



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی

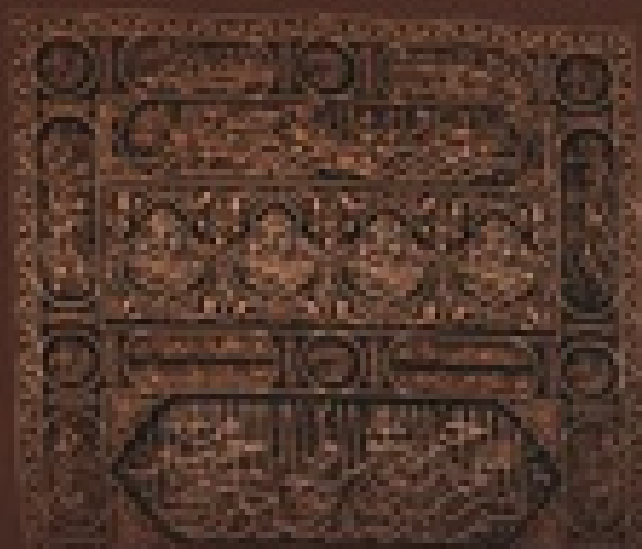


عمران
علیهما السلام

www. **Ghaemiyeh** .com
www. **Ghaemiyeh** .org
www. **Ghaemiyeh** .net
www. **Ghaemiyeh** .ir

رہ توشہ مبلغ

♦ ویژه حج ♦



محمد تقی رہبر



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ره توشه مبلغ

نویسنده:

محمدتقی رهبر

ناشر چاپی:

مشعر

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۱۰	ره توشه مبلغ - ویژه حج
۱۰	مشخصات کتاب
۱۰	اشاره
۲۰	پیشگفتار
۲۰	اشاره
۲۳	بار فرهنگی و تبلیغی حج
۲۴	دیار وحی و آثار پیامبر صلی الله علیه و آله
۲۶	جغرافیای فرهنگی اسلام
۲۹	ویژگی‌های تبلیغ در حج
۳۴	تبلیغ ولایت در حج
۳۵	امامان و تبلیغ در حج
۳۷	ابعاد حرکت‌های تبلیغی در حج
۳۷	اشاره
۳۷	۱- درون‌گروهی
۳۹	۲- زاویه درون مرزی
۴۲	۳- از زاویه برون مرزی
۴۸	فصل اول: واژه‌ها، مفاهیم و تعاریف
۴۸	اشاره
۴۹	تعریف و ماهیت تبلیغ
۵۴	فصل دوم: عناصر تبلیغ و مبلغ
۵۴	اشاره
۵۵	۱- مبلغ، ویژگی‌ها و نیازها

۵۵ اشاره
۵۷ جایگاه مبلّغ در اسلام
۵۹ مسؤولیت مبلّغ
۶۰ «اهداف تبلیغ» و «انگیزه‌های مبلّغ»
۶۵ شرایط و ویژگی‌های مبلّغ
۶۶ ۱- اطلاعات لازم
۶۹ ۲- محاوره‌های مشکوک
۷۰ ۳- نقش عمل در تبلیغ
۷۰ اشاره
۷۳ مراقبت عملی در موسم حج
۷۵ ۴- موقعیت‌شناسی مبلّغ
۷۹ ۵- زمان شناسی
۸۰ ۶- ایمان و اخلاص
۸۲ ۷- اخلاق در تبلیغ
۸۵ ۸- اخلاق و ادب تبلیغ
۸۸ ۹- آثار تبلیغ عملی
۹۰ ۱۰- صبر و پایداری
۹۳ ۱۱- نوگرایی و نوآوری
۹۵ ۱۲- علم، عقل و تجربه
۹۷ ۱۳- شرح صدر
۹۸ ۱۴- شجاعت و صراحت
۱۰۰ ۱۵- انتقاد پذیری
۱۰۲ فصل سوم: مخاطب و مخاطب شناسی
۱۰۲ اشاره

۱۰۲	۱- مخاطب و مسؤولیتهای او
۱۰۸	۲- مخاطب شناسی
۱۰۸	اشاره
۱۱۳	میزان تأثیر پذیری مخاطب
۱۱۴	قرآن با مخاطبان عصرها
۱۱۸	فصل چهارم: پیام یا محتوای تبلیغ
۱۱۸	اشاره
۱۱۹	ویژگی‌های پیام
۱۲۰	سرچشمه معارف اسلامی
۱۲۳	تناسب سطح محتوای پیام با مخاطب
۱۲۳	اصول اولیه در پیام آسمانی
۱۲۶	اعتدال و پرهیز از وسواس
۱۲۷	پیشینه حرمین و پیام آوران آن
۱۳۰	آفت زدایی مادی
۱۳۲	فصل پنجم: راهبردهای تبلیغی اسلام
۱۳۲	اشاره
۱۳۳	الف- حکمت
۱۳۳	اشاره
۱۳۷	ضرورت تبیین اسرار حج
۱۳۸	ب- موعظه
۱۳۸	اشاره
۱۳۹	فضیلت موعظه
۱۴۰	زیر بنای موعظه
۱۴۰	تمایز حکمت و موعظه

۱۴۱	روانشناسی موعظه
۱۴۴	ج- مجادله
۱۴۴	اشاره
۱۴۵	شیوه‌های عملی در تبلیغ
۱۴۵	اشاره
۱۴۵	۱- آهنگ محبت در تبلیغ
۱۴۷	۲- تبشیر و انذار
۱۴۸	۳- سهولت و اعتدال
۱۵۱	۴- رعایت اولویتهای تبلیغ
۱۵۳	۵- مایوس نکردن- امید دادن
۱۵۵	۶- تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم
۱۵۶	فصل ششم: ابزار تبلیغ
۱۵۶	اشاره
۱۵۷	۱- اذان
۱۵۸	۲- نماز جماعت و جمعه
۱۵۸	۳- پیک و پیام
۱۶۰	۴- وفود و ارتباطات مردمی
۱۶۰	۵- تبلیغ و خدمات انسانی- امداد
۱۶۲	۶- زبان و بیان
۱۶۴	۷- شعار و شعائر
۱۶۸	فصل هفتم: خطابه
۱۶۸	اشاره
۱۷۲	الف- فن خطابه
۱۷۳	ب- موضوع خطابه

۱۷۵	ج- آداب و محسنات خطابه
۱۷۸	د- شیوه‌های ایراد خطبه
۱۷۸	اشاره
۱۹۴	نکات متفرق دیگر در سخنوری
۱۹۵	توصیفی از خطابه نبوی
۲۰۰	فصل هشتم: آفات تبلیغ
۲۰۰	اشاره
۲۰۰	عوامل درونی
۲۰۰	اشاره
۲۰۰	۱- چالش‌های تشکیلاتی
۲۰۲	۲- ناکارآمدی مبلغ و نا آگاهی او به روش تبلیغ
۲۰۲	اشاره
۲۰۲	الف- گفتار بدون علم و آگاهی
۲۰۴	ب: تناقض در گفتار و کردار
۲۰۶	ج- کتمان علم
۲۰۷	د- تکلف و تعنت
۲۰۹	ه- خامی و بی تجربگی
۲۱۰	و- ناخالصی نیت
۲۱۱	آفات و عوامل بیرونی
۲۱۳	پی نوشتها
۲۳۳	درباره مرکز

ره توشه مبلغ - ویژه حج**مشخصات کتاب**

سرشناسه: رهبری، محمدتقی، ۱۳۱۴-

عنوان و نام پدیدآور: ره توشه مبلغ / مولف محمدتقی رهبر.

مشخصات نشر: گوان: مشعر، ۱۳۸۴.

مشخصات ظاهری: ۲۰۴ ص.

شابک: ۱۰۰۰۰ ریال ۹۶۴-۷۶۳۵-۶۹-۹

یادداشت: عنوان دیگر: ره توشه مبلغ (ویژه حج).

یادداشت: کتابنامه به صورت زیرنویس

عنوان دیگر: ره توشه مبلغ (ویژه حج).

عنوان دیگر: ره توشه مبلغ، ویژه حج

موضوع: تبلیغات - اسلام.

موضوع: حج.

رده بندی کنگره: BP۱۱/۵/ت۹۲

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۰۴۵

شماره کتابشناسی ملی: م۸۳-۴۰۶۲۰

ص: ۱

اشاره

ص: ۱۱

پیشگفتار

اشاره

حیات فکری، دینی، فرهنگی و اجتماعی بشر، همواره با تبلیغات پیوند داشته است و امروز نیز بیش از هر زمان دیگر، سرنوشت ملتها و جریانهای فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه‌ها، عمدتاً به تبلیغات وابسته است.

دعوت و تبلیغ، افزون بر آنکه به مصداق آیه کریمه: **وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ (۱)** جوهره همه ادیان الهی و مسؤولیت تمام پیامبران خدا بوده است، اما در اسلام، جایگاه ویژه دارد؛ آیه **كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ (۲)** برتری امت اسلام بر سایر امتهای را منعکس کردن امر و نهی الهی دانسته و با ذکر واژه «لِلنَّاسِ» رسالت مسلمانان را جهت هدایت عموم انسان‌ها حتمی شمرده که بنا به دلالت مفهومی آیه، هرگاه امت اسلام از خصلت هدایتگری و پیام‌رسانی و امر و نهی الهی بی‌بهره باشد، شایستگی

۱- . نحل: ۳۶

۲- . آل عمران: ۱۱۰

ص: ۱۲

عنوان بهترین امت را نخواهد داشت. افزون بر آن، پیام فراگیر در آیه بالا، گروه‌های ویژه‌ای را که واجد شرایط پیام‌رسانی باشند موظف ساخته، به خیر و نیکی فراخوانند و امر به معروف و نهی از منکر کنند: **وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ** (۱) ۳

اسلام با خصلت جاودانگی رسالتش، همگانی بودن دعوت و تبلیغ را طلب می‌کند؛ زیرا معارف و تعالیم زنده و والای این آیین جاودانی، اگر نشر و ابلاغ نگردد و به درستی تفسیر و بیان نشود، نه تنها مکتب و دین مهجور می‌گردد و انسان مسلمان به عنوان یک مکلف باید پاسخگوی آن در پیشگاه خداوند باشد، بلکه بر بشریت نیز ستم می‌شود؛ چراکه انسان‌های مستعد رشد و شکوفایی، گرفتار جهالت و دستخوش هواهای نفسانی و اسیر زنجیرهای استکبار می‌گردند و رهسپار راه شقاوت می‌شوند و این چیزی است که خداوند بدان رضایت نداده است؛ **وَلَا يَرْضَى لِعِبَادِهِ الْكُفْرَ** (۲) ۴

با همین فلسفه است که برای هدایت انسانها، رهبرانی را فرستاده است تا حجت را تمام کنند و جای عذر برای کسی باقی نماند؛ **لَوْ أَنَّا أَهْلَكْنَا هُم مِّن قَبْلِهِ لَقَالُوا رَبَّنَا لَوْ لَا أَرْسَلْتَ إِلَيْنَا رَسُولًا فَتَنَّا آيَاتِكَ مِنْ قَبْلِ أَنْ نَذِلَّ وَنَخْزَى** (۳) ۵

خصلت انعطاف پذیری انسان در برابر عوامل تحریک کننده یا باز دارنده، که زمینه دگرگونی گرایش‌های فکری، اعتقادی و عملی اوست،

۱- آل عمران: ۱۰۴

۲- زمر: ۷

۳- طه: ۱۳۴

ص: ۱۳

همواره با شیوه‌های مختلف تبلیغاتی، مورد استفاده مثبت و منفی قرار می‌گیرد و در این راستا بسیاری از دستگاه‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای با سوء استفاده از این فرصت و با زمینه‌سازی روانی و با اهداف سیاسی، بر آند تا سمت و سوی اندیشه انسانها را در راستای اهداف و مقاصد مورد نظر خود سوق دهند. در چنین وضعیتی است که مسؤولیت رسالت‌داران تبلیغ دینی، بیش از هر زمان آشکار می‌گردد.

هرچند بهره‌وری از ابزارهای روز و رسانه‌های پیشرفته می‌تواند در تبلیغ رسالت اسلام نقش مهمی ایفا کند و ناگزیر باید از آنها بهره گرفت، اما شرایط و فرصتهای ویژه دیگری نیز برای مسلمانان فراهم است که مناسبت‌ترین عرصه برای تبلیغات هدایتگر و ابلاغ امر و نهی است، بدون آنکه به وسایل مدرن پیچیده و هزینه‌های کلان نیاز باشد. استفاده از این شرایط و فرصتها وظیفه هر مسلمان است که بدان دسترسی دارد. حضور میلیونی مسلمانان از اقشار و طبقات مختلف اسلامی در نماز جمعه و جماعت و اماکن متبرکه و زیارتگاه‌ها و حسینیه‌ها و مواسم و مراسم دیگر و در صدر همه این اجتماعات، کنگره عظیم بین‌المللی حج، فرصتی است بی‌نظیر که دیگر ملتها را بدان دسترسی نیست. این اجتماع بزرگ جهانی به رسالت‌داران تبلیغ مجال می‌دهد، بدون تحمل مشقت و هزینه سنگین مالی، رسالت اسلامی را ابلاغ نموده و با آگاهی دادن به سایر مسلمانان، مصالح و مسائل امت را دنبال کنند. به همین دلیل قرآن کریم کعبه و حج را هدایتگر جهانیان خوانده است؛ إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِنَكَّةٍ مُّبَارَكًا وَ هُدًى لِّلْعَالَمِينَ (۱) ۶

ص: ۱۴

حج مناسب‌ترین مجمع بین‌المللی است که زمینه هر نوع فعالیت را به نفع اسلام فراهم می‌آورد و می‌توان عنوان «وسایل ارتباط جمعی جهانشمول» را برای آن برگزید. حج و مناسک باشکوه آن، نه تنها برای مؤمنان شورانگیز است، بلکه برای دیگران نیز نمایش قدرتی است که مانند آن را در هیچ‌یک از وسایل تبلیغی و رسانه‌ای اسلام نمی‌توان دید. به فرموده امیرمؤمنان علیه السلام:

«حج پرچم بلند اسلام است» (۱) ۷

بر بلندای قلّه عظمت معنویت و عامل ثبات و پابرجایی مسلمانان در هر عصر.

بار فرهنگی و تبلیغی حج

فرهنگ معارف اسلامی، در تار و پود حج نهفته است، به بیان حضرت امام خمینی قدس سره:

«حج کانون معارف الهی است».

گشودن گنجینه این معارف و ابلاغ آن در موسم حج، از وظایف عالمان و آگاهان دین می‌باشد. روایات اهل بیت به این رسالت مهم تبلیغی توجه خاص مبذول داشته است.

امام علی بن موسی الرضا علیهما السلام طبق روایتی، با بیان اسرار و معارف حج، کسب علم و فقه و نشر آثار و نقل اخبار رهبران دینی را یاد آور شده، می‌فرماید:

۱- . نهج البلاغه، خطبه اول. «جَعَلَهُ سُبْحَانَهُ لِلْإِسْلَامِ عِلْمًا وَ لِلْعَائِدِينَ حَرَمًا...»

ص: ۱۵

«مَعَ مَا فِيهِ مِنَ التَّفَقُّهِ وَنَقَلَ أَخْبَارَ الْأَثَمَةِ عَلَيْهِمُ السَّلَامُ إِلَى كُلِّ صُفْعٍ وَنَاحِيَةٍ كَمَا قَالَ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ: فَلَوْ لَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ

«(۱) ۸»

از دیگر آثار حج این است که حج گزاران فقه و علم دین را بیاموزند و آثار ائمه را منتشر کنند و اخبار آن را برای دیگران بازگو نمایند. همانگونه که خداوند بزرگ فرموده است: «چرا از هر فرقه و گروهی، جمعی سفر نمی‌کنند تا فقه و دانش دین را فرا گیرند و هنگام بازگشت، مردمشان را ارشاد کنند و بیم دهند شاید، آنها متنبه شده، بترسند.»

چنین به نظر می‌رسد که تفقه در این آیه، به فقه اصطلاحی و تبخّر در احکام فرعیه محدود نباشد، بلکه علم و معرفت به اصول و فروع و مبانی و احکام و معارف و اخلاق و در نتیجه شناخت و مسؤولیتهای فردی و اجتماعی؛ یعنی تمام آنچه را یک مسلمان باید بداند و بشناسد، شامل می‌گردد و در این میان، مسأله امامت و ولایت از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ چنانکه روایات بسیاری بر این مطلب صراحت دارد و مسأله برائت که در تار و پود حج تعبیه شده است. (۲) ۹

دیار وحی و آثار پیامبر صلی الله علیه و آله

از دیگر ابعاد فرهنگی حج، مرور و مطالعه میدانی در تاریخ اسلام و مشاهده آثار نبوت در سرزمین وحی و حرمین شریفین است. یادآوری خاطرات نورانی پیامبر گرامی اسلام از لحظه تولد و روزگار پر رنج یتیمی

۱- . وسائل الشیعه، ج ۸ «کتاب الحج»، ص ۷ حدیث ۱۵

۲- . نک: کتاب ابعاد سیاسی و اجتماعی حج، از نگارنده.

ص: ۱۶

و زیستن در جوار عبدالمطلب و تجلی نشانه‌های نبوت در سیمای مبارکش در رهگذر زندگی و سفرهای شام تا ازدواج با بزرگ بانوی اسلام، حضرت خدیجه و آنگاه که در غارِ حرا به ندای روح بخش: اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ (۱) ۱۰ مخاطب گردید و سپس آهنگ یا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ قُمْ فَأَنْذِرْ (۲) ۱۱ وی را به قیام لله و انذار خلق فرا خواند و پیامبر با مسؤولیتهای سنگین نبوت، رنج و محرومیت و طعن و ملامت و آزار دشمنان را به جان خرید و از خار و خاکستر استقبال کرد و در شعب ابوطالب تبعید شد و شکنجه یارانش را شاهد بود و بالأخره تحت فشار سیزده ساله گردن‌کشان و بت‌پرستان قریش، مکه را ترک کرد و راهی یثرب گردید و در این هجرت، رایت اسلام را برافراشت و از شهری به شهری و دیاری به دیاری، به دوش کشید تا نظام توحیدی را در مدینه‌الرسول پی‌افکند و حکومت دینی را مستقر ساخت و صولت سرکشان عرب را با جهاد و دفاع و غزوات پیاپی در هم شکست و مکه را فتح کرد و لوث‌بت‌ها را از دامن بیت‌الله زدود و با تعلیم و تربیت و حکمت و موعظه، بنیان بزرگترین آیین آسمانی را مستحکم ساخت تا آخرین روزهای زندگی، که امت را به حفظ امانت الهی و کتاب و عترت توصیه کرد و چشم از جهان فرو بست، در حالی که غم امت و نگرانی آینده و بیم توطئه‌ها، حضرتش را می‌آزرد و نیز انبوه حوادثی که از آن پس در زندگی اهل‌بیت و عملکرد امت در سایه روشن تاریخ پرماجرای اسلام رخ داد. یادآوری این فرازهای تاریخی برای رسالت‌داران اسلام درس آموز است.

۱- علق: ۱ و ۲

۲- مدثر: ۱ و ۲

جغرافیای فرهنگی اسلام

همچنین اماکن مقدس مکه و مدینه و مسجدالحرام، بیت عتیق، مقام، ملتزم و مستجار، حجر و حَجْر، زمزم و صفا و مروه، حطیم و مزار انبیا در جوار بیت‌الله تا عرفات و مشعر و حَیْف و منا و دیگر مشاعر و مواقف و مساجد و زادگاه پیامبر صلی الله علیه و آله در جوار مسجدالحرام، خانه خدیجه و زادگاه علی علیه السلام درون بیت‌الله، جَنَّةُ الْمُعَلَّى و قبرستان ابوطالب، جبل‌النور و غار ثور و مزار شهدای فخر در حرم مکی، هریک ریشه در فرهنگ توحید و موخّدان دارد و یادآور مجاهدات طلایه داران اسلام و تاریخ آیین حنیف است ... و در مدینه طیبه، مسجدالنبی نخستین نقطه نزول پیامبر صلی الله علیه و آله در یثرب، روضه شریف نبوی، منبر و محراب آن حضرت و مهبط جبرئیل و محراب تهجد و خانه علی و فاطمه، که به روایتی آرامگاه دختر پیغمبر است، و استوانه‌های تاریخی مسجد و جایگاه اصحاب صُفّه و قبر مظلوم عبدالله پدر پیامبر در حریم مسجدالنبی، که از آن آثاری برجای نگذاشتند و قبر شریف آمنه (در ابواء) و قبور امامان مظلوم و قبر مخفی زهرا علیها السلام و قبر فاطمه بنت اسد و قبر ام‌البینین و همسران و فرزندان و عمو و عمه‌های پیامبر و شهدای صدر اسلام در جَنَّةُ البقیع و مساجد و مقامات؛ چون قُبا و جمعه و اجابه، میقات و شجره، غمامه و رایه، مساجد سبعه و ذوقبلتین، احد (مشهد حمزه)، مشربه ام‌ابراهیم، فدک و غدیر خم و مساجد ابوذر و بلال و سلمان و علی و زهرا و محلّه بنی‌هاشم و خانه‌های ویران شده امامان و یاران رسول‌الله که حتی نامی از آن نمانده است و ده‌ها مسجد و موقف مقدس در کوچه‌ها و نخلستان‌ها و مزارع مدینه، سر در گریبان خاموشی برده، نابود شده یا در حال نابود شدن است. همه این‌ها پیام‌ها و رازها و خاطره‌ها در سینه دارد.

ص: ۱۸

جای جای این سرزمین مبارک یادآور قدم‌های استوار مبارک پیامبر و ائمه و صحابه صالحین و مردان و زنان سابقین امت است که شایسته است هریک از اینها برای زائران حرمین تبیین و تشریح گردد تا تفسیری باشد بر تاریخ صدر اسلام و خاطرات تلخ و شیرین حوادث آن.

زائر باید این آثار و اماکن را با شرح و توضیح بشناسد تا تاریخ و جغرافیای اسلام و اطلس حرمین بماند و به دست فراموشی سپرده نشود که این، به معنای زنده نگه‌داشتن فرهنگ و سنت و سیره بنیانگذار اسلام و دودمان پاک او و رهروان راستین نبوت و امامت است و نیز سرمایه معنوی برای نسل‌های آینده و حفظ هویت امت و غنای روحی اهل قبله و درس آموز ثبات و استقامت در راه مکتب و اعتقاد است؛ چرا که سیره بزرگان و طلایه‌داران وحی و هدایت مانند مردم عادی نیست که با پایان یافتن عمرشان نقطه پایان بر آن نهند، بلکه جاودانگی حیات معنوی و چگونگی زیستن با آرمانهای بلند را می‌آموزد، اینها تاریخ‌سازانی هستند که چرخه زندگی فرزندان آدم بر محور وجودشان می‌چرخد و اهداف و آرمان حیات را فراتر از آنچه دیگران می‌اندیشند، ترسیم می‌کند. به عبارت خلاصه: اینان به بشریت در هر عصر تعلق دارند و باید جاودانه باشند.

به همین دلیل است که روایات اهل بیت از این نکته بسیار مهم در فرهنگ حج سخن گفته است. هشام بن حکم فلسفه و جوب حج را از حضرت امام صادق علیه السلام می‌پرسد. امام به تشریح این مطلب پرداخته، ضمن بیان اسرار حج، از زاویه‌های گوناگون به این نکته نیز اشاره می‌فرمایند:

«فَجَعَلَ فِيهِ الْاجْتِمَاعَ مِنَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ لِيَتَعَارَفُوا ...»

ص: ۱۹

وَلِتُعْرَفَ آثَارُ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَتُعْرَفَ أُخْبَارُهُ وَيُذَكَّرَ وَلَا يُنْسَى» (۱) ۱۲

«این کانون جمع فراهم آمد تا مسلمانان از شرق و غرب بیایند و با یکدیگر معارفه کنند و آثار و اخبار پیامبر خدا صلی الله علیه و آله بازشناسی شود و یاد آن بر زبانها بماند و به دست فراموشی سپرده نشود.»

امام صادق علیه السلام در این روایت چند نکته را در بُعد اجتماعی - فرهنگی حج خاطر نشان می‌سازد:

.۱

معارفه مسلمانان و تحکیم روابط ایمانی آنها، که در جامعه و فرهنگ و سیاست نقش اساسی دارد. بدین جهت جمع زائران باید جماعتی مرتبط و منسجم و هم‌آرمان باشند، نه جمع پراکنده و جدا از یکدیگر.

.۲

شناسایی آثار و اخبار مربوط به پیامبر که باید در یادها بماند و فراموش نشود و نیز شناختن و شناساندن این آثار و اخبار، امت را با هویت تاریخی خویش پیوند داده، گذشته پرافتخار را که زیربنای علم و تمدن و فرهنگ جهانی اسلام است، به یاد می‌آورد؛ چنانکه شناخت آثار و اخبار ائمه علیهم السلام نیز تداوم همان آثار و اخبار رسالت است. دعبل خزاعی در قصیده تأیید خود با اشاره به این آثار می‌گوید:

لَا لَ رَسُولِ اللَّهِ بِالْخَيْفِ مِنْ مَنِي وَبِالْبَيْتِ وَالتَّعْرِيفِ وَالْجَمَرَاتِ

۱- . علل الشرایع، ص ۴۰۵؛ وسائل الشیعه، ج ۲۷ «کتاب القضا»، ص ۹۷، فجعل ... من الشرق والغرب ...،

ص: ۲۰

دِيَارُ عَلِيٍّ وَالْحُسَيْنِ وَجَعْفَرٍ وَحَمَزَةَ وَالسَّجَادِ ذِي الثَّنَاتِ
 وَسِبْطِي رَسُولِ اللَّهِ وَابْنِي وَصِيَّهُ وَوَارِثِ عِلْمِ اللَّهِ وَالْحَسَنَاتِ
 مَنَازِلُ كَانَتْ لِلصَّلَاةِ وَلِلتَّقَىٰ وَلِلصَّوْمِ وَالتَّطَهِيرِ وَالْحَسَنَاتِ

«خاندان پیامبر را در حَیْف، از سرزمین منا و رکن و عرفه و جمرات، آثاری است. آنجا دیار علی و حسین و جعفر است و نیز حمزه و سجاد، آن که نشان سجده بر پیشانی داشت. و هم دو سبط رسول الله و دو فرزند وصی او (علی علیه السلام) که وارث علم خدا و کانون نیکی‌ها بود. خانه‌هایی که جایگاه نماز و تقوا و روزه‌داری و پرهیزکاری و نیکوکاری است.»

ویژگی‌های تبلیغ در حج

به لحاظ وضعیت ویژه حج و فضای معنوی و موقعیت زمانی و مکانی و ارتباطات مردمی و شرایط مساعد روانی آن، تبلیغ و پیام‌رسانی در موسم حج، همواره مورد توجه بوده است. پیامبر گرامی اسلام صلی الله علیه و آله دعوت آسمانی خود را از این سرزمین مبارک به گوش قبایل عرب رساند و در بازارهای معروف آن روز، (وادی مجنه، عکاظ، ذی‌المجاز و مرثد) که مرکز تردد و تجمع گروه‌ها، به‌ویژه عرضه کنندگان و خریداران کالا و هم میدان مسابقه در شعر و خطابه عرب بود،

ص: ۲۱

رسالت الهی خود را اعلام کرد و هنگامی که اسلام استقرار یافت و حجاز تحت سیطره مسلمین قرار گرفت، پیامبر خدا به وسیله زائران حاضر، برای غایبان پیام می‌فرستاد و این گواهی است بر موقعیت خاص تبلیغی حج و تأکید بر اینکه مسلمانان باید از این منبر بلندپایه اسلام و مأذنه رفیع ایمان بهره‌گیرند و با تأسی به نبی گرامی صلی الله علیه و آله مسائل ارشادی و حیاتی امت را از این رسانه بین‌المللی به گوش دیگران برسانند.

تاریخ حیات مقدّس رسالت، گواهی می‌دهد که مسائل مهمّ اسلامی، چون برائت، اعلام ولایت امیرمؤمنان علیه السلام و دیگر اعلامیه‌های مهم اسلامی در عصر نبوی و بعد از آن، در مناسبت‌های موسم بوده است.

بنا به روایت حضرت صادق علیه السلام پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در مسجد خیف خطبه‌ای ایراد کرد که در عین اختصار، همواره برای امت پیام آور و درس آموز است. در این خطبه بر وحدت امت و برادری و هم‌خونی مسلمانان، که اساس تشکیل جامعه اسلامی و امت واحده است و نیز رابطه تنگاتنگ میان امت و امامانشان، که محور سیاست و رهبری دینی است، تأکید گردیده و از حاضران مؤکّداً خواسته شده است که این پیام را به گوش آنان که حضور ندارند برسانند. در این خطبه، که به روایتی در حَجَّة الوداع ایراد شده، آمده است:

«نَضَرَ اللَّهُ عَيْدًا سَمِعَ مَقَالَتِي فَوَعَاهَا وَبَلَّغَهَا مَنْ لَمْ تَبْلُغْهُ، يَا أَيُّهَا النَّاسُ لِيُبَلِّغِ الشَّاهِدُ الْغَائِبَ فَرُبَّ حَامِلٍ فِقْهٍ لَيْسَ بِفِقْهِهِ وَرُبَّ حَامِلٍ فِقْهِهِ إِلَى مَنْ هُوَ أَفْقَهُ مِنْهُ، ثَلَاثٌ لَا يُعْمَلُ عَلَيْهِنَّ قَلْبُ امْرِئٍ مُسْلِمٍ: إِخْلَاصُ الْعَمَلِ لِلَّهِ، وَالنَّصِيحَةُ لِأَيِّمَةِ الْمُسْلِمِينَ، وَاللُّزُومُ لِجَمَاعَتِهِمْ، فَإِنَّ دَعْوَتَهُمْ مُحِيطَةٌ مِنْ وَرَائِهِمْ، الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ»

ص: ۲۲

تَتَكَافَأُ دِمَاؤُهُمْ وَ هُمْ يَدُّ عَلَى مَنْ سِوَاهُمْ» (۱) ۱۳

«خداوند خرم و شادمان گرداند آن بنده‌ای را که سخن مرا شنید و در آن اندیشید و به درستی فهمید و به کسانی که آن را نشنیدند رسانید. ای مردم، آنکه حاضر است به کسی که غایب است برساند. چه بسا حامل فقه که فقیه نیست و بسا حامل فقه که آن را به کسی می‌رساند که فقیه‌تر از اوست. سه چیز است که قلب یک مسلمان به آنها خیانت روا نمی‌دارد: اخلاص عمل برای خدا، خیراندیشی نسبت به امامان مسلمین و ملازمت جماعت آنها. همانا دعوت مسلمانان فراگیر است، مؤمنان برادرند، پایین‌ترین فردشان عهده‌دار ذمه افراد دیگر است و آنها ید واحده‌اند در برابر بیگانگان.»

در این خطبه تاریخی، که سال آخر عمر مبارک پیامبر، در حَجَّةُ الْوَدَاعِ، در مسجد حَیْف و تَجَمُّع حَاجیان در منا ایراد گردید، سه اصل مهم حیاتی امت اسلام عنوان شده و مسلمانان مأمور ابلاغ آن گردیده‌اند. این سه عبارتند از:

۱.

خالص کردن عمل برای خدا که اساس آن ایمان صادقانه، حق‌طلبی و پرهیز از هر نوع شرک و ریا و دوگانگی در عقیده و ایده و آرمان و عمل است، که اگر این دستمایه معنوی برای مسلمانان فراهم گشت، بسیاری از کج روی‌ها، تنش‌ها و کدورت‌ها که از هوای نفس سرچشمه می‌گیرد، از میان خواهد رفت و سایه اخلاص و تقوا بر افراد سایه گستر خواهد شد.

۲.

ارادت و صمیمیت و خیرخواهی نسبت به پیشوایان دین، که بی

۱- اصول کافی «بدون ترجمه»، ج ۱، ص ۴۰۳ و ۴۰۴

ص: ۲۳

تردید تنها مصداق آن رهبران با صلاحیت و امامان حق‌اند، که پیامبر خدا صلی الله علیه و آله آنان را به امر خدا، به رهبری امت برگزیده است و استمرار امامت، امری است که برای هر عصر و نسل بیان شده و جز صالحان و پاک طیتان را نشاید که عهده‌دار آن باشند.

و این مستلزم روی برتافتن از زمامداران جور و مستبدان خودکامه و حاکمان نامشروع است که همواره بزرگترین خطر برای اسلام و مسلمین بوده‌اند.

۳.

ملازم جماعت بودن و از امت صالح جدا نشدن، که این نیز از دید صاحب‌نظران، تفسیری جز پیوستن به رهروان راه ولایت اهل بیت ندارد؛ زیرا ولایت آنان کانون جمع و مرکز وحدت امت موحد است و هرچه جز این باشد در زمره شرک و نفاق است و به تفرقه و تشتت و انحراف خواهد گرایید.

آنچه را در توضیح دو بند اخیر ملاحظه کردیم، تفسیری است که طلایه‌داران تشیع از روایت فوق داشته‌اند، همانگونه که در ذیل روایت فوق به نقل کلینی در اصول کافی از قول راویان شیعه آمده است:

«إِنَّ عَلِيَّ بْنَ أَبِي طَالِبٍ عَلَيْهِ السَّلَامُ وَاللَّهُ الْإِمَامُ الَّذِي يَجِبُ عَلَيْنَا نَصِيحَتُهُ وَكُزُومُ جَمَاعَتِهِمْ أَهْلُ بَيْتِهِ» (۱) ۱۴

«به خدا سوگند، علی بن ابی‌طالب تنها امامی است که خیرخواهی او بر ما واجب است و ملازم جماعت مسلمین بودن، همانا پیوستگی با خاندان آن حضرت است که لزوماً شامل شیعیان

ص: ۲۴

خالص و مخلص آن بزرگواران نیز خواهد بود؛ چنانکه در روایات عامه و خاصه بر آن تصریح شده است.»

پیامبر گرامی به عمار بن یاسر فرمود:

«يَا عَمَّارَ إِن رَأَيْتَ عَلِيًّا قَدْ سَلَكَ وَاذِيًّا وَ سَلَكَ النَّاسُ وَاذِيًّا غَيْرَهُ، فَاسْلُكْ مَعَ عَلِيٍّ وَ دَعِ النَّاسَ إِنَّهُ لَنْ يَدُلَّكَ عَلَى رَدِي وَ لَنْ يُخْرِجَكَ مِنْ الْهُدَى». (۱) ۱۵

«ای عمار، اگر دیدی علی به سویی می‌رود و مردم به سوی دیگری، با علی همراه باش و مردم را رهاکن؛ زیرا او تو را گمراه نسازد و از مسیر هدایت بیرون نکند.»

و نیز پیامبر صلی الله علیه و آله فرمود:

«خَيْرُكُمْ خَيْرُكُمْ لِأَهْلِي مِنْ بَعْدِي». (۲) ۱۶

«بهترین شما کسی است که پس از من با اهل بیت من شایسته‌تر عمل کند.»

و نیز درباره اهل بیت فرمود:

«أَنَا حَرْبٌ لِمَنْ حَارَبَهُمْ، وَ سَلَمٌ لِمَنْ سَأَلَهُمْ». (۳) ۱۷

و نیز از سخن آن حضرت است که فرمود:

«عَلِيٌّ إِمَامُ الْبِرَّةِ وَ قَاتِلُ الْفَجْرَةِ مَنْصُورٌ مَنْ نَصِيرُهُ مَخْذُولٌ مَنْ خَذَلَهُ»؛ (۴). بحار الأنوار، ج ۳۳، ص ۵۱؛ صواعق، ص ۳۶۵، کنز العمال،

ج ۱۱، ص ۶۰۲، ح ۳۲۹۰۹ (۵) ۱۸

«علی پیشوای صالحان و قاتل فاجران است. هر کس

۱- . کنز العمال، ج ۱۱، ص ۶۱۴، ح ۳۲۹۷۲

۲- . بحار ج ۲۳، ص ۱۰۴

۳- . بحار ج ۸، ص ۳۶۶

۴-

۵-

ص: ۲۵

یاری‌اش دهد پیروز است و هر که دست از یاری‌اش بردارد زبون و خوار.»

