کرده و مردم او را با چشم یک انسان طماع و ذلیل می‌بینند و هیچ‌گونه اعتنایی به گفته‌های او ندارند و زمانی که پای سخنانشان می‌نشینند تمام حرف‌های او را به تمسخر می‌گیرند.

۲. ورع و تقوا

دومین عامل را می‌توان تقوا برشمرد، چه اینکه پیشه‌نمودن تقوا نوعی بیمه روحی و معنوی برای مبلغ است که او را از خطرات هوای نفس نگاه می‌دارد.

تقوا که در لغت به معنای پرهیزگاری و اجتناب (ابن منظور، ۱۴۰۵ق، ج ۱۵: ۲۷۲) حفظ شیء از مخالفت و سرکشی در عالم خارج و مقام عمل (مصطفوی، ۱۳۶۰: ج ۱۳: ۱۸۳) بوده و در اصطلاح به معنای احساس مسئولیت و تعهدی است که به دنبال رسوخ ایمان در قلب، بر وجود انسان حاکم می‌شود و او را از گناه بازمی‌دارد، به نیکی، پاکی و عدالت دعوت می‌کند و اعمال آدمی را خالص و فکر و نیت او را از آلودگی‌ها می‌شوید، است. (طباطبایی، ۱۳۸۴: ج ۹: ۲۰۲؛ بابایی، ۴: ۵۱۰)

پیشه‌نمودن تقوا برای مبلغ دینی لازم و واجب شمرده شده و مبلغی می‌تواند موفق باشد که خود اهل گناه و معصیت نبوده و خود را از همه مظاهر گناه پاک و پیراسته کرده باشد. بدین جهت او باید خویشتن را از رذایل اخلاقی پاک ساخته تا سخن وی برای دیگران مثمر ثمر باشد. افرادی وجود دارند که متأسفانه خود اهل عمل نیستند و دیگران را به تقوای الهی دعوت می‌کنند و این مطلب نتیجه عکس می‌دهد. او باید خود اهل دنیا و مظاهر فریبنده جهان مادی نباشد تا برای دیگران اسوه قرار گیرد. بنابراین پیشه نمودن تقوای الهی لازمه کار تبلیغ در عرصه ابلاغ و پیام رسانی دینی است، در غیر این صورت نمی‌توان منتظر نتیجه قطعی و ایده‌آل بود.

۳. ساده زیستی

دیگر از عوامل اثر گذاری تبلیغ، ساده زیستی در زندگی فردی و اجتماعی است، مبلغ دین زمانی سخنش مؤثر خواهد بود که اصل ساده زیستی را در زندگی پیشه خویش سازد.

ساده زیستی که عبارت از یک زندگی به دور از همه تجملات و مخارج اضافی بر قدر کفاف است، برای مبلغ از آن جهت ضروری است که او با درد فقر و تنگدستی قشر محروم جامعه آشنا بوده و در مقام سخن آنچه از دل برآید لاجرم پردل نشیند، در غیر این صورت، سخن مبلغ را از نفوذ خواهد انداخت.

یکی از عوامل اثرگذاری سخن پیامبر عزیز اسلام ﷺ، سایر معصومان ﷺ و پیشوایان بزرگ دین رعایت اصل ساده‌زیستی، طبق شرایط زندگی اجتماعی عصر خودشان بوده است گر چند در برخی موارد ائمه ﷺ از امکانات مادی عصر خودشان نیز استفاده می‌کردند، از این جهت اشکالی ندارد که بگوییم آن بزرگواران طبق شرایط زندگی مردم و جامعه عمل می‌کردند و زندگی مردم سطح پایین جامعه را در نظر می‌گرفتند.

مبلغ چون رهبر و پیشوای دینی جامعه است باید خود را همسان افراد بی‌بضاعت قرار داده و در مقام عمل و نه حرف، با آنان ابراز همدردی کند. نمونه‌های فراوانی در زندگی پیشوایان دین داریم که ما را به سمت یک زندگی متعادل رهنمون می‌سازد، برای تأیید مطلب فوق، به یک نمونه اشاره می‌کنیم.

وقتی علاء‌بن زیاد حارثی از رفتار زاهدانه برادرش عاصم نزد حضرت امیرالمؤمنین ﷺ شکایت کرد، حضرت دستور داد عاصم را بیاورند. وقتی عاصم را دید، چهره درهم کشید و فرمود: آیا از خانواده‌ات شرم نمی‌کنی؟ به فرزندان رحم نمی‌کنی؟ آیا گمان می‌کنی که خدا اشیاء پاکیزه را بر تو حلال کرده و در عین حال دوست نمی‌داری از آنها استفاده کنی؟ عاصم عرض کرد: یا امیرالمؤمنین ﷺ! پس چرا شما در غذا به خوراک سخت و در لباس به پوشش خشن اکتفا کرده‌اید؟ حضرت نیز فرمود: وای بر تو... همانا خدای بزرگ بر پیشوایان حق واجب کرده که (وضعیت زندگی) خویش را با ضعیفان مردم برابر کنند تا اندوه فقر، بینوایان را گرفتار رنجی جانکاه نسازد. بعد از سخنان حضرت، عاصم لباس کهنه را کنار انداخته و از لباس مناسب استفاده کرد. (کلینی، ۱۴۰۷ق: ۴۱۱)

همان‌گونه که پیامبران، ائمه و سایر بزرگان دین که رهبران جامعه هستند از اصل ساده‌زیستی استفاده می‌کردند، مبلغان اسلامی و دینی نیز در مسیر تربیت دینی ناگزیرند از این شیوه استفاده کنند، لذا باید درد و رنج جامعه را درک کرده و لمس نمایند. این مقوله زمانی مسیر است که خودشان را به ساده‌زیستی عادت داده و ساده‌زیستی جزء زندگی آنان باشد.

مبلغان و دانشمندان اسلامی چون تاسی‌کنندگان واقعی به انبیای الهی هستند، باید در تمام شئون زندگی از روش انبیاء پیروی نموده و در ساده‌زیستی نیز، آن بزرگواران را سرلوحه زندگی تبلیغی و دینی خویش قرار داده تا مسیر پیامبران الهی راه پیموده و تبلیغ سودمند ارائه نمایند.

مقوله ساده‌زیستی در ابعاد مختلف آن مانند خوراک، پوشاک، منزل و محل سکونت، وسایل نقلیه و سایر موارد زندگی موردنظر هست. (واسعی و دیانی، ۱۳۸۶: ۱۷۷؛ حسینی، ۹۶ - ۱۰۱)

در تاریخ اسلام نمونه‌های فراوانی از ساده زیستی پروردگان مکتب وحی داریم.

۴. آراستگی ظاهر

از جمله سازوکارهای تأثیرگذار در امر ارتباط و تبلیغ به‌خصوص ارتباط رودرو یا چهره به چهره که از ملزومات و عناصر قابل بحث آداب سخنوری نیز محسوب می‌شود، موضوع توجه به وضع ظاهری و آراستگی چهره و لباس است. چنان‌که این مقوله از بُعد تأثیر روانی و عامل جذب و یا دفع مخاطبان یک مبلغ در هر مقام و منصب چه به عنوان سخنران و یا معلم و استاد و یا به عنوان یک مبلغ دین که می‌بایست مراجعین و مخاطبین خود را تحت تأثیر قرار دهد، قابل مطالعه و بررسی است و این تأثیر البته دوجانبه است؛ یعنی همان‌گونه که تنظیف و تلطیف ظاهر فرد مرجع و مبلغ، مخاطب را تحت تأثیر قرار می‌دهد، چنین رویکردی سبب آن می‌شود تا فرد مبلغ خود نیز از فضای فکری امن‌تر و مناسب‌تری برخوردار شده و در مکان و جایگاه مطلوب‌تری بر کرسی تبلیغ بنشیند. آن‌چنان‌که در خصوص پیامبر گرامی اسلام ﷺ استعمال عطر و اشتیاق آن حضرت به این خصیصه نیک به کرات مورد اشاره قرار گرفته است.

رعایت ظاهر مناسب و موردپسند دریافت‌کنندگان پیام تبلیغ یکی از اصول ضروری تبلیغ است، لذا رعایت نکردن این موضوع، از تأثیرگذاری سخن مبلغ در بین مخاطبین به شدت می‌کاهد. با توجه به اهمیت موضوع، ائمه علیهم‌السلام همواره پیروان و اصحابشان را سفارش بر رعایت وضع ظاهری می‌کردند؛ لباس مناسب، مرتب بودن سروصورت و تمیزبودن موها از جمله موارد سفارشی پیشوایان دینی بوده است.

از حضرت صادق علیه‌السلام نقل شده است که فرمود: چون امیرمؤمنان علیه‌السلام ابن عباس را به سوی خوارج فرستاد، وی بهترین لباسش را پوشید و عالی‌ترین عطرها را به کاربرد و بر بهترین مرکب‌ها نشست و به سوی آنها به راه افتاد تا با آنان روبه‌رو گشت. خوارج گفتند: تو به نظر ما بهترین مردمی، از چهره و با لباس و مرکب جباران آمده‌ای؟ ابن عباس این آیه را بر ایشان خواند: «قُلْ مَنْ حَرَّمَ زِينَةَ اللَّهِ الَّتِي أَخْرَجَ لِعِبَادِهِ وَ الطَّيِّبَاتِ مِنَ الرِّزْقِ ...». (اعراف: ۳۲)^۱

آن‌گاه ابن عباس گفت: من می‌پوشم و تجمل می‌کنم که خداوند جمیل است و جمال را دوست می‌دارد، ولی باید از حلال باشد. (طبرسی، ۱۳۶۵، ج: ۱، ۱۸۱)

حضرت امام صادق علیه‌السلام در یک سفارش اکید چنین فرموده است: «لباس زیبا و مناسب بپوش که خداوند زیباست و زیبایی را دوست دارد و دوست دارد آثار نعمت‌هایی را که بر بنده‌اش عطا فرموده است، در بنده‌اش ببیند».

^۱ بگو چه کسی زینت‌های الهی را که برای بندگان خود آفریده و روزی‌های پاکیزه را حرام کرده است؟

از آنچه گفتیم این نکته روشن می‌گردد که مبلغ اسلامی و دینی باید آراسته‌ترین باشد تا مخاطب سخنان او را چون در صید نماید، زیرا به قول معروف عقل مردم عوام به چشمشان است. مردم باید حس کنند که یک مبلغ اظهار نیاز نزد آنها ندارد چون اگر با لباس‌های آلوده و مندرس و نامرتب در محافل حضور پیدا کند، بادی تحقیر به کسی که عنوان مرشد و هدایت‌گری را دارد نگاه می‌نمایند.

۵. شجاعت

یکی دیگر از عوامل تأثیرگذاری، شجاعت است. مبلغ با انواع و اقسام سلاقی، اندیشه و تفکر، گرایش‌های دینی و مذهبی، جریان‌های مختلف فرقه‌ای و اعتقادی روبه‌رو است و در جامعه انواع ناهنجاری‌ها و رفتارهای ضد اخلاقی و دینی را مشاهده می‌کند، از جانب دیگر افراد کج‌اندیش و بدعت‌گزار در دین روزبه‌روز در حال رشد و افزایش است و ممکن است جریان‌های منحرف از سوی باندهای انحرافی و صاحبان زور و قدرت حمایت شوند که واقعیت‌ها همین مطلب را اثبات می‌کند؛ بنابراین او باید برای تبیین پیام دین و رساندن آن به افراد جامعه با این گرایش‌ها دست‌وپنجه نرم کند و چه‌بسا جان و مالش در خطر نابودی قرار گیرد. این می‌طلبد که مبلغ و پیام‌رسان دین برای بیان حقایق از شجاعت لازم برخوردار باشد و حتی از جان و مال و منافع شخصی خود نهراسد.

در آموزه‌های دینی، بیان قرآن کریم و روایات معصومین از این صفت پسنندیده به تفصیل یاد شده است که به نمونه‌هایی اشاره می‌کنیم.

خداوند در سوره مبارکه احزاب فرموده است: «الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رَسُولَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا» (احزاب: ۳۹)^۱

در ظاهر، مخاطب این آیه پیامبر اسلام ﷺ است که خداوند ایشان را مخاطب قرار داده و برای مبارزه با سنت‌های غلط آن روز به ایشان توصیه فرموده که سنت‌شکنی کند و از هیچ‌کسی جز خداوند نترسد.

اصولاً کار پیامبران در بسیاری از مراحل شکستن سنت‌های غلط است و اگر بخواهند کم‌ترین ترس و وحشتی به خود راه بدهند در انجام رسالت خود پیروز نخواهند شد. قاطعانه باید پیش روند، حرف‌های ناموزون بدگویان را به جان خریدار شوند و بی‌اعتنا به جوسازی‌ها و غوغای عوام و توطئه فاسدان و مفسدان به برنامه‌های خود ادامه دهند چرا که همه حساب‌ها به دست خدا است. (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱۷: ۳۳۱)

۱. (پیامبران پیشین) کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند و از هیچ‌کس جز خدا واهمه نداشتند و همین بس که خداوند حسابگر (و پاداش‌دهنده اعمال آنها) است.