روایات بی‌شمار از این گونه، که در منابع عامه و خاصه آمده، بیانگر این حقیقت است که امامت حق، از آن اهل بیت است و پیروان آنان رستگارانند و جدایی از این جماعت، فرجامی جز گمراهی ندارد. با توجه به اهمیت این موضوع، پیامبر صلی الله علیه و آله در این خطبه تأکید می‌ورزد که حاجیان باید در ابلاغ این پیام همت گمارند.

تبلیغ ولایت در حج

مناسبت‌ترین فرصت برای تبلیغ بزرگترین مسأله حیاتی اسلام پس از توحید و رسالت، موضوع ولایت امیرالمومنین علیه السلام بود که دستور آن در حَجَّهِ الْوَدَاعِ و در مسجد حَیَف با آیه: يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ (۱) داده شده و در نقطه‌ای معروف به غدیرخیم، مورد تأکید مجدد قرار گرفت و دستور آمد که:

«پیامبر آنچه را از سوی پروردگار بر او نازل شده ابلاغ کند و اگر نکند رسالت او را نرسانده است و خداوند از فتنه مردم او را در امان خواهد داشت.» (۲) رسول خدا صلی الله علیه و آله در جمع زائران، که عددشان را از هفتاد هزار تا صد و

۱- . مائده: ۶۷، نکه: احتجاج طبرسی، ص ۵۷

۲- . مائده: ۶۷

ص: ۲۶

بیست هزار گفته‌اند، خلافت امیرالمؤمنین را طی خطبه غزایی ابلاغ کرد و از مردم بر این مسأله حیاتی پیمان گرفت و همه بیعت کردند، هرچند بسیاری به نقض این بیعت پرداختند.

امامان و تبلیغ در حج

پس از پیامبر صلی الله علیه و آله مشعلداران هدایت، ائمه علیهم السلام نیز جهت آگاهی دادن مردم، از موسم حج بهره گرفتند و آنچه را که در جای دگر ابلاغش میسر نبود، از کنار خانه خدا به گوش مسلمانان رساندند. در فضای اختناق حاکم عصر اموی، امام حسین علیه السلام در سرزمین منابیش از هزار تن از وجوه صحابه و تابعین را در خیمه‌ای به حضور می‌طلبید و آنگاه فضایل امیرالمؤمنین علیه السلام و خاندان پیامبر را به‌طور مشروح بیان می‌کند و از آنان می‌خواهد و به خدا سوگند می‌دهد که چون به دیار خود بازگشتند، آن را به دیگران منتقل کنند تا حقایق دین به مرور زمان فراموش نشود. (۱) ۲۱ امامان علیهم السلام همچنین در مناسبت‌های مختلف، از موقعیت حج، جهت روشنگری افکار عمومی و جلب توجه مردم به امامت و ولایت، بهره جستند؛ از جمله می‌توان حرکت امام حسین علیه السلام از مکه به سوی عراق و قیام علیه نظام غاصب و تبه‌کار اموی تا شهادت را نام برد و نیز وصیت امام باقر علیه السلام به فرزندش امام صادق علیه السلام که به منظور افشای جنایات حاکمان زمان، مرثیه سرایانی بگمارد تا طی ده سال در سرزمین منابیش برای آن حضرت سوگواری کنند. (۲) ۲۲ و نیز تأکید امام صادق علیه السلام در روز عرفه و موقف عرفات با صدای بلند بر اهمیت مسأله ولایت و امامت، که در این

۱- برای آگاهی از شرح این واقعه، نک: احتجاج طبرسی، ج ۲، صص ۲۹۶ و ۲۹۷ و سلیم بن قیس، ص ۱۶۵ و کتاب ابعاد سیاسی و اجتماعی حج، اثر نگارنده.

۲- بحارالانوار، ج ۴۶، ص ۲۳۰

ص: ۲۷

خصوص عمرو بن ابی مقدم چنین روایت می‌کند: در آن روز امام صادق علیه السلام خطاب به مردم با صدای بلند می‌گفت: «إِنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ كَانَ الْإِمَامَ، ثُمَّ كَانَ عَلِيُّ بْنُ أَبِي طَالِبٍ، ثُمَّ الْحَسَنُ، ثُمَّ الْحُسَيْنُ، ثُمَّ عَلِيُّ بْنُ الْحُسَيْنِ، ثُمَّ مُحَمَّدُ بْنُ عَلِيٍّ عَلَيْهِ السَّلَامُ، ثُمَّ هَهُ».

این جملات را سه بار و به چهار سوی؛ از پیش‌رو و پشت سر و راست و چپ تکرار کرد که در مجموع دوازده بار سخن آن حضرت به گوش مردم رسید. (۱) ۲۳ در کتب سیره و حدیث، شواهد بسیار دیگری را می‌توان یافت که امامان معصوم علیهم السلام در موسم حج و در عرفات و منا و در حال طواف، مردم را به ولایت اهل بیت توجه می‌دادند. شیعیان آزاده و شعرای اهل بیت نیز از این سیره پیروی کردند. فرزدق، شاعر آزاده و بلند آوازه، قصیده تاریخی خود را در کنار کعبه بالبداهه سرود؛ آنگاه که هشام بن عبدالملک در پاسخ آن مرد شامی که عظمت زین العابدین علیه السلام را دید و از او خواست وی را معرفی کند و هشام از روی کینه و حسد اظهار بی‌اطلاعی کرد! و فرزدق او را پاسخ داد و این پیام رسانی به هنگام را ابن خلکان در کتاب «وفیات الاعیان» آورده و گوید: «فرزدق با شعر خود، کاری بزرگ کرد که امید می‌رود پادشاه آن بهشت باشد!» (۲) ۲۴ مطلع قصیده «میمیه» فرزدق این بیت است:

۱- . کافی، ج ۴، ص ۴۶۶

۲- . نک: بحار الانوار، ج ۲۷، صص ۱۷۷-۱۸۳

يَا سَائِلِي أَيَّنَ حَلَّ الْجُودُو وَالْكَرْمُ عِنْدِي بَيَانٌ إِذَا طَلَا بِهِ قَدَمُوا (۱) ۲۵

علاوه بر تبلیغ ولایت در حج، مسائل دیگر اسلامی، که با اساس دین یا فقه شریعت ارتباط دارد، در فرصتهای مناسب مورد توجه پیشوایان قرار گرفته است؛ از جمله می‌توان مناظرات حضرت امام صادق علیه السلام با ارباب ملل و نحل و حتی ملحدین زمان در مسجدالحرام را یاد آورد شد.

ابعاد حرکت‌های تبلیغی در حج

اشاره

حرکت‌های تبلیغی موسم حج و زیارت را از چند منظر می‌توان مورد توجه قرارداد:

۱- درون گروهی

۲- درون مرزی

۳- برون مرزی

۱- درون گروهی

همانگونه که رایج است، گروهی به صورت کاروان، معمولاً صد تا دویست زائر عازم حج و عمره می‌شوند که از این رهگذر، مبلغان و مروجان اسلام، به صورت روحانی، با یک گروه صمیمی همسفر می‌گردند و در طول سفر وظیفه‌ای جز ارشاد زائران در زمینه‌های مختلف فقهی، اخلاقی، اجتماعی، علمی و عملی ندارند و از آن‌رو که خاطره شیرین و رویارویی سفر زیارت همواره در طول عمر، پیش چشم زائر مجسم است آموزه‌های آن نیز به صورت طبیعی بر دل و جان وی

۱- . بحار الأنوار، ج ۴۶، ص ۱۲۵؛ الکنی واللقاب، ج ۳، ص ۲۴، محدث قمی.

ص: ۲۹

می‌نشینند و اگر درست هدایت و رهبری شود، می‌تواند بسیاری از این تأثیرات را نشان دهد و ره‌آورد سفر حج همین است که توشه معنوی برای زائر حاصل آید. بدین ترتیب نقش تبلیغات و تأثیر مبلغ در جمع زائران گروه را نباید ناچیز انگاشت و شایسته است حداکثر بهره‌برداری تبلیغی از این لحظات روحانی با نفعات رحمانی آن بشود.

افزون بر این، هر یک از مناسک و مشاعر و حرکتهای و وقوف‌ها و اذکار و ادعیه با مفاهیم متعالی و بار معنوی و عرفانی‌اش، در ارتقای معرفت و بالابردن سطح شناخت حج‌گزار نقش بنیادین دارد و با پیوند دادن آن معرفت و شناخت به عشق و احساس، روشن بینی و شعور را در اعماق جانها می‌پرورد و با تصفیه روح و رهانیدن آن، از اسارت تعلقات مادی و زدودن غبار معاصی به ثمر می‌نشانند و حجابهای جهل و ظلمات هوی را می‌سوزانند و برای پذیرش تجلیات بیشتر مهیا می‌سازد.

خلاصه آنکه در این کانون معارف و سیر و سلوک باطنی و سفر معنوی، که با سیر بیرونی و آفاقی توأم گشته و با آیات و بینات در قلّه‌های رفیع توحید و مناره‌های بلند ایمان و یاد خاطره مشعل‌داران هدایت در تاریخ پیوند خورده است، ره‌آورد معرفت و کمال و رشد معنوی انسانی را به همراه دارد.

شناخت و شعور و عشق و عرفان در تار و پود حج تعبیه شده و هنگامی زائر از این خصلت هدایتگری و نور عرفان بهره خواهد گرفت که روح حج ابراهیمی و پیام شریعت والای احمدی صلی الله علیه و آله را در اعمال و مناسک و اوراد و اذکار جاری سازد و این به هدایت و روشنگری نیاز است.

نقش روحانیون در این میان بسیار با اهمیت است که به ژرفای این

ص: ۳۰

عبادت جهانشمول اسلامی بیشتر بیندیشند و مطالعه کنند و بر معلومات خود بیفزایند و دیگران را آگاه سازند. به‌طور خلاصه، حج را باید به عنوان یک دانشگاه الهی و کانون انسان‌سازی مورد توجه قرار داد. نقش آموزش و تبلیغ و همچنین سیاست حاکم بر حج، در اینجا تعیین کننده و راه‌گشا است و نباید مجال داد این فرصتهای طلایی با نفحات رحمانی که ملک تا ملکوت را پوشش می‌دهد، رایگان از دست برود.

۲- زاویه درون مرزی

از آن‌رو که کنگره حج ترکیبی است از زبده‌ترین انسانهای مؤمن، که از اقصی نقاط کشورهای اسلامی در این میعادگاه حضور یافته و حاضران در موسم، در حقیقت نمایندگانی هستند از امت بزرگ اسلام که در سرزمین وحی و کانون توحید گردآمده‌اند و شعارشان: «توحید، وحدت و عبودیت» است بدان‌گونه که آیه کریمه: **إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاعْبُدُونِ (۱) ۲۶** الهام می‌دهد. لذا این امت کوچک در موسم به نمایندگی از امت بزرگ اسلام سخنها و پیامها دارد، مشکلات و مسائلی در داخل و خارج پیش روی آنهاست. اغلب ابهاماتی نسبت به یکدیگر دارند. حل مشکلات و رفع آن و تفاهم و ایجاد همبستگی اسلامی هنگامی میسر است که با زبان یکدیگر آشنا شوند، به مسائل حیاتی امت بیندیشند.

اختلاف نظریه‌های فرعی و مسلکی و فرقه‌ای و نژادی و اقلیمی و تعصبات ناموجه مذهبی را کنار بگذارند و از جامه فردیت و قومیت به‌در آیند و بی‌رنگ و بدون نام و نشان، به دریای خروشان امت اسلام پیوندند

ص: ۳۱

و به خدای واحد سر تسلیم فرود آورند تا هر فردشان چون ابراهیم امتی شود؛ امتی شاهد برای دیگر انسانها. بدیهی است که برای رسیدن به این آگاهی و شعور و درکِ مسؤولیت، به توجیه و آموزش نیاز است و عالمان و نخبگان در این میان نقش حیاتی دارند. آنها هستند که باید مردمشان را به مسائل و مصالح مشترک امت آشنا سازند. در کم کردن فاصله‌ها بکوشند. خطرات دشمنان اسلام را خاطر نشان سازند. در اتخاذ موضع مشترک در برابر دشمنان اسلام و جهان استکباری، از آیین حنیف پاسداری کنند و توطئه تبلیغاتی آنان را خنثی نمایند و این هنگامی میسر است که مسلمانان، به‌ویژه فرهیختگان و رسالت‌داران امت، به تبادل نظریه و ارائه اطاعت پرداخته و از بدبینی‌ها و عقده‌ها بکاهند و در حد امکان، در رفع آن بکوشند و با نگاه باز و جهانشمول به مسائل بنگرند و به رایزنی در جهت مصالح امت اسلام پردازند.

امام صادق علیه السلام با اشاره به این فلسفه مهم اجتماعی حج می‌فرماید:

«فَجَعَلَ فِيهِ الْأَجْتِمَاعَ مِنَ الْمَشْرِقِ وَالْمَغْرِبِ لِيَتَعَارَفُوا...» (۱) ۲۷

«آری، خداوند حج را کانون تجمع مسلمانان شرق و غرب قرار داد تا با یکدیگر معارفه کنند. طرح دوستی بیفکنند. در تحکیم

اخوت اسلامی بکوشند و مسائل اجتماعی خود را بازشناسند و تصمیم مناسب بگیرند.»

امام خمینی قدس سره که پیامهای جاودانه‌اش در حج همواره باید راهگشا باشد، می‌فرماید:

ص: ۳۲

«بر دانشمندانی که در این اجتماع شرکت می‌کنند، از هر کشوری که هستند، لازم است برای بیداری ملت‌ها، بیانه‌های مستدلی، با تبادل نظر صادر کرده و در محیط وحی بین جامعه مسلمین توزیع نمایند و در کشورهای خود پس از مراجعه نشر دهند و از سران کشورهای اسلامی بخواهند که اهداف اسلامی را نصب‌العین خود قرار داده، اختلافات را کنار گذاشته برای خلاصی از چنگال استعمار چاره بیندیشند.»

در انجام این مهم، مسأله پیام‌رسانی و تبلیغ، نقش حیاتی دارد. توده مردم، اغلب از مسائل ویژه درون هر جمع و هر کشور بی‌خبرند و این بی‌خبری زمینه بی‌تفاوتی و حتی بدبینی را فراهم ساخته است تا آنجا که برخی از نویسندگان غافل، تحقیق‌بخش توطئه‌های تفرقه افکن دشمن در درون جامعه اسلامی شده‌اند. لذا بر عالمان و مبلغان اسلام است که توده‌های مردم را آگاهی دهند. توصیه امام راحل در این خصوص چنین است:

«از جمله وظایف در این اجتماع عظیم، دعوت مردم و جوامع اسلامی است به وحدت کلمه و رفع اختلافات بین طبقات مسلمین که خطبا و گویندگان و نویسندگان در این امر حیاتی اقدام نمایند.»

کتاب و جزوه و خبرنامه و رسانه و مصاحبه و مقاله و همایش‌های بین‌المللی و دبیرخانه دائمی به این منظور، که در موسم حج تا حدودی زمینه آن بدون نیاز به هزینه‌های کلان میسر است، می‌تواند به این هدف حیاتی کمک رساند. زبان در اینجا نقش مهم ایفا می‌کند، اگر مبلغان حداقل یک یا دو زبان (عربی و انگلیسی) بدانند، در امر تبلیغ موفق‌تر

ص: ۳۳

خواهند بود. لذا شایسته است پیش از عزیمت و طی مراحل گزینش روحانیون و مبلغان به زبان و مکالمه آموزش داده شوند.

۳- از زاویه برون مرزی

حج، همایشی است جهانی، که مسلمانان می‌توانند مفاهیم عالی اسلام و دیدگاه‌ها و رویکردهای مسائل اجتماعی را در آن به نمایش بگذارند. پیام وحدت امت موحد را به گوش جهانیان و حتی بیگانگان از اسلام برسانند. هدف از این پیام‌رسانی به نمایش گذاشتن قدرت و امکانات انسانی و معنوی و مادی در برابر دشمنان اسلام است که همواره به غارت و استثمار و استعمار مسلمین می‌اندیشند و قرن‌هاست سرمایه‌های مادی و معنوی آنان را به غارت می‌برند و اکنون مورد تهدید آنان می‌باشند و امروز نماینده این قطب استکباری، امپریالیسم آمریکا و صهیونیسم ضد بشر است که اگر در گذشته با کنایه و در لفافه خصومت خود را با اسلام نشان می‌دادند، امروز با صراحت از این خصومت و تهدید حرف می‌زنند و از جنگ صلیبی سخن می‌گویند. اینها باید برای مسلمانان هشدار و عامل بیداری باشد.

مسلمانان باید بدانند برای استکبار جهانی و صهیونیسم بین‌الملل، شیعه و سنی فرقی ندارد. آنان با اسلام و مسلمین و مقدساتشان در معارضه‌اند و عرب و عجم نمی‌شناسند. امپریالیسم آمریکا که با هدف غارت و چپاول ثروتهای ملی آنان در گذشته به برخی کشورهای اسلامی چهره دوستی نشان می‌داد، امروزه با حمایت از رژیم اشغالگر قدس در فلسطینِ مظلوم، حمام خون به راه انداخته و عراق و افغانستان را به اشغال نظامی در آورده و جان و مال و دین و ناموس مسلمانان را مورد هجوم

ص: ۳۴

قرار داده و دیگر کشورها و قوانین بین‌المللی را به رسمیت نمی‌شناسد و به همه جنگ و دندان نشان می‌دهد. شناخت این دشمن مستکبر و متجاوز و شناساندن نقشه‌های اهریمنی و جنگ‌طلبانه و سلطه‌جویی بی‌قید و شرط بر جهان و استحاله فرهنگی و استعمار سیاسی و اقتصادی و حضور نظامی قلدر مآبانه شیطان بزرگ در کشورهای دیگر از فرایض اولیه اهل قبله و امت محمد صلی الله علیه و آله است و همدلی و اتحاد و تبادل افکار و اطلاعات و گفتگو در جهت تفاهم و یکدست شدن در برابر دشمنان اسلام و انسانیت، از واجبات امروز مسلمانان به شمار می‌آید. اگر پیامبر خدا صلی الله علیه و آله فرمان می‌دهد آیات برائت را در موسم بخوانند و بر مشرکان اتمام حجت کنند و برق سلاح و قدرت اسلام و مسلمانان را به بت پرستان و منافقان آن روز نشان دهند و امیرالمؤمنین علیه السلام به فرمان آن حضرت در منا یا عرفات منشور برائت را می‌خواند؛ وَ أَذَانٌ مِنَ اللَّهِ وَ رَسُولِهِ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ أَنَّ اللَّهَ بَرِيءٌ مِنَ الْمُشْرِكِينَ وَ رَسُولُهُ... (۱) ۲۸ در حقیقت اعلام برائت، آغاز یک جنگ روانی تبلیغی علیه کفر و شرک و زمینه‌ساز جنگ‌های میدانی و تهاجمی به منظور مقابله با کفر و نفاق و فساد و به زیر آوردن اقطاب مستکبر سلطه‌گر است که سد راه خدا و خلق خدا شده و در راه ترویج آیین حق سنگ‌اندازی می‌کنند؛ چنانکه ملاحظه می‌کنیم طی آیات سوره برائت به نبرد و جهاد با مشرکان پس از ماههای حرام فرمان داده شده است؛ فَإِذَا انْسَلَخَ الْأَشْهُرُ الْحُرْمُ فَاقْتُلُوا الْمُشْرِكِينَ حَيْثُ وَجَدْتُمُوهُمْ. (۲) ۲۹ آیات برائت در روز عرفه یا قربان، که انبوه تجمع حاجیان است، باید

۱- . توبه: ۳

۲- . توبه: ۵

ص: ۳۵

خواننده شود تا خبر آن را همه؛ اعم از مسلمانان حج گزار و مشرکان حاضر در موسم بشنوند و بانگ اذان برائت به گوش مردم و قبایل و اطراف و اکناف برسد و تکلیف مسلمانان با مشرکان و منافقان روشن شود تا دل دشمن خالی گردد و فکر توطئه را از سر به در کنند و به گواهی تاریخ، آن اعلامیه تأثیر خود را بخشید و زمینه گسترش اسلام فراهم شد و دشمن عقب‌نشینی کرد و به دنبال آن هیأتها (وفود) به نمایندگی از قبایل عرب، یکی پس از دیگری رهسپار مدینه شدند و با پیامبر به مذاکره پرداختند و موجودیت اسلام را پذیرفتند.

آیات اول سوره توبه که در حقیقت قطعنامه برائت از دشمنان اسلام بود، نکات بسیار ارزنده و آموزنده‌ای در بر دارد که تنها برای خواندن نیست، بلکه خط مشی و رویکرد مسلمانان را در هر عصر و برای هر نسل ترسیم می‌کند. تا در پهنه گیتی دشمنی وجود دارد مشمول این قطعنامه است و چه مکانی برای اعلام آن مناسب‌تر از موسم حج و کنگره جهانی اسلام و حرم امن الهی و قبله‌گاه توحید و مطاف انبیا؟!

مسلمانان هر عصر باید با تاسی به ابراهیم علیه السلام و محمد صلی الله علیه و آله که پایه گذاران این حرکت کفرستیز بودند و از بت پرستان و نمرودیان و طاغوتیان و مشرکان اعلام برائت کردند، این سیاست اصولی اسلام را به اجرا گذارند.

حضرت امام خمینی قدس سره تجدیدگر حج ابراهیمی در روزگاری که درباره برائت گفت:

«حاشا که خلوص عشق موحدین جز به ظهور کامل نفرت از مشرکین و منافقین میسر شود و کدام خانه سزاوارتر از کعبه و

ص: ۳۶

خانه امن و طهارت و «الناس» که در آن به هر چه تجاوز و ستم و استثمار و بردگی و یا دون‌صفتی‌ها و نامردمی است، عملاً و قولاً پشت شود و در تجدید میثاق اَلشُّتْ بِرَبِّكُمْ (۱) ۳۰ بت الهه‌ها و اربابان متفرق شکسته شود و خاطره مهمترین و بزرگترین حرکت سیاسی در وَ اَذَانٌ مِنَ اللَّهِ وَ رَسُولِهِ إِلَى النَّاسِ يَوْمَ الْحَجِّ الْأَكْبَرِ... (۲) ۳۱ زنده بماند؛ چراکه سنت پیامبر و اعلان برائت کهنه شدنی نیست و نه تنها اعلان برائت به ایام و مراسم حج منحصر نشود که باید مسلمانان فضای سراسر عالم را از محبت و عشق نسبت به ذات حق و نفرت و بغض عملی نسبت به دشمنان خدا لبریز کنند...» (۳) ۳۲ اعلان برائت، بذر خشم و نفرت از بیگانگان را در دل‌های مسلمانان می‌پرورد تا از وابستگی به قدرتهای استکباری نجات یافته، روی پای خود بایستند و سلطه کافران بر مسلمانان را نفی کنند. اذان برائت مکمل اذان حج است که یکی به وسیله ابراهیم و دیگری به وسیله محمد صلی الله علیه و آله انجام شد و این دو جاودانه خواهند ماند و باید بمانند.

حاصل آنکه:

در تبلیغات برون مرزی، مسلمانان باید پیام خود را یکصدا و با آهنگ بلند، به گوش دشمنان اسلام برسانند که: امت محمد صلی الله علیه و آله تسلیم زورگویی‌های آنان نخواهد شد و نیز منشور آزادی و حقوق بشر اسلامی و صلح شرافتمندانه را ابلاغ نمایند و این هنگامی است که بیگانگان از سیاست ستیزه‌گرانه رخ بتابند و به مصالح مشترک انسانی

۱- اعراف: ۱۷۲

۲- توبه: ۳

۳- صحیفه نور، ج ۲۰، ص ۱۱۱

ص: ۳۷

تسلیم کردند.

به طور خلاصه: اهداف و مقاصد تبلیغات برون مرزی حج را بدین گونه می‌توان خلاصه کرد:

۱.

تبلیغ اسلام از سرزمین وحی و رساندن آن به جهان تشنه معنویت، که سایر ادیان تحریف شده و مکاتب صادراتی از آن بی‌بهره‌اند؛ همانگونه که پیامبر گرامی اسلام دعوت خود را از این سرزمین به گوش ملتها و دولتهای عصر خویش رسانید.

برای تحقق این هدف، مسلمانان جهان می‌توانند رسانه مشترک برون مرزی، برای ابلاغ پیام آسمانی اسلام، متناسب با نیاز عصر و به زبان روز داشته باشند و نمایندگان کشورهای اسلامی در این پیام‌رسانی مشارکت کنند و مسائل مشترک و حیاتی جهان اسلام را به دور از گرایشهای خاص عنوان نمایند و ای کاش که آن همه کتاب و جزوه و مقاله، که در موسم حج بر ضد قشر عظیمی از مسلمانان منتشر می‌شود و بذر کینه را در دلها می‌پاشد، جهت گیری خود به سوی دشمن مشترک و کفر چند ملیتی، که برای نابودی اسلام و مسلمین بسیج شده‌اند، تغییر می‌دادند!

۲.

برخی از مسلمانان کشورهای دور، که بیشتر هدف تبلیغات دشمنان اسلامند، اطلاع درستی از معارف اسلامی ندارند. آگاهی دادن به مردم این کشورها و تبیین اسلام ناب می‌تواند از جمله تبلیغات برون مرزی حج باشد ...

۳.

افشا کردن توطئه‌های پنهان و آشکار دشمنان اسلام و اعلان برائت از قدرتهای زورگو و سلطه‌گر، که چشم طمع به کشورهای اسلامی و جهان مستضعفان دوخته‌اند و قرن‌ها است سرمایه‌های معنوی و ذخایر مادی این کشورها را به تاراج می‌برند؛ مانند آنچه در اعلان برائت پس از

ص: ۳۸

انقلاب اسلامی صورت گرفت، بلکه در ابعاد وسیع‌تر و با ابزارها و شیوه‌های ممکن دیگر، به طوری که حساسیت‌های مذهبی و نژادی را تحریک نکند، بلکه با توجه به حملات اخیر غرب به سردمداری آمریکا، به عراق و افغانستان، اخطار حمله به سایر کشورها، زمینه بیشتری نسبت به سالهای نخستین انقلاب اسلامی پیش آمده، حتی در خود عربستان بستر تبلیغات ضد آمریکایی اکنون فراهم شده، از این رو مسلمانان باید به مسأله وحدت در برابر این تهدید با جدیت و حساسیت بیشتری بیاورند.

چنین فرصت‌ها را باید در رهگذر حج مغتنم شمرده و برای ابلاغ رسالت اسلام‌ناب از آن بهره گرفت. در این راستا رهنمودهای ارزشمندی در کتاب و سنت و سیره بزرگان دین و تحقیقات اهل فن وجود دارد که راه و رسم تبلیغ و ویژگی‌های مبلغ را می‌آموزد و کتاب حاضر به بحث درباره آنها پرداخته که برای مبلغان در سفر حج سودمند است.

در نگارش این کتاب از منابع گوناگون از جمله کتاب ارزشمند «تبلیغ در قرآن و حدیث» تألیف حجة الاسلام والمسلمین آقای محمدی ری شهری استفاده فراوان شده است، امید آن که مبلغان و خصوصاً روحانیون محترم کاروانها از این منبع گرانسنگ نیز بهره کافی گیرند.

اینک توجه خوانندگان را به مطالعه فصول این کتاب جلب می‌کنیم.

فصل اول: واژه‌ها، مفاهیم و تعاریف

اشاره

در فرهنگ اسلامی، واژه‌هایی وجود دارد که بیانگر مفهوم تبلیغ و پیام‌رسانی است؛ مانند: «دعوت دعایه، اعلام، ارشاد، انذار، تبشیر، امر به معروف و نهی از منکر، نصیح، حکمت، موعظه، مجادله و ...» و هر یک، بار ویژه‌ای از معنی را در بردارد که در مباحث عمومی تبلیغ به تشریح آنها چندان نیاز نیست. این واژه‌ها در قرآن، روایات و آثار اسلامی عنوان شده است.

قرآن کریم «از بلاغ و ابلاغ و تبلیغ» و مشتقات آن، بیست و هفت مورد نام برده است؛ مانند: یا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ؛ (۱) ۳۳ أَبْلَغْتُكُمْ رَسُولَهُ رَبِّي؛ (۲) ۳۴ الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رَسُولَاتِ اللَّهِ؛ (۳) ۳۵ إِنَّ فِي هَذَا لَبَلَاغًا لِقَوْمٍ عَابِدِينَ (۴) ۳۶ ما عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ (۵) ۳۷ که همه اینها به معنای

۱- . مائده: ۶۷

۲- . اعراف: ۷۹

۳- . احزاب: ۳۹

۴- . انبیاء: ۱۰۶

۵- . مائده: ۹۹

ص: ۴۰

رساندن پیام الهی به مردم، باهدف هدایتگری است. از واژه «دعوت» و مشتقات آن نیز مکرر سخن به میان می‌آید؛ مانند: ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ؛ (۱) ۳۸ فَلِذَلِكَ فَادْعُ وَ اسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ؛ (۲) ۳۹؛ وَ ادْعُ إِلَى رَبِّكَ إِنَّكَ لَعَلَى هُدًى مُسْتَقِيمٍ؛ (۳) ۴۰ که در همه این موارد به معنای فراخواندن به خدا و دین او و پیروی از فرامین پیامبران است. واژه «دعایه» نیز که از همان ماده می‌باشد در روایات به کار برده شده است؛ مانند نامه پیامبر خدا صلی الله علیه و آله به «هرقل» پادشاه روم و کسری پادشاه ایران:

«ادْعُوكَ بِدُعَايَةِ الْإِسْلَامِ»

و در روایت دیگر

«بِدُعَايَةِ الْإِسْلَامِ» (۴) ۴۱

که دعایه مصدر است و داعیه اسم فاعل و «تا» برای مبالغه می‌باشد. امروزه در فرهنگ عرب بیشتر از «اعلام و دعایه» نام می‌برند که اعلام به معنای تبلیغ و دعایه در اصطلاح روز مرادف با واژه «پروپاگاندا» در فرهنگ غرب با همان ویژگی و بار مفهومی است. از میان این واژه‌ها در این مقال واژه تبلیغ را که در فرهنگ عمومی ما بیشترین کاربرد را دارد، برگزیدیم.

تعریف و ماهیت تبلیغ

تبلیغ در مفهوم کلی آن، عبارت است از «رساندن پیام به دیگری، از

۱- . نحل: ۱۲۵

۲- . شوری: ۱۵

۳- . حج: ۶۷

۴- . نک: مکاتیب الرسول، ص ۱۹، نگارش علی احمدی میانجی.

ص: ۴۱

طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی «پیام دهنده»، «پیام گیرنده» و «پیام مبتنی است. نکته قابل ذکر اینکه در تبلیغ، تنها پیام‌رسانی منظور نیست بلکه «اقناع و ترغیب» مخاطب نیز نهفته است. برخی در این باره گفته‌اند: «کلیه اقدامات مؤثر در عقیده، تصور و تصمیم‌گیری فرد فرد انسان‌ها یا گروهی از انسانها را می‌توان تبلیغ گفت، به این شرط که انسان یا انسان‌ها مشتاقانه به سوی هدف‌هایی که برای آنها تبلیغ شده است کشانیده شوند» (۱) ۴۲ که به نظر می‌رسد این شرط را نمی‌توان در تعریف تبلیغ جای داد.

برای هر یک از واژه‌های پیش گفته تعریف یا تعاریفی آورده‌اند که اینجا در صدد تفصیل آن نیستیم. (۲) ۴۳

اما تعریف تبلیغ از دیدگاه اسلام؛

در این باره می‌توان گفت: رساندن پیام خداوند به مردم، به عنوان یک تکلیف الهی، با محتوایی برگرفته از مبانی وحی، با هدف اتمام حجت و هدایت انسانها به سوی کمال بر اساس حکمت و منطق و به دور از تحریف و تزویر. حضرت امام خمینی قدس سره درباره تبلیغ فرموده‌اند:

«تبلیغات که همان شناساندن خوبی‌ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی‌ها و نشان دادن راه‌گریز و منع از آن است، از اصول بسیار مهم اسلام عزیز است.»

تبلیغ قرآن «بلاغ مبین» است. بلاغ مبین بر سه اصل استوار است:

«ارتباط»، «تعریف» و «اقناع» و بدین گونه سه قاعده اساس تبلیغ در فرهنگ معاصر را شامل می‌گردد که عبارتند از: «ارتباط»، «نشر معلومات» و «دلیل قانع کننده». از نکته‌های قابل ذکر این است که بدانیم تبلیغ

۱- عزیز سلاحي، عباس تكيه، تبلیغات بازرگانی، ص ۲۱

۲- نک: پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده، صص ۷۹-۹۸

ص: ۴۲

چيست؟ علم است يا هنر يا تلفيقي از اين دو؟ تحليل اين بحث به بيان حقيقت علم و هنر و ماهيت آنها و رابطه تبليغ با آن دو نياز دارد كه تفصيل آن در حوصله اين مجال نمي گنجد. به نحو اجمال مي توان گفت: تبليغ هم جنبه علمي دارد و هم جنبه هنري. جنبه علمي دارد؛ زيرا به عنوان يك رشته دانستني ها داراي اصول و قواعد خود مي باشد. تبليغ به خصوص در قرن بيستم، جنبه علمي به خود گرفته و در قالب دانش ارتباطات و تبليغات مورد بحث و گفتگو است. يكي از تحليلگران در تعريف دعوت مي گويد: «دانشي كه به وسيله آن، كليۀ تلاشهاي هنري به منظور تبليغ محتوای اعتقادی و تشریعی و اخلاقی اسلام به مردم باز شناخته می شود» (۱) ۴۴ هم اکنون تبليغات در برخي از دانشگاه های کشورهای اسلامی به صورت يك رشته علمي تدریس می شود و دانشكده های ویژه به عنوان «كليۀ الدعوة»

در اين زمينه فعاليت دارند و واحدهای درسی گسترده ای را برای دانشجویان اين رشته مخصوصاً در دانشگاه الأزهر مصر، عربستان، تونس، سوریه، لبنان، الجزایر دایر می باشد.» (۲) ۴۵

و اما جنبه هنري تبليغ؛

شاید اثبات آن از علمي بودنش آسان تر باشد؛ چرا كه هنر را هرگونه معنی كنيم، تبليغ مي تواند در آن تعريف جای گیرد. تبليغ يك كار هنري است و مبلّغ اگر بخواهد كسب موفقیت کند، مي بایست فن و مهارت و تجربه اين كار را بداند.

۱- . دکتر احمد غلوش، الدعوة الاسلامی، ص ۱۰

۲- . برای تفصيل اين بحث، نك: پژوهشی در تبليغ، اثر نگارنده.

ص: ۴۳

تولستوی می‌گوید: «کار هنر این است که آنچه را در قالب استدلال و تعقل نامفهوم و دور از دسترس باقی می‌ماند، مفهوم سازد و در دسترس همگان قرار دهد.» (۱) ۴۶ هگدل گوید: «هنر همین همانندسازی تصوّر است که توأم با دین و فلسفه وسیله‌ای برای به وجود آوردن شعور و بیان عمیق‌ترین مسائل انسانی و عالی‌ترین حقایق باشد.» (۲) ۴۷ فیخته، هنر را چنین تعریف می‌کند: «هنر ظهور و بروز روح زیبا است و مقصدش تعلیم و تربیت است. مقصود از این تربیت نه تنها تعلیم عقل، که کار دانشمند است، نه فقط تعلیم دل که کار واعظ اخلاقی است، بلکه تربیت سراسر وجود انسان است.» (۳) ۴۸ فلاسفه و دانشمندان، به‌ویژه زیبایی‌شناسان در تعریف هنر بسیار سخن گفته‌اند که از موضوع این مقال بیرون است و تنها به چند نمونه بسنده شد تا شمه‌ای از تعریف هنر را باز گوید. چنانکه گفتیم، مبلغ به هنر تبلیغ نیازمند است و اگر قرار باشد تبلیغ به خوبی انجام گیرد از فنون هنری بی‌نیاز نیست که بعضی از این فنون، از راه مطالعه و تحقیق قابل شناخت است و بعضی در تجربه و عمل به دست می‌آید همچنان که استعدادهای ذاتی افراد در این امر زمینه بالقوه‌ای است که باید پرورش یابد. (۴) ۴۹

- ۱- . هنر چیست؟، ص ۱۱۵
- ۲- . ضرورت هنر در نظام اجتماعی، ص ۳
- ۳- . هنر چیست؟ ص ۳۲
- ۴- . تفصیل بیشتر این بحث را در کتاب پژوهشی در تبلیغ بخوانید.