عالمان و مبلغان دین نیز چونان پیامبران الهی بدون ترس و واهمه به تبیین حقایق بپردازند، در غیر این صورت، معامله‌گرانی بیش نخواهند بود که برای به دست آوردن منافع دنیوی با هر دشمن دین به مصالحه و معامله اقدام خواهند کرد. متأسفانه در عصر حاضر شاهد این‌گونه عالمان و مبلغان در جهان اسلام هستیم که برای تأمین منافع دنیوی‌شان و ترس از آسیب رسیدن به جانشان دست از رسالت الهی خویش برمی‌دارند و آلت دست دشمنان و بدخواهان دین قرار می‌گیرند.

مبلغ دینی در راه رساندن پیام الهی به مردم و جامعه، از سرزنش کسی هراس به دل راه نداده و بر دستور خداوند و رسول مکرم اسلام ﷺ به وظیفه دینی خود که تبلیغ و تربیت جامعه است عمل نماید. آیه زیر بیانگر این موضوع است:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَنْ يَرْتَدَّ مِنْكُمْ عَنْ دِينِهِ فَسَوْفَ يَأْتِي اللَّهَ بِقَوْمٍ يُحِبُّهُمْ وَيُحِبُّونَهُ أَذِلَّةٍ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ أَعِزَّةٍ عَلَى الْكَافِرِينَ يُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَلَا يَخَافُونَ لَوْمَةَ لَائِمٍ ذَلِكَ فَضْلُ اللَّهِ يُؤْتِيهِ مَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ». (مانده: ۵۴)^۱

قطعاً یکی از مصادیق مؤمن، مبلغ دین است که برای انجام رسالت پیامبرگونه‌اش از هیچ‌کس ترسی به دل راه ندهد و معارف دین را با تمام مخالفت‌ها برای مردم و جامعه بیان کند.

در بیان معصومان عليهم السلام نیز به شجاعت مبلغ به تفصیل اشاره شده که به عنوان نمونه به روایت نبوی اشاره می‌کنیم: «قُلِ الْحَقُّ، وَإِنْ كَانَ مَرّاً ... لَا تَخَفُ فِي اللَّهِ لَوْمَةً لَائِمَةً»؛ حق را بگو هرچند تلخ باشد، درراه خدا از سرزنش هیچ ملامتگری مترس. (حرعاملی، ۱۴۰۹ق، ج ۱۵: ۲۸۹)

این روایت صراحت کامل در شجاعت مبلغ دین دارد و ما را به یک نکته ارزشمند توجه می‌دهد که انسان ترسو و محافظه‌کار نمی‌تواند مبلغ برای دین باشد و نه‌نهایتاً توانایی رساندن پیام دین را ندارد، بلکه خود نیز از دشمن و بدخواهان دین تأثیر منفی می‌پذیرد.

۶. تواضع

تواضع و فروتنی دیگر از عوامل نفوذ و ماندگاری کار مبلغ است. ذیل آیه شریفه «وَثِيَابَكَ فَطَهِّرْ» (مدثر: ۴) مفسرین گفته‌اند: مردم خیلی متکبر بودند و این تکبرشان بر

^۱ ای کسانی که ایمان آورده‌اید هر کس از شما از آیین خود بازگردد (به خدا زیانی نمی‌رساند) خداوند در آینده جمعیتی را می‌آورد که آنها را دوست دارد و آنها (نیز) او را دوست دارند. در برابر مؤمنان متواضع و در برابر کافران نیرومندند، آنها درراه خدا جهاد می‌کنند و از سرزنش کنندگان هراسی ندارند. این فضل خدا است که بهر کس بخواهد (و شایسته ببیند) می‌دهد و (فضل) خدا وسیع و خداوند داناست.

اساس جهل بود، لباس هایشان را خیلی بلند می‌دوختند، به گونه‌ای که هنگام راه رفتن به زمین کشیده شده و آلوده می‌گردید. (طباطبایی، ۱۳۸۴، ج ۲۰: ۱۲۶؛ مکارم شیرازی و دیگران، ۱۳۷۴، ج ۲۵: ۲۱۲)

خداوند متعال برای اینکه پیامبر اکرم را متوجه مسئله تواضع کند با کنایه می‌فرماید: «وَ ثِيَابِكَ فَطَهَّرْ» یعنی باید کاری کنی که لباست آلوده نشود؛ یعنی، باید لباس‌هایت را کوتاه بگیری تا آلوده نشود و این کنایه از تواضع است.

کسی که می‌خواهد مردم را ارشاد و راهنمایی کند، باید مردمی باشد. برای مردمی شدن باید واقعاً با مردم آمیخته شد. تا مبلغ تواضع پیدا نکند، نمی‌تواند مردمی باشد و در آنها اثر بگذارد. موفق‌ترین مبلغین کسانی بودند که با مردم آمیخته بودند، در میان مردم بودند و با مردم معاشرت داشتند.

مبلغ باید در برابر مردم، در نهایت فروتنی باشد و اظهار منیت نکند. خدای منان به پیامبر فرمان می‌دهد که: «قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ» (کهف: ۱۱۰؛ مؤمنون: ۶)

شرط آغازین پیام‌رسانی ایجاد ارتباط سالم و عمیق عاطفی و داشتن جاذبه برخاسته از فروتنی و تواضع است.

در روایت آمده است که حضرت عیسی آن پیامبر الهی برای اینکه برای بشریت درس تواضع و فروتنی بدهد چنین عمل کرد:

صَتَعَ عِيسَى لِحَوَارِيِّينَ طَعَامًا فَلَمَّا أَكَلُوا وَصَّاهُمْ بِنَفْسِهِ وَ قَالُوا: يَا زَوْحَ اللَّهِ نَحْنُ أَوْلَى أَنْ تَفْعَلَهُ مِنْكَ قَالَ: إِنَّمَا فَعَلْتُ هَذَا لِتَفْعَلُوهُ بِمَنْ تُعَلِّمُونَ. (ورام، ۱۳۷۶، ج ۱: ۸۳)

حضرت عیسی برای حواریان غذایی آماده ساخت. وقتی غذا را خوردند، عیسی خود عهده‌دار شستن دست آنان شد. آنان گفتند: ای روح خدا! ما به انجام دادن این کار از شما سزاوارتر بودیم. حضرت عیسی فرمود: این کار را تنها برای آن انجام دادم که شما نیز با کسانی که به آنها دانش می‌آموزید، چنین کنید.

در اهمیت تواضع همین بس که خداوند متعال به پیامبر می‌فرماید: «وَ أَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ» (شعراء: ۲۱۵)^۱

حضرت امام صادق علیه السلام فرموده است: «مَنْ تَوَاضَعَ لِلَّهِ رَفَعَهُ اللَّهُ وَ مَنْ تَكَبَّرَ خَفَضَهُ اللَّهُ»؛ هرکسی برای خدا فروتنی کند، حق تعالی او را بلند گرداند و هر که تکبر کند، خداوند او را پست کند. (کوفی اهوازی، ۱۳۸۷: ۱۲۸)

یکی از جاذبه‌های اصلی مردم به‌سوی دین، تواضع، نرم‌خویی و بی‌تکلف بودن شخص مبلغ و ناصح است. خاکساری و فروتنی سبب برتری و بلندی آدمی و برتری جویی موجب سقوط او است. بنابراین، در رساندن پیام دین، تواضع و فروتنی مبلغ و عالم

^۱ [ای محمد] بال و پر خود را برای مؤمنانی که از تو پیروی می‌کنند بگستر.

دین نقش اساسی را در جذب مردم و میزان رضایت‌مندی آنان از مبلغ دینی دارد، چه بسا مبلغانی که از نظر علمی در مراتب بالایی قرار دارند اما متأسفانه از روحیه تکبر و غرور برخوردار بوده و خاطرات بسیار تلخی را در میان مردم و اجتماع به‌جا گذاشته‌اند که سالیانی طولانی می‌طلبد تا یک عالم متواضع خون‌جگر خورده و آن خاطرات ناپسند را از ذهن مردم بزدايد، لذا تواضع می‌تواند مبلغ را در قلب مردم و اجتماع جای‌داده و خاطراتی شیرین و ماندگار در طول سالیانی مدید در دل مخاطب برجای‌گذارد و این هنر مبلغ را می‌طلبد تا ذهنیت‌های منفی را از قلب‌ها ریشه‌کن کند.

۷. حُسن خلق

حُسن نقطهٔ مقابل قُبْح است و به معنای نیکی، نیکویی و خوبی (مصطفوی، ۱۳۶۰، ج ۲: ۲۲۱ و ۲۲۲) و زیبایی است. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۶ق: ۱۳۳) و انسان خوش‌خلق کسی است که در گفتار، رفتار و معاشرت با دیگران رفتار خوب و نیکو دارد.

اولین مبلغ اسلام یعنی نبی گرامی اسلام ﷺ باصفت خلق پسندیده مورد تکریم قرار گرفته است: «وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ». (قلم: ۴)

مبلغان نیازمند اخلاق و شیوهٔ پسندیده‌اند و اخلاق نیکو، مبلغ را در قلب مخاطب جایگاهی ارزشمند می‌بخشد و او را در نوع اثرگذاری و اثرپذیری، یاری می‌رساند. همان‌گونه که قرآن کریم، در موارد مختلف از حسن خلق نبوی و تأثیر آن در پیشبرد تبلیغ و دعوت سخن می‌گوید که باید برای هر مبلغ و دعوتگری نیز اسوه باشد. آیه «وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ» زمانی نازل شد که مردی از اعراب با خشونت و اسائهٔ ادب از پیامبر خدا درخواست کمک کرد و آن حضرت با ملاحظت، نرمی و تبسم وی را پاسخ داد که همین امر سبب نزول آیه گردید.

خداوند در جای دیگر پیامبر را مظهر رحمت خداوندی معرفی کرده و عطوفت و نرمش آن بزرگوار با مردم را سبب جذب قلوب دانسته و نیز توصیه به عفو و گذشت و استغفار برای آنان نموده. (رهبر، ۱۳۷۱: ۷۳) و می‌فرماید: «فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَ لَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَ اسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَ شَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ». (آل عمران: ۱۵۹)^۱

«فظ» در لغت به معنی کسی است که سخنانش تند و خشن است و غلیظ القلب به کسی می‌گویند که سنگدل است و عملاً انعطاف و محبتی نشان نمی‌دهد،

^۱ از پرتو رحمت الهی در برابر آنها نرم (و مهربان) شدی و اگر خشن و سنگدل بودی از اطراف تو پراکنده می‌شدند بنابراین آنها را عفو کن و برای آنها طلب آمرزش نما و در کارها با آنها مشورت کن؛ اما هنگامی که تصمیم گرفتی (قاطع باش و) بر خدا توکل کن زیرا خداوند متوکلان را دوست دارد.

بنابراین این دو کلمه گرچه هر دو به معنی خشونت است اما یکی غالباً در مورد خشونت در سخن و دیگری در مورد خشونت در عمل به کار می‌رود و به این ترتیب خداوند اشاره به نرمش کامل پیامبر ﷺ و انعطاف او در برابر افراد نادان و گنهگار می‌کند. (مکارم شیرازی و دیگران، ۱۳۷۴، ج ۳: ۱۴)

این دو آیه که به عنوان نمونه بیان شد بازگوکننده اخلاق نیکوی اوست و ما را بر این امر مهم دلالت می‌کند که مبلغ باید از این صفت پسندیده برخوردار باشد تا در جذب مردم موفق بوده، در غیر این صورت موفقیتی نصیب او نخواهد شد. در روایات نیز این موضوع به تفصیل بیان شده، که به یک روایت بسنده می‌کنیم.

امام زین‌العابدین علیه السلام فرموده است که رسول خدا صلی الله علیه و آله در پایان خطابه‌اش می‌فرمود:
 طُوبَى لِمَنْ طَابَ خُلُقُهُ وَ طَهَّرَتْ سَجِيئَتَهُ وَ صَلَحَتْ سَرِيرَتُهُ وَ حَسُنَتْ عَلَانِيَتُهُ وَ انْفَقَ الْفُضْلَ مِنْ مَالِهِ وَ اَمْسَكَ الْفُضْلَ مِنْ قَوْلِهِ وَ اَنْصَفَ النَّاسَ مِنْ نَفْسِهِ. (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۲: ۱۱۴۴)^۱

از آنجا که تبلیغ یک فعالیت اجتماعی است و مبلغ در ارتباط مستقیم با افراد قرار دارد، دقت در نحوه بیان و ارائه مطالب از اهمیت ویژه برخوردار است. اگر مبلغ دارای رفتاری تند و خشن و انعطاف‌ناپذیر باشد، دیری نخواهد پایید که افراد از گرد او پراکنده گردیده و مبلغ هیچ‌گونه دستاوردی تبلیغی و تربیتی نخواهد داشت.