فصل دوم: عناصر تبلیغ و مبلغ

اشاره

همانگونه که پیشتر گفتیم: تبلیغ سه عنصر اصلی دارد که عبارت است از «پیام دهنده»، «پیام گیرنده» و «پیام» که این سه مقوم تبلیغ‌اند (۱) ۵۰ و برخی ابزار در تبلیغ تأثیر و هدف و عکس العمل را در زمره عناصر تبلیغ شمرده‌اند. هارولد لاسول در جامعه‌شناسی ارتباطات پنج پرسش را مطرح کرد: «کی؟ چه می‌گوید؟ از چه مجرای؟ به کی؟ و با چه هدف؟». در هر حال هر یک از این عناوین، میدان تحقیق و گفتگوی فراوانی است مثلاً در مورد پیام دهنده می‌توان گفت: مبلغ کیست؟ چه هدفی را دنبال می‌کند؟ چه شیوه و ابزاری را بر می‌گزیند؟ بر اساس چه ارزش‌هایی تبلیغ می‌کند؟ ویژگی‌های مبلغ از نظر علمی و عملی، هنری، اخلاقی و شخصیت و پایگاه اجتماعی، مقبولیت عمومی، نفوذ کلام، سابقه، تعهد و اعتبار خانوادگی چیست؟ واجد چه شرایطی باید باشد و چه نیازهایی دارد؟ و

۱- نک: کتاب من قضایا الاعلام فی القرآن، ص ۱۳، رمضان لاوند، وسائل الاسلام المطبوعه فی دعوة اخوان المسلمین ص ۳۱، جامعه‌شناسی رسانه‌های همگانی، ص ۲۲ و پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده.

ص: ۴۶

نکات بسیار دیگر که هر یک می‌تواند موضوع بحث و نظر قرار گیرد.

در مورد پیام گیرنده می‌توان گفت مخاطب کیست؟ فرد است یا گروه و در چه پایه اعتقادی است؟ در چه شرایط جغرافیایی قرار دارد؟ در چه محیطی تربیت شده؟ خاستگاه خانوادگی اش چیست؟ در چه مرحله‌ای از رشد فکری و فرهنگی است؟ چه اندازه زمینه و ظرفیت پیام‌گیری دارد؟

شرایط اجتماعی و افکار عمومی محیط او چگونه است؟ از نظر روانی به چه چیزهایی گرایش و دل‌بستگی دارد؟ چگونه می‌توان او را به پذیرش پیام جلب کرد؟ و ده‌ها نکته دیگر. درباره گروه پیام‌گیرندگان، گروه‌های سنی، جنسی، اعتقادی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، مشخص یا نامشخص بودن مخاطب، قابل ذکر است که هر یک شرایط خاص تبلیغ را ایجاد می‌کند و بخشی از آن را خواهیم دید و همچنین درباره هر یک از دیگران به عناصر یاد شده می‌توان به بحث و گفتگو نشست که ره‌آورد این مباحث راه را برای تأثیر تبلیغ و موفقیت مبلغ هموار می‌سازد.

در مباحث بعدی، به شرح اجمالی‌ترین موارد آن خواهیم پرداخت و به عوامل موفقیت تبلیغ نگاه اجمالی خواهیم داشت و ویژگی‌های مبلغ، اهداف و انگیزه‌های او، محتوای تبلیغ، مخاطب‌شناسی و ابزارها و شیوه‌ها و آفات تبلیغ را به بررسی خواهیم گذاشت.

۱- مبلغ، ویژگی‌ها و نیازها

اشاره

پیام‌دهنده فرد یا گروه یا نهادی است که سعی دارد فکر، عقیده یا رفتاری را به دیگران منتقل کند و بدین وسیله در مخاطبان دگرگونی فکری و عملی به وجود آورد. دهنده پیام می‌تواند از طریق سخنرانی، نوشتار، تعلیم و تربیت و هنر و نمایش و هر وسیله ممکن دیگر، مستقیم یا غیر مستقیم

ص: ۴۷

مقصد خود را پی بگیرد و پیام خود را ارائه کند. بدین ترتیب، خطبا، نویسندگان، شعرا و هنرمندان را می‌توان در زمره مبلغان به شمار آورد.

مبلغ، مهم‌ترین عامل مؤثر و جهت دهنده در امر دعوت و تبلیغ است و توانایی و ابتکار و مدیریت ویژه او نقش عمده را در تبلیغ ایفا می‌کند. از این رو گفته‌اند: «پرورش مبلغان به منزله پرورش و تشکیل امت است»^(۱) ۵۱ ارزش مبلغ را جدای از ارزش امری که تبلیغ می‌کند و هدفی که دارد نباید سنجید. قداست مبلغ به قداست عمل او بستگی دارد. اگر در جامعه‌ای کار تبلیغی به معنای ارشاد، آموزش، روشنگری و هدایت باشد مبلغ نیز از ارزشهای معنوی این مفاهیم برخوردار است. از این رو، رسالت پیامبران الهی مقدس و گرانقدر است؛ چرا که آنان پیام آسمانی را برای بشر باز می‌گویند و در جهت بندگی خالق و خدمت به مخلوق که عصاره دین است، گام برمی‌دارند. در این راستا، خطبا و سخنوران، شعرا و نویسندگان و سایر کسانی که با این هدف دست‌اندرکار تبلیغ‌اند، از قداست عمل برخوردارند و اگر جز این باشد، ارزش و قداستی ندارند؛ همانند وعاظ السلاطین و خطبای دربار اموی و عباسی و حکام طاغوت، که در تاریخ اسلام نمونه‌های فراوان دارد. امروزه نیز مبلغان استکباری و به اصطلاح و پروپاگانديست، زیر لوای تبلیغات و گاه تبلیغ دینی به گمراه ساختن انسانها و شستشوی مغزی و تحریف حقایق به خدمت اقطاب زر و زور در آمده‌اند، لذا حتی در جوامع غربی جایگاهی ندارند و به عنوان یک کلاه‌بردار و شاید به آنها نگاه می‌کنند که می‌خواهند با کار تبلیغی چیزی را از مردم برابند که آن تفکر و عقل و آزادی اراده آنها است.

۱- . محمد غزالی، کتاب مع الله، «ان تکوین الدعاء بمعنی تکوین الامه».

جایگاه مبلغ در اسلام

در فرهنگ آسمانی ما که رسالت تبلیغ یک رسالت پیامبرانه و به منظور رهانیدن انسان از ظلمت جهل و خرافه و گمراهی و فساد و هدایت او در مسیر کمال و نور و ایمان و حقیقت و فضیلت است. پیام‌رسان، که حامل رسالت تبلیغ می‌باشد، از ارزش بسیار بالایی برخوردار است. از این دیدگاه، پیامبران خدا طلایه‌داران تبلیغ‌اند رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ (۱) ۵۲ و این بالاترین منزلت و مسؤولیتی است که برگزیدگان خدا بدان اختصاص یافته‌اند. پیامبر خدا صلی الله علیه و آله خود را مبلغ نامید و فرمود:

«إِنَّمَا أَنَا مُبَلِّغٌ وَاللَّهُ يَهْدِي» (۲) ۵۳

و در زیارت آن حضرت می‌خوانیم،

«أَشْهَدُ أَنَّكَ قَدْ بَلَّغْتَ الرِّسَالَةَ

وَ أَدَّيْتَ الْأَمَانَةَ»

پس از انبیا و اوصیا علیهم السلام، عهده دار این مسؤولیتِ خطیر و هدایت خلق، عالمان متعهد و مؤمنان پاک دل و آگاهی هستند که رسالت پیامبران را به دوش می‌کشند و وارث آنان در هدایت و ارشادند.

«الْعُلَمَاءُ وَرَثَةُ الْأَنْبِيَاءِ» (۳) ۵۴

از سخن عیسی بن مریم علیها السلام است:

«مَنْ عَلِمَ وَ عَمِلَ عُدَّ فِي الْمَلَكُوتِ عَظِيمًا» (۴) ۵۵

مبلغ نماینده خدا و نماینده کتاب خدا و حجّت خدا بر خلق است.

مبلغ ترجمان حق، سفیر خالق و فراخواننده مردم به سوی خداست.

مبلغ مجاهدی است که با سلاح سخن و قلم به یاری دین؛ یعنی دفاع از همه ارزشهای انسانی و مبارزه و جهاد با همه زشتی‌ها و

ناهنجاریها، قیام

۱- . نساء: ۱۶۵

۲- . کنز العمال، ج ۶، ص ۳۰۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲

۳- . کافی ج ۱ ص ۳۲

۴- . ارشاد القلوب دیلمی، ج ۱ ص ۱۴

ص: ۴۹

می‌کند و جامعه را به مقصد اعلای انسانیت فرا می‌خواند. بدین سان یک مبلغ، ارزشمندتر از هزار عابد است؛ چرا که تلاش عابد در جهت نجات خویش است و اهتمام مبلغ در جهت نجات مردم و وحدت خلق و از این رو در قیامت به عابد گفته می‌شود:

«أَنْطَلِقُ إِلَى الْجَنَّةِ»

؛ «بروبه سوی بهشت» اما به عالم و مبلغ گفته می‌شود:

«قِفْ تَشْفَعُ لِلنَّاسِ بِحُسْنِ تَأْدِيبِكَ لَهُمْ»؛ (۱) ۵۶

«برخیز و به شفاعت مردم پرداز. چرا که در تادیب آنها نیکو عمل کردی».

در تأیید مفاهیم یاد شده، روایات زیر را می‌نگریم:

قال رسول الله صلى الله عليه وآله: «مَنْ أَمَرَ بِالْمَعْرُوفِ وَ نَهَى عَنِ الْمُنْكَرِ فَهُوَ خَلِيفَةُ اللَّهِ فِي أَرْضِهِ وَ خَلِيفَةُ رَسُولِ اللَّهِ وَ خَلِيفَةُ كِتَابِهِ» (۲) ۵۷

وعنه: «خِيارُ أُمَّتِي مَنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ تَعَالَى وَ حَبَّبَ عِبَادَةَ إِلَيْهِ» (۳) ۵۸

وعنه: «لَا خَيْرَ فِي الْعَيْشِ إِلَّا لِمُسْتَمِعٍ وَاعٍ أَوْ عَالِمٍ نَاطِقٍ» (۴) ۵۹

الإمام علي عليه السلام قال رسول الله صلى الله عليه وآله: «اللَّهُمَّ اِرْحَمْ خُلَفَائِي» - ثلاثاً - قيل: يَا رَسُولَ اللَّهِ وَ مَنْ خُلَفَاؤُكَ؟ قَالَ: الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ حَدِيثِي وَ سُنَّتِي ثُمَّ يَعْلَمُونَهَا أُمَّتِي» (۵) ۶۰

۱- . نك: كتاب تبليغ در قرآن و حديث، ص ۲۴، محمدی ری شهری، ترجمه علی نصیری.

۲- . هر کس امر به معروف و نهی از منکر جانشین خداوند در زمین و جانشین رسول خدا و جانشین کتاب خدا. همان، ۴۴

۳- . همان، ۴۴؛ بهترین امت من کسی است که به سوی خداوند متعال فراخواند و بندگانش را با او دوست سازد.

۴- . همان، ۴۴، زندگی جز برای شنونده پذیرا یا عالم گویا سودمند نیست.

۵- . پیامبر سه بار فرمود: بار خدایا بر جانشینانم رحمت فرست. گفته شد: ای رسول خدا! جانشینان شما کیانند؟ فرمود: آنان که حدیث و سنت مرا تبلیغ کنند و آنگاه به امت من بیاموزند. همان، ص ۴۴، از امالی صدوق.

مسئولیت مبلغ

شایان ذکر است که «تبلیغ» علاوه بر ارزش معنوی‌اش، به عنوان یک تکلیف مطرح است و مانند سایر تکالیف شرعی، با فراهم شدن شرایط، واجب و لازم الاجرا است. همانگونه که آیات و روایات، شاهد بر این مدعاست و در گذشته دیدیم و بعداً خواهیم دید. احساس مسئولیت آحاد مسلمانان در امر دعوت، همواره پشتوانه نیرومندی در نشر و گسترش اسلام بوده است. آنها حتی در اسارت و یا تجارت به امر تبلیغ و دعوت اسلامی اهتمام می‌ورزیده‌اند.

«سرتوماس آرنولد» می‌نویسد:

«حتی یک مسلمان اسیر، در مناسبت‌هایی فرصت را برای دعوت اسیرکنندگان خود یا برادران هم‌بند مغتنم می‌شمرد. سرآغاز نفوذ اسلام در اروپای شرقی به برکت وجود یک فقیه مسلمان بود که در یکی از جنگ‌ها که میان دولت امپراتوری روم شرقی و همسایگان مسلمانش در آغاز سده یازدهم میلادی به وقوع پیوست، اسیر گشت و به کشور روم «بیزانس» برده شد. این فقیه به نشر تعالیم اسلامی پرداخت و گروه‌های زیادی از مردم را جذب کرد. گروهی از مردم بومی که به اسلام نگریده بودند، به مخالفت برخاسته و جنگی به راه انداختند. مسلمانان که شمارشان به دوازده هزار می‌رسید، در برابر هجوم کفار، که به مراتب عددشان بیشتر بود، مقاومت کردند و پیروز شدند و دشمن شکست‌خورده و به صفوف مسلمانان پیوست. قرن یازدهم به پایان نرسیده بود که تمام مردم آن سرزمین، اسلام را پذیرفتند و از میان آنها چهره‌های برجسته‌ای در فقه و عقاید برخاستند.» (۱) ۶۱

ص: ۵۱

سرتوماس، همچنین از نقش زنان در تبلیغ اسلامی در میان امرای مغول و ترک‌ها از طریق ازدواج و نقش زنان زنوزی در رساندن ندای اسلام به شمال دریاچه‌های چاد و میان بربرها از طریق تأسیس مدارس و استفاده از نفوذ آنها در میان قبایل به وسیله پیوند زناشویی و تربیت زنان مبلغ جهت جذب دیگران به اسلام سخن گفته و نیز از نقش بازرگانان، که به لحاظ اختصار از نقل آن می‌گذریم، (۱) ۶۲ «مارسل. آ. بوازار» درباره نقش بازرگانان در تبلیغ می‌نویسد:

«گرویدن به اسلام، هنگامی صورت گرفت که قدرت نظامی و فرهنگی حکومت اسلامی اندک بود. فعالیت مبلغان مسلمان، سازمان منظمی نداشت. تبلیغ و دعوت به اسلام تا مدتی دراز توسط بازرگانان صورت می‌گرفت.» (۲) ۶۳

«اهداف تبلیغ» و «انگیزه‌های مبلغ»

تبلیغ به عنوان یک حرکت ارادی، با هدف و انگیزه صورت می‌پذیرد. بدون انگیزه و هدف مشخص، هیچ حرکتی صورت نگرفته و به نتیجه نخواهد رسید. در تبلیغات اسلامی انگیزه، ایمان و آرمان معنوی است و مبلغ با هدف ابلاغ رسالت الهی و تحصیل رضای خالق و خدمت به خلق، بار مسئولیت تبلیغ را به دوش می‌کشد. عشق به هدایتگری و نجات هموعان که مورد سفارش خداوند است، در اینجا نقش بنیادین دارد نه مقاصد مادی. چنانکه در آیات متعدد از قول پیامبران خدا مشاهده می‌شود که می‌گفتند: *إِنْ أُجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ...؛ «ما از مردم دستمزد و*

۱- نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۳

۲- انسان‌دوستی در اسلام، ص ۲۵۷

ص: ۵۲

مالی نمی‌خواهیم و اجر و پاداش ما با خداست.» در این آیات، تصریح شده که مزد پیامبران این است که مردم به راه راست بیایند تا به سعادت ابدی نایل شوند. (۱) ۶۴ قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِلَّا مَنْ شَاءَ أَنْ يَتَّخِذَ إِلَىٰ رَبِّهِ سَبِيلًا (۲) ۶۵.

و بدیهی است که پاداش الهی و رضای حق را با هیچ دستاورد دیگری نتوان قیاس گرفت و عشق به هدایت خلق را با هیچ مطلوب دیگری نباید سودا کرد.

یاری دادن خدا و دین خدا و رسالت پیامبران در آیات قرآن مورد توجه قرار گرفته است مانند سخن عیسی بن مریم علیها السلام:

مَنْ أَنْصَارِي إِلَى اللَّهِ قَالَ الْخَوَارِيُّونَ نَحْنُ أَنْصَارُ اللَّهِ آمَنَّا بِاللَّهِ وَاشْهَدْ بِأَنَّا مُسْلِمُونَ. (۳) ۶۶

«کیست یاور من در راه خدا؟ خواریان گفتند: ماییم یاران خدا، به او ایمان می‌آوریم و تو گواه باش که ما تسلیم شدگانیم.» و به دیگران نیز توصیه شده که همانند خواریان، در صف انصار خدا در آیند.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا أَنْصَارَ اللَّهِ كَمَا قَالَ عِيسَى ابْنُ مَرْيَمَ

۱- . یونس: ۷۲؛ هود: ۲۹ و ۵۱؛ شعراء: ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۴۵ و ۱۸۰

۲- . فرقان: ۵۷

۳- . آل عمران: ۵۲

ص: ۵۳

لِلْحَوَارِيِّينَ مَنْ أَنْصَارِي إِلَى اللَّهِ قَالَ الْحَوَارِيُّونَ نَحْنُ أَنْصَارُ اللَّهِ
(۱) ۶۷.

«و به یاری کنندگان دین خدا وعده یاری داده شده که بدانند اگر در راه خدا پایدار باشند، از یاری او بهره‌مند خواهند شد.»

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَنْصُرُوا اللَّهَ يَنْصُرْكُمْ وَيُثَبِّتْ أَقْدَامَكُمْ

(۲) ۶۸.

امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«أَنْصُرِ اللَّهَ بِقَلْبِكَ وَلِسَانِكَ وَيَدِّكَ؛ فَإِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ قَدْ تَكَفَّلَ بِنُصْرِهِ مَنْ يَنْصُرُهُ» (۳) ۶۹.

در روایات نیز از یاری دادن امامان سخن به میان آمده که در حقیقت یاری دادن خدا و رسول و رسالت و دعوت است. امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«مَنْ أَعَانَنَا بِلِسَانِهِ عَلَى عَدُوِّنَا أَنْطَقَهُ اللَّهُ بِحُجَّتِهِ يَوْمَ مَوْفِقِهِ بَيْنَ يَدَيْهِ عَزَّ وَجَلَّ» (۴) ۷۰.

بنابراین، مبلغ دین، با یاری دادن دین خدا و پیامبر و ائمه، در صف انصار الله است و اگر با این اعتقاد و اخلاص قدم به عرصه تبلیغ بگذارد از نصرت الهی بهره‌مند خواهد شد.

افزون بر این، پاداشی که او دارد، با هیچ چیز از مظاهر جهان مادی قابل مقایسه نیست. پیامبر خدا صلی الله علیه و آله به علی بن ابی طالب فرمود:

«يَا عَلِيُّ ...»

لِأَنَّ يَهْدِي اللَّهُ عَلَى يَدَيْكَ رَجُلًا خَيْرٌ لَكَ مِمَّا طَلَعَتْ عَلَيْهِ الشَّمْسُ» (۵) ۷۱.

و نیز آن حضرت به معاذبن جبل که یکی از مبلغان اسلام بود، فرمود:

۱- . صف: ۱۴

۲- . محمد: ۷

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۴۰، از غرر الحکم.

۴- . همان، ص ۴۰، از امالی مفید و بحار الانوار.

۵- . وسائل الشیعه، ج ۱۵، ص ۴۲؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۲

ص: ۵۴

«لَئِنْ يَهْدِيَ اللَّهُ بِكَ رَجُلًا وَاحِدًا خَيْرٌ لَكَ مِنَ الدُّنْيَا وَمَا فِيهَا» (۱) ۷۲

تبلیغ و ثمره آن، که هدایت انسانها است، به مثابه زنده نمودن آنها است و زنده کردن یک انسان، با زنده کردن همه انسان برابری می‌کند. همانگونه که آیه کریمه: «وَمَنْ أَحْيَاهَا فَكَأَنَّمَا أَحْيَا النَّاسَ جَمِيعًا» (۲) ۷۳ بیانگر است که در تفسیر آن امام صادق علیه السلام فرمود:

«مَنْ أَخْرَجَهَا مِنْ ضَلَالٍ إِلَى هُدًى فَكَأَنَّمَا أَحْيَاهَا»؛

«کسی که یک انسان را از ضلالت خارج سازد و به راه هدایت آورد، گویی او را زنده کرده است.» (۳) ۷۴ شرایط و ویژگی‌های

مبلغ

مبلغ گاه یک فرد است و گاه یک نهاد و تشکل و سازمان، که در هر دو صورت، شرایط و ویژگی‌های مخصوص به خود را دارد. وقتی قرآن کریم می‌فرماید: «وَلَتَكُنَّ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ» (۴) ۷۵ و امت و گروه را موظف به دعوت می‌کند، این «امت» شامل مجموعه و گروه است که هدف واحدی را دنبال می‌کنند و می‌تواند در برگیرنده یک سازمان باشد؛ همانگونه که احاد امت را نیز در بر می‌گیرد. اگر پیام‌رسان و نهاد و تشکل است ناگزیر به یک تشکیلات تبلیغی، ساماندهی و برنامه‌ریزی نیاز دارد، با طرح و برنامه سنجیده، زمینه‌ها و امکانات و نیازها و اولویتها را باید بررسی کند، مخاطبین را با همه مشخصه‌ها در نظر گیرد و مشکلات را که با آنها مواجه است و

۱- بحارالانوار، ج ۱، ص ۱۸۴

۲- مائده: ۳۲

۳- الکافی، ج ۲، ص ۲۱۰

۴- آل عمران: ۱۰۴

ص: ۵۵

دشمنانی را که از روی علم و عمد و یا جهل و نادانی مانع تراشی می‌کنند، بشناسد و به چاره جویی پردازد. در خصوص سازمان تبلیغی منظم در دوره خلفای فاطمی در مصر و مغرب (۳۹۷-۵۶۷) گزارشهای شایان توجهی در تاریخ به ثبت رسیده است. خلاصه، بر اساس نقل کتب تاریخ، تبلیغات در این دوره بدین گونه بوده که خلفای فاطمی برای دعوت به دین، شخصی را بر می‌گزیدند که دارای علم و فضیلت و صاحب فصاحت و بلاغت و کاردان در مناظره و مباحثه بود. این شخص برگزیده را «باب‌الابواب» می‌نامیدند که بر تمام تقسیمات کشوری که جزائر دوازده گانه نامیده می‌شد، فرمانروای فرهنگی بود. این جزایر عبارت بودند از: «عرب، ترک، بربر، زنگبار، حبشه، خزر، یمن، فارس، روم، هند و صقالبه».^(۱) ۷۶ منصب باب‌الابواب، که بالاترین منصب پس از امامت بود، در هر جزیره حجتی مقرر می‌داشت که بر تمام داعیان آن جزیره ناظر و آمر بود و نیابت امامت را به عهده داشت. برای هر حجتی در هر جزیره داعیانی مقرر بودند که مردم را تبلیغ می‌کردند و کسانی که وارد جرگه دعوت می‌شدند، پس از دادن عهد و میثاق به آنان تعلیم می‌دادند، برای هر داعی، اشخاصی مقرر بودند که مردم را درباره عقایدشان تشویق و راهنمایی می‌کردند؛ بدین گونه، هیچ شهری خالی از مبلغ نبود.^(۲) ۷۷ دعوت فاطمیان به مذهب شیعه، بعد از فتح مصر، به دست رییس تبلیغات، که از رؤسای درجه اول و رجال بزرگ موظفین بود انجام

۱- . صقالبه، گروهی از مردم که بلاد آنان به بلاد خزر اتصال دارد. المنجد، صقلب.

۲- . عبدالله سیف آزاد، تاریخ خلفای فاطمی، ص ۲۵-۲۶، به نقل پژوهش در تبلیغ، ص ۵۳

ص: ۵۶

می‌گرفت. ایجاد مرکز «الأزهر» به منظور دعوت تشیع بود. (۱) ۷۸ روزهای دوشنبه و پنج‌شنبه، فقهای رسمی را حاضر می‌کردند و مجالس خطابه تشکیل می‌دادند و اصول مذهب شیعی را برای آنان بیان می‌نمودند.

رییس تبلیغات، مجالس خود را در دو محل کاخ خلافت تشکیل می‌داد و نیز مجلسی برای مردان و مجلسی برای بانوان بود؛ معروف به مجلس تبلیغ که آن هم درجه‌بندی می‌شد برای سادات آل علی علیه السلام جداگانه و برای خواص و شیوخ و رؤسا جداگانه، در جامع ازهر مجالسی تشکیل می‌شد. (۲) ۷۹ در هر حال، داشتن تشکیلات تبلیغی متناسب با هر زمان، به‌ویژه امروز که سیل تبلیغات خصمانه و مخرب با انواع شیوه‌ها و ابزارها، جهان اسلام را هدف گرفته است، از ضروریاتی است که رسالت‌داران تبلیغ نباید از آن غفلت بورزند.

شرایط و ویژگی‌های مبلغ

برای یک مبلغ موفق، اگر فرد باشد، شرایط و ویژگی‌هایی را می‌توان برشمرد؛ برخی از اینها به معلومات و اطلاعات و برخی به خصوصیات و اوصاف روحی و اخلاقی، و برخی به هنرمندیها، موقعیت‌شناسی و سایر نکته‌ها بر می‌گردد.

شرایط موفقیت مبلغ در حقیقت شرایط عمومی و ضروری تبلیغ است. ویژگی‌ها زمانی از محسنات سخن می‌گویند که در موفقیت مبلغ تأثیرگذار است.

۱- ابتدا خلفای فاطمی این مرکز را به نام جامعه الزهرا نام‌گذاری کردند و بعد تغییر نام‌یافت و به جامعه الأزهر مشهور شد.

۲- همان، تاریخ خلفای فاطمی، صص ۱۳۹ و ۱۴۰ به نقل پژوهشی در تبلیغ ص ۵۳

ص: ۵۷

از شرایط مبلغ موفّق، داشتن ویژگی‌های زیر است:

۱- اطلاعات لازم

داشتن آگاهی فراگیر و احاطه به دین و محتوای تبلیغ، از شرایط اولیه مبلغ است. مبلغ مانند یک طیب است که اگر فاقد اطلاعات و تخصص لازم باشد، شایستگی طبابت ندارد. پیامبر خدا صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

«إِنَّ دِينَ اللَّهِ تَعَالَى لَنْ يَنْصُرَهُ إِلَّا مَنْ حَاطَهُ مِنْ جَمِيعِ جَوَانِبِهِ» (۱) ۸۰

و نیز می‌فرماید:

«لَا يَقُومُ بِدِينِ اللَّهِ إِلَّا مَنْ حَاطَهُ مِنْ جَمِيعِ جَوَانِبِهِ» (۲) ۸۱

«تنها کسی می‌تواند عهده‌دار دین و یاری دهنده آیین خدا شود که از هر جهت به آن احاطه و آگاهی داشته باشد.»

و امیرالمومنین علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّمَا الْمُسْتَحْفِظُونَ لِدِينِ اللَّهِ، هُمُ الَّذِينَ أَقَامُوا الدِّينَ وَنَصَرُوهُ وَحَاطُوهُ مِنْ جَمِيعِ جَوَانِبِهِ وَحَفِظُوهُ عَلَى عِبَادِ اللَّهِ وَرَعَوْهُ» (۳) ۸۲

«حافظان دین خدا کسانی هستند که دین را به‌پا می‌دارند و یاری می‌رسانند و به تمام جوانب آن احاطه دارند و آن را برای بندگان

خدا حفظ و مراقبت می‌کنند.»

و نیز می‌فرماید:

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۲

۲- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۲

۳- . همان. و غررالحکم، ۸۵

ص: ۵۸

«لَا خَيْرَ فِي الصَّمْتِ عَنِ الْحُكْمِ، كَمَا أَنَّهُ لَا خَيْرَ فِي الْقَوْلِ بِالْجَهْلِ» (۱) ۸۳

«در سکوت از بیان حکم خدا خیری نیست، همانگونه که گفتار از روی نادانی خیری ندارد.»

گفتنی است، در تبیین و تبلیغ مسائل و احکام و آداب حج، که موضوع این مقال است، به آگاهی‌های کافی و فقه لازم از حج و مسائل و مناسک و عرفان و اخلاق این فریضه عظیم و تأمل در آثار اجتماعی و سیاسی آن نیاز مبرم است؛ چراکه شاخه‌ها و فروع این بحث بسیار گسترده است، به‌خصوص امروزه پرسشهای افزون‌تری در حج وجود دارد. در روایت است که زراره از امام صادق علیه السلام می‌پرسد: چهل سال است که از شما در مورد حج پرسش می‌کنم و شما فتوا می‌دهید (و تمام نمی‌شود) امام پاسخ می‌دهد: خانه‌ای که دوهزار سال قبل از آدم فرشتگان به زیارت آن آمده و حج گزارده‌اند، انتظار داری مسائل آن در طول چهل سال پایان پذیرد؟! (۲) ۸۴ به بیان حضرت امام خمینی قدس سره:

«حج عرضه نمایش و آینه سنجش استعدادها و توان مادی و معنوی مسلمانان است. حج بسان قرآن است که همه از آن بهره‌مند می‌شوند ولی اندیشمندان و عوّاصان و درد آشنایان امت، اگر دل به دریای معارف آن بزنند و از نزدیک شدن و

۱- . نهج البلاغه، قصار ۱۸۲

۲- . من لایحضره الفقیه، ج ۲، ص ۳۰۶؛ وسائل، ج ۸، ص ۳

ص: ۵۹

فرورفتن در احکام و سیاست‌های اجتماعی آن نترسند، از صدف این دریا گوهر هدایت و رشد و حکمت و آزادگی را بیشتر صید خواهند نمود و از زلال حکمت و معرفت آن تا ابد سیراب خواهند گشت.» (۱) ۸۵ مطالعه و تحقیق در ابعاد مختلف حج؛ از فقهی، اخلاقی، عرفانی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی حرمین، از نیازهای ضروری روحانیان و مبلغان است و بی‌شک آنانکه تجربه بیشتری در این سفر دارند و بهتر به تأمل و تفحص پرداخته‌اند، بیشتر می‌توانند پاسخگوی پرسش‌ها و کاوش‌های حج‌گزاران باشند.

مسأله مهم دیگر در تبلیغات حج، توجه به تبلیغات منفی هدایت شده از سوی مرتجعان و متحجران در پوشش اسلام و به بهانه پیروی از سلف صالح و ترویج توحید ناب است! که امروزه به صورت دستاویزی جهت تکفیر و تفسیق برخی فرق اسلامی و مؤمنان موحد در آمده و سنگ تفرقه میان امت افکنده و میدان به دشمنان اسلام داده‌اند.

مبلغان در این مجال باید اطلاعات کافی داشته باشند مذهب‌های انحرافی و نقطه ضعف‌های آنها را با سند و مأخذ از منابع مورد وثوق پیروانشان بشناسند، در مقام رویارویی با تبلیغات انحرافی و پاسخگویی به تهمتها با دست پر از آگاهی و معلومات و اطلاعات وارد عرصه تبلیغ شوند و این از نیازهای ضروری مبلغان اسلام است؛ زیرا با دست خالی از معلومات و اطلاعات نمی‌توان حقی را ثابت کرد و باطلی را افشا نمود و بدون سند و مدرک نمی‌توان از خود به رفع تهمت پرداخت و برای این

ص: ۶۰

منظور، آموزش لازم و برنامه مدوّن و فعالیت سازمان یافته نقش اصلی را ایفا می‌کند که متصدیان امر تبلیغ نباید از آن غفلت بورزند.

۲- محاوره‌های مشکوک

نکته قابل گفتن در این مجال، آن است که دستگاه‌های تبلیغاتی منحرف، نیروهای جوان و دانش‌پژوهان خود را در این روزها بسیج داده‌اند تا در موسم حج و سفرهای عمره با ایرانیان؛ به‌ویژه روحانیان به گفتگو بپردازند که در چند مورد آن، نگارنده خود درگیر بحث با آنها شده و نتیجه این گفتگوها را مثبت ارزیابی نمی‌کنم؛ چراکه آنها در پی کشف حقیقتی نیستند تا از در مذاکره و تبادل اطلاعات به یک نتیجه منطقی برسند، بلکه این جوانان کارآموزانی هستند که مأموریت دارند با طرح چند پرسش از پیش تعیین شده، طرف مقابل را به بن‌بست بکشانند و سخن را به جایی ببرند که در شرایط کنونی اظهارنظر درباره آنها خلاف مصلحت است؛ مثلاً در چند موردی که نگارنده به بحث پرداخت، پس از مقداری گفتگو طرف مقابل این سؤال را مطرح کرد که «هل تحب ابی بکر و عمر؟!» که پاسخ دادن به آن؛ چه مثبت و چه منفی، محذوراتی را پیش روی قرار می‌دهد. اگر پاسخ مثبت باشد محذور الهی دارد و اگر منفی باشد دارای محذور اجتماعی است، هرچند می‌توان این پاسخ کلی را داد که:

«نَحْنُ نُحِبُّ كُلَّ مَنْ آمَنَ بِالْإِسْلَامِ وَاتَّبَعَ النَّبِيَّ وَعَمِلَ بِكِتَابِ اللَّهِ كَائِنًا مَا كَانَ»

و بالاخره از محذورین خارج شد، اما طرف مقابل ما بیش از این انتظار دارد. نگارنده انگیزه این بسیج تبلیغاتی یا بحث محاوره‌ای را این‌گونه ارزیابی می‌کنم که تشکیلات تبلیغاتی فوق‌الذکر، با این شیوه گفتگوها می‌خواهد نیروهای جوان خود را در حقیقت تربیت کند و

ص: ۶۱

ذهنیت آنها را اینگونه شکل دهد که شیعه مثلاً دشمن فلاّن و فلاّن است و کینه دیرینه‌ای را که با تقریب و تفاهم، تا حدودی می‌توان کاهش داد، همچنان زنده نگهدارد و نسل جوان امروز را با همان ایده‌ها و عقده‌ها که در گذشته عامل اختلاف و جدایی بوده، بزرگ کند که هرگاه دست به قلم بردند و یا زبان به سخن گشودند، آن کینه‌ها را باز گشایند و مسائل اصولی و حیاتی امروز مسلمین را تحت الشعاع مباحثی قرار دهند که در طی چهارده قرن گذشته حل نشده باقی مانده است و بالاخره آتش جنگ و خلاف هم‌چنان مشتعل بماند. نتیجه آنکه به نظر می‌رسد ایرانیان شیعه حتی روحانیون ما به هیچ وجه صلاح نیست به گفتگو با آنها بنشینند و به‌ویژه در مسائلی مانند خلافت خلفا و امثال آن.

علاوه بر معلومات دینی و مطالعات لازم در رابطه با حج، مبلغ را پیش نیازهایی است؛ از جمله آموزه‌های حوزوی، چون ادبیات عربی و فارسی، تاریخ اسلام و شناخت کشور عربستان، ادیان و مذاهب اسلامی و بینش سیاسی نسبت به کشورهای اسلامی و جهان معاصر. همچنین آشنایی با تاریخ اسلام و شناخت اماکن حرمین و جغرافیای آن؛ از جمله نیازهای مبرم مبلغ می‌باشد. افزون بر اینها، داشتن نظم و برنامه‌ریزی در کار تبلیغ، از عوامل مؤثر در موفقیت است؛ به‌ویژه آنکه اگر سازمانی عهده‌دار تبلیغ باشد.

۳- نقش عمل در تبلیغ

اشاره

آنچه در تبلیغات نقش عمده و پایدار ایفا می‌کند، عمل است.