۸. شرح صدر

۱۱۱

پیام‌رسان چه‌بسا در مسیر تبلیغ با جبهه‌گیری‌ها و کارشکنی‌ها و سنگ‌اندازی‌های مخالفان روبه‌رو گردد. فرد موفق کسی است که تمام این‌ها را بر خود هموار سازد و با روحی بلند و فکری وسیع و حوصله سرشار به پیشواز سختی برود و تمام تهمت‌ها و ناسزاهای او... را به راحتی تحمل کند و میدان را خالی نکند.

نمونه زیبای چنین روحیه‌ای در سیره انبیاء مشاهده می‌شود. خداوند در این آیه شریفه، شرح صدر یکی از مبلغان دینش (حضرت هود) را برای ما بازگو نموده و در واقع یکی از الگوهای میدان سعه صدر را معرفی کرده می‌فرماید:

«قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَ لَكِنِّي رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ». (اعراف: ۶۶ و ۶۷)^۲

۱. خوشا به حال آن کسی که خویش نیکو، سرشتش پاک، نهانش شایسته و ظاهرش نیک باشد و زیادی مالش را انفاق کند و زیادی گفتارش را نگه دارد و با مردم انصاف ورزد.

۲. اشراف کافر قوم او گفتند: ما تو را در سفاهت (و نادانی و سبک‌مغزی) می‌بینیم و ما مسلماً تو را از دروغگویان می‌دانیم. گفت: ای قوم من! هیچ‌گونه سفاهتی در من نیست، ولی فرستاده از طرف پروردگار جهانیانم»

چنان که می‌بینیم حضرت هود در یک برخورد انفعالی به آنها نگفت: شما سفیه هستید که بت می‌پرستید و معبودانی جز ایزد را به ربوبیت گرفته‌اید! بلکه باکمال متانت و نزاکت و حوصله پاسخ داد.

یکی از اخلاقیاتی که در ارتباطات اجتماعی از جایگاه ویژه برخوردار است، سعه صدر است، اگر بخواهیم در یک جمله کوتاه سعه صدر را تعریف کنیم، باید بگوییم ظرفیت روحی بالایی که در تحولات، شادی‌ها، غم‌ها و نگرانی‌ها موجب واکنش معتدل و آرام می‌شود.

هنگامی که حضرت موسی علیه السلام مأمور به تبلیغ رسالات الهی می‌شود، اولین درخواست او از خداوند، شرح صدر است تا بتواند این مأموریت حساس را به درستی انجام دهد. وی در پیشگاه خداوند عرض می‌کند: «رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي وَ يَسِّرْ لِي أَمْرِي وَ احْلِلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي». (طه: ۲۷-۲۵)^۱

کسانی که دارای شرح صدر باشند، با شکست‌ها، ملامت دیگران و یا انتقاد دوستان، کلافه نمی‌شوند و در مقابل از موفقیت‌ها، فراگیری اصطلاحات، شهرت اجتماعی، تعریف و تمجید مردم و... دچار اضطراب، نومییدی و یأس نمی‌شوند.

مبلّغین در موارد بسیاری مدیر روحی و فکری مردم گردیده و به طور جدّ عموم افراد، ریاست معنوی آنان را در منطقه و جامعه می‌پذیرند. اگر مبلّغ نسبت به افراد مسجیدی دارای سعه صدر باشد، انتقادات، پیشنهادهای و گاهی تندیه‌های آنان را با بزرگواری تحمل کند، دلسوزانه و مشفقانه برای رشد و ارتقاء معنوی آنان بکوشد، پدران در حدّ توان برای رفع مشکلات آنان اقدام کند، این روحیه به انسجام مردم، مسجد، محل و در مجموع به جامعه اسلامی کمک کرده و همگان را در جهت پیشبرد اهداف تبلیغی و گسترش معارف دین و ترویج عمل به دستورات دینی هماهنگ می‌سازد.

این موضوع را با روایتی از نبی گرامی اسلام صلی الله علیه و آله به پایان می‌بریم. ایشان در توضیح شرح صدر چنین فرموده‌اند:

نُورٌ يُقَدِّفُهُ اللَّهُ فِي قَلْبِ الْمُؤْمِنِ فَيَشْرَحُ صَدْرَهُ وَ يَنْفَسِحُ قَالُوا: هَلْ لَدَيْكَ أَمَارَةٌ يُعْرَفُ بِهَا؟
فَقَالَ: نَعَمْ وَ الْإِنَابَةُ إِلَى دَارِ الْخُلُودِ وَ التَّجَافِي عَنْ دَارِ الْعُزُورِ وَ الْإِسْتِعْدَادُ لِلْمَوْتِ قَبْلَ
نُزُولِهِ. (مجلسی، ۱۴۰۳ ق، ج ۶۵: ۲۳۶)

(شرح صدر) نوری است که خداوند در دل مؤمن می‌افکند، پس سینه‌اش گشاده می‌گردد. عرض کردند آیا علامتی دارد تا به آن شناخته شود؟ آن حضرت فرمودند: آری با توبه

^۱ پروردگارا، شرح صدرم عطا فرما و کار مرا برایم آسان گردان و عقده را از زبانم بگشا تا مردم سخنم را نیکو بفهمند.

آماده بازگشت به خانه همیشگی است و در خانه فریب نآرام است (و به آن دل نبسته است) و برای مرگ قبل از نزول آن آماده است.

در واقع مبلغی در عرصه پیام‌رسانی موفق خواهد بود که بر شرایطی روحی خود مسلط بوده و از ابراز خشونت در برابر مردم خود را بر حذر دارد و در برابر تمامی مشکلات خود را برای پذیرش آماده ساخته و ملامت بدخواهان را به جان‌ودل خریدار باشد.

۹. استقامت

پس از آنکه مبلغ با دقت و تشخیص سود و زیان‌ها، عوامل و موانع را ارزیابی کرد، باید با قاطعیت، هدف را تعقیب کند و با اراده استوار، مشکلات را از سر راه بردارد. تردید، آفت موفقیت و نشانه بارز ضعف اخلاق است. حضرت رسول اکرم ﷺ از هیچ فرصتی برای هدایت نمی‌گذشت و روح پرتلاش و سخت‌کوش او لحظه‌ای آرام و قرار نداشت! سخت‌گیری‌های دشمنانش و موانع و مزاحمت‌های طبیعی او را از کارش باز نمی‌داشت، بلکه هرچه بیشتر سختی می‌دید، سخت‌تر می‌ایستاد!

زندگی مردان بزرگ، نشان می‌دهد که همه، مرد تلاش و کوشش و همت بلند و دارای پشت‌کار عمیق بوده‌اند. در قرآن کریم از پیامبران الهی و استقامت آنان در راه رسیدن به هدف نهایی و مطلوب موارد متعددی بیان گردیده است، آیات ذیل بیانگر این صفت ارزشمند برای موفقیت پیام‌رسانان احکام الهی است:

«فَلِذَلِكَ فَادُعُ وَاَسْتَقِمُّ كَمَا أَمَرْتُ». (شوری: ۱۵)

تو نیز آنها را به سوی این آئین واحد الهی دعوت کن و آن‌چنان که مأمور شده‌ای استقامت نما.

«فَاسْتَقِمُّ كَمَا أَمَرْتُ وَ مِنْ تَابٍ مَعَكَ وَ لَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ». (هود: ۱۱۲)

بنابراین همان‌گونه که فرمان یافته استقامت کن. هم‌چنین کسانی که با تو به سوی خدا آمده‌اند و طغیان نکنید که خداوند آنچه را انجام می‌دهید می‌بیند.

در آیات فراوانی خداوند اشاره صریح، راجع به استقامت پیشگامان و مبلغان توحید که انبیای الهی هستند، کرده است و مهم‌ترین عامل موفقیت آنان را استقامت و ایستادگی در برابر انحرافات و کجروی‌هایی اعتقادی ذکر نموده است.

در تمام اعصار، پیشگامان مکتب توحید بر اثر استقامت بر تمامی مشکلات فائق آمده و شهد شیرین پیروزی بر ناملايمات را چشیده‌اند. مبلغان و عالمان دینی نیز اگر از این ویژگی ارزشمند در زمان تبلیغ و انجام رسالتشان بهره‌گیرند بر تمامی مشکلات فائق آمده و در مسیر موفقیت پایدار گام بر خواهند داشت، ولی باکمال تأسف در بعض مواقع مشاهده می‌شود که مبلغ گرامی در برابر مشکلات تحمل نیاورده به جای اینکه بر دیگران

تأثیرگذار باشد از محیط و مخاطبین تأثیر می‌پذیرد و این تأثیرپذیری ناشی از عدم استقامت او در برابر مشکلات فرارو است. روایات فراوانی نیز استقامت را شرط پیروزی بر تمام نامالیمات، معرفی کرده که به علت اختصار از آوردن روایات خودداری می‌کنیم.

ب) تبلیغ نوشتاری

وارد شدن به صحنه نگارش یا تبلیغ کتبی حقیقتاً ضرورتی انکارناپذیر است که روحانیان و مبلغان محترم باید به‌عنوان یک واجب کفایی با آن برخورد کنند و همان‌طور که طبق نظر علمای اسلام یادگرفتن و یاد دادن علومی که مورد احتیاج عموم است بر همه واجب مؤکد است به وجوب کفایی، به نظر می‌رسد که مبلغان وظیفه دارند بیش از پیش، قدم در راه آموختن فن نویسندگی بگذارند و نیاز جامعه را به نویسندگان متعهد و متخصص در امور دینی برآورده نمایند.

این سخن حضرت امام صادق علیه السلام می‌تواند محرکی خوبی برای مبلغان گرامی باشد تا به سمت نگارش رغبت پیدا کنند:

عَلَى كُلِّ جُزْءٍ مِنْ أَجْرَانِكَ زَكَاةٌ وَاجِبَةٌ لِلَّهِ عَزَّ وَجَلَّ... وَ زَكَاةُ اللِّسَانِ التُّصْحُّ لِلْمُسْلِمِينَ وَ التَّيَقُّظُ لِلْعَافِلِينَ وَ كَثْرَةُ التَّسْبِيحِ وَ الذِّكْرِ وَ غَيْرِهِ وَ زَكَاةُ الْيَدِ الْبَدَلُ وَ الْعَطَاءُ وَ السَّخَاءُ بِمَا أَنْعَمَ اللَّهُ عَلَيْكَ بِهِ وَ تَحْرِيكُهَا بِكُتْبَةِ الْعُلُومِ وَ مَنَافِعُ يَنْتَفِعُ بِهَا الْمُسْلِمُونَ فِي طَاعَةِ اللَّهِ تَعَالَى. (مجلسی، ۱۴۰۳، ق، ج ۹۳: ۷)^۱

و یا امیرالمؤمنین علیه السلام که خود امیر سخن‌دانی بود، آنگاه که فرمود: «رَسُولُ الرَّجُلِ تَرْجُمَانُ عَقْلِهِ وَ كِتَابُهُ أَبْلَغُ مِنْ نَطْقِهِ؛ فرستاده انسان و آدمی ترجمان عقلش و نوشتار او رساتر از گفتار اوست». (لثی واسطی، ۱۳۷۶: ۲۷۰)

بنابراین بر علماء و مبلغان اسلامی ضروری می‌نماید تا در این وادی پر خیر و برکت وارد شوند. وارد شدن در میدان نوشتار و قلم‌زدن گستره وسیعی دارد که هر کدام به نوبه خود دارای آثار و برکاتی خاصی است؛ آنچه به‌عنوان قالب نوشتار در نظر هست اگر به نحو تفصیل بیان شود، هم مجال می‌خواهد و هم تخصص و هم از حوصله این نوشته بیرون خواهد بود، لذا فهرست گونه بیان می‌کنیم:

^۱ بر هر عضوی از اعضایت، زکاتی واجب است - تا اینکه فرمود - و زکات زبان نصیحت انسان مسلمان و بیدار کردن انسان نادان و غافل زیادی تسبیح خداوند و یاد او و زکات دست، بذل و بخشش و عطا و سخاوت نسبت به نعماتی است که خداوند به تو داده است و به حرکت و اداشتن دست به نوشتن علوم و امور مفیدی که مسلمانان از آن بهره‌مند می‌شوند.