بهترین سخن آن است که با عمل پشتیبانی شود. به بیان قرآن کریم: وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ

ص: ۶۲

الْمُسْلِمِينَ (۱) ۸۶ امیر مؤمنان علیه السلام در روایتی با همین مضمون می‌فرماید:

«أَحْسَنُ

الْمَقَالِ مَا صَدَّقَهُ الْفِعَالُ» (۲) ۸۷

«بهترین گفتار آن است که با عمل مناسب، درستی آن ثابت شود». امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«كُونُوا دُعَاءَ لِلنَّاسِ بِالْخَيْرِ بِغَيْرِ أَلْسِنَتِكُمْ لِيَرَوْا مِنْكُمْ الاجْتِهَادَ وَالصِّدْقَ وَالْوَرَعَ» (۳) ۸۸

«با غیر زبانتان مردم را به کارهای خیر دعوت کنید تا از شما کوشش و درستی و پرهیزکاری را ببینند». اگر عمل همراه با گفتار نباشد، نه تنها اثر مطلوب بر جای نخواهد گذاشت بلکه باعث نوعی بی‌اعتقادی و بی‌اعتمادی نسبت به موضوع دعوت و دعوت‌نگر خواهد شد. لذا قرآن کریم قول بدون عمل را نکوهش کرده و آن را گناهی بزرگ شمرده است: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ (۴) ۸۹ و نیز از زبان هود پیغمبر نقل می‌کند که با قوم خود گفت: وَمَا أُرِيدُ أَنْ أُخَالِفَكُمْ إِلَىٰ مَا أَنهَآكُمْ عَنْهُ إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتِطَعْتُ وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ (۵) ۹۰ از مفهوم این آیه می‌توان چنین برداشت و استنباط کرد که اوامر و نواهی، اگر با عمل همراه باشد نقش اصلاح‌گرانه دارد و گرنه موجب فساد خواهد بود.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّ الْعَالِمَ إِذَا لَمْ يَعْمَلْ بِعِلْمِهِ زَلَّتْ مَوْعِظَتُهُ عَنِ الْقُلُوبِ كَمَا يَزُلُّ الْمَطَرُ عَنِ الصِّفَا» (۶) ۹۱

«هرگاه عالم به علمش عمل نکند، موعظه او از دل‌ها خواهد لغزید همانگونه که باران از سنگ سخت می‌لغزد.»

۱- . فصلت: ۳۳

۲- . غررالحکم، ص ۵۶۰

۳- . الکافی، ج ۲، ص ۱۰۵

۴- . صف: ۶۱

۵- . هود: ۸۸

۶- . کافی، ج ۱، ص ۴۴

ص: ۶۳

تبلیغ بدون عمل، در آخرت نیز موجب حسرت و ندامت است؛ چنانکه امام باقر علیه السلام فرمود:

«أَنَّ أَعْظَمَ النَّاسِ حَسْرَةً يَوْمَ الْقِيَامَةِ مَنْ وَصَفَ عَدْلًا ثُمَّ يُخَالِفُهُ إِلَى غَيْرِهِ» (۱) ۹۲

بنابراین، مبلغ باید «اسوه حسنه» باشد؛ همانگونه که خداوند پیامبر گرامی را با این عنوان ستوده است و مبلغ که کار پیامبرانه می‌کند باید به پیامبر تاسی جوید تا رفتارش مردم را جذب کند و در قلوب مؤثر افتد.

آنچه دعوت اسلام را در صدر نخستین گسترش داد، معارف حقه آیین حنیف بود که با فطرت پاک انسانها همخوانی داشت و سیره مبارکه نبوی و پیروان صادق آن حضرت که تجسم عینی دعوت بودند دل‌های سرگردان را جذب کردند تا جمال جمیل مکتب را در سیره عملی آن پیشوایان به تماشا نشینند. خُلق نیکو، تواضع، وارستگی، صبر و عفو و مدارا و سایر خصال خجسته نبوی بود که مردم جاهلیت را دگرگون ساخت و به اسلام فراخواند؛ همانگونه که تضاد در قول و عمل و سیره نامشروع حاکمان جور و رهروان راهشان چهره نامطلوبی از اسلام ترسیم کرد و مانع گسترش اسلام در پهنه گیتی شدند. با این حال، آنچه تبلیغ اسلام مدیون آن می‌باشد، همانا معارف حقه دین است و سیره عملی صالحانی که از پس حجاب‌های ظلمانی جهل و جور حاکمان درخشیدند و حقانیت آیین آسمانی را گواهی دادند.

باری تبلیغ عملی، پشتوانه تبلیغ زبانی و فرهنگی است که برای هر زمان و مکان و هر عصر و نسل، باید ملاک عمل باشد و مبلغان در این زمینه مسئولیت سنگین تری بر دوش دارند.

مراقبت عملی در موسم حج

و اما در موسم حج، این موضوع از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ زیرا فرقه‌های مختلف، با عقاید و گرایش‌های گوناگون در موسم حضور دارند و مراقب اعمال یکدیگرند و آنچه را می‌بینند به شهر و دیار خود می‌برند و به دیگران منتقل می‌کنند و شیعه در این میان به لحاظ جایگاه تاریخی خود، مورد توجه بیشتری است؛ زیرا نسبت به سایر مسلمین در اقلیت است و با حساسیتهای به جای مانده از گذشته و تبلیغات مسموم، که همواره علیه شیعه جریان داشته و دارد، دشمنان تلاش می‌کنند چهره شیعیان را ناموجه جلوه دهند؛ به خصوص پس انقلاب اسلامی تبلیغات دشمنان بر ضد شیعه با انگیزه‌های سیاسی شتاب بیشتری گرفته است، در این وضعیت حساس، مجال ندادن به دشمنان از وظایف مهم حج گزاران، به ویژه مبلغان و روحانیون است. حضور جدی در جماعت و جمع، انس گرفتن با سایر مسلمانان، گفتگو با آنها، روشننگری در مسائل مورد اختلاف، منظم بودن ظاهر و باطن و اخلاق و رفتار و تحمل و گذشت و پرهیز از اعمال نامناسب و حرکاتی که دیگران از آن بهانه ضد تبلیغی می‌سازند، از مهمترین وظایف است که مبلغان باید به زائران گوشزد کنند همانگونه که از دیرباز ائمه طاهرین علیهم السلام پیروانشان را در این خصوص رهنمود می‌دادند.

امام صادق علیه السلام خطاب به شیعیان می‌فرمود:

«عَلَيْكُمْ بِالصَّلَاةِ فِي الْمَسَاجِدِ وَ حُسْنِ الْجَوَارِ لِلنَّاسِ وَ إِقَامَةِ الشَّهَادَةِ وَ حُضُورِ الْجَنَائِزِ إِنَّهُ لَا بُدَّ لَكُمْ مِنَ النَّاسِ، إِنَّ أَحَدًا لَا يَسْتَتَعْنِي عَنِ النَّاسِ حَيَاتَهُ وَ النَّاسُ لَا بُدَّ لِبَعْضِهِمْ مِنْ بَعْضٍ» (۱) ۹۳

ص: ۶۵

«بر شما باد به نماز در مساجد و حسن همجواری و شهادت دادن به حق و تشییع جنازه‌ها؛ چرا که شما باید با مردم باشید و هیچ فردی در زندگی خود بی‌نیاز از مردم نیست و مردم باید با یکدیگر باشند.»

روایات بسیاری در این باره از ائمه علیهم السلام رسیده است که مسؤولیت شیعه را به حضور در نماز، در اوقات فرایض، حضور در مساجد، تلاوت قرآن، تقوا و صلاح، حسن معاشرت، ادای امانت و سایر اعمال نیک توصیه می‌کند تا چهره عملی صالح از خود نشان دهند و آنگونه که زینده یک مؤمن و پیرو اهل بیت است، عمل کنند و نیز به موضعگیری مناسب در برابر مخالفان در رفتار و کردار و مسالمت و مماشات، بدانگونه که مصالح اسلام و مسلمین را در بر گیرد، سفارش شده است. (۱) ۹۴ حسن معاشرت شیعه با دیگر مسلمانان و پیروان سایر مذاهب، علاوه بر آنکه از تنش‌ها و حساسیتهای زیانبار می‌کاهد، عاملی است جهت توجه و توجیه دیگران به حقانیت شیعه و خوش بینی آنها نسبت به مذهب و رهبران مذهبی، به ویژه ائمه هدی علیهم السلام که طلایه داران مذهب تشیع به عنوان اسلام ناب محمدی بوده‌اند. این نکته مهم در سخنان ائمه علیهم السلام مورد توجه قرار گرفته است.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«رَحِمَ اللَّهُ مَنْ حَبَّبَنَا إِلَى النَّاسِ وَلَمْ يُغَضَّنَا إِلَيْهِمْ». (۲) ۹۵

۱- نک: کتاب اخلاق و آداب در حج و زیارت، اخلاق و آداب در حرمین، اثر نگارنده.

۲- مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۵۴؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۰۴

ص: ۶۶

«خدا رحمت کند کسی را که ما را نزد مردم محبوب گرداند و آنها را با ما دشمن نسازد.»

و امام عسکری علیه السلام می‌فرماید:

«اتَّقُوا اللَّهَ وَ كُونُوا زَيْنًا وَ لَا تَكُونُوا شَيْنًا جُرُّوا إِلَيْنَا كُلَّ مَوَدَّةٍ وَ اذْفَعُوا عَنَّا كُلَّ قَبِيحٍ» (۱) ۹۶

«از خدا بترسید و زیور ما باشید نه موجب بدنامی ما. همه حجتها را به سوی ما بکشانید و جلو زشتی‌ها را بگیرید.»

امام صادق علیه السلام در باره شیعیانی که چراغ راه برای دیگران بوده و مشعل هدایت‌اند و با تمام توانشان و رفتار نیکشان دعوت می‌کنند، دعا می‌کند.

«رَحِمَ اللَّهُ قَوْمًا كَانُوا سِرَاجًا وَمَنَارًا، كَانُوا دُعَاةً إِلَيْنَا بِأَعْمَالِهِمْ وَمَجْهُودٍ طَاقَتِهِمْ» (۲) ۹۷

۴- موقعیت‌شناسی مبلغ

توجه به زمان و مکان و شرایط دیگر تبلیغ، از عوامل مؤثر در موفقیت مبلغ است. همانگونه که شناخت آب و هوا و زمین و بذر و شرایط دیگر رشد محصول، برای یک کشاورز در بذرافشانی ضروری است. یکی از مصادیق حکمت که در دعوت اسلامی بدان تصریح شده

۱- . تحف العقول، ص ۴۸۷- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۱۰۴

۲- . تحف العقول، ص ۳۰۱؛ بحار الانوار، ج ۷۸، ص ۲۸۰

ص: ۶۷

است؛ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ... (۱) ۹۸ می‌تواند همین موقعیت شناس باشد. بدون شناخت زمان و مکان و موقعیت‌های دیگر، مبلغ نمی‌تواند برنامه‌ریزی صحیح و پاسخگویی مناسب به نیازهای تبلیغی داشته باشد.

زمان‌شناسی به برنامه‌ریزان تبلیغ، این امکان را می‌دهد که از زمان عقب‌نمانند و بر حسب مقتضیات آن ابزارها و شیوه‌های تبلیغاتی را متحول کنند. همچنین رعایت مقتضیات مکانی برای موفقیت تبلیغات الزامی است. ملاحظه برنامه‌های تبلیغاتی اسلامی در مساجد نماز جمعه، عید فطر و قربان، برنامه‌های تبلیغی حج، اعلام برائت از مشرکان در منا و عرفات که در سیره تبلیغی پیامبر اسلام قابل ملاحظه است و اعزام مبلغان و نظایر آن، نمونه‌هایی است از توجه پیشوایان اسلام به نقش مکان و زمان در پیشبرد اهداف تبلیغی. (۲) ۹۹ در قرآن کریم، آنجا که از رسالت پیامبران سخن می‌گوید، ملاحظه می‌کنیم که هر پیامبری به وضعیت خاص و زمان و مکان رسالت خود و نیاز زمان عنایت داشته است؛ مثلاً در دعوت ابراهیم، که بنیانگذار آیین توحید پس از نوح است، تکیه بر مبارزه با خرافه شرک و اندیشه بت پرستی و خضوع در برابر کواکب و اقطاب قدرت بوده که چهره‌خدایی گرفته بودند. در دعوت لوط بُعد اخلاقی بیشتر جلب نظر می‌کند؛ چرا که انحراف جنسی و اخلاقی دامنگیر قوم او بوده است. در دعوت شعیب اصلاح ساختار اقتصادی بیشتر مورد توجه قرار گرفته؛ زیرا چپاول و تطاول در امور مالی رایج بوده است. در دعوت صالح مبارزه با دنیازدگی

۱- . نحل: ۱۲۵، نک: تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۹۵ به بعد.

۲- . نک: همان، ص ۱۹۶

ص: ۶۸

و اشرافی‌گری و تجمل‌پرستی و رفاه و غرور ناشی از آن مورد توجه قرار گرفته است. در دعوت موسی اصلاحات سیاسی و اجتماعی و مبارزه با استکبار و استضعاف و اقطاب قدرت و ثروت و نیرنگ جادو و سحر (زر و زور و تزویر) مد نظر بوده است. در دعوت یوسف مدیریت الهی با توجه به بحران حاکم بر خطه نیل، در دعوت سلیمان سیاست و حکومت، در دعوت داود قضا و در دعوت عیسی زهد و اخلاق مطرح گردیده که هر یک را مناسبتی بوده است. (۱) ۱۰۰ روایات اسلامی و سیره معصومین نیز موارد بسیاری را از توجه به زمان و مکان و موقعیت‌شناسی تبلیغ ارائه می‌کند.

ابن سکیت از امام هادی علیه السلام علت بعثت موسی علیه السلام را با عصا و ید بیضا، و بعثت عیسی علیه السلام را با ابزار طبابت، و رسالت حضرت محمد صلی الله علیه و آله را با گفتار و خطابه می‌پرسد، امام در پاسخ می‌فرماید:

«هنگامی که خداوند موسی را برانگیخت، جادوگری بر مردم عصر وی غلبه داشت، از این رو، خداوند موسی را با معجزه‌ای فرستاد که از آنان ساخته نبود تا بر سحر ساحران زمانش برتری یابد و بدین وسیله حجت را بر مردم تمام کرد و خداوند عیسی را در زمانی فرستاد که بیماری‌های مزمن و فلج شایع بود و مردم به طبابت نیازمند بودند. از این رو، عیسی از طرف خداوند چیزی آورد که مانند آن را دیگران نداشتند. او مردگان را زنده می‌کرد و نابینایان و مبتلایان به برص را به اذن خدا شفا می‌داد و بدین سان حجت را بر آنان تمام کرد. و آنگاه که حضرت محمد صلی الله علیه و آله را برانگیخت، خطابه و سخنوری و شعر شایع

۱- نک: پژوهشی در تبلیغ، صص ۲۷ و ۲۸، اثر نگارنده.

ص: ۶۹

بود و لذا آن حضرت از طرف خداوند با مواعظ و حکمتها آمد تا بدین وسیله دعوی آنان را باطل کند و حجت را بر آن اثبات نماید.

ابن سکیت چون سخنان امام را شنید، با اعجاب گفت: به خدا مانند شما را در بیان این موضوع ندیده‌ام. اما بفرمایید امروز چه چیزی بر خلق حجت است؟ امام پاسخ داد: عقل، که به وسیله آن می‌توان راستگویان از سوی خدا را شناخت و تصدیق کرد و دروغگویان بر خدا را شناخت و تکذیب نمود. ابن سکیت گفت: به خدا که جواب قاطع همین است. (۱) ۱۰۱ بخش اخیر پرسش و پاسخ، شایان تأمل بیشتری است. زمانی که امامان راستگو و صادقین آل محمد صلی الله علیه و آله در یک سو قرار گرفته‌اند، آنهم بدون امکانات و تجهیزات حکومتی، ومدعیان کاذب و دولت عباسی، در طرف دیگر و حکومت در دست آنهاست و همه ساز و برگ‌های تبلیغاتی؛ از فقیه و محدث و مورخ و متکلم و خطبای جمعه و جماعات و شاعران و سخنوران و نویسندگان و زور و زر، همه و همه را در اختیار دارند و در سوی دیگر زبانهای حق‌گو را می‌برند که یک نمونه‌اش، همین ابن سکیت است که به دستور متوکل زبانش را از کام بیرون کشیدند؛ چون در پاسخ پرسش متوکل درباره مقام فرزندانش و حسنین گفته بود: به خدا خادم حسن و حسین، بهتر از تو و فرزندان تو است. در این وضعیت که سرها از پیکرها جدا می‌شود. آزادگانی در سیاهچالهای مخوف شکنجه می‌شوند و جان می‌سپارند. چوبه‌های دار در انتظار حق‌گویان است. هیچ جرمی بالاتر از تشیع نیست. با یاران اهل بیت بدتر از کفار و مشرکان عمل می‌شود! و بالاخره در چنین فضایی که غوغاسالاری حاکم است، مردم

ص: ۷۰

امامان حق را چگونه بشناسند؟ در اینجا تنها یک عامل می‌تواند وسیله تشخیص باشد و آن همان چیزی است که امام در یک جمله شناساند؛ یعنی «عقل» و تشخیص که به وسیله آن صادق و کاذب از همدیگر متمایز می‌گردند. باید مردم بنشینند و ببندیشند و از عقل خدا داده مدد بگیرند و حجت‌های الهی را در هر وضعیتی بشناسند و دل در گرو حجت و ولایتشان بسپارند، هرچند در تقیه باشند. بنابراین، در تبلیغات باید از عقل و خرد استمداد جست و نباید فریب جنجالها را خورد. عوامل فریب و نیرنگ و شستشوی مغزی فراوان است و ساده‌دلان را به دام تزویر گرفتار می‌سازد، زر و زور از آن پشتیبانی می‌کند و زمینه نفسانی و شیطنی هم یاری می‌دهد و آدمیان را به گمراهی می‌کشاند؛ همانگونه که امروزه در تبلیغات استکباری مشاهده می‌کنیم.

۵- زمان شناسی

زمان و مقتضیات آن، از شرایط تعیین کننده‌ای است که مبلّغ باید بدان آگاهی داشته باشد، با تحوّل زمان و دگرگونی‌هایی که در فرهنگ و عادات و مقتضیات پدید می‌آید، نسل‌های بشری نیز متغیر می‌باشند.

امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«النَّاسُ بِزَمَانِهِمْ أَشْبَهُ مِنْهُمْ بِآبَائِهِمْ» (۱) ۱۰۲

«مردم به‌زمانشان بیشتر شبیه‌اند تا به پدرانشان.»

مبلّغ آنگاه می‌تواند از شبهات و چالش‌ها به درستی عبور کند که زمان و نیازهای اهل زمان را بشناسد و خود را برای رویارویی با حوادث

۱- . خصائص الأئمة عليهم السلام، ص ۱۱۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۹۰

ص: ۷۱

مهیا سازد و ابزار متناسب با زمان را در تبلیغ به کار گیرد و از شیوه‌های پیشرفته در ارتباطات و تبلیغات استفاده کند و به‌طور خلاصه، از زمان عقب نماند تا در کار خود موفق باشد. امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«الْعَالِمُ بِزَمَانِهِ لَا تَهْجُمُ عَلَيْهِ اللَّوَابِسُ» (۱) ۱۰۳

«کسی که زمان خود را بشناسد، مورد هجوم شبهات قرار نمی‌گیرد.»

در روایت نبوی آمده است:

«اطْلُبُوا الْعِلْمَ وَ لَوْ بِالصَّيْنِ» (۲) ۱۰۴

و این قابل تأمل است که کدام دانش را باید از اقصی نقاط جهان آموخت و مسلمانان باید برای به دست آوردن آن، حتی به کشوری مانند چین سفر کنند؟ به یقین، دانش فقه و اصول و تفسیر و حدیث نیست. این گمان و احتمال وجود دارد که سخن پیامبر صلی الله علیه و آله از باب استعاره و تمثیل بوده و مقصود تحمّل مشقّت سفر و بُعد مسافت برای طلب علم دین باشد. احتمال دیگر این است که مقصود هر دانشی باشد که برای کمال مادی و معنوی انسان سودمند است، حتماً اگر به عنوان شیوه و ابزار کارآیی دارد، در این صورت شامل هر دانش مورد نیازی خواهد بود. بنابراین، نوگرایی و به روز بودن تبلیغات چیزی است که از دید مبلغان نباید پوشیده بماند.

۶- ایمان و اخلاص

پیام‌رسان، اگر به اصالت پیام خود مؤمن باشد و به ارزش عملش بیندیشد و پاداشی را که خداوند در برابر عمل او قرار داده در نظر بگیرد،

۱- همان، ۱۹۰؛ کافی، ج ۱، ص ۲۶؛ کشف الغمه، ج ۳، ص ۱۳۸

۲- وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۲۷

ص: ۷۲

هیچ مقصد دیگری را به عنوان رکن تبلیغ در نیت خود راه نمی‌دهد؛ این همان روح ایمان و اخلاص است که پیام آوران الهی طلایه‌دارش بودند و راهیان این راه باید آنان را سرمشق قرار دهند. در چنین حالتی است که تبلیغ مؤثر می‌افتد و پاداش آن ماندگار می‌شود. افزون بر این، استقامت در راه دعوت، برگرفته از ایمان خالص است که دعوت کننده را تا پای جان و فداکاری، همراهی می‌کند؛ همانگونه که پیامبران و اولیای خدا در طول تاریخ رسالت و هدایت، به نمایش گذاشتند و حساب سود و سودا برای انجام رسالت و مسؤولیت هدایت، باز نکردند، به همین جهت در آیات و روایات به اجر معنوی توجه شده و اجر و پاداش مادی به حساب نیامده است. جمله: **إِنْ أُجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ (۱) ۱۰۵** از قول پیامبران مکرر در قرآن آمده و روایات نیز از روح سوداگری تعلیم و هدایت نکوهش نموده است؛ از جمله امیرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«لَا يَكُونُ الْعَالِمُ عَالِمًا حَتَّى ... لَا يَأْخُذَ عَلَى عِلْمِهِ شَيْئًا مِنْ حُطَامِ الدُّنْيَا». (۲) ۱۰۶

«عالم، عالم نخواهد بود مگر زمانی که در برابر علم خود چیزی از متاع دنیا را دریافت نکند.»

و امام سجاد علیه السلام می‌فرماید:

«مَنْ كَتَمَ عِلْمًا أَحَدًا، أَوْ أَخَذَ عَلَيْهِ أَجْرًا رِفْدًا، فَلَا يَنْفَعُهُ أَبَدًا». (۳) ۱۰۷

«کسی که دانش خود را از کسی نپوشاند، یا در برابر آن مزدی

۱- . یونس: ۷۲، سبا: ۴۲ و ۵۱، نکه: آیات شعراء: ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۶۴ و ۱۸۰ و نیز هود: ۵۱

۲- . غرر الحکم، ۱۰۹۲۱، تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۷۲

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۷۲

ص: ۷۳

بگیرد، هیچ گاه از دانشش بهره نخواهد برد.»

امام صادق در یک روایت شدید اللحن می‌فرماید:

«مَنْ أَحْتَاَجَ النَّاسَ إِلَيْهِ لِيُفَقَّهُهُمْ فِي دِينِهِمْ فَيَسْأَلُوهُمْ الْأَجْرَةَ كَانَ حَقِيقًا عَلَى اللَّهِ تَعَالَى أَنْ يُدْخِلَهُ نَارَ جَهَنَّمَ» (۱) ۱۰۸

«کسی که مردم برای فقه دین خود به وی نیازمند باشند و او از آنان طلب مزد کند، حق است که خداوند وی را به آتش دوزخ افکند.»

۷- اخلاق در تبلیغ

مبلمان نیازمند اخلاق و شیوه پسندیده‌اند. اخلاق نیکو، مبلغ را در قلب مخاطبان جایگاهی ارزشمند می‌بخشد و آن را در نوع اثرگذاری و اثرپذیری، تأثیر غیر قابل انکار است. همانگونه که قرآن کریم در موارد مختلف از حُسن خُلق نبوی و تأثیر آن در پیشبرد تبلیغ و دعوت سخن، می‌گوید و این باید برای هر مبلغ و دعوتگری اسوه باشد. یک جا می‌فرماید:

وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقِي عَظِيمٌ (۲) ۱۰۹ و این هنگامی بود که مردی از اعراب با خشونت و اسائه ادب از پیامبر خدا صلی الله علیه و آله درخواست کمک کرد و آن حضرت با ملاطفت و نرمی و تبسم وی را پاسخ داد که همین امر سبب نزول آیه بالا شد. خداوند در جای دیگر، پیامبر را مظهر رحمت خداوندی معرفی

۱- بحار الأنوار، ج ۲، ص ۷۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۳۷۲

۲- قلم: ۴

ص: ۷۴

کرده و عطوفت و نرمش آن بزرگوار با مردم را سبب جذب قلوب دانسته است و نیز توصیه به عفو و گذشت و استغفار برای آنان نموده، می‌فرماید:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (۱) ۱۱۰

«در پرتو رحمت خداوندی، بر آنان نرم‌خو شدی و اگر تندخو و سخت دل بودی، از پیرامونت پراکنده می‌شدند. پس از آنان درگذر و برای آنها آموزش طلب و در کارها با آنان مشورت کن و چون تصمیم گرفتی بر خدا توکل نما که خدا توکل‌پیشگان را دوست دارد.»

این آیه به روشنی راه نفوذ در مخاطبان را ارائه می‌کند. مهربانی، ملایمت، رفق و مدارا، عفو و گذشت و طلب آموزش برای آنان، به حساب آوردن مردم حتی در امور مشورتی و در عین حال تصمیم‌گیری صحیح از سوی ولی امر و توکل به خدا که اگر جز این باشد تبلیغ بی‌اثر یا کم‌اثر می‌ماند.

از سخنان گهربار نبی گرامی است که فرمود:

«أُمِرْتُ بِمُدَارَاةِ النَّاسِ كَمَا أُمِرْتُ بِتَبْلِيغِ الرَّسَالَةِ» (۲) ۱۱۱

«همانگونه که به رسالت مأمور شدم، به مدارای با مردم موظف گردیدم.»

از جمله وصایای پیامبر خدا صلی الله علیه و آله با عمرو بن مُرَّة که او را به تبلیغ قوم

۱- آل عمران: ۱۵۹

۲- تحف العقول، ص ۴۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶

ص: ۷۵

خود مأمور ساخت این بود:

«عَلَيْكَ بِالرَّفَقِ وَالْقَوْلِ السَّدِيدِ وَلَا تَكُ فَظًّا وَلَا غَلِيظًا وَلَا مُسْتَكْبِرًا وَلَا حَسُودًا» (۱) ۱۱۲

«بر تو باد به مدارا کردن و سخن استوار گفتن و پرهیز از درشتخویی و خشونت و برتری جویی و حسادت.»

ابن عباس نقل می‌کند که چون آیه: يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (۲) ۱۱۳ نازل شد. پیامبر خدا صلی الله علیه و آله

ابن ابی طالب علیه السلام و معاذ را فراخواند و آنان را فرمان داد رهسپار یمن شوند و توصیه فرمود:

«إِنْ طَلِقًا وَبَشْرًا وَلَا تُنْفِرُوا وَيَسِّرًا وَلَا تُعَسِّرُوا فَإِنَّهُ قَدْ أَنْزَلَتْ عَلَيَّ:

يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا

«بروید و بشارت دهید و موجب بیزاری نشوید، آسان بگیرید و سختگیری نکنید که بر من آیه فرود آمده است: ای پیامبر ما تو را

فرستادیم که شاهد و بشارت دهنده و انذار کننده باشی.» (۳) ۱۱۴ شاید استشهاد پیامبر به آیه بالا، بدین خاطر باشد که در آن، از

بشارت قبل از انذار سخن گفته شده؛ چرا که رحمت و رأفت و وعده نیک بر وعده عذاب تقدم دارد و با رأفت و رحمت و

امیدواری دادن، بهتر می‌توان انسانها را به راه آورد تا وعده عذاب و تندی و خشونت و این نکات را مبلغ باید در نظر داشته باشد.

امام صادق علیه السلام در تفسیر آیه کریمه: وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا می‌فرماید: «با

۱- . کنزالفوائد، ج ۱، ص ۲۱۰- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶

۲- . احزاب: ۴۵

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶

ص: ۷۶

همه مردم نیکو سخن بگویند؛ چه مؤمنان و چه مخالفان، با مؤمنان با چهره گشاده و نوید خیر و با مخالفان با رفق و مدارا، تا آنان را به ایمان جذب کنید.» (۱) ۱۱۵

۸- اخلاق و ادب تبلیغ

افزون بر آنچه در روایات بالا آمد که در بردارنده اخلاق و ادب در تبلیغ بود، روایات بسیار دیگری نیز وجود دارد که واژه «ادب» و «معروف» و مانند آن را در تبلیغ به کار برده و مبلغان و دعوتگران را به رعایت آداب سخن و معاشرت توصیه می‌کند؛ از جمله رسول گرامی صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

«مَنْ كَانَ أَمْرًا بِمَعْرُوفٍ فَلْيُكُنْ أَمْرُهُ ذَلِكَ بِمَعْرُوفٍ» (۲) ۱۱۶.

«کسی که امر به معروف می‌کند باید این اقدامش با نیکی و شایستگی همراه باشد.»

و نیز می‌فرماید:

«إِيَّاكَ أَنْ تَتَكَلَّمَ فِي غَيْرِ أَدَبٍ»؛ (۳) ۱۱۷

«مبادا با بی‌ادبی سخن بگویی.»

و از سخن امیرالمومنین علیه السلام است:

«إِيَّاكَ وَ مَا يُسْتَهْجَنُ مِنَ الْكَلَامِ فَإِنَّهُ يَخْبِسُ عَلَيْكَ اللَّئَامَ وَ يُنْفِرُ عَنْكَ الْكِرَامَ» (۴) ۱۱۸

۱- بحارالانوار، ج ۷۵، ص ۱۶۰؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۸

۲- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰

۳- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۳۰

۴- غررالحکم روایت ۲۷۲۲، تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰

ص: ۷۷

«از گفتار زشت برحذر باش که فرومایگان را به دور تو گرد آورد، اما بزرگواران را از پیرامونت پراکنده سازد.»
در این راستا شایسته است مبلغ به مریبان و معلمانی تأسی جوید که برای شاگردانشان تواضع نموده و دیگران را به رعایت آن توصیه کرده‌اند.

قرآن کریم پیامبر صلی الله علیه و آله را به تواضع در برابر مؤمنان فرا می‌خواند: **وَإِخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ** (۱) ۱۱۹.

در احوالات حضرت مسیح علیه السلام آورده‌اند که برای حواریون خود غذایی تهیه کرد و پس از صرف غذا، خود عهده‌دار شستشوی دستان آنان شد. حواریون گفتند: یا روح‌الله! ما به انجام این کار از شما سزاوارتریم. فرمود: «من چنین کردم تا شما نیز برای کسانی که تعلیم می‌دهید، اینگونه باشید.» (۲) ۱۲۰ بدیهی است وقتی مبلغ یا معلم برای مخاطبان و شاگردان خود اینگونه عمل کند و احترام آنان را نگهدارد، ارادت آنان چندین برابر خواهد شد و بر ایمانشان به مبلغ و معلم افزوده گشته و به محتوای پیام، با عشق و علاقه بیشتری خواهند نگریست و خاطره شیرین آن را از یاد نخواهند برد. در حالی که کبر و متیت و بی‌حرمتی نسبت به شخصیت مخاطب، افزون بر آنکه اثر تبلیغ را خنثی می‌کند، در دلها عقده می‌آفریند. راه و روش مبلغان نه تنها با مخاطبان مستقیم خود باید چنین باشد، که با دیگران نیز باید اینگونه عمل کنند؛ به‌ویژه در موسم حج و با حج‌گزاران دیگر کشورها، که خود این عمل نوعی تبلیغ است همانگونه که روایات آن را در گذشته دیدیم و در اینجا به ترجمه یک روایت آموزنده

۱- شعرا: ۲۱۵

۲- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۳۲

ص: ۷۸

دیگر می‌نگریم: زید شحام گوید: امام صادق علیه السلام به من فرمود:

«سلام مرا به کسانی که فرمانبردار ما هستند و به سخن ما گوش می‌دهند، برسان و بگو: من شما را به تقوای خداوند بزرگ توصیه می‌کنم. در دین خود پرهیزگار باشید و برای خدا جد و جهد کنید و در صدق گفتار و ادای امانت و طول دادن سجده و حسن همجواری بکوشید که این رسالت حضرت محمد صلی الله علیه و آله بود.

امانت را به کسی که شما را امین بشمارد، ادا کنید، خواه نیکوکار باشد یا بدکردار؛ زیرا پیامبر خدا حتی به بازگردانیدن نخ و سوزن دستور می‌داد. با اقوام خود صله رحم کنید، به تشییع جنازه‌های مسلمانان بروید، از بیمارانشان عیادت کنید، حقوق آنان را بدهید؛ چرا که هرگاه مردی از شما در دین خود اهل ورع و پرهیزکاری بود و سخن راست گفت و ادای امانت کرد و با مردم حسن خلق داشت، گویند او جعفری است و این مرا شادمان می‌سازد و گویند این ادب و تربیت جعفر است و اگر جز این باشد بلا و ننگ آن دامن مرا خواهد گرفت و گویند این ادب و تربیت جعفر است! به خدا سوگند! پدرم برای من حدیث کرد که:

هرگاه مردی از شیعیان علی علیه السلام در میان قبیله‌ای به سر می‌برد، زینت و زیور آن قبیله بود، از همه آنها بهتر امانتداری می‌کرد و در پرداخت حقوق جدّیت بیشتری داشت، راستگوتر بود، مردم ودایع و وصایای خود را نزد او می‌سپردند و او را ضرب المثل امانتداری و راستگویی می‌دانستند.» (۱) ۱۲۱ در بیان دیگر از امام صادق علیه السلام، از پدرش حضرت باقر علیه السلام است که فرمود:

۱- . وسائل الشیعه، ج ۸، صص ۳۹۸ و ۳۹۹؛ آداب و اخلاق حج و زیارت صص ۱۷ و ۱۸، اثر نگارنده.

ص: ۷۹

«كُونُوا مِنَ السَّابِقِينَ بِالْخَيْرَاتِ وَكُونُوا وَرَقًا لَا شَوْكَ فِيهِ، فَإِنَّ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ كَانُوا وَرَقًا لَا شَوْكَ فِيهِ، وَقَدْ خِفْتُ أَنْ تَكُونُوا شَوْكًا لَا وَرَقَ فِيهِ وَكُونُوا دُعَاءَ إِلَى رَبِّكُمْ وَأَدْخِلُوا النَّاسَ فِي الْإِسْلَامِ وَلَا تُخْرِجُوهُمْ مِنْهُ وَكَذَلِكَ مَنْ كَانَ قَبْلَكُمْ يُدْخِلُونَ النَّاسَ فِي الْإِسْلَامِ وَلَا يُخْرِجُونَهُمْ مِنْهُ» (۱) ۱۲۲

«به خوبی‌ها پیشی گیرید، برگی باشید که خار ندارد، آنها که پیش از شما بودند (شیعیان پیشین) برگ بی خار بودند و من بیم آن دارم که شما خاری باشید که برگ ندارد. مردم را به خدایتان دعوت کنید، مردم را در اسلام وارد سازید و از اسلام خارج نکنید.»

۹- آثار تبلیغ عملی

(۲) ۱۲۳

تار نیکو با دیگران، به گونه‌ای مؤثر است که حتی اگر آنها از مخالفان مذهب یا افراد غیر مسلمان باشند، کمتر اتفاق می‌افتد که تحت تأثیر قرار نگیرند. در این باره از سیره معصومین موارد بیشماری نقل شده است که در اینجا به دو نمونه اشاره می‌شود:

الف- امیرمؤمنان علیه السلام با مردی ذمی همراه شد. ذمی گفت: ای بنده خدا، مقصدت کجاست؟ فرمود: کوفه. همین که بر سر دو راهی رسیدند و در آنجا راه امام از آن مرد جدا می‌شد، حضرت مرد ذمی را همراهی کرد. آن مرد گفت: مگر شما قصد کوفه نداشتید؟ فرمود: چرا ولیکن از حق مصاحبت این است که انسان همسفرش را چند قدمی مشایعت کند و پیامبران ما را

۱- مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۴۱؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۵۲.

۲- ۳۷۰ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، ۱ جلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

ص: ۸۰

چنین سفارش نموده است. ذمی گفت: واقعاً او چنین سفارش کرده؟ فرمود: آری. ذمی گفت: آنانکه او را پیروی کرده‌اند، حتماً به خاطر رفتار کریمانه‌اش بوده است و من نیز گواهی به حقانیت دین تو می‌دهم. این بگفت و با حضرت همراه شد و با معرفت و شناخت اسلام را پذیرفت. (۱) ۱۲۴ ب- مرد شامی امام حسن علیه السلام را سوار مرکب دید و شروع به لعن و دشنام کرد. امام به او پاسخی نداد. همین که سخنان زشتش به آخر رسید، امام حسن علیه السلام رو به او کرده، سلام داد و خندید و گفت: ای شیخ، به گمان من مرد غریبی هستی و مطلب بر تو مشتبه شده است، اگر از ما طلب بخشش کنی از تو می‌گذریم، اگر خواهی داری به تو می‌دهیم، اگر راهنمایی بخواهی رهنمون شویم، اگر مرکب بخواهی برایت فراهم می‌کنیم، اگر گرسنه‌ای سیرت کنیم، اگر برهنه‌ای بپوشانیم، اگر نیازمندی بی‌نیازت کنیم، اگر رانده‌ای پناهت دهیم، اگر حاجتی داری برآوریم. اگر بار و بئنه‌ات را حرکت دهی و میهمان ما باشی تا هنگام کوچ کردن، برایت بهتر است؛ زیرا ما جایی گسترده و جایگاهی آبرومند و ثروتی سرشار داریم. همین که مرد سخنان امام را شنید گریست و گفت: گواهی می‌دهم که تویی خلیفه خدا در زمین، خدا بهتر می‌داند رسالتش را کجا قرار دهد. پیش از این، تو و پدرت مبعوض‌ترین خلق در نظر من بودید و اکنون محبوب‌ترین خلق هستید. آنگاه بار و بئنه خود را به خانه حضرت منتقل کرد و میهمان امام بود تا رهسپار دیار خود شد و در زمره دوستان اهل بیت در آمد. (۲) ۱۲۵

۱- اصول کافی، ج ۲، ص ۶۷۰

۲- بحار الأنوار، ج ۴۳، ص ۳۴۴؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، صص ۳۸۹ و ۳۹۰

۱۰- صبر و پایداری

تحمل بار مسئولیت تبلیغ و رسانیدن پیام الهی، همواره با دشواری‌ها همراه بوده است؛ چرا که بسیاری از فرمانهای شریعت، برخلاف امیال نفسانی انسان است و همین امر سبب مقاومت مخاطبان در برابر داعیان الی‌الله بوده است و همچنان که آیه کریمه: **أَفَكُلَّمَا جَاءَكُمْ رَسُولٌ بِمَا لَا تَهْوَىٰ أَنْفُسِكُمْ اسْتَكْبَرْتُمْ فَفَرِيقًا كَذَّبْتُمْ وَفَرِيقًا تَقْتُلُونَ (۱) ۱۲۶** بیان می‌کند، تمرد و خصومت تا بدانجا پیش می‌رفته که به قتل پیامبران و رسالتداران می‌انجامیده است. تمسخر، تهدید، شکنجه و شهادت، سرنوشتی است که برای پرچمداران توحید در گذشته تاریخ به ثبت رسیده و بی‌تردید تا حاکمیت مطلق حق، تکرار شدنی است. از این رو، قرآن کریم پیامبر گرامی را به صبر و پایداری، همچون پیامبران بزرگ دیگر، فراخوانده:

فَاصْبِرْ كَمَا صَبَرَ أُولُو الْعَزْمِ مِنَ الرُّسُلِ (۲) ۱۲۷ و به استقامت دعوت کرده است: **فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ (۳) ۱۲۸**.

سیره نبوی در دوران مکه و آزارها و ستم‌هایی که از دست مشرکان دید و خارو خاکستر را در راه دعوت استقبال کرد و رنج تبعید سه ساله در شعب ابی طالب و اهانتها و محرومیت‌ها و شکنجه مسلمانان و شهادت یاران، همچون یاسر و سمیه و بلال و تمسخر و گستاخی‌ها و بالأخره توطئه

۱- بقره.

۲- احقاف: ۳۵.

۳- هود: ۱۱۲.

ص: ۸۲

قتل آن حضرت تا هجرت به مدینه و از آن پس جنگ‌های پیاپی و شهادت یاران و زندگی زاهدانه و پرمشقت پیامبر، هر یک فصلی از مصیبت‌ها و آلام رسالت محمدی صلی الله علیه و آله است که خداوند به موجب هر یک از آنها رسول گرامی خود را به صبر و استقامت فرا می‌خواند و نیز پیروان آن حضرت را که رنج و رسالت تمام شدنی نیست تا به دوران پرمحنت زندگی اهل بیت می‌رسد و زندانها و شهادت‌ها و تبعیدها و محرومیتها و محدودیتها که تداوم همان رنج‌های رسالت است و صبر و پایداری در برابر آنها یادآور صبر و استقامت رسول خدا، که از پیش، اهل بیت را به تحمل آن شداید فرا می‌خوانده و از آنچه در راه ایفای نقش رهبری باید برای آن آماده باشند، خبر داده بود. در این راستا قرآن کریم نیز خاطر نشان می‌سازد که امام خلق شدن صبر و یقین را می‌طلبد:

وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَ كَانُوا بآيَاتِنَا يُوقِنُونَ (۱) ۱۲۹ و صبر در اینجا به معنای شکیبایی در برابر ناملایمات و تحمل سختی‌ها در انجام مسؤولیت هدایتگری است و چنین است مسؤولیت‌پذیری عالمان دین، که باید خود را برای رنج‌های تبلیغ و دعوت آماده سازند و رؤیای رفاه و لذت را از سر به‌در کنند و این اشتباه بزرگی است که وارثان پیامبران تصور کنند همه چیز بر وفق مراد خواهد بود و پذیرش مسؤولیت هدایت و تبلیغ به معنای اغتنام فرصت برای منافع مادی است.

رسول گرامی ضمن بیان مشقت‌هایی که در دوران رسالت دید، می‌فرماید:

«من در حالی در راه خدا ترسانده شدم که هیچ کس چنان ترسانده نشده بود و در راه خدا آزار دیدم که هیچ کس ندیده بود و گاهی بر من سی شب و روز می‌گذشت در حالی که من و بلال خوراکی که یک نفر بخورد، جز آن مقدار که زیر بغل بلال

ص: ۸۳

پنهانش می‌ساخت، نداشتیم.» (۱) ۱۳۰ پیشینه پرفراز و فرود رسالت نبی گرامی، تصویرگر درد و رنج‌هایی است که تحمل آن برای انسانهای عادی دشوار و یا ناممکن است با این حال، آن بزرگوار از این درد و رنج‌ها و آزار و شکنجه استقبال کرد و تمام هم و غمش این بود که رسالت الهی را برساند و گمراهان را نجات دهد و بسیار می‌شد که آن آزارها و شکنجه‌ها را با دعا برای هدایت گمراهان پاسخ می‌داد و این سیره پیامبران بوده است. عبدالله ابن عمر گوید:

«به یاد می‌آورم پیغمبر خدا را که از زندگی یکی از پیامبران حکایت می‌کرد که وقتی قوم او، با ضرب و شکنجه صورتش را خونین کرده بودند، خون از چهره پاک می‌کرد و می‌گفت:

اللَّهُمَّ اهْدِ قَوْمِي فَإِنَّهُمْ لَا يَعْلَمُونَ» (۲) ۱۳۱ و (۳) ۱۳۲

یکی از راویان به نام مسیب گوید:

«پیامبر خدا را در دوران جاهلیت دیدم که به مردم می‌گفت:

«قُولُوا لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ تَفْلِحُوا»

برخی بر چهره ایشان آب دهان می‌انداختند و برخی بر ایشان خاک می‌پاشیدند و برخی دشنامش می‌دادند تا اینکه روز به نیمه رسید. آنگاه دخترکی با کاسه بزرگی آب نزد آن حضرت آمد و پیامبر چهره و دستانش را با آن شست و گفت: دخترکم! از تنگدستی و بی‌کسی پدرت بیمی به خود راه مده. پرسیدم: این دختر کیست؟ گفتند: زینب

۱- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۱۹.

۲- بحار الأنوار، ج ۱۱، ص ۲۹۸.

۳- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۰ «اللَّهُمَّ اغْفِرْ لِقَوْمِي...».

ص: ۸۴

دختر رسول‌الله است و او دختری زیبا بود. (۱) ۱۳۳ بنا بر این، مبلغان باید به ارزش معنوی عمل خود توجه کنند و از تحمّل رنج تبلیغ ملال خاطر به خود راه ندهند که گنج را بدون رنج نمی‌دهند. سنگ جفا و تیر ملامت و تهمت و تکذیب هیچ‌یک مانع راه تبلیغ نباید بشود و مبلغ باید تنها به یک چیز بیندیشد و آن رساندن پیام خدا و انجام مسؤولیت و عشق به هدایت و نجات انسانیت است.

۱۱- نوگرایی و نوآوری

مبلغ باید زمان و پیشرفتهای آن را منظور دارد، شیوه‌های ارتباطی و تأثیرگذاری را بداند و روانشناسی تبلیغ و جامعه‌شناسی و مردم‌شناسی لازم را در این زمینه به‌دست آورد، حرف نو؛ چه در محتوا و چه در شکل، برای ارائه کردن داشته باشد. اسلام گنجینه‌ای است که برای هر عصر و نسل ذخیره‌های ارزشمندی با خود دارد. آنچه مهم است، شناخت این گنجینه‌ها و گزینه‌های لازم و برتر در ارائه مطالب و معارف مورد نظر است؛ به گونه‌ای که با گرایش نسل‌ها همخوانی داشته باشد. نوآوری در تبلیغات اسلام؛ اعم از محتوایی یا شیوه عملی، می‌تواند نسل‌های جوان را که بیشتر مخاطبین تبلیغ‌اند به اسلام جذب کند. برای تحقق این منظور، نهادهای تبلیغی را به کارهای پژوهشی بیشتری نیاز است و آنگاه منتقل کردن یافته‌ها به مبلغان از طریق آموزش و تمرین و ممارست در شیوه ابلاغ پیام از ویژگی‌های انسان نوظللی است؛ چنانکه گفته‌اند:

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۰

ص: ۸۵

فسانه گشت و کهن شد حدیث اسکندرسخن نو آر که نو را حلاوتی دگر است

به این خواسته فطری انسانها باید پاسخ صحیح داد و این بدان معنا نیست که دست تحریف و تأویل و تعدد قرائتها به دامن دین دراز شود که ثمره آن بدعت گذاری است و پیامبر خدا در این خصوص فرمود:

«أَمَّا بَعْدُ، فَإِنَّ أَصْدَقَ الْحَدِيثِ كِتَابُ اللَّهِ وَأَفْضَلَ الْهُدَى هُدَى مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَشَرُّ الْأُمُورِ مُخَيَّرَاتُهَا وَكُلُّ بَدْعٍ ضَلَالَةٌ» (۱) ۱۳۴

«راست ترین سخن، کتاب خدا و بهترین هدایتگر هدایت محمد صلی الله علیه و آله است. بدترین امور بدعت‌ها هستند و هر بدعتی گمراهی است.»

بلکه منظور شیوه عرضه کردن است؛ یعنی همانگونه که مواد غذایی را اگر به آشپز ماهر بدهند به بهترین شکل ارائه می‌کند، و اگر همان مواد را اگر در اختیار فرد ناوارد بگذارند، خراب می‌کند!

مبَلَّغ نباید تنها به شیوه‌های سنتی و تکراری و مطالب دم‌دستی، که زحمت مطالعه ندارد، بسنده کند که در این صورت مخاطبان زیادی نخواهد یافت، بلکه باید به عمق کتاب‌ها برود، کوشش و کاوش کند، دقت نظر داشته باشد، زیبایی‌های کلام خدا و سخن معصومین را جستجو کند و دریابد، نگرش‌های محققانه نوین را لحاظ کرده و زیبا و با مقدمات و نتیجه‌گیری‌های جالب ارائه کند. حضرت رضا علیه السلام می‌فرمودند:

۱- امالی مفید، ص ۲۱۱، مجلس ۲۴ و نیز امالی طوسی، به نقل از تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۶

ص: ۸۶

«در احیای معارف ما بکوشید که اگر مردم زیبایی‌های سخن ما را درک کنند، از ما پیروی خواهند کرد.»؛
 «فَإِنَّ النَّاسَ لَوْ عَلِمُوا مَحَاسِنَ كَلَامِنَا لَاتَّبَعُونَا» (۱) ۱۳۵

۱۲- علم، عقل و تجربه

تبلیغ و اثرگذاری، کارچندان آسانی نیست. سرمایه مبلّغ نمی‌تواند در مسموعات خلاصه شود. تبلیغ یک تخصیص است و مبلّغ متخصص مانند هر متخصص دیگر، به انبوهی از دانسته‌ها و اندیشه‌ورزی و تجربه عملی و فن آوری نیاز دارد و همین امر است که آموزش و پرورش مناسب گرایش با حرفه تبلیغی را الزامی می‌سازد و نهادهای تبلیغی ناگزیرند به این امر توجه داشته و خوراک لازم و آموزش‌های مناسب را در اختیار مبلّغان بگذارند و از تجارب کارشناسان تبلیغ بهره گیرند و برای تربیت مبلّغ برنامه و طرح داشته باشند.

امیرمؤمنان علیه السلام در یک سخن زیبا به دانش و خرد ورزی در امور اشاره فرموده است:

«يَتَّبِعِي أَنْ يَكُونَ عِلْمُ الرَّجُلِ زَائِدًا عَلَى نُطْقِهِ وَ عَقْلُهُ غَالِبًا عَلَى لِسَانِهِ» (۲) ۱۳۶

. «شایسته است که دانش آدمی، بیش از گفتار و عقلش، مسلط بر زبانش باشد» و مبلّغ از مصادیق بارز این روایت است. مبلّغ با علم و عقل و تجربه، ظرفیت مخاطب و شرایط موفقیت تبلیغ و موقعیتهای زمانی و مکانی را لحاظ می‌کند و برای هر سخن جایی و برای هر نکته مقامی را بر می‌گزیند و از آنچه مناسب مقام نیست خودداری می‌ورزد.

۱- وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۹۲؛ عیون اخبار الرضا علیه السلام، ج ۱، ص ۳۰۷

۲- غرر الحکم، ۱۰۹۴۶

ص: ۸۷

علی علیه السلام می‌فرماید:

«لَا تَتَكَلَّمُ بِكُلِّ مَا تَعْلَمُ، فَكَفَى بِذَلِكَ جَهْلًا» (۱) ۱۳۷

«از هر چه می‌دانی سخن مگو که این برای اثبات نادانی تو کافی است.»

مبلغ باید حد و مرز دانایی خود را لحاظ کند و در آن محدوده و در قالب دیگر شرایط و مقتضیات سخن بگوید و از آن فراتر نرود.

علی علیه السلام می‌فرماید:

«الْعَالِمُ مَنْ عَرَفَ قَدْرَهُ وَ كَفَى بِالْمَرْءِ جَهْلًا أَلَّا يَعْرِفَ قَدْرَهُ» (۲) ۱۳۸

«عالم کسی است که اندازه خود را بشناسد و برای نادانی آدمی، همین بس که جایگاه خود را نشاسد.»

«مَا حَقُّ اللَّهِ عَلَى الْعِبَادِ»

«حق خدا بر بندگان چیست؟»

و در این راستا به مبلغان توصیه می‌شود از آنچه می‌دانند سخن بگویند و در موارد شبهه و نداشتن علم قطعی، توقف کنند که این یکی از حقوق خداوند بر بندگان است.

زراره بن اعین از امام باقر علیه السلام می‌پرسد:

«مَا حَقُّ اللَّهِ عَلَى الْعِبَادِ؟ قَالَ أَنْ يَقُولُوا مَا يَعْلَمُونَ وَ يَقِفُوا عِنْدَ مَا لَا يَعْلَمُونَ» (۳) ۱۳۹

۱- . غررالحکم، ص ۱۰۱۸۷

۲- . نهج البلاغه، خطبه ۱۰۳

۳- . اصول کافی، ج ۱، ص ۴۳

ص: ۸۸

«حق خداوند بر بندگانش چیست؟ حضرت پاسخ می‌دهد: آنچه را می‌دانند بگویند و از اظهار نظر در آنچه نمی‌دانند خودداری ورزند.»

سخن گفتن و اظهار نظر در آنچه بدان آگاهی نباشد، به معنای وارد شدن در حوزه دین و فتوا دادن بدون علم است که گاه به بدعت گذاری می‌انجامد و این تضييع حق الهی است.

۱۳- شرح صدر

هنگامی که موسی بن عمران از خداوند فرمان گرفت فرعون را به خداپرستی بخواند، از خداوند خواست که او را شرح صدر دهد: رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي (۱) ۱۴۰ و آنگاه که خداوند پیامبر گرامی اش، حضرت محمد صلی الله علیه و آله را به رسالت برانگیخت، ضمن برشمردن نعمتهای الهی بر آن حضرت، از شرح صدر وی سخن گفت: أَلَمْ نَشْرَحْ لَكَ صَدْرَكَ (۲) ۱۴۱ شرح صدر و گشادگی سینه، خواسته‌ای بوده که همه رسالتداران توحید به موجب رسالت و مسؤولیتی که داشته‌اند، از خدا طلب کرده‌اند. از سخن نبی گرامی است:

«أَكْثَرُ دُعَائِي وَ دُعَاءِ الْأَنْبِيَاءِ قَبْلِي بِعَرَفَةِ ... اللَّهُمَّ اجْعَلْ فِي قَلْبِي نُورًا وَ فِي سَمْعِي نُورًا وَ فِي بَصَرِي نُورًا، اللَّهُمَّ اشْرَحْ لِي

۱- طه: ۲۵

۲- الشرح: ۱

ص: ۸۹

صَدْرِي وَ يَسِّرْ لِي أَمْرِي» (۱) ۱۴۲

«بیشترین دعای من و دعای پیامبران در عرفه این بوده است که:

خدایا! قلب و گوش و چشم مرا روشنایی بخش. خدایا! مرا شرح صدر عنایت فرما و کارم را آسان کن.»

انجام رسالت، از آن رو سعه صدر می‌طلبد که رسالت‌دار با مردمان گونه‌گون و خواسته‌های مختلف و خوی و خصلت‌های متفاوت روبه‌رو است و اگر دارای صبر و حوصله و ظرفیت لازم نباشد و نتواند مردم را تحمل کند، کار تبلیغ ابتر می‌ماند. مبلغ باید مخاطبان خود را درک کند و انتظار یکسان از آنان نداشته باشد و متناسب با حال هر یک، روش مناسب برگزیند و با تحمل و سعه صدر بار مسؤلیت تبلیغ را به منزل رساند.

شاید یکی از دلایلی که پیامبران در برهه‌ای از زمان، به شغل چوپانی پرداخته‌اند، همین باشد که راه و رسم سلوک با زیردستان، حتی جاهل‌ترین افراد را تمرین کنند و از نادانی و ناسازگاری‌ها رنجیده خاطر نشوند و مدارا و مماشات و همراهی با ضعیفان فکری را تجربه نمایند.

۱۴- شجاعت و صراحت

مبلغان باید در بیان حق و ابلاغ پیام، از صراحت و شجاعت برخوردار باشند. همانگونه که قرآن کریم توصیف می‌کند:

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ (۲) ۱۴۳

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۰۶

۲- . احزاب: ۳۹

ص: ۹۰

«آنانکه پیامهای الهی را ابلاغ می‌کنند و از خدا می‌ترسند و جز خدا از کسی بیم و هراس ندارند.»

کوتاهی در بیان حق و ملاحظات ناموجه، از ضعف ایمان بیم خطر و امید به غیر است. در حالی که هیچ یک از این امور در منطق دین پذیرفته نیست. هرگاه انسان بدانند عزت و ذلت، مرگ و حیات و سود و زیانش به دست خدا است، هیچ چیز مانع او از بیان حق نخواهد شد. رسول گرامی اسلام صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

«لَا يَمْنَعَنَّ أَحَدَكُمْ رَهْيَةَ النَّاسِ أَنْ يَقُولَ بِحَقِّ إِذَا رَأَهُ أَوْ شَهِدَهُ، فَإِنَّهُ لَا يَقْرَبُ مِنْ أَجْلِ، وَلَا يُبَاعِدُ مِنْ رِزْقٍ أَنْ يَقُولَ بِحَقِّ، أَوْ يُدَكَّرَ بِعَظِيمٍ» (۱) ۱۴۴

مبادا بیم از مردم، فردی از شما را با دیدن و مشاهده حق، از گفتن آن باز دارد؛ زیرا حق گفتن یا یادآوری امری بزرگ، نه مرگ را نزدیک کند و نه روزی را دور سازد.

نظیر این روایت کلام امیرمؤمنان علیه السلام است که در باب امر به معروف و نهی از منکر می‌فرماید:

«إِنَّ الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّهْيَ عَنِ الْمُنْكَرِ لَا يُقَرِّبَانِ مِنْ أَجْلِ وَلَا يَنْقُصَانِ مِنْ رِزْقٍ» (۲) ۱۴۵

«امر به معروف و نهی از منکر، نه اجل را نزدیک می‌کند و نه از روزی می‌کاهد.»

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث ۲۰۴

۲- . نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۳۷۴

۱۵- انتقاد پذیری

پذیرش انتقاد نیز از آثار شجاعت و هم نشانه دانشمندی مبلغان است.

امام حسین علیه السلام می‌فرماید:

«مِنْ دَلَائِلِ الْعَالِمِ انْتِقَادُهُ لِحَدِيثِهِ وَعِلْمِهِ بِحَقَائِقِ فُنُونِ النَّظْرِ» (۱) ۱۴۶

مبلغ خود نمی‌تواند به نقد گفتار خویش پردازد. بلکه دیگران بهتر می‌توانند به ضعف یا قوت وی پی ببرند. در این میان، انتقاد اهل

فن کارساز و در تکمیل خطابه‌های بعدی مؤثر می‌باشد. سعدی گوید:

«متکلم را تا کس عیب نگیرد، سخنش اصلاح نپذیرد.»

مشو غزه بر حسن گفتار خویش به تحسین نادان و پندار خویش (۲) ۱۴۷

۱- . میزان الحکمه، ۱۳۹۳۷.

۲- . گلستان سعدی.

فصل سوم: مخاطب و مخاطب شناسی

اشاره

دیگر از عناصر تبلیغ، پیام گیرنده است. مبلغ از آن رو به کار تبلیغ می‌پردازد که می‌خواهد دیگری را شریک افکار و باورهای خود سازد. اگر مخاطبی نباشد، پیام‌رسانی مفهوم و نیز مصداقی نخواهد داشت. بحث از مخاطب را از دو زاویه باید به بررسی گذاشت:

اول:

مسئولیت مخاطب و تکلیفی که در برابر پیام بر عهده اوست.

دوم:

نوع شناخت و نگرش که مبلغ از پیام گیرنده دارد و تعاملی که باید با وی داشته باشد.

۱- مخاطب و مسؤولیت‌های او

مسئولیت تبلیغ تنها متوجه مبلغ نیست، بلکه مخاطب نیز مسئولیت دارد. مبلغ مسؤول پیام‌رسانی است و مخاطب مسؤول پیام‌گیری، پس مسؤولیت دو سویه است.

ص: ۹۴

امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید:
 «لَا يَتَّبِعِي لِلْعَالِمِ أَنْ يَسْكُتَ عَلَى عِلْمِهِ وَلَا يَتَّبِعِي لِلْجَاهِلِ أَنْ يَسْكُتَ عَلَى جَهْلِهِ قَالَ اللَّهُ جَلَّ ذِكْرُهُ:
 فَسْئَلُوا أَهْلَ الذِّكْرِ إِنْ كُنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ
 (۱)۱۴۸»

«سزاوار نیست که عالم از علم خود دم فرو بندد و سزاوار نیست که نادان بر جهل خود سکوت کند، آنگاه به آیه کریمه استناد کرده که مؤمنان را به پرسش و پاسخ از دانایان فرا خوانده است.»

همچنین تأثیر تبلیغات، همیشه به پیام‌رسان یا محتوای تبلیغ یا ابزار پیام‌رسانی مرتبط نمی‌گردد، بلکه بسیاری موارد به زمینه‌های فطری یا روانی مخاطب و میزان همکاری او و شرایط دیگر بستگی دارد. آیات کریمه قرآن در این خصوص متذکر می‌شود که زمینه‌های مخاطبان گاه مانند زمین‌های پاک و حاصل‌خیز است که بذر را در دامان خود می‌پرورد و ثمره مطلوب به بار می‌آورد و گاه به زمین‌های شوره‌زار شباهت دارد که بذر را ضایع می‌کند:

وَالْبَلَدُ الطَّيِّبُ يَخْرِجُ نَبَاتَهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبثَ لَا يَخْرِجُ إِلَّا نَكِدًا. (۲)۱۴۹

«سرزمین پاک گیاهش به خواست پروردگارش سر برون می‌آورد و آنکه بد نهاد است، جز به سختی و پستی نمی‌روید.»

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۵۲ و آیه ۴۳، سوره نحل.

۲- . اعراف: ۵۸

ص: ۹۵

لذا گفته‌اند:

زمین شوره سنبل بر نیار در در او تخم و عمل ضایع مگردان

وحشی بافقی

قرآن کریم همچنین در باره برخی انسانها، که از نظر استعداد معنوی مرده‌اند و امید ثمری به آنها نیست، می‌فرماید:

إِنَّكَ لَا تَسْمَعُ الْمَوْتَى وَلَا تَسْمَعُ الضَّمَّ الدُّعَاءِ إِذَا وَلَّوْا مُدْبِرِينَ

(۱). ۱۵۰

«پیام دعوت را به مردگان و ناشنویان نتوانی شنوایند، آنگاه که روی بگردانند.»

اما اینکه چه عواملی زمینه پذیرش را فراهم می‌سازد و چه عواملی دل را می‌میراند؟ می‌توان گفت: این عوامل در زمینه‌های فطری،

خانوادگی، اجتماعی، تربیتی، محیط و فرهنگ و دیگر عوامل، مانند:

عوامل سیاسی و اقتصادی ریشه دارد و طبعاً موارد یکسان نیستند.

اما هرگونه که باشد، انسان را از حوزه اختیار خارج نساخته و از مکلفین سلب مسئولیت نمی‌کند و بنابراین، نباید این مسأله از منطق

جبر سر برون آورد. چه، اگر جز این باشد، مسأله تکلیف و مجازات و مدح و ذم، مفهومی نخواهد داشت. و چنانکه می‌دانیم

پیامبران خدا و سرآمد همه، خاتم انبیا صلی الله علیه و آله دعوت و رسالت خویش را در میان مردمی مطرح ساختند که بیشتر آنها از

نظر نژادی، فرهنگی و اجتماعی و ... در سطح نازل بودند اما از همان مردم چهره‌های مؤمن و ارزشمندی تربیت کردند.

ص: ۹۶

تفصیل بیشتر این بحث را از مباحث مربوط به جبر و اختیار و سعادت و شقاوت باید خواست.

به هر روی، قرآن کریم مخاطبان خود را به تعقل و تأمل فراخوانده و تأکید می‌ورزد که آنها به دور از غوغاسالاری حاکم بر جامعه به تفکر بنشینند و به تنهایی و یا با همفکری خردمندان به دعوت پیامبر بیندیشند تا حقانیت رسالت را باور کنند:

قُلْ إِنَّمَا أَعْظَمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مَشْنَىٰ وَفُرَادَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِكُمْ مِنْ جِنَّةٍ إِنْ هِيَ إِلَّا نَذِيرٌ لَكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ. (۱) ۱۵۱

«بگو من تنها یک اندرز با شما دارم و آن این است که برای خدا قیام کنید و به تنهایی یا دوتا دوتا به تفکر پردازید و ببینید که پیامبر شما دیوانه نیست بلکه هشدار دهنده‌ای است که شما را از عذابی سخت بیم می‌دهد.»

همچنین قرآن کریم در دعوت، اندیشه آزاد را پایه و اساس هدایت قرار داده و از مخاطبان می‌خواهد سخنها گوناگون را بشنوند و بهترین آن را برگزینند:

فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ. (۲) ۱۵۲

«بندگان مرا نوید ده، آنان که به گفته‌ها گوش فرا می‌دهند و

۱- سباء: ۴۶

۲- زمر: ۱۷ و ۱۸

ص: ۹۷

بهترین آن را پیروی می‌کنند. آنها کسانی هستند که خدا هدایتشان کرده و آنها همان خردمندانند.»

از اینجا دانسته می‌شود که مخاطب نیز مانند پیام‌رسان مسؤلیت دارد، مسؤلیت فکر کردن، سنجیدن و انتخاب نمودن و در اینجا عقل و خرد و اراده، نقش مهمی ایفا می‌کند و اگر مشعل عقل به خاموشی گرایید، در چنین حالتی چشمه‌های روح آدمی با گِل و لایِ هوای نفس کور می‌گردد و این را قرآن نوعی ستم می‌خواند که نه تنها مانع بهره‌وری از مواعظ شفا بخش قرآن شده، بلکه بر عمق بیماری شخص می‌افزاید.

وَنَزَّلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا(۱) ۱۵۳

«از این قرآن چیزی که شفابخش و رحمت برای مؤمنان است می‌فرستیم در حالی که این برای ستمکاران جز زیان و خسران نمی‌افزاید.»

دارو سبب درد شد اینجا چه امید است زایل شدن حادثه و صحت بیمار؟!

امیر مؤمنان علیه السلام درباره گوش‌های ناشنوا می‌فرماید:

«وَقَرَّ سَمْعٌ لَّمْ يَفْقَهُ الْوَاعِيَةَ وَكَيْفَ يُرَاعِيَ النَّبَأَ مَنْ أَصَمَّتْهُ الصَّيْحَةُ».(۲) ۱۵۴

۱- . نمل: ۸۰

۲- . نهج البلاغه، خطبه ۴

ص: ۹۸

«کر باد گوش‌ی که ندای رسای اندرز را نشنود، گوش‌ی که با عربده جهل پر شده، چگونه نوای حق را خواهد شنید.» پیامبر خدا صلی الله علیه و آله طی خطبه مسجد خیف، درباره مخاطبان خردمند که دل به سخن آن حضرت می‌سپارند و آن را به دیگران منتقل می‌کنند، دعا می‌کند:

«نَضَّرَ اللَّهُ عَبْدًا سَمِعَ مَقَالَتِي فَوَعَاَهَا وَحَفِظَهَا وَبَلَّغَهَا مَنْ لَمْ يَسْمَعْهَا» (۱) ۱۵۵

«خداوند خرم و شادمان گرداند بنده‌ای را که گفتار من را شنید و در آن تأمل کرد و حفظ نمود و به آنان که نشنیده‌اند، انتقال داد.»

خلاصه آنکه: پیام گیرنده باید با پیام دعوتگر خردمندانه و مسؤولانه برخورد کند و همانگونه که برای علاج بیماری‌های جسم خود به جستجوی طبیب و دارو می‌پردازد، برای بیماری‌های روحی و اخلاقی‌اش نیز در جستجوی طبیب روحانی باشد و با داروهای مناسب، خود را درمان کند. سعدی می‌گوید:

امید عافیت آنکه بود موافق عقل که نبض را به طبیعت شناس بنمایی

بپرس هرچه ندانی که ذلّ پرسیدن دلیل راه تو باشد به عزّ دانایی

همانگونه دیدیم، قرآن کریم عوامل تأثیر پذیری یا تمرد مخاطبان را

ص: ۹۹

بیان کرده و زمینه‌های مختلف روحی، وراثتی و اجتماعی را به تصویر می‌کشد و چگونگی تعامل با آنان را می‌آموزد که در باب تبلیغ و مخاطب‌شناسی و اثر پذیری راهگشا است.

۲- مخاطب شناسی

اشاره

چنانکه گفتیم: از شرایط مهم موفقیت تبلیغ، شناخت مخاطب است که می‌توان آن را شاخه‌ای از حکمت شمرد آنچه در فن «معانی و بیان» از آن به «بلاغت» تعبیر شده؛ یعنی: «ایراد سخن بر وفق مقتضای حال» یکی از مصادیقش همین است که مبلغ زمینه‌های روانی و اجتماعی مخاطبین خود را در نظر بگیرد و آنگاه به تبلیغ آنان پردازد. همانگونه که این تعریف شامل شرایط زمانی و مکانی دیگر و مقتضیات نیز خواهد بود و اگر اینها شناخته نشود و لحاظ نگردد، کار تبلیغ بی‌اثر یا کم‌اثر بوده و گاه به ضد تبلیغ تبدیل خواهد شد.

اصول و کلیات مخاطب‌شناسی و توجه به حالات وی در تبلیغ را باید از دو بعد «نظری» و «عملی» برای مبلغ روشن شده باشد و سپس به کار تبلیغی رو آورد.

خاستگاه خانوادگی مخاطب، شرایط سنی، جنسی، فرهنگی، اجتماعی، جغرافیایی، مرحله رشد، ظرفیت پیام‌گیری، زمینه‌ها و گرایش‌های روانی، میزان تأثیرپذیری و موانع تأثیرپذیری و چگونگی اثرگذاری، عوامل و شرایطی هستند که مخاطبان را به گروه‌های مختلف تقسیم می‌کنند و مبلغ باید از آنها آگاهی داشته باشد و آن را در تبلیغ لحاظ کند و متناسب با حال هر یک ابلاغ پیام نماید.

مبلغ همچون کشاورزی است که بذر را در زمین می‌افشاند و ضرورتاً

ص: ۱۰۰

باید از ماهیت بذر و استعداد و زمین و آب و هوا و موقعیت و فصل و آیین رشد و نگهداری تا به دست آمدن محصول و ... به خوبی آگاه باشد تا تلاش و کوشش و سرمایه‌ای که در این کار می‌گذارد هدر نرود.

یا چونان طبیعی است که باید حال بیماران خود و چگونگی مداوا و معالجه را بدانند تا بتوانند به سلامت و بهبودی آنان امیدوار باشند.

امیر مؤمنان علیه السلام در توصیف پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و راه و روش تبلیغی آن حضرت، با استفاده از این مثال می‌فرماید:

«طَبِيبٌ دَوَّارٌ بِطَبِّهِ قَدْ أَحْكَمَ مَرَاهِمَهُ وَأَحْمَى مَوَاسِمَهُ، يَضَعُ ذَلِكُ حَيْثُ الْحَاجِزَةُ إِلَيْهِ مِنْ قُلُوبِ عُمِّيِّ وَأَذَانِ صُمَّ وَالسِّنَّةِ بَكُمْ مَسْبُوعٌ بِدَوَائِهِ مَوَاضِعَ الْعُقْلَةِ وَمَوَاطِنَ الْحَيْرَةِ» (۱) ۱۵۶

«او طبیعی بود که با طب خود به سیر و سیاحت پرداخت (پزشک سیار)، مرهم‌ها ساخت و وسیله داغ کردن (جراحی) آماده نمود تا هر جا، به هر کدام نیاز بود اعمال کند و در مورد قلب‌های کور و گوش‌های کر و زبانهای گنگ به کار گیرد و داروی شفابخش غفلت و حیرت را به مصرف رساند.»

نکاتی که در سخن امیرالمؤمنین علیه السلام شایان توجه است:

۱. طیب نفوس و قلوب، پیامبر گرامی صلی الله علیه و آله در مقام تبلیغ رسالت و نجات دادن انسانها به انتظار بیماران نمی‌نشیند؛ زیرا بسیاری از بیماران اعتقادی و اخلاقی به بیماری خود توجه ندارند تا در جستجوی طیب معالج باشند. در اینجا باید طیب روحانی به سراغ بیماران برود. این طیب سیار از سوی خداوند مأمور است به پا خیزد و جامه عزلت بدور افکند و

ص: ۱۰۱

هرجا بیماری یافت، هشدار دهد و به علاج او همت گمارد و طبق آیین نامه الهی، در انجام رسالت خود بکوشد یا **أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ * قُمْ فَأَنْذِرْ (۱) ۱۵۷**، یا **أَيُّهَا الْمُرْمَلُ * قُمْ اللَّيْلَ إِلَّا قَلِيلًا (۲) ۱۵۸**
 خواند مَرْمَلِ نَبِيٍّ رَا زَيْنَ سَبَبِ كِه بَرُونِ آازِ كَلِيمِ اِي بُو الْهَرَبِ
 سر مکش اندر گلیم و رو میپوش که جهان جسمی است سرگردان تو هوش ...
 هین قم اللیل که شمعی ای همام شمع داریم شب بود اندر قیام ...
 خیز و بنگر کاروان ره زده هر طرف غولی است کشتیان شده (۳) ۱۵۹

بدین ترتیب مبلغان نباید بنشینند تا مخاطبان به سراغ آنان بیایند، بلکه باید به راه بیفتند و بیماران را هرجا یافتند شناسایی کنند و در معالجه آنان بکوشند.