۱. نوشتن کتاب در موضوعاتی چون عقاید، فقه، تفسیر و علوم قرآن، اخلاق اسلامی، پاسخ به شبهات جدید، شناسایی موارد مورد نیاز جامعه و جوانان، مسائل مربوط به شبهات اعتقادی، تاریخ، سیره نبوی و اهل بیت علیهم السلام، قصه و داستان و رمان‌های آموزنده ادبیات کودکان و نوجوانان و... موضوعات گوناگون دیگر؛
۲. نوشتن مقاله در موضوعات مورد نیاز جامعه، پرداختن به مسائل مبتلابه، روانشناسی اسلامی، عناوین تربیتی و...؛
۳. نثر ادبی در موضوعات متنوع؛
۴. شعر در سبک‌های مختلف و موضوعات دینی، فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اخلاقی؛
۵. فیلم‌نامه و نمایش‌نامه؛
۶. طنز و مطبوعات؛
۷. و

حضرت امام صادق علیه السلام در روایتی پس از توصیه به اینکه بنویسید و نوشته‌هایتان را برای فرزندان‌تان به ارث بگذارید، فرموده است:

«اَكْتُبْ وَ بَثِّ عِلْمَكَ فِي اِخْوَانِكَ فَإِنَّ مِثَّ قَاوِرْثٍ كُتِبَكَ بَيْنِكَ فَإِنَّهُ يَأْتِي عَلَى النَّاسِ زَمَانٌ هَرَجٌ لَّا يَأْتَسُونَ فِيهِ إِلَّا يَكْتُبُهُمْ» (کلینی، ۱۴۲۹ق، ج ۱: ۵۲)

بنویس و دانشت را در بین برادرانت منتشر نما، زمانی که از دنیا رفتی، نوشته‌هایت را به فرزندان‌ت بسپار. همانا زمانی پراشوب بر مردم فرا می‌رسد که جز نوشتارشان همدمی نخواهند داشت.

نوشتن در فرهنگ دینی و اسلامی از جایگاهی ویژه بر خوددار است که مبلغان برای ماندگاری بیشتر و اثر گذاری مفید از این شیوه و بهره برداری بهینه خودشان را از مراجعه دوباره به منابع مورد نیاز غنی ساخته و از فرصت‌ها استفاده مطلوب و چند برابر نمایند.

ج) تبلیغ دیداری و شنیداری

قسم سوم از قالب‌های تبلیغ، قالب‌های دیداری و شنیداری هستند که امروزه رشد چشم‌گیری پیدا کرده است و تبادل اطلاعات چنان توسعه یافته و گسترش پیدا کرده که احساس می‌شود در یک اتاق نشسته‌ایم و با همدیگر به شکل حضوری گفت‌وگو می‌کنیم. این فضا و ابزار قدرتمند که در اختیار همگان قرار دارد در انتقال پیام الهی و معارف اهل بیت علیهم السلام و رساندن آن به گوش تمامی ملل جهان مبلغ، دین را کمک و یاری نموده و او را قدرت چند برابر برای طرح مسائل دینی می‌بخشد، بنابراین ضرورت آشنایی و به‌کارگیری مبلغ از این ابزار قوی موضوع انکارناپذیر است.

مبلغان دین در زمان کنونی در هر جایی که وارد عرصه تبلیغ می‌شوند، جهت موفقیت خود باید به شیوه‌های جدید تبلیغ همچون رایانه و اینترنت آشنا بوده و از آنها در جهت اعتلای فرهنگ دینی و عمومی مردم استفاده کند.

وقتی درباره توانایی‌های دشمن در زمینه تبلیغات سخن می‌گوییم به دو گونه با این موضوع برخورد می‌شود. گروهی با پذیرفتن واقعیت‌ها بدون آنکه ذره‌ای ضعف و سستی در خود راه دهند، برای به‌کارگیری تمام مهارت‌ها و ابزارها، کمر همت می‌بندند و با توکل بر قدرت لایزال الهی و تکیه بر توانایی‌ها و سرمایه‌های معنوی و مادی - که ایمان از مهم‌ترین آنها است - چون مجاهدی نستوه در سنگر تبلیغ حاضر می‌شوند و به مقابله با توطئه‌های دشمنان و رساندن پیام ناب الهی به گوش مردم برمی‌خیزند، اما در مقابل عده‌ای با اکره در پذیرش این واقعیت‌ها و بیان نقاط قوت دین اسلام به گونه‌ای وانمود می‌کنند که حادثه مهمی در کنار گوش آنان رخ نداده و بدون اینکه آگاهی دقیقی از ابزارها و شیوه‌های تبلیغی در عصر حاضر داشته باشند، اظهار می‌کنند ما می‌توانیم در مقابل تمام ابزارها و توطئه‌های دشمنان مقاومت کنیم در صورتی که قرآن کریم می‌فرماید: «وَ أَعِدُوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَ مِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهِبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَ عَدُوَّكُمْ...» (انفال: ۶۰)

اگر قرآن کریم ما را در جنگ نظامی به آمادگی و دستیابی به نیروها و تجهیزات لازم فرامی‌خواند که باید در حد توان با موقعیت دشمنان همخوانی داشته، به گونه‌ای باشد که آنان را به خوف و کرنش وادارد، آیا در جنگ فرهنگی که دشمن مرزی برای کشورها و خانه‌های ما نگذاشته، این موضوع ضرورت ندارد؟

بنابراین هرچه ما در بُعد معنوی قوی باشیم و منابع نابی در اختیارمان باشد، توجه به اسباب و علل ظاهری را نمی‌توان از نظر دور داشت و دشمن را دست‌کم گرفت چنان‌که حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «أَفَّةُ الْقَوِي اسْتِضْعَافُ الْخَصْمِ؛ آفت نیرومند، ضعیف شمردن دشمن است». (تمیمی آمدی، ۱۳۶۶: ۳۴۷)

امروز هزاران ایستگاه رادیویی و تلویزیونی، اینترنت، ماهواره، روزنامه و مجله در سطح جهان تلاش می‌کنند تا با گسترش فرهنگ مطلوب استکبار جهانی ملت‌ها را با ارزش‌ها، درخشندگی و فضایل انسانی بیگانه کرده و آنها را به موجودات کاذب، مطیع، تسلیم و غافل از یاد خدا تبدیل کنند.

با توجه به آنچه گفته شد مبلغ موفق و توانمند کسی است که به انواع و اقسام ابزارهای اطلاع‌رسانی، اعم از سنتی و مدرن، نوشتاری، گفتاری، دیداری و شنیداری آشنا

^۱ در برابر آنها (دشمنان) آنچه توانایی دارید از «نیرو» آماده‌سازید (و همچنین) اسبهای ورزیده (برای میدان نبرد) تا به وسیله آن دشمن خدا و دشمن خویش را بترسانید.

بوده و از آنها به نحو شایسته بهره بجوید. نویسندگان و کارشناسان مسائل ارتباطات و رسانه و تبلیغ، ابزارها و قالب‌هایی دیداری و شنیداری را به صورت ذیل بیان کرده‌اند:

نقاشی، عکس، فیلم، مجسمه و صنایع دستی، بازیگری، خط، گرافیک، کاشی‌کاری (معماری بر اساس مفاهیم)، ماکت سازی، نشانه‌گذاری و علامت‌های قراردادی، کاریکاتور، خوشنویسی و... قالب‌های دیداری را می‌توانیم به ساکن و متحرک نیز تقسیم کنیم. ساکن مانند نقاشی، اسلاید و مجسمه و متحرک مانند نمایش پانتومیم و فیلم‌های صامت.