۲. همانگونه که حال بیماران متفاوت است و هر یک مداوای ویژه‌ای را می‌طلبند، حال تبلیغ شدگان نیز یکسان نیست. گروهی را منطق و استدلال و به اصطلاح قرآن «حکمت» قانع می‌کند. گروهی را اندرز و موعظه و جمعی را رأفت و عطوفت به تسلیم می‌کشاند و این مرهم شفابخش جانهای آنهاست. چنانکه قرآن کریم توصیف می‌کند: **فَبِمَا**

۱- . مدَّثِّر: ۱ و ۲

۲- . مَرْمَل: ۲-۱

۳- . مثنوی معنوی، ص ۳۶۰

ص: ۱۰۲

رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ... (۱) ۱۶۰ و آیات رحمت و عفو و گذشت و تحویل و مدارا، موارد آن را بیان می‌نماید، جمع دیگر را جراحی و جنگ و جهاد سر عقل می‌آورد و اگر مانع راه رسالت و تبلیغ بودند از میان بر می‌دارد که آیات جهاد و دفاع موارد آن را بیان کرده است؛ یا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ وَاغْلُظْ عَلَيْهِمْ (۲) ۱۶۱ و اگر این دو سیاست تبلیغی هر یک در جای خود بدرستی انجام نگیرد، اثر مطلوب نخواهد داد.

هر کجا داغ بایدت فرمود چونکه مرهم نهی ندارد سود

نکته دیگری که از بیانات امیر بیان، علی علیه السلام می‌توان استفاده کرد، رعایت طاق‌ت مخاطبان است؛ یعنی دعوت‌گر باید بر آورد کند که توان فکری و ظرفیت روحی مخاطب در چه حد است و چه مقدار از مسائل را می‌تواند تحمل کند. چرا که علم و حکمت را درجاتی است و انسانها نیز درجاتی دارند، تشخیص این موارد و تطبیق پیام تبلیغی با آنها، از مصادیق حکمت است؛ زیرا اگر حکمت در جای خود قرار نگیرد، ضایع می‌شود؛ چنانکه امیر مؤمنان فرمود:

«إِنَّ الْحُكْمَاءَ ضَيَّعُوا الْحِكْمَةَ لَمَّا وَضَعُوهَا عِنْدَ غَيْرِ أَهْلِهَا» (۳) ۱۶۲

هر گاه توان تحمل مخاطب محدود باشد، به جای اینکه از دعوت و تبلیغ بهره‌گیرد، به دلیل عدم درک کافی، به گمراهی کشیده می‌شود. از سخنان نبی گرامی صلی الله علیه و آله است:

۱- آل عمران: ۱۵۹

۲- توبه: ۷۳

۳- بحار الأنوار، ج ۷۸، ص ۳۴۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶

ص: ۱۰۳

«لَا تُحَدِّثُوا النَّاسَ بِمَا لَا يَعْرِفُونَ، أَوْ تُجِبُونَ أَنْ يُكَذَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ» (۱) ۱۶۳

«برای مردم چیزی نگویند که قدرت شناخت آن را ندارند. آیا دوست می‌دارید که خدا و رسول او مورد تکذیب قرار گیرند؟!»

امام صادق علیه السلام نیز می‌فرماید:

«مَا كَلَّمَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ الْعِبَادَ بِكُنْهِ عَقْلِهِ قَطُّ وَقَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ: إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ، أُمِرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ

النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ» (۲) ۱۶۴

«پیامبر خدا هیچگاه به ژرفای عقل خود با بندگان سخن نگفت.

آن حضرت فرمود: ما گروه پیامبران مأموریم با مردم به اندازه عقلشان سخن بگوییم.»

علی علیه السلام می‌فرماید:

«لَيْسَ كُلُّ الْعِلْمِ يَسْتَطِيعُ صَاحِبُ الْعِلْمِ أَنْ يَفْسِرَهُ لِكُلِّ النَّاسِ لِأَنَّ مِنْهُمْ الْقَوِيَّ وَالضَّعِيفَ وَ لِأَنَّ مِنْهُ مَا يُطَاقُ حَمْلُهُ وَمِنْهُ مَا لَا يُطَاقُ

حَمْلُهُ، إِلَّا مَنْ يُسَهِّلُ اللَّهُ لَهُ حَمْلَهُ وَأَعَانَهُ عَلَيْهِ مِنْ خَاصَّةِ أَوْلِيَائِهِ» (۳) ۱۶۵

«هر علمی چنان نیست که دارنده آن بتواند برای همه مردم بیان کند؛ زیرا برخی از آنها توانا هستند و برخی ناتوان و دانش نیز

۱- . بحار الانوار، ج ۲، ص ۷۷؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶

۲- . کافی، ج ۱، ص ۲۳- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۹۸

۳- . بحار الأنوار، ج ۶، ص ۱۴۲؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۸

ص: ۱۰۴

یکسان نیست بخشی قابل تحمّل و بخشی غیر قابل تحمل است، مگر کسی که خداوند حمل آن را آسان کند و او را یاری دهد و این ویژه اولیای خاص اوست.»

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: حضرت عیسی بن مریم در میان بنی اسرائیل برای ایراد خطبه به پا خاست و فرمود:

«يَا بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تُحَدِّثُوا بِالْحِكْمَةِ الْجَهَّالَ فَتُظْلِمُوهَا وَلَا تَمْنَعُوهَا أَهْلَهَا فَتُظْلِمُوهُمْ» (۱) ۱۶۶

آری، با نااهلان سخن از حکمت گفتن، ظلم به حکمت است و دریغ داشتن حکمت از اهل حکمت، ظلم به آنهاست.

میزان تأثیر پذیری مخاطب

مخاطبان را از نظر تأثیر پذیری به سه گروه می‌توان تقسیم کرد:

گروه اول:

کسانی هستند که فطرت پاک انسانی را با کردار ناشایست آلوده نکرده و از تقوای نسبی بهره‌ای دارند که آیه کریمه: ذَلِكَ الْكِتَابُ لَا رَيْبَ فِيهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِينَ (۲) ۱۶۷ را می‌توان بر آنها ناظر دانست. اینها متعلمانی هستند که طالب نجات‌اند.

«وَمُتَّعَلَّمٌ عَلَى سَبِيلِ نَجَاةٍ»؛ (۳) ۱۶۸

این گروه از تأثیرپذیری مناسبی برخوردارند و لذا تبلیغ آنان دشوار نیست. در عین حال شناخت زمینه تبلیغی این گروه برای مبلغ ضروری است.

گروه دوم:

آنان که فطرت انسانی را با گناه آلوده کرده اما به مرحله یأس و نومیدی نرسیده‌اند. اینان به بیماران قابل‌علاجی می‌مانند که طیب

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۹۲

۲- . بقره: ۲

۳- . نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۴۷

ص: ۱۰۵

حاذق و داروی مناسب می‌تواند آلودگی را از جان آنها بزدايد و مستعد پذیرش مواعظ و تعالیم گرداند؛ به بیان قرآن کریم، اینان باید تزکیه شده و سپس تعلیم داده شوند؛ **يُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ**

(۱). ۱۶۹

گروه سوم:

افرادی که آلودگی جانیشان به مرحله خطرناک و غیرقابل علاج رسیده است. در آیات و روایات، از آنها به مردگان بی احساس و شعور تعبیر شده است؛ **إِنَّكَ لَا تَسْمَعُ الْمَوْتَى وَلَا تَسْمَعُ الدُّعَاءَ إِذَا وَلَّوْا مُدْبِرِينَ**

(۲). ۱۷۰

مسئولیت مبلغ در برابر اینان تنها اتمام حجت و قطع عذر است؛ همانگونه که پیامبر خدا صلی الله علیه و آله از تبلیغ و دعوت این قشر از مخاطبان نیز فروگذار نکرد تا آنها را حجتی بر خدا و رسول نباشد؛ **لِنَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ** (۳) ۱۷۱ و اگر به هلاکت افتادند، از روی آگاهی و بیداری باشد؛ **لِيُهْلِكَ مَنْ هَلَكَ عَنْ بَيِّنَةٍ وَيَحْيِيَ مَنْ حَيَّ عَنْ بَيِّنَةٍ** (۴) ۱۷۲

قرآن با مخاطبان عصرها

در اینجا دریغمان آمد که از نکته‌ای مهم در اعجاز قرآن کریم غفلت شود و آن رعایت حال مخاطبان در ادوار مختلف حیات انسانها تا پایان کار این عالم است. در عصر نزول قرآن، بیشتر مخاطبان آن، مردم بی فرهنگ و تازه از جاهلیت رسته بودند و طبعاً می‌بایست ظرفیت روحی و توان فکری و سایر شرایط اجتماعی و زمانی و مکانی آنان رعایت

۱- . جمعه: ۲

۲- . نمل: ۸۰

۳- . نساء: ۴

۴- . انفال: ۴۲

ص: ۱۰۶

می‌شد، درحالی که مرور زمان و روند و تکامل انسان و رشد فرهنگها و پویایی اندیشه‌ها در طول عصرهای بعدی، ایجاب می‌کرد که حال مخاطبان قرآن در هر عصر و برای هر نسل لحاظ شود؛ یعنی از خطابات آیات الهی و مفاهیم و محتوای آن، آحاد مردم، در همه سطوح؛ از ساده‌ترین افراد تا نوابغ دورانها بهره‌گیرند، شگفتی‌های کلام الله را بفهمند و بدان ایمان آورند و طراوت و تازگی آن برای همیشه باقی بماند. پاسخ دادن به این خواسته‌ها تنها از قرآن، وحی الهی و سرآمد کتب آسمانی با اعجاز شگفت‌انگیز آن، ساخته است. بدینسان، آیات کریمه این کتاب مبارک، به گونه‌ای ترکیب و تنظیم و ارائه شده و محتوایی در آن تعبیه گردیده که پاسخگوی همه نسلها در هر عصر باشد و هر یک از انسانها بقدر استعداد و دانش خود تحت تأثیر جاذبه آن قرار گیرند؛ یعنی عرب جاهلی مجذوب آن شود و دانشوران و اندیشمندان هر عصر نیز از جاذبه آن متأثر گردند. به همین لحاظ است که در روایات آمده: قرآن هفتاد پرده دارد و رقم هفتاد نیز احتمالاً رمز کثرت باشد و بنابراین، به رقم معین محدود نمی‌شود و ژرفای آن را پایانی نیست، همانگونه که امیرمومنان علیه السلام فرمود:

«وَإِنَّ الْقُرْآنَ ظَاهِرُهُ أُنِيقٌ وَبَاطِنُهُ عَمِيقٌ، لَا تَفْنَى عَجَائِبُهُ وَلَا تَنْقُضِي غَرَائِبُهُ، وَلَا تُكْشِفُ الظُّلُمَاتُ إِلَّا بِهِ» (۱) ۱۷۳

«قرآن را ظاهری شیوا و باطنی عمیق است. شگفتی‌های آن تمام نمی‌شود و اسرار نهفته آن پایان نمی‌پذیرد و تاریکی‌ها جز به نور آن زدوده نگردد.»

ص: ۱۰۷

روزی قرآن را مخاطبانی بود که با شتر و صحرا و طبیعت سر و کار داشتند، آن روز آیاتی متناسب با آنان آورد؛ أَفَلَا يَنْظُرُونَ إِلَى الْأِبِلِّ كَيْفَ خُلِقَتْ وَإِلَى السَّمَاءِ كَيْفَ رُفِعَتْ وَإِلَى الْجِبَالِ كَيْفَ نُصِبَتْ وَإِلَى الْأَرْضِ كَيْفَ سُطِحَتْ (۱) ۱۷۴ که همین آیات نیز شگفتی‌هایی در خود نهفته دارد، در حالی که وقتی قرآن، مثلاً از توسعه فیزیکی جهان سخن می‌گوید: وَالسَّمَاءَ بَنَيْنَاهَا بِأَيْدٍ وَإِنَّا لَمُوسِعُونَ (۲) ۱۷۵ مخاطبان عصر نزول را ظرفیت فهم محتوای آن نیست بلکه دانشمندان کیهان‌شناس باید در آینده بیابند و پیام الهی را درک کنند و به شگفتی و اعجاز علمی قرآن ایمان آورند؛ زیرا نظریه توسعه عالم، تازه‌ترین نگاه درباره جهان آفرینش است. آیات دیگر از این دست بسیار است که مشتمل بر اسرار آسمان و زمین، قانون جاذبه و دافعه و طبیعت‌شناسی، گیاه‌شناسی، انسان‌شناسی، حیوان‌شناسی، رازهای مرئی و نامرئی در طبیعت و ماوراء طبیعت، سرچشمه علوم انسانی، حقوقی، ریاضی، طبیعی، فلسفی، اخلاقی، عرفانی، سیاسی، نظامی خانوادگی، فردی و اجتماعی است که با تدبّر در آیات، دست یافتنی است و معجزه جاودان قرآن، برای هر عصر و نسل می‌باشد و نیازهای انسانها را در مسائل مادی و معنوی پاسخ می‌دهد و این به تدبّر و تذکر نیازمند است؛ چنانکه آیه کریمه: كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ وَلِيَتَذَكَّرَ أُولُو الْأَلْبَابِ (۳) ۱۷۶ بیانگر آن است. خلاصه آنکه، قرآن همه مخاطبان و نیازهای آنان را در هر عصر و

۱- .سوره غاشیه، آیات ۱۸ تا ۲۰.

۲- .الذاریات: ۴۷

۳- .«ص»: ۲۹، نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۳۷۳

ص: ۱۰۸

زمان و مکان منظور دارد، به همین دلیل زیبایی و نوآوری اعجاب‌انگیز آن را پایانی نیست. در خصوص این مطلب از امام هشتم علیه السلام چنین می‌پرسند:

«مَا بَالُ الْقُرْآنِ لَا يَزِدَادُ عِنْدَ النَّشْرِ وَالِدِّرَاسَةِ إِلَّا غَضَاظَةً؟».

«این چه رمزی است در قرآن، که در رهگذار تدریس و تحقیق، جز طراوت و شادابی نمی‌افزاید؟»

حضرت پاسخ می‌دهد:

«لَأَنَّ اللَّهَ لَمْ يُنَزِّلْهُ لِرِمَانٍ دُونَ زَمَانٍ وَلَا لِنَاسٍ دُونَ نَاسٍ، فَهُوَ فِي كُلِّ زَمَانٍ جَدِيدٌ وَعِنْدَ كُلِّ قَوْمٍ غَضٌّ...» (۱) ۱۷۷

«زیرا خداوند قرآن را برای زمانی خاص و مردمی ویژه نفرستاد، بنابراین، در هر زمانی نو و برای هر قومی شاداب و جذاب است.»
این نکات ارزشمند به مبلغان می‌آموزد: زمان، دانش زمان و نیز مردم زمان را بشناسند و به زبان روز با آنان سخن بگویند. آنچه به عنوان «عارف و عالم به زمان» بودن در روایات آمده، نگاه به این نکته دارد، که نباید از نگاه مبلغان پوشیده بماند.

۱- . عیون أخبار الرضا علیه السلام، ج ۲، ص ۸۷

فصل چهارم: پیام یا محتوای تبلیغ

اشاره

از دیگر عناصر بنیادین تبلیغ، که باید آن را به مثابه روح تبلیغ شمرد و تبلیغ بدون آن مفهوم ندارد، محتوای پیامی است که پیام دهنده تصمیم دارد آن را به پیام گیرنده انتقال دهد. محتوای پیام، عبارت است از موضوع اعتقادی، فرهنگی، اخلاقی و یا هر موضوع دیگری که پیام رسان در صدد گسترش آن است. با تنوع تبلیغات، پیام نیز متنوع می‌شود و ارزشیابی پیامها در همین تنوع است. در تبلیغات اسلامی، «محتوای پیام» روح رسالت الهی است که پیام آوران خدا با تکیه بر اصول مشترک ادیان، ابلاغ کرده و مردم را به پذیرش آن فراخوانده‌اند و از آن رو که اصول پیام رسولان الهی یکی است (۱) ۱۷۸ از این نقطه نظر تفاوتی میان پیام و پیام آوران نیست:

لَا تُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْ رُسُلِهِ (۲) ۱۷۹.

- ۱- . وَ لَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ، (نحل: ۳۶) لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ، (حدید: ۲۵) فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ، (بقره: ۲۱۳).
- ۲- . بقره: ۲۸۶.

ص: ۱۱۰

ویژگی‌های پیام

پیام الهی، بهترین حدیث و قول احسن است. همانگونه که قرآن کریم می‌فرماید:

اللَّهُ نَزَلَ أَحْسَنَ الْحَدِيثِ كِتَابًا مُتَشَابِهًا مَثَانِيَ تَقْشَعِرُّ مِنْهُ جُلُودُ الَّذِينَ يَخْشَوْنَ رَبَّهُمْ (۱) ۱۸۰

«خداوند بهترین سخن را فرو فرستاد، کتابی همگون که از شنیدن آن لرزه بر اندام خداترسان می‌افتد.»

این پیام با عمل صالح همراه است:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ (۲) ۱۸۱

«کدامین سخن بهتر از اینکه کسی به سوی خدا دعوت کند و عمل صالح انجام دهد و بگوید من از تسلیم شدگانم.»

پیام الهی با فطرت و خرد آدمی همسویی دارد و لذا زمان و مکان و مرور حوادث، آن را کهنه نمی‌کند:

فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفًا فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَيِّمُ وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ (۳) ۱۸۲

«روی خود را در دینی استوار دار که خداوند فطرت آدمیان را بر

۱- زمر: ۲۳

۲- فصلت: ۳۳

۳- روم: ۳۰

ص: ۱۱۱

آن سرشته است. آفرینش خدایی تغییر نمی‌پذیرد، این است آیین پایدار، هر چند بسیاری از مردم نمی‌دانند.»
 رمز پایداری نهضت‌های الهی و پیام‌های آسمانی را در همین نکته‌ها باید جست: «بهترین سخن بودن، جاذبه و تأثیر داشتن، همسوی با فطرت و مقبولیت عقل و علم» و بر اینها بیفزاییم «پاسخگویی به نیازهای مادی و معنوی بشر در هر عصر» را. خلاصه اینکه: پیام الهی از بیرون به وسیله پیامبران ابلاغ و از درون به وسیله فطرت و خرد حمایت می‌شود.
 اتکا به تدبّر و تعقل و علم و دانش، به عنوان پشتوانه دعوت الهی در اسلام، بیش از هر آیین دیگر مشهود است. همانگونه که آیات زیر بیانگر آن است.

... كَذَلِكَ نَفْصَلُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَعْقِلُونَ (۱) ۱۸۳
 كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ (۲) ۱۸۴
 كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ مُبَارَكٌ لِيَدَّبَّرُوا آيَاتِهِ (۳) ۱۸۵
 وَ تِلْكَ الْأَمْثَالُ لِنَاسٍ لِّئَلَّا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ (۴) ۱۸۶

سرچشمه معارف اسلامی

بر این اساس، تبلیغ اسلامی هر چه علمی‌تر و عقلانی‌تر باشد، به روح و واقعیت نزدیکتر است و هر اندازه از پیرایه اوهام و تضاد با علم و عقل پیراسته باشد، شانس پذیرش بیشتری دارد.

۱- روم: ۲۸

۲- بقره: ۲۱۹

۳- ص: ۲۹

۴- عنکبوت: ۴۳

ص: ۱۱۲

بنابراین، مبلغ اسلامی باید به گونه‌ای پیام خود را طرح کند که بر طبایع سالم و مبانی علمی سنگین و غریب نیاید و هر آنچه را که می‌گوید، برای آن دلیلی از شرع و تأییدی از عقل بیاورد. زیبایی‌های معنوی پیام اسلام را که در قرآن و حدیث تبلور یافته، برای مخاطبان بیان کند و مطالب خود را بر متون قرآنی و روایی مستند سازد. اینگونه پیام‌رسانی از زبان وحی و لسان معصومان، بهترین زمینه را برای تأثیر و نفوذ فراهم می‌کند. چنین مبلغانی، رسالت قرآنی و ولایی خود را ابلاغ نموده و واسطه جذب دلها به پیام اسلام می‌شوند و ائمه علیهم السلام آنان را ستوده‌اند. حضرت صادق علیه السلام می‌فرماید:

«رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا حَبَبْنَا إِلَى النَّاسِ وَلَمْ يَبْغُضْنَا إِلَيْهِمْ أَمَا وَاللَّهِ لَوْ يَزُودُونَ مَحَاسِنَ كَلَامِنَا لَكَانُوا بِهِ أَعَزَّ وَمَا اسْتَطَاعَ أَحَدٌ أَنْ يَتَعَلَّقَ عَلَيْهِمْ بِشَيْءٍ وَلَكِنَّ أَحَدَهُمْ يَسْمَعُ الْكَلِمَةَ فَيَحِطُّ إِلَيْهَا عَشْرًا» (۱) ۱۸۷

«خداوند پیام‌رزد بنده‌ای را که ما را نزد مردم محبوب گرداند و مبعوض نسازد. به خداوند سوگند اگر مردم زیبایی‌های گفتار ما را می‌شناختند، در سایه آن عزیزتر بودند و کسی نمی‌توانست پیرایه‌ای به آنان ببندد، بلکه یک کلمه را می‌شنیدند و ده درجه بدان گرایش پیدا می‌کردند.»

عبد الصالح هروی از حضرت رضا علیه السلام چنین روایت می‌کند:

«رَحِمَ اللَّهُ عَبْدًا أَحْيَا أَمْرَنَا. فَقُلْتُ لَهُ فَكَيْفَ يُحْيِي أَمْرَكُمْ؟ قَالَ: يَتَعَلَّمُ عُلُومَنَا وَيُعَلِّمُهَا النَّاسَ، فَإِنَّ النَّاسَ لَوْ عَلِمُوا مَحَاسِنَ

ص: ۱۱۳

كَلَامَنَا لَا تَبْعُونَا» (۱) ۱۸۸

«خدا رحمت کند بنده‌ای را که امر ما را زنده کند. راوی حدیث می‌گوید: پرسیدم: چگونه امر شما را احیا کند؟ فرمود: دانشهای ما را فرا گیرد و به مردم آموزش دهد؛ زیرا اگر مردم زیبایی‌های سخن ما را می‌دانستند، از ما پیروی می‌کردند.»

جوامع روایی ما، سرشار از معارف اسلامی، رهنمودهای اخلاقی و تربیتی و سرچشمه جوشان معرفت برای هر عصر و نسل است و مبلغان نباید از این منبع فیاض غفلت ورزند، همانگونه که سیره عملی پیشوایان دین نیز تبلوری عینی است از این معارف و حقایق. جالب اینجا است که محتوای غنی پیام تبلیغی اسلام، در عباراتی زیبا و در عین حال موجز و کوتاه و بدور از اطناب، بیان شده و این نیز برای مبلغان سرمشق است که مخاطب را با اطاله سخن و پراکنده گوئی خسته نکرده و جان کلام و عصاره سخن و روح پیام را، با رساترین بیان منتقل نمایند و با مطالعه و کاوش در متون اسلامی، می‌توان ناگفته‌ها را یافت و با نوآوری مخاطب را جذب کرد و از تکرار مکررات و بسیار گفته غیر ضروری پرهیز نمود.

هر چند تکرار، خود یکی از شیوه‌های تبلیغ است اما این تکرار، در مواقع ضرورت مؤثر است، آنهم زمانی که به گونه‌های مختلف و عبارات متنوع بیان شود؛ همانگونه که قرآن این شیوه را در ابلاغ پیام به کار برده است، مثلاً قرآن کریم در موارد بسیاری به نماز فرمان داده اما در هر جایی به گونه‌ای خاص و عبارتی متفاوت و زمینه‌سازیهایی متناسب مسأله نماز و اهمیت آن را مطرح ساخته است.

تناسب سطح محتوای پیام با مخاطب

همانگونه که در بحثهای مخاطب‌شناسی آوردیم، شناخت ظرفیت مخاطب، از مسائل مهمی است که باید سطح محتوای پیام را بر اساس آن شکل داد. با توجه به مطالب پیش گفته، این مسأله که محتوای پیام سبک باشد یا سنگین، عمیق باشد یا ساده؟ به مخاطب‌شناسی بستگی دارد.

پیام را می‌توان با عباراتی سنگین، تحقیقی و عمیق مطرح کرد، آنگاه که مخاطب ظرفیت و تحمّل پیام را داشته باشد. همچنین می‌توان با عبارتی ساده و محتوای رقیق بیان نمود، اگر مخاطب دارای کشش کمتری باشد. نیکو گفته‌اند:

چونک با کودک سر و کارم فتادهم زبان کودکان باید گشاد

در تبلیغات حج نیز این نکته باید مورد توجه قرار گیرد و چه بهتر اگر مبلغ بتواند کلاسها و جلسات متعدد برای سطوح مختلف داشته باشد یا مجالس عمومی و خصوصی، به تناسب حال مخاطبان ترتیب دهد و گاه با تک تک افراد وارد گفتگو شود و به نیازهای شرعی و معرفتی و توجیهی آنان پاسخ دهد.

اصول اولیه در پیام آسمانی

رسالت‌های آسمانی را در «عقاید»، «شرایع» و «اخلاق» می‌توان خلاصه کرد. هر شاخه تبلیغی دیگر، سرانجام به یکی از این سه، باز می‌گردد و حدیث معروف نبوی:

«إِنَّمَا الْعِلْمُ ثَلَاثَةٌ: آيَةٌ مُحْكَمَةٌ، أَوْ فَرِيضَةٌ»

ص: ۱۱۵

عَادِلَةٌ، أَوْ سُنَّةٌ قَائِمَةٌ» (۱) ۱۸۹

بدان اشاره دارد.

شایان توجه، ارتباط و انسجام و تأثیر و تأثری است که میان این سه وجود دارد. محتوای این پیام به صورت جامع و کلی بندگی خدای یگانه و التزام به آثار عملی توحید و کسب فضایل و کمالات انسانی با هدایت و رهبری پیام آوران آسمانی است. تجلی این سه را می‌توان در تمامی آداب شرعی مشاهده کرد. نماز، زکات، حج، جهاد و دیگر آداب دینی، در بردارنده سه عنصر بنیادین پیام است:

نماز،

برای ذکر و قرب حق و اتصاف به فضایل و اجتناب از رذائل:

إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرُ اللَّهِ أَكْبَرُ

(۲) ۱۹۰.

حج،

آهنگ خدا نمودن، آراستن و پیراستن روح و تخلق و تمرین اخلاق فاضله فردی و جمعی در این میعادگاه است و نیز عرصه شهود و حضور است و دستیابی به منافع معنوی و مادی؛ ... لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ ... (۳) ۱۹۱.

مبلغان حج باید جوانب این منافع و آثار فردی و اجتماعی و عرفانی و عملی را منظور داشته باشند و آداب و اخلاق و ابعاد سیاسی- اجتماعی آن را برای زائران بیان کنند که یک جانبه‌گرایی در تبلیغ، محتوا را از آنچه هست تنزل می‌دهد. به بیان امام راحل قدس سره:

«حج عرصه نمایش و آئینه سنجش استعدادها و توان مادی و معنوی مسلمانان است. حج بسان قرآن است که همه از آن

۱- . الکافی، ج ۱، ص ۳۲

۲- . عنکبوت: ۴۵

۳- . حج: ۲۸

ص: ۱۱۶

بهره‌مند می‌شوند ولی اندیشمندان و غوّاصان و درد آشنایان اّمّت اگر دل به دریای معارف آن بزنند و از نزدیک شدن و فرو رفتن در احکام و سیاستهای اجتماعی آن نترسند، از صدف این دریا گوهر هدایت و رشد و حکمت و آزادگی را بیشتر صید خواهند کرد و از زلال حکمت و معرفت آن تا ابد سیراب خواهند گشت...» (۱) ۱۹۲ حج شعار جاودانه‌ای است که خداوند عزت و شوکت مسلمانان را بدان مرهون ساخته است و بدین مقیاس باید مورد تجزیه و تحلیل قرار گیرد و در آثار عرفانی و اخلاقی، اجتماعی و سیاسی آن به‌طور جداگانه تأمل شود که در هر بررسی و تحقیق، نکته‌های ناشناخته جدیدی از آن رخ می‌نماید و عظمت این فریضه آشکارتر می‌گردد؛ فریضه‌ای که از بُعد انسان‌سازی و تکامل‌بخشی معنوی، تجدید ذکر خدا، تذکّاری از قیامت، تجلّی و روح تعبّد و تسلیم است، صبر و کفّ نفس را تعلیم و تمرین می‌دهد. انفاق و از خود گذشتگی را می‌آموزد. خضوع و تذلّل انسان را در برابر قدرت مطلقه جهان هستی به نمایش می‌گذارد تا رضوان و غفران خداوندی را با خود آورد و از این بابت با نقش سازنده‌ای که در تربیت اخلاقی و معنوی انسان دارد، می‌تواند نقطه تحوّل حج گزاردن باشد.

پیمودن طریق سیر و سلوک آن، ره‌توشه‌ای برای همه عمر و سرچشمه‌ای زایا و پویا و همراه با برکات و نعمات الهی است و اگر حج گزار به این سرمایه غنی دست یافت، به منافع حج راه یافته است. از این رو، مبلغان باید حج گزاران را به محتوای حج و آثار و برکات آن توجه دهند و به غنای روحی برسانند.

ص: ۱۱۷

و تحریف‌ها و وسوسه‌های تحریف‌گران را از چهره حج و معارف اسلام بزدایند. امام راحل فرمود: «همه مسلمانان باید در تجدید حیات حج و قرآن کریم و بازگرداندن این دو به صحنه زندگی‌شان کوشش کنند و محققان متعهد اسلام با ارائه تفسیرهای صحیح و واقعی از فلسفه حج، همه بافته‌ها و تافته‌های خرافاتی علمای درباری را به دریا بریزند.» «بزرگترین درد جوامع اسلامی این است که هنوز فلسفه واقعی بسیاری از احکام الهی را درک نکرده و حج با این همه راز و عظمتی که دارد هنوز به صورت یک عبادت خشک و یک حرکت بی حاصل و بی ثمر باقی مانده است.»

اعتدال و پرهیز از وسواس

مبلمان باید مسائل و مناسک حج را به گونه‌ای بیان کنند که در زائر دلهره و وسواس ایجاد نکند و در پیچ و خم ظواهر گرفتار نسازد که زائر از فلسفه این فریضه جهانشمول و سیر و سلوک زیبا و معنوی آن محروم بماند و در تعدد نظریات و فتاوا و تردید در صحت عمل با صعوبت و دشواری روبه‌رو شود، بلکه منطق شریعت را که همانا سمحه و سهله بودن است، منظور دارد و به تأمل و توجه به مفهوم حج و تقید به آداب ظاهریه و راز و نیاز و شیدایی در برابر معبود، که روح حج را تشکیل می‌دهد، توجه دهد و در بیان مسائل و مناسک راه اعتدال را پیماید. کاری نکند که زائر دچار وسواس و تکرار عمل ناشی از آن شود. عمل حج آنقدر دشوار نیست و هرگاه با درایت و مهارت بیان شود، امید و اطمینان به میهمانی دوست را در دل‌ها پدید می‌آورد.

پیشینه حرمین و پیام آوران آن

از جمله مطالب گفتنی در جلسات توجیهی و تبلیغی، بیان سرگذشت بنیانگذاران حج و پیشینه حرمین، به‌ویژه مکه مکرمه است و نیز تاریخ کهن کعبه، به عنوان نخستین خانه‌ای که برای مردم در کره خاکی بنیان گردیده است؛ **إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِي بِبَكَّةَ مُبَارَكًا** (۱) ۱۹۳ تاریخی که به عهد آدم، بلکه پیش از هبوط آدم باز می‌گردد. در این آیه، دو نکته شایان توجه است:

۱.

تأکید بر اینکه این خانه برای مردم بنا شده است.

«ناس» فراگیرترین واژه‌ای است که عموم انسانها را از هر رنگ و نژاد و اقلیم بدون هیچ مشخصه دیگر، در بر می‌گیرد.

۲.

هدایتگری این خانه مکرم برای جهانیان است و این بیان و تعبیر نیز با مفهوم عام و گسترده‌ای که دارد، بر نقش هدایتگری کعبه برای توده انسانها تأکید می‌ورزد.

نفس وجود این بیت مکرم و مراسم عبادی-سیاسی آن، دارای پیام است و حج پیام‌رسان برای همه جهانیان می‌باشد تا گوش مردم گیتی چه مقدار این پیام را بگیرد و بشنود و تا حج گزاران چگونه عمل کنند و ندای هدایتگر کعبه و پیام حج، درانبوه‌وهام و سطحی‌نگری‌ها و مقاصد گوناگون پنهان نماند و سیاسی کاری‌ها اجازه دهد پیام کعبه شفاف و رسا به گوش مردم جهان برسد و بانگ بلند حج را، که می‌بایست آزاد به گستره گیتی راه یابد، در حصارها زندانی نکنند و پیام برائت را که مناسب‌ترین فرصت آن موسم حج است و به لحاظ منافع سیاسی و مقاصد شخصی و فرقه‌ای در

ص: ۱۱۹

سینه‌ها حبس شده و امت اسلام نمی‌تواند از کفر و کافران و سلطه و استعمار، که بلای اسلام و بشریت است، ابراهیم‌وار از کنار بیت عتیق اظهار نماید و پیام حیات‌بخش حج را، که نفی شرک و سلطه است، فریاد کند.

مکه بلد امن، مهبط وحی، منزلگاه فرشتگان و میعادگاه طلایه‌داران رسالت، از حضرت آدم تا حضرت ابراهیم و از حضرت ابراهیم تا حضرت محمد صلی الله علیه و آله و اوصیای آن حضرت است. جای جای مکه و مدینه گنجینه‌های خاطره‌های جاودانه‌ای است که دست زمان و حوادث زمین آن را نسوده و با حیات ایمان زنده و با تاریخ زندگانی طلایه‌داران اسلام و رجال فضیلت و تقوا آمیخته است و از این‌رو مکه و مدینه و کعبه از جغرافیا فراتر رفته و تاریخ جاودان هدایت و نهضت رهپویان وادی نور و عدالت و حجت تا قیام جهانی حضرت مهدی علیه السلام است.

داستان حضرت ابراهیم و هجرت با زن و فرزند خردسالش به سرزمین مکه، به امر پروردگار و اسکان آنها در آن دیار مقدس تا بنای کعبه و داستان شورانگیز ذبح اسماعیل و فدا آمدن، غربت و تنهایی هاجر در آن سرزمین سوخته و بی‌انیس و مونس و جوشش زمزم که سرآغاز چشمه حیات در آن دیار بی‌آب و علف بود و امدادهای غیبی که یکی پس از دیگری رسید تا کعبه مطاف عاشقان شد و خیل انسانها به سوی مکه سرازیر گردیدند و سنت خداوندی که در این داستانها درس آموز هجرت کنندگان به سوی حق و سفرهای معنوی انسانها است، آداب سیر و سلوک و راه و رسم محبت و اخلاص و شیدایی را می‌آموزد و به انسانها امید می‌دهد که هرگاه از غیر خدا منقطع شدند و دل به حضرت دوست سپردند آنها را بر جایگاه بلند می‌نشانند ...

زائران خانه خدا را باید توجه داد که در این سفر، قدم جای قدم

ص: ۱۲۰

ابراهیم و اسماعیل و هاجر می‌نهند و به راهی می‌روند که آنان ره سپردند و جرعه‌نوش زلال زمزم آن عشقی هستند که اسماعیل ذبیح بدان خاطر به قربانگاه رفت و آن پدر و پسر «ابتلای عظیم» را پذیرفتند و سربلند از آن آزمایش سنگین بیرون آمدند. بنابراین، در مراحل مختلف حج، عظمت صاحب‌خانه را باید به یاد آورد و ادب حضور نگهداشت و دیده از زمزم اشک لبریز ساخت تا شایستگی نهادن قدم به مقام ابراهیم فراهم آید. (۱) ۱۹۴ افزون بر بنیانگذاران نخستین حج، دیگر پیامبران نیز به زیارت کعبه آمده و مناسک حج را انجام دادند. روایات و تواریخ، حج پیامبران را ضبط کرده (۲) ۱۹۵ و پیرامون کعبه و میان بیت و مقام در بردارنده قبور ده‌ها پیامبر و ولی و وصی است و حجر اسماعیل خانه کوچک هاجر و اسماعیل و فرزندانشان را بیاد می‌آورد که پرده‌دار حرم و خادمان بیت عتیق بودند.

ذکر این خاطره‌های شیرین و شنیدنی هیچگاه کهنه نمی‌شود به همان دلیل که مناسک حج در گذر زمان طراوت و شادابی خود را دارد و عمدتاً یادآور مناسک و منازل خاندان ابراهیم علیه السلام است.

همچنین مدینه طیبه، که تاریخ زنده و مهد نخستین تمدن اسلام در عصر رسالت است. مطالعه میدانی این تاریخ، که با جغرافیای حرم نبوی پیوند خورده و ده سال تاریخ دعوت و تبلیغ پیامبر را در درون و برون مرزهای اسلام به تصویر می‌کشد و ابنیه و آثاری را که هر کدام رازهای ناگفته در سینه دارد (و در گذشته به آن پرداختیم) اینها بخشی از محتوای تبلیغی حج است.

۱- . نک: اخلاق و آداب حج و زیارت، صص ۳۱-۲۴، اثر نگارنده.

۲- . نک: الحج عبرالحضارات و مقالات ماهنامه میقات حج در رهگذر تمدنها، ترجمه‌نگارنده از کتاب، شماره‌های ۳۹-۴۰-۴۱-

آفت زدایی مادی

یکی از وظایف مبلغان و روحانیون حج این است که زائران را از آفات مادی و زرق و برق‌های بازارهای جادویی بر حذر دارند. متذکر شوند که زائران پس از عمری انتظار توفیق یافته به دیار وحی تشریف یابند تا در حرمین شریفین توشه معنوی بیندوزند، لذا وجهه همت آنان باید اهداف معنوی این سفر باشد. قبل از تشریف و در خلال سفر در جلسات توجیهی خاطر نشان سازند که شاید این سفر معنوی دیگر تکرار نشود و حسرت آن بر دلها بماند. برای سودهای ناچیز دست به سوداگری نزنند و کرامت خود را تنزل ندهند که علاوه بر اتلاف فرصتهای معنوی این سفر روحانی، حیثیت زائران ایرانی را لگه‌دار می‌کند. گاه دیده شده که حاجی در مسجد الحرام به جای اینکه به کعبه نظر کند- که یک عمل پسندیده و مستوجب ثواب است- پشت به کعبه نشسته، از ریال و دلار و لباس و دوربین و امثال آن سخن می‌گوید! غافل از اینکه در کجا نشسته است و نماز در مسجد الحرام با صد هزار رکعت، در دیگر اماکن، برابر است و خواندن قرآن و ذکر و مناجات چقدر فضیلت دارد. سوغات سفر که در آداب زیارت آمده، بدین معنی نیست که زائر وقت گران‌بهای خود را در بازار بگذراند و حتی اوقات نماز در بازارها سرگردان باشد که بسیار زشت و زننده است. این نکته باید مرتب در گوش زائر خوانده شود و با جاذبه دادن به معنویت، آفات مادی را از جان و دل وی بزداید.

ص: ۱۲۳

فصل پنجم: راهبردهای تبلیغی اسلام

اشاره

شناخت شیوه‌های تبلیغ، یکی از شرایط پیام‌رسانی است که مبلّغ باید بر اساس بهترین آنها، پیام‌های تبلیغی را القا کند. طلایه‌داران وحی، با تعلیم الهی، شیوه پیام‌رسانی را آموخته‌اند که برای دیگران نیز سرمشق است. علی علیه السلام می‌فرماید:

«تَاللّٰهِ لَقَدْ عَلَّمْتُ تَبْلِيغَ الرِّسَالَاتِ وَ اِتْمَامَ الْعِدَاتِ وَ تَمَامَ الْكَلِمَاتِ وَ عِنْدَنَا اَهْلُ الْبَيْتِ اَبْوَابُ الْحُكْمِ وَ ضِيَاءُ الْاَمْرِ» (۱) ۱۹۶

«به خدا سوگند، چگونگی تبلیغ رسالت‌ها و وفای به پیمان‌ها و تفسیر کلمات، به من آموخته شد.»

هر چند شیوه‌شناسی تبلیغ در قرآن و روایات و سیره معصومان علیهم السلام ابعاد گسترده‌ای دارد، اما کلیات این شیوه‌ها در قرآن کریم با سه عنوان «حکمت»، «موعظه»، «جدل» بیان شده است؛ ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ

۱- نهج البلاغه، خطبه ۱۲۰

ص: ۱۲۴

بِالْحِكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ

(۱) ۱۹۷.

این سه، در حقیقت چگونگی القای پیام را از بُعد علمی و مفهومی بیان می‌کنند و شیوه‌های عملی را در عناوین دیگر باید کاوید، مانند:

الف- حکمت

اشاره

از آنجا که انسان از خرد و تعقل برخوردار است، با فطرت سلیم و نیروی تشخیص می‌تواند آنچه را که با عقل و فطرت همسویی دارد و تأمین‌کننده مصالح حیاتی اوست، به حکم وجدان بپذیرد، لذا هرگاه دعوت و تبلیغ با منطق و استدلال همراه باشد، زمینه گرایش مخاطب را فراهم می‌سازد. از این رو، قرآن کریم سرلوحه رسالت پیامبر گرامی اسلام را «دعوت با حکمت» قرار داد. قرآن از سوی خداوند حکیم نازل شده و مشتمل بر حکمتها و براهین و دلایل ارائه طریق معرفت و الگوی حکمت عملی و فطری با مفاهیم کلی آن می‌باشد. مقصود از این حکمت، مباحث خاص فلسفی نیست بلکه حکمتی است که برای همه اندیشه‌ها و وجدانها قابل درک باشد. در معنای حکمت گفته‌اند:

«الْحِكْمَةُ أَصَابَةُ الْحَقِّ بِالْعِلْمِ وَالْعَقْلِ، فَالْحِكْمَةُ مِنَ اللَّهِ تَعَالَى مَعْرِفَةُ الْأَشْيَاءِ وَإِيجَادُهَا عَلَى غَايَةِ الْأَحْكَامِ وَمَنْ الْإِنْسَانِ مَعْرِفَةُ الْمَوْجُودَاتِ وَفِعْلُ الْخَيْرَاتِ، وَهَذَا هُوَ الَّذِي وُصِفَ بِهِ لُقْمَانُ فِي قَوْلِهِ تَعَالَى وَلَقَدْ آتَيْنَا لُقْمَانَ الْحِكْمَةَ

(۲) ۱۹۸.

«حکمت، دستیابی به حق، با علم و عقل است. حکمت خداوند،

۱- . نمل: ۱۲۵

۲- . راغب، المفردات فی غریب القرآن،

ص: ۱۲۵

معرفت و ایجاد اشیاء در نهایت استحکام است و از انسان، شناخت موجودات و فعل خیرات، و این همان چیزی است که خداوند در گفتار خود، لقمان را بدان ستوده و فرموده است: ما به لقمان حکمت آموختیم.»

«زمخشری» در تفسیر حکمت گوید:

«حکمت سخن استوار و درست را گویند و آن عبارت است از دلیل روشنگر حق و برطرف کننده شبهه.» (۱) ۱۹۹ «شیخ طوسی» حکمت را بدین گونه توضیح داده است:

حکمت، معرفت حسن و قبح و صلاح و فساد افعال است. حکمت، شامل شناخت و تعقل صحیح نیز می‌گردد؛ زیرا هر یک از شناخت و تعقل، مانع و عاری از فسادند.» (۲) ۲۰۰ فیض کاشانی در این باره می‌نویسد:

«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ ...»

؛ الْمَقَالَةُ الْمُحْكَمَةُ الصَّحِيحَةُ الْمَوْضُحَةُ لِلْحَقِّ، الْمُرِيدَةُ لِلشُّبْهَةِ، هَذَا لِلْخَوَاصِّ ...»؛

«حکمت گفتاری است استوار، درست، روشنگر حق و برطرف کننده شبهه و این برای خواص است.» (۳) ۲۰۱ دیگر مفسران و محققان نیز تقریباً بدین گونه به تفسیر حکمت پرداخته‌اند و گاه توضیحاتی بر آن افزوده‌اند؛ یکی از مفسران در توضیح

۱- . تفسیر کشاف، ج ۲، ص ۶۴۴

۲- . تفسیر تبیان، ج ۶، ص ۴۴۰

۳- . تفسیر صافی، ج ۳

ص: ۱۲۶

آیه می‌نویسد:

«دعوت با حکمت، توجه داشتن به احوال مکلفین و ظرفیت آنها و رعایت مقداری است که در هر مرحله باید بیان کرد تا قبل از آنکه مخاطبین آمادگی پیدا کنند، تکالیف بر آنان شاق و دشوار نباشد و نیز توجه به روشی که می‌بایست در خطاب به کار گرفته شود و تنوع در روش‌ها بر وفق مقتضیات گوناگون...» (۱) ۲۰۲ آیاتی که در قرآن کریم درباره علم، عقل، حکمت، تفکر، نظر و مانند آن و موارد استعمال این واژه‌ها آمده، از هزار مورد می‌گذرد و این شاهدهی است بر اینکه اسلام در دعوت و تبلیغ تا کجا به علم و دانش و خرد و اندیشه توجه دارد!

به‌طور خلاصه: با گستردگی مفهوم حکمت و با در نظر گرفتن موارد کاربرد آن، می‌توان گفت: دعوت با حکمت شامل حکمت در محتوای پیام، حکمت در برهان و استدلال، حکمت در رعایت حال مخاطبان و دیگر شرایط و ظروف خواهد بود. (۲) ۲۰۳ در دعوت اسلام، تبلیغات حرفه‌ای و گمراه کننده و ایجاد جو کاذب فکری و القای تفکر از پیش ساخته، ناموجه و غیر منطقی تلقی شده و انتخاب چشم و گوش بسته و تقلید بی‌منطق، فاقد ارزش و اعتبار است.

ایمان و گرایشی در اسلام ارزش دارد که از روی شناخت عمیق و احساس پاک و انتخاب سنجیده باشد:

۱- . سید قطب، تفسیر فی ظلال القرآن، سوره نحل، آیات: ۱۲۸-۱۲۵

۲- . به آیات ۵ سوره قمر، ۳۹ سوره اسراء، ۲ سوره جمعه، ۵۸ آل عمران، ۱ سوره یونس و سوره هود رجوع شود.

ص: ۱۲۷

... فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

(۱). ۲۰۴

به عقیده دانشمندان رشته تبلیغ، عالی‌ترین شکل تبلیغ آن است که بُعد فرهنگی و ارشادی داشته باشد و ضمن دعوت به موضوع مورد نظر، مخاطبان را به واقعیت امر و شناخت و آگاهی از محتوای پیام و تأثیر آن در سرنوشت انسان توجه دهد. مبلغ در مرحله نخست باید بکوشد پیام خود را با شیوه‌ای عقلانی، علمی، خردپذیر عنوان سازد تا جایگاهی برای پیام خود در نفوس و قلوب باز کند.

و نیز مبلغان و نهادهای تبلیغی ما باید از قرآن، که به بیان فلسفه احکام و شرایع پرداخته، این درس را فراگیرند و به عقل و ادراک افراد و جامعه‌ها نزدیک شوند و آنان را به مصالحشان متوجه ساخته و دعوت الهی را بر اساس واقعیتها و درک صحیح و ارائه راه حل‌ها برسانند و خطر تخلفات را گوشزد کنند که بیشترین عامل گمراهی انسانها نشناختن و با حقایق آشنا نشدن است؛ همانگونه که قرآن از قول دوزخیان آورده است:

وَقَالُوا لَوْ كُنَّا نَسْمَعُ أَوْ نَعْقِلُ مَا كُنَّا فِي أَصْحَابِ السَّعِيرِ فَاعْتَرَفُوا بِذَنبِهِمْ فَسُحْقًا لِأَصْحَابِ السَّعِيرِ

(۲). ۲۰۵

این آیه، تلویحاً مسؤولیت مخاطبان را در شنیدن و خرد ورزی به

۱- زم: ۱۷

۲- ملک: ۱۱-۱۰

ص: ۱۲۸

آنان توجه داده و کوتاهی در آن را گناهی نابخشودنی شمرده‌است. گناهی که کیفر آن، آتش دوزخ است.

ضرورت تبیین اسرار حج

و در همین جا شایان گفتن است که حج و مناسک آن فراتر از تکلیف و تعبد- که اصل در هر عبادت است- مشتمل بر حکمت‌هایی است که قرآن به آن اشاره دارد، مانند آیات:

لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ (۱) ۲۰۶ و جَعَلَ اللَّهُ الْكَعْبَةَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ قِيَامًا لِلنَّاسِ

(۲) ۲۰۷.

در روایات، با تفصیل بیشتر، به بیان این منافع و مصالح پرداخته شده که مطالعه آنها پرده از روی اسرار حج بر می‌دارد و حکمت مناسک را در بُعد ایمانی، عرفانی، اخلاقی، فردی، اجتماعی، تاریخی، سیاسی، اقتصادی و آنچه با سرنوشت امت و گذشته و آینده او بستگی دارد، گوشزد می‌کند. افزون بر این، محققان و اندیشمندان و عالمان دین، در گذشته و حال پژوهش ارزنده‌ای در این زمینه داشته و آثاری برجای نهاده‌اند که برای روحانیان و راهنمایان و مبلغان درس آموز است.

بیان این اسرار برای زائران می‌تواند جاذبه آفرین باشد و با عشق و ایمان افزون‌تری به اعمال و مناسک پردازند. می‌دانیم که حج با اعمال و آداب نمادین خود، پیامهای ارزشمندی را برای مسلمانان دارد که توجه

۱- . حج: ۲۸

۲- . مائده: ۹۷

ص: ۱۲۹

به آن، شکوه و عظمت حج را در نگاه زائران افزون می‌سازد و بهره تربیتی و اجتماعی این فریضه جهانشمول را تحقق می‌بخشد.

ب- موعظه

اشاره

شایع‌ترین روش تبلیغات دینی موعظه است که قرآن کریم آن را با قید «حسنة» مقید ساخته است.

مرحوم فیض در تفسیر موعظه چنین گوید:

«وَالْمَوْعِظَةُ الْحَسَنَةُ، الْخِطَابَاتُ الْمُفِيدَةُ وَالْعِبْرَةُ النَّافِعَةُ الَّتِي لَا يَخْفَى عَلَيْهِمْ أَنَّكَ تَنَاصَحَهُمْ وَتَنْفَعُهُمْ فَهُمَا وَهَذَا لِلْعَوَامِّ» (۱) ۲۰۸

«موعظه حسنة، خطاب‌های قانع‌کننده و عبرت‌های آموزنده است تا بر مخاطبان پوشیده نماند که مبلغ درصدد خیرخواهی و سود رساندن به آنهاست و این شیوه دعوت برای توده مردم است.»

دیگری در تفسیر موعظه حسنة می‌نویسد:

«موعظه حسنة آن است که به راحتی بر دلها بنشیند و در اعماق وجدان و احساس جایگزین گردد نه اینکه با زجر و توبیخ و توهین به مخاطب القا شود.» (۲) ۲۰۹ و نیز گفته‌اند: موعظه حسنة آن است که واعظ، خود عامل به محتوای وعظ باشد و با اخلاق نیکو و برخورد مؤثر اندرز دهد تا قلب شنونده را نرم کند و او را بلرزاند و گوش فرا دهد و دیده به نشانه خشوع

۱- تفسیر صافی، ج ۳، ص ۱۶۲ ط بیروت.

۲- سید قطب، همان.

ص: ۱۳۰

فرو نهد(۱) ۲۱۰ و نیز از هر گونه خشونت، برتری جویی، تحقیر طرف خطاب، تحریک حس لجاجت و مانند آن، خالی باشد؛ به طور خلاصه، موعظه هنگامی مؤثر است که حسنه باشد و به صورت زیبایی پیاده شود(۲) ۲۱۱ از قول امام صادق علیه السلام آورده‌اند که فرمود:

«أَحْسَنُ الْمَوْعِظِ مَا لَا يُجَاوِزُ الْقَوْلَ حَدَّ الصِّدْقِ وَالْفِعْلُ حَدَّ الْإِخْلَاصِ».(۳) ۲۱۲

«نیکوترین موعظه آن است که گفتار از صداقت فراتر نرود و عمل بیش از اخلاص جلوه نکند.»

همچنین از سخن آن حضرت است که: واعظ اخلاقی را به کسی تشبیه کرده که در صدد بیدار کردن دیگران است و اگر خود غافل و خفته و گرفتار هوای نفس باشد، نمی‌تواند دیگران را بیدار کند.(۴) ۲۱۳

فضیلت موعظه

موعظه بهترین هدیه‌ای است که واعظ به مخاطب می‌دهد. پیامبر خدا می‌فرماید:

«نِعْمَ الْعَطِيَّةُ وَ نِعْمَ الْهَدِيَّةُ الْمَوْعِظَةُ».(۵) ۲۱۴

و از سخن امام صادق علیه السلام است که:

۱- . تفسیر المیزان، ج ۲، ص ۳۹۹

۲- . تفسیر نمونه، ج ۱۱، ص ۴۵۴

۳- . مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۰۳

۴- . همان، ص ۱۶۰.

۵- . ارشاد القلوب دیلمی، ج ۱، ص ۱۳.

ص: ۱۳۱

«شخص مؤمن، صدقه‌ای به کسی نداده که نزد خداوند محبوب‌تر باشد از موعظه‌ای که گروهی را با آن اندرز می‌دهد و آنها متفرق می‌شوند و خداوند آن را به حالشان سودمند قرار می‌دهد و این بر عبادت یک سال برتری دارد.» (۱) ۲۱۵

زیر بنای موعظه

قابل ذکر است که هر چند موعظه با احساسات مخاطب سروکار دارد و عواطف را بر می‌انگیزد اما زیر بنای موعظه دینی مبانی عقلی است که مخاطب از پیش آنها را پذیرفته، و موعظه تذکار آن چیزی است که در ضمیر مخاطب وجود دارد و با ایمان و عقل همراهی می‌شود و لذا در مواظ قرآنی به بهره‌گیری از عقل توصیه شده است:

قُلْ إِنَّمَا أَعْطُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مَشْنَىٰ وَفَرَادَىٰ ثُمَّ تَتَفَكَّرُوا (۲) ۲۱۶

تمایز حکمت و موعظه

موعظه از چند جهت با حکمت تمایز دارد: حکمت بر عقل و برهان متکی است اما موعظه بر احساس، و مربی می‌کوشد با استفاده از شیوه‌های روانشناختی و پندهای عطوفت‌آمیز عواطف مخاطب را متاثر سازد. حکمت تعلیم است اما موعظه تذکر و توجه دادن مخاطب به

۱- همان، ص ۱۳، «مَا تَصِدَّقَ مُؤْمِنٌ بِصَدَقَةٍ أَحَبَّ إِلَيَّ مِنَ مَوْعِظَةٍ يَعِظُ بِهَا قَوْمًا يَتَفَرَّقُونَ وَقَدْ نَفَعَهُمُ اللَّهُ بِهَا وَهِيَ أَفْضَلُ مِنْ عِبَادَةٍ سَنَّهُ».

۲- سیا: ۴۶.

ص: ۱۳۲

یافته‌های وجدانی‌اش. موعظه در قلمرو اعتقاد است و روح معنوی می‌طلبد و مربی از مطالب و موضوعاتی که مخاطب بدان دلبستگی دارد چون آیات قرآن، سخنان معصومین یا کلمات بزرگان علم و ادب و حکیمان و مریبان و شاعران و چهره‌های مورد قبول دیگر مخاطب استفاده می‌کند. (۱) ۲۱۷

روانشناسی موعظه

چنانکه گفتیم: موعظه با روح و احساس مخاطب سروکار دارد، از اینرو توجه به نکات روانی و دستیابی به مهارت‌های لازم در کار موعظه و اثر گذاری آن نقش تعیین کننده دارد. به برخی نکات که از قرآن و روایت استفاده می‌شود اشاره می‌کنیم.

۱- توجه به گرایش‌های مخاطب.

در این خصوص امیرالمؤمنین می‌فرماید:

«إِنَّ لِلْقُلُوبِ شَهْوَةً وَإِقْبَالَ وَإِدْبَارًا فَأَتُوها مِنْ قِبَلِ شَهْوَتِها وَإِقْبَالِها فَإِنَّ الْقَلْبَ إِذَا أُكْرِهَ عَمِيَ» (۲) ۲۱۸

«دلها را گرایش و اقبال و ادبار است و شما باید از زاویه‌ای که تمایل و گرایش دارند وارد شوید، زیرا هر گاه بر قلب تحمیل شود کور خواهد شد.»

۲- اعتدال؛

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در باره رعایت اعتدال و توجه به ظرفیت افراد، می‌فرماید:

۱- . نک: اخلاق و تربیت اسلامی، ص ۱۳۵ اثر نگارنده.

۲- . نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۹۳

ص: ۱۳۳

«إِنَّ هَذَا الدِّينَ مَتِينٌ فَأَوْغِلُوا فِيهِ بِرَفْقٍ وَلَا تُكْرَهُوا عِبَادَةَ اللَّهِ...» (۱) ۲۱۹

«اسلام آیین متین و استواری است، پس با ظرافت و دقت در آن وارد شوید و بندگی خدا را در نظر خود مبعوض نسازید.»
 بدیهی است که این نکته در مورد مخاطب هم صادق است، امام صادق علیه السلام ضمن توصیه به این اصل و با اشاره به اختلاف درجات ایمان و ظرفیت مخاطبان داستان اسلام آوردن مرد مسیحی را که به ارشاد و هدایت همسایه مسلمانش اسلام را پذیرفت، یاد می‌کند که بر اثر زیاده‌روی و ناشیگری آن مرد مسلمان در نخستین گام و تحمیل عبادت‌های سنگین بر آن مسیحی تازه مسلمان، وی را از اسلام گریزان کرد. (۲) ۲۲۰

۳- تکریم شخصیت مخاطب؛

پرهیز از تحقیر و نکوهش به‌ویژه در حضور دیگران و جریحه‌دار نکردن عواطف و ابراز خوبی‌ها و تکیه بر نقاط مثبت و به رخ نکشیدن نقاط منفی و بالاخره تشویق و ترغیب، در توصیه‌های پیشوایان و مربیان بزرگ آمده است. امیرالمؤمنین علیه السلام در نامه تربیتی خود به فرزندش امام حسن علیه السلام می‌نویسد: از ملامت بی‌جا بپرهیز، چه افراط در ملامت آتش لجاجت را می‌افروزد. (۳) ۲۲۱

۴- حکمت‌های دلپذیر؛

در وعظ و خطابه، شایسته است از لطایف و ظرایف حکمت‌آمیز استفاده شود تا ملالت را از مخاطب بزداید و شوق و نشاط وی را برانگیزد.

۱- اصول کافی، ج ۲، ص ۸۶

۲- اصول کافی، ج ۲، ص ۴۳

۳- تحف العقول، ص ۸۴

ص: ۱۳۴

علی علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّ هَذِهِ الْقُلُوبَ تَمَلُّ كَمَا تَمَلُّ الْأَبْدَانُ فَابْتَغُوا لَهَا طَرَائِفَ الْحِكْمِ» (۱) ۲۲۲

«قلبها همچون بدن‌ها خسته می‌شوند، برای رفع ملالت آنها، حکمت‌های جالب و دلپذیر بجویید.»

۴- تکرار؛

تأثیر تکرار در ارشاد و تبلیغ قابل، انکار نیست و همانگونه که می‌بینیم در قرآن و روایات، یک موضوع با شیوه‌ها و در قالب‌ها و مناسبت‌های مختلف القا شده تا در قلب‌ها جایگزین شود. البته تکرار نباید خسته‌کننده و نامتناسب باشد که این مخل به فصاحت و بلاغت است.

۵- لحن مشفقانه؛

بکارگیری واژه‌ها و عبارات عطوفت‌آمیز از دیگر عوامل تأثیرگذار در موعظه است. قرآن کریم در نقل مواعظ لقمان به فرزندش می‌فرماید:

وَإِذْ قَالَ لُقْمَانُ لِابْنِهِ وَهُوَ يَعِظُهُ يَا بُنَيَّ لَا تُشْرِكْ بِاللَّهِ إِنَّ الشِّرْكَ لَظُلْمٌ عَظِيمٌ (۲) ۲۲۳

بکارگیری واژه «یا بُنَيَّ» (پسرکم یا فرزندم) در مقام موعظه، احساس و گرایش مخاطب را بر می‌انگیزد.

این شیوه تا بدانجا اهمیت دارد که خداوند به موسی و هارون توصیه کرد که در مرحله نخست با لحن ملایم و نرم با فرعون سخن بگویند شاید متذکر و متبته گردد فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى (۳) ۲۲۴

۱- . نهج البلاغه، لمات قصار، شماره ۹۱.

۲- . لقمان: ۱۳.

۳- . طه: ۴۴.

ص: ۱۳۵

ج- مجادله

اشاره

جدل یکی از صناعات خمس در علم منطوق است و در قرآن کریم به عنوان یکی از روش‌های انجام رسالت، به جدال احسن فرمان داده شده است. جدال هنگامی است که مبلغ در حال مناظره و مباحثه با مخالفان باشد و ناگزیر باید از شیوه جدل بهره بگیرد تا خصم را مجاب کند و حجت او را باطل سازد.

آنگونه که ابراهیم خلیل با ستاره پرستان مناظره کرد و عقاید آنان را باطل ساخت و با نمرود و بت پرستان به مناظره و جدال پرداخت.

در آیه کریمه آمده است: ... وَ جَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ... (۱) ۲۲۵؛ «در مجادله، نیکوترین شیوه را برگزین.» در تفسیر جدال احسن از امام صادق علیه السلام آمده است:

«بِالْقُرْآنِ؛ يَغْنِي الْجِدَالَ عَلَى سُنَّةِ الْقُرْآنِ» (۲) ۲۲۶

یکی از مفسران در این باره می‌گوید:

«جدال احسن آن است که شخص بر مخالف حمله نکند و وی را تحقیر و تقیح نماید تا بدین وسیله مخاطب به دعوت کننده اطمینان نموده، احساس کند که هدف از مجادله، پیروزی بر طرف مقابل نیست بلکه اقناع او به پذیرش حق است؛ زیرا نفس بشر از کبر و عناد بدور نیست و از عقیده خود تنزل نمی‌کند مگر با رفق و مدارا؛ به نوعی که احساس شکست نکند.» (۳) ۲۲۷

۱- . نحل: ۱۲۵

۲- . المیزان، ج ۱۲، ص ۳۷۷، از کافی.

۳- . سید قطب، فی ظلال القرآن، ذیل تفسیر سوره نحل، آیات ۱۲۵ تا ۱۲۸

ص: ۱۳۶

در جدل و مناظره، اطلاعات لازم از موضوعات مورد بحث بر مبلغان نیاز مبرم است. اگر مبلغ به مطالعه کافی پردازد و نکات مورد اختلاف میان مذاهب در اختیار وی نهاده شود، خواهد توانست با دلایل حلی و نقضی، شبهات مخالفان را پاسخ دهد. مواردی که مخالفان شیعه به خصوص متحجران و هابی انگشت روی آن می‌گذارند، قابل پاسخگویی است؛ همانگونه که انحراف‌هایی که در افکار، عقاید و اعمال آنان وجود دارد، از شماره بیرون است. مواردی چون زیارت، توسل، گریه بر مصیبت‌های اهل بیت، سجده بر خاک و ... نظایر آن، که آنها دستاویز حمله بر ضد شیعه ساخته‌اند، با دلایل محکم و مورد قبول فریقین قابل دفاع است و در این خصوص محققان ما مطالعات ارزشمندی نموده و رهنمودهای لازم را در اختیار گذاشته‌اند که مطالعه آن برای مبلغان ضروری است و هنوز هم باب تحقیق گشوده است. از وظایف مبلغان است که در این زمینه کار بیشتر کنند و با مطالعه صحاح اهل سنت و منابع فقهی و تاریخی، مدارک قابل استنادی را جمع‌آوری کرده، در مقام دفاع از مکتب حق، از آنها بهره‌گیرند. نهادهای آموزشی در این زمینه وظیفه دارند اینگونه مباحث را در لیست مطالعات و آزمون و گزینش، مورد توجه بیشتر قرار دهند تا روحانیان و مبلغان در برابر مخالفان خلع سلاح نباشند.

شیوه‌های عملی در تبلیغ

اشاره

و اما شیوه‌های عملی، که کار تبلیغ را موفق‌تر می‌سازد، بسیار است که به برخی از موارد آن می‌پردازیم:

۱- آهنگ محبت در تبلیغ

دعوت و تبلیغ دین برخاسته از محبت نسبت به انسان و عشق به

ص: ۱۳۷

هدایت اوست. از این رو خداوند، پیامبر گرامی خود را «رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ» (۱) ۲۲۸ نامیده و ملاحظت و ملایمت و نرمش آن حضرت با مردم را جلوه رحمت خداوندی خوانده است؛ فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ... (۲) ۲۲۹ نمودار ساختن این محبت از سوی مبلغ نسبت به پیام گیرنده، می‌تواند زمینه نفوذ و پذیرش پیام را فراهم آورد.

محبت دلها را به یکدیگر نزدیک می‌کند، میان روح‌ها پیوند برقرار می‌سازد و هنگامی که فاصله‌ها از دلها و جانها برداشته شود، انتقال اندیشه‌ها، با سهولت بیشتری انجام خواهد گرفت و معنای تبلیغ همین است که پیام‌رسان مطلبی را به اعماق روح مخاطب وارد سازد تا زمینه گرایش وی را فراهم آورد.

واژه «نصح» و نصیحت که مشتقات آن در قرآن و روایات آمده، به معنای همین خیرخواهی است و نصیحت کننده از سر خیراندیشی در صدد تبلیغ برآمده است.

قرآن کریم از سخن هود پیامبر با قوم خود آورده است: اُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَاَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (۳) ۲۳۰ و درباره پیامبر خدا می‌فرماید: لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِّنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُفٌ رَّحِيمٌ (۴) ۲۳۱

امیرالمؤمنین درباره آن حضرت می‌فرماید:

«فَبَالِغْ صِلَى اللَّهِ عَلَيْهِ وَآلِهِ فِي النَّصِيحَةِ» (۵) ۲۳۲

۱- . اعراف: ۶۸

۲- . آل عمران: ۱۵۹

۳- . اعراف: ۶۸

۴- . توبه: ۱۲۸

۵- . نهج البلاغه، خطبه ۹۵

ص: ۱۳۸

و خلاصه، بر مبلّغ است که با آهنگ محبت احساس مخاطب را برانگیزد و محبت خدا را در دلها جایگزین سازد و چون محبت آمد، اطاعت می‌آید: قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي وَحِينَئِذٍ أُحِبِّبْكُمْ اللَّهُ وَمَنْ يُحِبِّبْكُمْ اللَّهُ فَكَانَ ذَلِكَ جَنَّةً لَاحِقًا لِمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ مِنْكُمْ وَاللَّهُ بِمَا كُنتُمْ تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ ﴿۱۰۰﴾ (۱) ۲۳۳

مولوی گوید:

از محبت تلخ‌ها شیرین شودوز محبت مس‌ها ززین شود
از محبت دُردها صافی شودوز محبت دردها شافی شود ...
از محبت خارها گل می‌شودوز محبت سرکه‌ها مل می‌شود

از محبت سجن گلشن می‌شودبی محبت روضه گلخن می‌شود(۲) ۲۳۴

۲- تبشیر و انذار

اصل در تبلیغ و ارشاد، یادآوری رحمت خداوند است. هرچند در دعوت قرآنی، از تنبیه و انذار بسیار سخن گفته شده، لیکن این، در مرحله دوم و برای متخلّفان است. خداوند پیامبران خود را مبشّر و منذر نامیده است: فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ (۳) ۲۳۵ و درباره پیامبر خدا فرموده:

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۵۶.

۲- . مثنوی معنوی، ص ۱۴۳.

۳- . بقره: ۲۱۳

ص: ۱۳۹

إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ بِالْحَقِّ بَشِيرًا وَنَذِيرًا (۱) ۲۳۶ با این حال، هرگاه فساد و گمراهی و لجاجت بر فضای جامعه‌ای حاکم بود، هشدار و انذار در صدر برنامه دعوت قرار می‌گیرد؛ چنانکه در محیط آلوده و شرک‌آمیز مکه، در آغاز رسالت، این آیه آمده است: يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ قُمْ فَأَنْذِرْ (۲) ۲۳۷ در اینجا بیم دادن مردم از بت‌پرستی و ترساندن آنها از عواقب اعمال ناپسندشان، در مرحله نخست قرار گرفته است؛ همانند بیماری که در آغاز به جراحی نیاز دارد و داروی دیگری به حال او مفید نیست.

گفتنی است انذار و تبشیر جلوه‌های رحمت خداوند و «جلال و جمال» آفریدگارند. افزون براین، انذار در حقیقت بیم‌دادن از عواقب‌اعمالی است که گنهکاران مرتکب می‌شوند.

از دست دیگران چه شکایت کند کسی سیلی به دست خویش زند برقفای خویش

سعدی

۳- سهولت و اعتدال

در روایات، از شریعت اسلام با ویژگی «سمحه سهله» یاد شده است. (۳) ۲۳۸

یرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّ اللَّهَ تَبَارَكَ وَتَعَالَى شَرَعَ الْإِسْلَامَ وَسَهَّلَ شَرَائِعَهُ لِمَنْ وَرَدَهُ». (۴) ۲۳۹

۱- . بقره: ۱۱۹.

۲- . مدثر: ۱ و ۲.

۳- ۳۷۰ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، ۱ جلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

۴- . اصول کافی، ج ۲، ص ۴۹.

ص: ۱۴۰

دشواری‌هایی که در ادیان دیگر دیده می‌شود، در اسلام نیست.

پیامبر خدا می‌فرماید:

«لَمْ يُرْسِلْنِي اللَّهُ تَعَالَى بِالرَّهْبَانِيَّةِ وَ لَكِنْ بَعَثَنِي بِالْحَنِيفِيَّةِ السَّهْلَةِ السَّمْحَةِ» (۱) ۲۴۰

لازم به گفتن است که آسان‌گیری، نه به معنای تنزل از محدوده شرع و اباحیگری است، بلکه به معنای اعتدال، طبیعی بودن، روان و قابل عمل بودن برای آحاد امت و دور از عسرت و مشقت است. ابن عباس می‌گوید:

«هنگامی که آیه یا آیه‌ها النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا» (۲) ۲۴۱ نازل شد پیامبر خدا صلی الله علیه و آله، علی علیه السلام و معاذ را فرا خواند و آنان را فرمان داد که رهسپار یمن شوند و به آنان توصیه فرمود:

«انْطَلِقُوا وَبَشِّرُوا وَلَا تُنْفَرُوا وَلَا تَسْرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا فَإِنَّهُ قَدْ أَنْزَلْتُ عَلَيَّ:

يا أَيُّهَا النَّبِيُّ...» (۳) ۲۴۲ بروید و بشارت دهید و بیزاری ایجاد نکنید، آسان بگیرید و سخت نگیرید که این آیه بر من نازل شده:

ای پیامبر، ما تو را فرستادیم که شاهد باشی و بشارت دهی و انذار کنی.