ابزارهای قدرتمند دیگری نیز می‌توانند مبلغ را در راه پیام‌رسانی یاری کنند، مانند تلفن، رادیو، نوارهای کاست، نرم‌افزارهای صوتی، تلویزیون، سینما، کامپیوتر(رایانه)، ویدئو، نرم‌افزارهای صوتی و تصویری، بازی‌های مختلف کامپیوتری، میکروفیلم و... آنتن‌ها، ماهواره‌ها و شبکه‌های ارتباطی مختلف مانند اینترنت به‌عنوان پایگاه‌های پشتیبانی و سرویس‌دهی حلقه ارتباط ابزارهای اصلی و واسطه‌ای هستند که نقش هدایت و تغذیه ابزارهای صوتی تصویری مدرن را به عهده‌دارند.

نتیجه

با ارائه دورنمایی از ابزارهای تبلیغ درمی‌یابیم که در سنگر تبلیغ باید ابتدا دشمن و ابزارها و راهکارهای او را به‌ویژه در عصر حاضر شناخت و با آگاهی از توان و امکانات موجود خود، آن‌چنان‌که قرآن کریم امر کرده با تمام قدرت در میدان مبارزه با فتنه‌انگیزی‌های آنان گام نهاد. با توجه به آنچه گذشت، بهره‌گیری از مایه‌های هنری در تبلیغ یک ضرورت انکارناپذیر است و تنها راه رشد و بالندگی جامعه دینی است. توجه جدی به این نکته لازم است که امروزه، فضای مجازی و چت روم‌ها بیشترین جذب نسل جوان را دارند و این‌گونه فضاها به گونه‌ای است که از جنسیت‌های مختلف، با سنین متنوع و با تحصیلات گوناگون در آنجا حضور دارند و وارد شدن در چت روم‌ها با توانمندی زیاد باید همراه باشد و در عین حال بسیار تأثیرگذار و سازنده و بازدارنده است. امروزه یکی از مسئولیت‌های مهم مسئولین فرهنگی و نهادهای تبلیغی ایجاب می‌کند که نسلی را تربیت کنند که در چنین فضاهایی فعال باشند، ولی متأسفانه چت روم‌های مذهبی بسیار اندک بوده و آن‌هم درست برنامه‌ریزی نشده‌اند که بتوانند پاسخگوی نسل نوجوان و جوان باشند.

منابع و مأخذ:

- قرآن کریم (ترجمه مکارم شیرازی)
- ابوالقاسم، پاینده (۱۳۸۲)، *نهج الفصاحة*، ج ۴، تهران: دنیای دانش.
- ابن حنبل، احمد بن محمد (۱۴۱۴ق)، *المسند*، تحقیق عبدالله محمد الدرویش، ج ۲، بیروت: دار الفکر.
- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۰۵ق)، *لسان العرب*، ج ۳، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- افتخاری، اصغر (۱۳۷۷)، *سیره تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ*، تهران: نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- واسعی، علیرضا و محمد شمس‌الدین دیبانی (۱۳۸۶)، *درآمدی بر روش‌های تبلیغی ائمه ﷺ*، ج ۱، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد (۱۳۶۶)، *تصنیف غررالحکم و درر الکلم*، قم.
- حرعالملی، محمد بن حسن (۱۴۰۹ق)، *وسایل الشیعة الی تحصیل مسایل الشریعة*، ج ۲۱، قم: مؤسسه آل‌البیت ﷺ، لایحیاء التراث.
- حسن، مصطفوی (۱۳۶۰)، *التحقیق فی کلمات القرآن الکریم*، تهران: ناشر بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
- حسینی، سید مرتضی (۱۳۷۵)، *اخلاق تبلیغ در سیره رسول‌الله ﷺ*، ج ۲، قم: انتشارات مرکز جهانی علوم اسلامی.
- خسروی حسینی، سید غلام‌رضا (۱۳۷۵)، *ترجمه و تحقیق مفردات الفاظ قرآن*، تهران: انتشارات مرتضوی.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۳)، *لغت‌نامه*، تهران: مؤسسه انتشارات و چاپ دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۱۶ق)، *المفردات فی غریب القرآن*، تحقیق: صفوان عدنان داودی، بیروت: ذوی القربی.
- رهبر، محمدتقی (۱۳۷۱)، *پژوهشی در تبلیغ*، تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
- زورق، محمدحسن (۱۳۶۸)، *مبانی تبلیغ*، تهران: انتشارات سروش.
- طباطبائی، سید محمدحسین (۱۳۸۴)، *المیزان فی تفسیر القرآن*، مترجم: سید محمدباقر موسوی همدانی، ج ۲۰، قم: دفتر انتشارات اسلامی.

- طبرسی، حسن بن فضل (۱۳۶۵)، مکارم الأخلاق، ترجمه ابراهیم میرباقری، ج ۲، تهران.
- _____ (۱۳۷۹ق)، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، بیروت: دار احیاء التراث.
- فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۱۴ق)، العین، تحقیق مهدی المخزومی، ابراهیم السامرائی، انتشارات اسوه.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق)، الکافی (طبعة الاسلامیة)، ج ۴، تهران.
- کوفی اهوازی، حسین بن سعید (۱۳۷۸)، زاهد کیست؟ وظیفه اش چیست؟ مترجم صالحی، عبدالله، قم: نور السجاد.
- لینی واسطی، علی بن محمد (۱۳۷۶)، عیون الحکم والمواعظ (للینی)، قم.
- مجلسی، محمدباقر (۱۴۰۳ق)، بحار الأنوار ج ۲، بیروت.
- محدث نوری، میرزا حسین (۱۴۰۸ق)، مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، قم: مؤسسة آل البيت علیه السلام.
- معین، محمد (۱۳۷۵)، فرهنگ فارسی، ج ۱، ج ۹، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- مطهری، مرتضی (۱۳۸۰)، حماسه حسینی، ج ۳۰، تهران: صدرا.
- مکارم شیرازی، ناصر و همکاران (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، تهران: دار الکتب الإسلامیه.
- ورام بن ابی فراس، مسعود بن عیسی (۱۳۷۶)، مجموعه وزام، تهران: دارالکتب الاسلامیه.

دوفصلنامه تخصصی «اندیشه‌های قرآنی» / سال چهارم / پاییز و زمستان ۱۳۹۶

۶.