ابوبرده از پدرش نقل می‌کند که گفت: پیامبر خدا من و معاذ را به یمن اعزام کردند و فرمودند:

«ادْعُوا النَّاسَ وَبَشِّرُوا وَلَا تُنْفَرُوا وَلَا تَسْرُوا وَلَا تُعَسِّرُوا» (۴) ۲۴۳

مردم را دعوت کنید و بشارت دهید و طرد

۱- .فروع کافی، ج ۵، ص ۴۹۴.

۲- .احزاب: ۴۵.

۳- .تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶.

۴- .تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۴.

ص: ۱۴۱

نکنید و آسان بگیرید و سختگیری نکنید.»

نکته قابل ذکر در باب مناسک حج و آموزش احکام آن، دشواریهای خاص این فریضه جهانشمول است. با دقتهایی که باید در اعمال زائران شود، نباید بازتاب منفی داشته باشد، گاه می‌شود که گوینده در بیان این احکام و مناسک، افراط می‌کند که نتیجه آن بزرگ‌نمایی مشکلات و ایجاد اضطراب در دل مخاطبان است و لذا باید آن را در تبلیغ و بیان احکام مدّ نظر داشت.

همچنین در مسائل نماز، چون قرائت و اذکار و آداب، باید به‌قدر توان افراد توقع داشت. برخی از زائران فاقد سوادند و یک عمر به لهجه و تلفظ خاص عادت کرده‌اند، نباید از اینان انتظار داشت بتوانند در چند جلسه، اشکالات را بر طرف کنند و رعایت مخارج حروف و تجوید و غیره را بنمایند، البته درعین حال باید از قبل روی این افراد کار شود. باید به‌قدر توان آنها بسنده کرد و وحشت و اضطراب نیافرید.

تجارب چندین ساله نشان داده است که برخی از زائران، از همان آغاز دستخوش ترس و دلهره‌اند و در خلال اعمال نیز دچار وسواس و حالات غیر عادی می‌شوند. مشکل از آنجا ناشی می‌شود که زائر بر اثر القائاتی که شده، چنین فکر می‌کند که اعمال حج فوق طاقت اوست. حتی برخی افراد مستطیع با همین توهم اقدام به انجام وظیفه حج نمی‌کنند که مبادا تبعات آن گریبانگشان شود؛ مثلاً امر همسری با شبهه در اعمال، به خطر حرمت افتد!

آموزش‌های درست و تبلیغات صحیح و به دور از افراط و تفریط، می‌تواند در تعادل روحی زائران مؤثر باشد که درعین جدی بودن احکام، از تصور صعوبت و دشواری آن خوف و هراسی در دل زائر ایجاد نشود و افراد مستطیع از فیض معنوی این عبادت بزرگ محروم نگردند و

ص: ۱۴۲

فرصتهای طلایی سفر روحانی حج، قربانی ظواهر و وسوسه‌ها نگردد.

مبلغ مانند طیب است و باید این نکته‌ها را در برخورد با افراد تحت آموزش خود رعایت کند. اعمال حج آنقدر هم دشوار نیست و با شرایط امروزی سهل و آسان‌تر از گذشته است. زمان پیامبر خدا و ائمه علیهم السلام با کمبود امکانات به خصوص آب و وسایل بهداشتی، مردم چگونه حج می‌گزاردند و پیشوایان دین، که خود از همه مردم بیشتر به عمق احکام آگاه و به ظواهر شرع متعهد بودند، در چنان اوضاع و احوالی، اعمال حج را چگونه انجام می‌دادند؟ آیا آن روز دشوارتر بود یا امروز با اینهمه امکانات سفر و فراوانی آب و دیگر شرایط مناسب، حتی در عرفات و مشعر و منا؟!

خلاصه اینکه شیوه تبلیغ در حج باید بگونه‌ای باشد که به زائر آرامش نفس دهد و دلهره ایجاد نکند.

۴- رعایت اولویتهای تبلیغ

مراعات ترتیب در موضوعات تبلیغی و «اهم و مهم» و تقدّم و تأخر مطالب، از دیگر شیوه‌هایی است که باید مورد توجه مبلغان باشد. مبلغ باید تأمل کند که در حال حاضر برای مخاطب چه چیز اهمیت بیشتر دارد و همان را در مرحله نخستین تبلیغ قرار دهد. سیره نبوی در دعوت و طرح مسائل اسلامی، بهترین گواه بر این مدعاست. اگر در تاریخ نزول احکام و شرایع اسلام بنگریم، خواهیم دید که چگونه این اصل رعایت شده است.

برای نمونه: در دعوت اسلام، پس از طرح مسائل اعتقادی؛ چون توحید، نبوت و معاد، نخستین تکلیف نماز است؛ چرا که آسان‌تر از دیگر تکالیف می‌باشد و بار مالی و مشقت خاص ندارد. این در حالی است که مسائل

ص: ۱۴۳

مالی؛ چون زکات و خمس در سالهای مدینه عنوان می‌شود و نیز در باب محرمات همین روال پیموده شده و مثلاً حرمت خمر، طی چند آیه و به تدریج و با زمینه‌سازی روانی قطعیت یافته است، درست مانند معلمی که باید درس خود را از الفبا آغاز کند تا به مسائل دشوارتر برسد...

جالب است که بدانیم شخص رسول‌الله صلی الله علیه و آله این نکته را به مبلغان یاد آوری می‌کرد، ابن عباس می‌گوید: هنگامی که پیامبر صلی الله علیه و آله معاذبن جبل را به سوی مردم یمن فرستاد، به او فرمود:

«تو نزد گروهی از اهل کتاب می‌روی، از این رو باید نخستین دعوت تو یکتاپرستی خداوند متعال باشد. اگر توحید را شناختند به آنان بازگو که خداوند در شبانه روزشان پنج نماز بر آنان واجب کرده است و هرگاه نماز را بپا داشتند، به آنان بگو خداوند در اموالشان زکات را قرار داده است تا از بی‌نیازشان ستانده و به نیازمندشان داده شود. پس هرگاه بدان اذعان کردند، از آنان زکات بگیر و از گزیده اموال مردم اجتناب کن.» (۱) ۲۴۴ برای یک تازه مسلمان، در قدم نخست نباید از واجبات مالی سخن گفت. بلکه باید اول به تحکیم مبانی اعتقادی وی پرداخت. سپس به وظایف عملی غیر مالی توجه داد و در آخرین مرحله، واجبات مالی را عنوان نمود. گفتنی است، در میان زائران نیز کسانی هستند که با داشتن ایمان و عمل به واجباتی چون نماز و روزه، اهل پرداخت وجوه مالی خمس و زکات نبوده‌اند.

سخن گفتن از واجبات مالی، برای اینان باید در حد بیان کلیات احکام

ص: ۱۴۴

مالی باشد نه اصرار بر پرداخت وجوه و دعوت به حساب و کتاب.

پرداختن وظیفه خود آنهاست و روحانی گروه باید تنها احکام را بگوید، آن هم به گونه‌ای که توهمات در اینگونه مسائل برای مخاطب پدید نیاید.

شایسته است هرگاه زائران خود از پرداخت بدهی مالی استقبال کردند، آنگاه روحانی وارد مذاکره در جزئیات مسائل می‌شود و هرگاه مخاطب اصرار بر این امر نداشت، روحانی مسائل را به صورت کلی و در میان جمع عنوان کند و در مسائل شخصی افراد وارد نشود.

مبلغ پیام‌رسان است و تکلیفی بیش از این ندارد؛ **إِنْ تَوَلَّوْا فَإِنَّمَا عَلَيْكَ الْبَلَاغُ (۱)**، ۲۴۵، زمانی باید سخن بگوید که موقعیت ایجاب می‌کند و در صورت مناسب نبودن موقعیت، از گفتن خودداری کند. **عَلَىٰ عَلَيْهِ السَّلَامُ** می‌فرماید:

«لَا تَتَكَلَّمَنَّ إِذَا لَمْ تَجِدْ لِلْكَلامِ مَوْقِعًا» (۲)، ۲۴۶

و نیز می‌فرماید:

«كُنْ»

كَالطَّيِّبِ الرَّفِيقِ الَّذِي يَضَعُ الدَّوَاءَ بِحَيْثُ يَنْفَعُ» (۳)، ۲۴۷

۵- مأیوس نکردن - امید دادن

در تبلیغ باید از سخت‌گیری و یاس‌آفرینی پرهیز کرد؛ همانگونه که شیوه و دستور قرآن است؛ **وَلَا تَيَأْسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ (۴)** ۲۴۸ مردم را نومید نکرده و به همه، حتی گنهکاران وعده آموزش داده است؛ **إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا (۵)** ۲۴۹ همچنین باید از ایجاد غرور و خودبینی دوری کرد که این وسوسه

۱- آل عمران: ۲۰

۲- غرر الحکم، ۱۰۲۷۴- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۳۱۰

۳- بحار الانوار، ج ۲، ص ۵۳؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۱۰

۴- یوسف: ۸۷

۵- زمر: ۵۳

ص: ۱۴۵

شیطان است، به فرموده قرآن: وَلَا يَغُرَّتْكُمْ بِاللَّهِ الْعَزُورُ

(۱). ۲۵۰

به گفته اهل معرفت، دل مؤمن باید همواره در میان «خوف و رجا» در تردد باشد. بدین ترتیب مبلغ کار آزموده کسی است که دل مخاطب خود را میان این دو حالت نگهدارد. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید:

«الْفَقِيهُ كُلُّ الْفَقِيهِ مَنْ لَمْ يَقْنَطِ النَّاسَ مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ وَ لَمْ يُؤْيِسْهُمْ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ وَ لَمْ يُؤْمِنْهُمْ مِنْ مَكْرِ اللَّهِ» (۲). ۲۵۱

یکی از آفات عمل صالح که نیرنگ شیطان در آن دخالت دارد، غرور و عجب است که گاه این آفت گریبان زائر را می‌گیرد و با این عنوان که میهمان خدا بوده و اعمال حج را انجام داده است، نوعی خود بزرگی بینی به او دست می‌دهد و افراد کم ظرفیت را به نوعی سرکشی و کبر مبتلا می‌سازد که در اعمال و رفتار آنها مشهود است.

با چنین حالتی باید مبارزه کرد و مخاطب را از ظواهر، به واقعیات هدایت نمود. برای این مقصود، ذکر حالات اولیای خدا و تواضع و فروتنی آنها در مراسم حج مؤثر است؛ از جمله ذکر حالات امام سجاد علیه السلام که هنگام گفتن تلبیه می‌گریست و در زبانش لکنت ایجاد می‌شد و به راحتی نمی‌توانست لبیک بگوید و می‌فرمود: می‌ترسم در جواب من بگویند «لا لبیک» جایی که آن امام معصوم، آنگونه تذلل و تواضع دارد و از قبولی عمل خود بیمناک است، چگونه خواهد بود حال ما گنهکاران، که

۱- . لقمان: ۳۳

۲- . نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۹۰

ص: ۱۴۶

از شرع جز ظواهری نمی‌بینیم!؟

۶- تبلیغ مستقیم و غیرمستقیم

پیام تبلیغی، گاه به‌طور مستقیم به مخاطب القا می‌شود؛ مانند خطاب‌های قرآنی که با عبارت: *يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا...* و مانند آن آمده و گاه به نحو غیر مستقیم است؛ مانند پیامهایی که از داستانها و قصص پیشینیان در قرآن القا شده است و نیز برخی تشبیهات، مانند آیه: *مَثَلُ الَّذِينَ حُمِّلُوا التَّوْرَةَ ثُمَّ لَمْ يَحْمِلُوهَا كَمَثَلِ الْحِمَارِ يَحْمِلُ أَسْفَارًا...* (۱) ۲۵۲ که بی‌تردید محتوای آن، از یهودیان فراتر می‌رود و هر حامل کتاب و غیر عامل به آن را شامل می‌گردد. قابل ذکر است که تبلیغ غیر مستقیم تأثیر بیشتری از تبلیغات مستقیم دارد؛ زیرا تبلیغ مستقیم گاه موجب حساسیت و مقاومت در مخاطب می‌شود، در حالی که تبلیغات غیر مستقیم از این واکنش و عکس‌العمل در امان است، لذا استفاده از روش‌های غیرمستقیم در جوامع و فرهنگ‌ها رایج است و در همه ادوار در تبلیغ و حتی تعلیم و تربیت مورد استفاده قرار گرفته و بهتر جواب داده است.

از این رو در تبلیغات قرآن از این روش استفاده شده است. امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«نَزَلَ الْقُرْآنُ بِأَيَّاكَ أَعْنَى وَ أَسْمَعَى يَا جَارَهُ» (۲) ۲۵۳

و نیز در سخن آن حضرت است:

«مَا عَاتَبَ اللَّهُ عَزَّ وَ جَلَّ بِهِ عَلَى نَبِيِّهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ فَهُوَ يَغْنَى بِهِ مَا قَدْ مَضَى فِي الْقُرْآنِ مِثْلُ قَوْلِهِ

«وَلَوْ لَا أَنْ تَبْتَنَّاكَ لَقَدْ كَدْتِ تَرْكُنْ إِلَيْهِمْ شَيْئًا قَلِيلًا» (۳) ۲۵۴ عَنِ بَدَلِكَ غَيْرُهُ» (۴) ۲۵۵

۱- . جمعه: ۵

۲- . کافی، ج ۲، ص ۶۳۰

۳- . اسراء: ۷۴

۴- . همان.

ص: ۱۴۷

فصل ششم: ابزار تبلیغ**اشاره**

از دیگر عناصر تبلیغ، که پیام‌رسانی بدون آن عملی نیست، ابزار تبلیغ است، تا جایی که برخی محققان آن را از ارکان اصلی تبلیغ شمرده‌اند.

ابزارهای تبلیغ وسایل و وسایطی هستند که پیام‌رسان پیام خود را بدان وسیله به مخاطبان منتقل می‌کند. با این تعریف هر آنچه در انتقال پیام نقش واسطه را ایفا می‌کند؛ اعم از نیروی انسانی، عوامل طبیعی و ابزارهای مصنوعی، علمی یا هنری، صوتی یا تصویری، عنوان ابزار دارد.

ابزار تبلیغ را از منظرهای گوناگون می‌توان تقسیم‌بندی کرد:

از منظر زمان و مکان، جوامع و فرهنگ‌ها، ادیان و مذاهب و سایر مشخصه‌ها و با این لحاظ، ابزار تبلیغ در رهگذر عصرها و متناسب با شرایط و پایه‌پای تکامل بشر، تکامل یافته است. دورانی بود که بشر تنها به وسایل طبیعی و سنتی دسترسی داشت و ابزارهایی مانند خط، زبان، داستان، هنر، خطابه، شعر و ... وسایل پیام‌رسانی بودند و حتی دود و آتش و طبل و خطوط و نقوش و قبور و پرچم‌ها و کبوتران نامه‌رسان در انتقال پیام مورد استفاده قرار می‌گرفتند. همانگونه که رنگ‌ها نیز حامل پیام

ص: ۱۴۸

بودند. چینی‌ها رنگ زرد را نشانه دشمنی و خشم و رنگ کبود را نشانه بی‌سعادت می‌دانستند. در خاورمیانه رنگ قرمز را با سعادت‌مندی ارتباط می‌دادند. امروزه نیز، با وجود وسایل پیشرفته، پاره‌ای از این ابزارها به تناسب محیط تبلیغ مورد استفاده قرار می‌گیرند.

با ظهور اسلام، علاوه بر ابزارهای متداول که در شبه جزیره مورد استفاده قرار می‌گرفت؛ مانند خطابه و شعر و پیک و نامه، ابزارهای نوینی که سابقه نداشت به صحنه آمد. برخی از این ابزارها عبارتند از:

۱- اذان

اذان یکی از این ابزار است که شعار عمومی مسلمانان شد. گلبانگ اذان، شبانه روز پنج نوبت به عنوان اعلام عقاید دینی و دعوت به نیایش و پرستش خدای یگانه، سروده می‌شود. معنای لغوی اذان، اعلام است، همانگونه که آیه شریفه: **وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ**... (۱) ۲۵۶ و **وَأَذَانٌ مِنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ**... (۲) ۲۵۷ یکی در دعوت به حج و دیگری اعلان برائت، بیانگر مفهوم اعلام است. نکته شایان ذکر در اذان، تکرار جملات آن، دو یا چهار مرتبه است و تکرار، خود از عوامل مؤثر در تبلیغ و دعوت و جلب توجه مخاطب می‌باشد. این شعار از سحرگاهان تا شامگاهان گوش‌ها و دلها را می‌نوازد. گفتنی است، اذان مستحباتی دارد؛ از جمله اینکه مؤذن بلند آواز و خوش صدا باشد و بر جای بلند بایستد و صدای خود را بلند کند تا مردم هر منطقه بشنوند. همچنین مستحب است کسی که جملات

۱- . حج: ۲۷

۲- . توبه: ۳

ص: ۱۴۹

اذان را می‌شنود با حکایت آنها، گوینده اذان را همراهی کند و این خود یک حرکت عمومی در تبلیغ به شمار می‌آید.

۲- نماز جماعت و جمعه

نماز جماعت و جمعه و خطبه‌های آن نیز به عنوان یکی از وسایل و ابزار ارتباط جمعی میدانی، بهترین فرصت برای تبلیغ درون مرزی و برون مرزی اسلام است. لذا پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در تبلیغ رسالت از این فرصت بهره می‌گرفتند. آن حضرت از سال چهارم بعثت که دعوت خود را علنی کردند، در موسم حج به سراغ حجاج که در «عکاظ و مجنه و ذی‌المجاز» منزل داشتند، می‌رفتند و به دعوت آنها می‌پرداختند و در همین حال مورد آزار و اهانت مشرکان قرار می‌گرفتند. تاریخ در حافظه خود ضبط کرده که حرکت‌های مهم تبلیغی، از سرزمین مکه آغاز گردید؛ مانند: اعلان برائت، اعلام وصایت و خلافت امیرالمؤمنین، خطبه غدیر، خطبه عرفات، خطبه مسجد خیف و ... حرکت امام حسین و تبلیغ و روشنگری تا شهادت و در آینده، ظهور حضرت مهدی (عج) نیز از آنجا خواهد بود.

۳- پیک و پیام

یکی از ابزارهای پیام‌رسانی، اعزام پیک و ارسال نامه بوده است. در داستان سلیمان و بلقیس آمده: **اذْهَبْ بِكِتَابِي هَذَا فَأَلْفِهِ إِلَيْهِمْ ثُمَّ تَوَلَّ عَنْهُمْ فَأَنْظُرْ مَاذَا يَرْجِعُونَ (۱) ۲۵۸**

پیامبر گرامی اسلام نیز به طور گسترده از نامه و پیک در تبلیغ رسالت

ص: ۱۵۰

بهره گرفتند. عدد این نامه‌ها را تا ۱۸۶، آورده‌اند. (۱) ۲۵۹ این نامه‌ها برای ملوک و پادشاهان، سران اهل کتاب، سران قبایل و گروه‌هایی از مردم ارسال می‌شد؛ مانند نامه به کسری، قیصر، نجاشی، مقوقس، اسقف اعظم روم، اسقف نجران، ملوک حُمیر، سران قبایل یمن، یهود خیبر که در هر یک از این نامه‌ها به مقتضای حال مخاطب، نوعی ارشادگری وجود دارد. این نامه‌ها عموماً با بسم‌الله آغاز شده است و نیز رسالت پیامبر خدا در آنها مطرح می‌گردد و به آیه قرآن استشهاد می‌شود. نام پیامبر قبل از نام مخاطبین می‌آید، با مهر مخصوص پیامبر مهور می‌گردد، روش بلاغت

«خَيْرُ الْكَلَامِ مَا قَلَّ وَ دَلَّ»

به خوبی محسوس است. در این نامه‌ها موقعیت زمانی اعزام مبلغان و ارسال نامه قابل دقت است. این نامه‌ها حوالی سال ششم هجری و هنگامی بوده که اسلام در جزیره العرب مستقر شده و دعوت برون مرزی آغاز گردیده است. پیام‌رسانها نیز غالباً افرادی زبان دان، هوشمند و کارآمد بوده‌اند.

به گفته ابن سعد، هر یک از فرستادگان می‌توانستند به زبان و لغت منطقه مأموریت خود سخن بگویند. (۲) ۲۶۰ داستان عبدالله بن حذافه در دربار روم و ملاقات دحیه کلبی با سزار امپراتور روم و گفتگوی حاطب بن ابی بلتعنه با مقوقس پادشاه مصر معروف است. اینها حکایت از ایمان، هوشمندی و استقامت پیام‌رسانها دارد که در مکالمات خود، توانستند نظر مخاطبان را به اسلام جلب کنند. (۳) ۲۶۱ بدین ترتیب نامه‌نگاری و طرح مبانی دعوت از این طریق می‌تواند ابزار مفیدی در تبلیغ باشد و در شرایط

۱- . نک: مکاتیب الرسول ص ۳۰؛ پژوهشی در تبلیغ صص ۴۲۰-۴۰۶

۲- . الطبقات الکبری، ج ۱، ص ۲۵۸

۳- . نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۱۶

ص: ۱۵۱

کنونی کتاب و مقاله بیشترین ابزار نگارش‌اند که با توسعه وسایل روز، نقش عمده‌ای در تبلیغ ایفا می‌کنند.

۴- وفود و ارتباطات مردمی

از جمله وسایل ارتباط و انتقال پیام اسلام، هیأت‌های نمایندگی عرب بودند که از اطراف و اکناف عازم مدینه شده و با پیامبر دیدار می‌کردند تا ضمن کسب آگاهی از آیین جدید، برای قبایل خود خبری نو ببرند.

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله در تماس با آنان، محتوای دعوت جدید را مطرح می‌ساختند و از آنان می‌خواستند که این پیام را به افراد غایب برسانند.

امروزه ستون وفود در مسجد نبوی، یادآور ملاقات هیأت‌های اعزامی با پیامبر خدا است. ابن سعد ذیل عنوان «وَفَادَاتُ الْعَرَبِ عَلَى رَسُولِ اللَّهِ»

به ذکر این هیأت‌ها پرداخته است. (۱) ۲۶۲

۵- تبلیغ و خدمات انسانی- امداد

تبلیغ غیر مستقیم از طریق خدمات، از بهترین ابزارهایی است که می‌توان به کار گرفت. خدمات انسانی افزون بر پاداشی که نزد خداوند دارد، یکی از ابزارهای تبلیغ نیز محسوب می‌شود. اگر بر این باوریم که تبلیغ موفق آن است که مخاطب را جذب کند و گرایش وی را به محتوای پیام میسر سازد، خدمات مالی و انسانی و کوشش در رفع مشکلات آنها یکی از عوامل مؤثر در تحقق این هدف می‌باشد. ملاحظه می‌کنیم که یکی از مصارف زکات

«وَالْمَوْلَفَةُ قُلُوبُهُمْ» (۲) ۲۶۳

می‌باشند؛ یعنی کسانی که

۱- الطبقات الکبری، ج ۱، صص ۳۵۵-۲۹۱؛ نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۲۱

۲- توبه: ۶۰

ص: ۱۵۲

اسلام اختیار نکرده‌اند، به آنها کمک می‌شود تا دل‌هایشان جذب اسلام شود. پیشوایان اسلام، در تبلیغ نبوت و ولایت، از این شیوه پسندیده بهره می‌گرفتند. کسان بسیاری بودند که سرِ خصومت با پیشوایان دین داشتند اما احسان و محبت و نیکوکاری، آنان را به تسلیم کشانید و سرانجام ایمان آوردند. منابع روایی ما، آکنده از توصیه‌هایی است که از انسان‌دوستی و خدمت به نیازمندان سخن می‌گوید و آن را در شمار بهترین عبادات آورده است. تبلیغ اسلام نیز جلوه‌ای از انسان‌دوستی است که بیگانگان نیز بدان اعتراف کرده و در این باره کتابها نوشته‌اند. (۱) ۲۶۴ بر کسی پوشیده نیست که یکی از برکات حج، همان خدمات انسانی است که افزون بر ابعاد معنوی، پیوند امت را مستحکم‌تر می‌کند و انسان‌دوستی اسلام را به نمایش می‌گذارد. یکی از مصادیق آن مسأله قربانی است که علاوه بر پیام معنوی آن و تجدید خاطره ابراهیم خلیل و اسماعیل ذبیح و وسیله تقرب بودن آن، یک منبع عظیم برای نیازمندان است و اگر به درستی از آن بهره‌برداری شود، می‌تواند یکی از ابزارهای تبلیغی اسلام نیز باشد. جدا از این، زائرنانی که رهسپار سرزمین وحی می‌شوند، از همان آغاز حرکت تا بازگشت به وطن، آثار خدماتی و نیکوکاری برای نیازمندان دارند و این به بسط دین و گسترش فرهنگ حج و درک فلسفه این مراسم جهان‌شمول کمک می‌کند. سیره اهل بیت نیز حکایت از چنین روشی دارد. آنها در مناسبت‌های گوناگون؛ از جمله موسم حج، سفره احسانشان بر مستمندان گسترده بوده است.

مسروق می‌گوید: در روز عرفه، به خیمه امام حسین علیه السلام رفتم، دیدم

۱- . نک: انسان‌دوستی در اسلام، نوشته دانشمند سوئیسی مارسل بوازار.

ص: ۱۵۳

مردم خدمت حضرت می‌رسند، سفره‌های غذا موجود است و در آنها غذا نهاده‌اند و مردم از آنها می‌خورند و با خود می‌برند. (۱) ۲۶۵ تاریخ تمدن اسلامی نشان می‌دهد که مسلمانان از طریق امداد و تأسیس بیمارستان و مداوای بیماران، علاوه بر تعاون درونی جامعه اسلامی، عامل تبلیغی برای دیگران نیز بوده‌اند. ویل دورانت می‌نویسد:

«بیمارستانهای مجلل و بی‌نظیری به وسیله مسلمانان ساخته شد که بیماران را رایگان معالجه می‌کردند. بیمارستانی که نورالدین به سال ۵۵۶ ق. ایجاد کرد، سه قرن تمام بیماران را بدون دستمزد علاج می‌کرد. در بیمارستان قاهره به سال ۶۸۶ افزون بر بخش درمانی، کتابخانه، نمازخانه و سالن مطالعه وجود داشت و بیماران را پس از معالجه مبلغی می‌دادند که بدان وسیله زندگی خود را تأمین کنند.»

۶- زبان و بیان

آشنایی با زبان مخاطبین از لوازم تبلیغ است. همانگونه که پیامبران به زبان قوم خود برانگیخته شدند و مَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ... (۲) ۲۶۶ گرچه زبان پیامبر عربی بود و قرآن کریم با زبان عربی شیوا و روشن‌گر نازل شده؛ بِلِسَانِ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ (۳) ۲۶۷ اما همانگونه که تاریخ به ثبت رسانده، پیامبر خدا با دیگر لغات نیز آشنایی داشتند و با هر گروهی به

۱- . نک: منتهی الآمال، ج ۱، باب فضائل امام حسین علیه السلام.

۲- . ابراهیم: ۴

۳- . نحل: ۱۰۳

ص: ۱۵۴

لهجه و زبان‌شان سخن می‌گفتند و گاهی اصحاب نمی‌توانستند با آن زبان سخن بگویند. علی علیه السلام می‌فرماید: هنگامی که پیامبر با «وفد بنی نهد»

سخن می‌گفت، عرض کردم یا رسول الله! ما فرزندان یک پدر هستیم با این حال می‌بینم شما با وفود و هیأت‌های عرب به گونه‌ای صحبت می‌کنید که ما بسیاری از آن را نمی‌فهمیم. حضرت فرمود: این چنین خداوند مرا مؤدب ساخته و نیکو ادب آموخته است و من در میان بنی سعد تربیت شده‌ام. (۱) ۲۶۸ در مورد پیک‌ها و فرستادگان پیامبر نیز آورده‌اند که آنها زبان منطقه مأموریت خود را می‌دانستند و با آن تکلم می‌کردند. (۲) ۲۶۹ و نیز در تاریخ آمده است: پیامبر برخی یاران خود را به فراگیری زبان بیگانه مأمور می‌ساخت.

برای نمونه، زیدبن ثابت را فرمود که زبان سریانی بیاموزد تا بتواند نامه‌ها را بخواند و با یهودیان صحبت کند. (۳) ۲۷۰ موارد بالا نشان می‌دهد که پیامبر گرامی اسلام تا چه اندازه به زبان اهتمام داشتند و با کمبود وسایل و امکانات آن عصر استفاده از زبان را توصیه می‌کردند و زبان‌دانها را به منطقه مأموریت خارجی؛ مثل روم، ایران، مصر و غیره می‌فرستادند و این برای مبلغان درسی است آموزنده.

در عصری که انسانها به صدها زبان تکلم می‌کنند، جهانی کردن اسلام به فراگیری زبان نیاز دارد. در مورد حج این مسأله از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و شایسته است مبلغ حداقل به زبان عربی رائج آشنا باشد و بتواند به محاوره و بحث و گفتگو پردازد و گرنه در عرصه رقابت تبلیغی، بازنده خواهد بود.

۱- . مکاتیب الرسول، ص ۱۲؛ پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۶۵

۲- . ابن سعد، طبقات ج ۳، ص ۲۵۸

۳- . الدعوة الاسلامیه، احمد غلوش، ص ۴۷۰؛ پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۶۵

ص: ۱۵۵

۷- شعار و شعائر

راغب می گوید:

«الشُّعَارُ مَا يُشْعِرُ بِهِ الْإِنْسَانُ نَفْسَهُ فِي الْحَرْبِ أَوْ يُعَلِّمُ»؛ (۱) ۲۷۱

«شعار آن چیزی است که انسان به وسیله آن در جنگ خود را اعلام و معرفی می کند.» شعار اعلام موجودیت، اعلام موضع و هدف، با جملاتی کوتاه، رسا و نمادین است که با این خصوصیات می تواند زبان به زبان بگردد و در افکار عمومی جای خود را باز کند. البته شعار اختصاص به جنگ ندارد بلکه در عرصه عقاید و اعلام مواضع فکری، فرهنگی، سیاسی، نظامی و ... شعار نقش مؤثر دارد. شعار همچون ضرب‌المثل‌های کوتاهی است که در هر فرهنگی وجود دارد و در عین سادگی و کوتاهی، از فرهنگ حاکم بر اندیشه‌ها پرده برمی دارد.

استفاده از شعارها در جنگ و رویارویی دو جبهه، متداول بوده. کفار در جنگ بدر هبل را بر شتری نهاده و به پای آن شعار می دادند:

«أَعْلُ هُبَلٍ، أَعْلُ هُبَلٍ»

که در پاسخ به این شعار موهوم و شیطانی، پیامبر دستور داد مسلمانان بگویند:

«اللَّهُ أَعْلَىٰ وَ أَجَلٌ»

که این شعار معقول و فطری شعار موهوم دشمن را تحت الشعاع قرار می داد. در یکی دیگر از جنگ‌ها که مشرکین می گفتند

«إِنَّ لَنَا عَزَىٰ وَلَا عَزَىٰ لَكُمْ»

شعار مسلمانان

«اللَّهُ مَوْلَانَا وَلَا مَوْلَىٰ لَكُمْ»

بود که شعار مشرکین را بی‌رنگ می ساخت.

ابن هشام می نویسد: شعار مسلمانان در جنگ بدر

«أحد أحد»

بود و در جنگ احد

«أُمِّتِ أُمِّتِ»

؛ «بمیران، بمیران!» که رمزی بود میان جنگ آوران اسلام. (۲) ۲۷۲ نظیر این تعبیر را قرآن درباره ابولهب و همسرش دارد: تَبَّتْ يَدَا

أَبِي

۱- . المفردات فی غریب القرآن، شعر.

۲- . السیره النبویه، ج ۲، ص ۲۸۷

ص: ۱۵۶

لَهَبٍ وَ تَبَّ ... وَ امْرَأَتُهُ حَمَّالَةَ الْحَطَبِ (۱) ۲۷۳.

شعائر

«جمع شعیره»

به معنای آداب و مراسم دینی است و عبارت است از آنچه نام خدا و علامت اسلام بر آن نهاده شده باشد؛ چنانکه درباره صفا و مروه فرموده است: إِنَّ الصِّفَا وَالْمَرْوَةَ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ... (۲) ۲۷۴ و شتر قربانی که علامت نهاده شده از شعائر الله است: وَالْبُدْنَ جَعَلْنَاهَا لَكُمْ مِنْ شَعَائِرِ اللَّهِ... (۳) ۲۷۵ شعائر را نمی‌توان به موارد خاص محدود ساخت بلکه دامنه گسترده دارد. با این نگرش، کعبه و مناسک و مشاعر حج، مسجد و منبر، جمعه و جماعت، نماز و اذان و اقامه، اعیاد و موالید و وفیات و مجالس سوگواری و ذکر مناقب و مصائب، نام‌گذاری‌های اشخاص یا اشیا، که به موجب تداعی معانی پل ارتباطی افراد با مکتب و ارزش‌های دینی می‌باشند و هر علامت دیگر دینی چون تصاویر حرمین شریفین، تابلوها و پرچم‌های مزین به نام خدا جزو شعائرند. به همین دلیل است که قرآن کریم تعظیم شعائر را نشانه تقوی دانسته است ذَلِكُمْ وَمَنْ يُعْظَمْ شَعَائِرِ اللَّهِ فَإِنَّهَا مِنْ تَقْوَى الْقُلُوبِ (۴) ۲۷۶ شعائر اسلامی در سیمای مؤمنان و لباس پوشیدن و تکلم و تعارف آنها نیز باید منعکس باشد. همانگونه که پیامبر خدا فرمود:

«عَبَّيْرُوا الشَّيْبَ وَلَا تَشَبَّهُوا بِالْيَهُودِ» (۵) ۲۷۷

بنابراین، حتی رنگ مو اگر نشانه مسلمانی باشد، مورد ستایش است و تشبیه به کفار حتی در لباس پوشیدن و آداب معاشرت جزو منهیات فقه است و مهمتر از همه،

۱- مسد: ۲ و ۴

۲- بقره: ۱۵۸

۳- حج: ۳۶

۴- حج: ۳۲

۵- وسایل، ج ۲، ص ۸۴

ص: ۱۵۷

اعلان برائت از مشرکین، که سیره مبارک نبوی بوده و در حج جایگاه مهم دارد. هویت‌یابی جهانی اسلام اقتضا می‌کند از علایم و نمادها و شعارهای اسلامی و ملی خود حراست کنند و مانع نفوذ فرهنگ بیگانه در جوامع اسلامی شوند. اشاعه فرهنگ بیگانه با هدف هویت زدایی از مسلمین، سیاست دیرینه‌ای است که جهان استعماری آن را دنبال کرده تا توانسته غرب زدگی را در جوامع اسلامی نهادینه کند، لباس، زبان و لغت و فرهنگ آداب و سنن عمدتاً گرفته شده از غرب است که بر مسلمانان تحمیل شده و بازیابی هویت اسلامی ایجاب می‌کند که مسلمانان از فرصتهای ارزشمندی چون حج بهره بگیرند و به هویت اسلامی و ترویج آن در شعار و شعور همت گمارند. تجمّع زائران هر سال به عنوان نمایندگان و راهنمایان فکری کشورهای اسلامی می‌تواند فرصت مناسبی برای این مقصود و بازگشت به خویش و رهایی از استحاله شدن در فرهنگ و سیاست بیگانه باشد.

در تبلیغات اسلامی، از ابزارهای دیگری چون خطابه، قصه و داستان، شعر و ادب، هنر و آهنگ، روانشناسی و جنگ روانی، امثال و حکم، سوگند و برخی ابزارهای دیگر استفاده می‌شود که شرح آنها در خور این مجموعه نیست. (۱) ۲۷۸ و در اینجا به لحاظ اهمیت، بحث خطابه را دنبال می‌کنم.

۱- . مراجعه شود به پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده.

ص: ۱۵۹

فصل هفتم: خطابه

اشاره

جنبش اول که قلم بر گرفت حرف نخستین ز سخن در گرفت
 پرده خلوت چو برانداختند جلوت اول به سخن ساختند

بلبل عرشند سخن پروران باز چه مانند به آن دیگران ...
 پرده رازی که سخن پروری است سایه‌ای از پرده پیغمبری است ...
 آنکه درین پرده نوائیش هست خوشتر ازین حجره سرائیش هست
 هر که علم بر سر این راه برد گوی ز خورشید و تک از ماه برد

حکیم نظامی

شایع‌ترین ابزار پیام‌رسانی، خطابه و بیان است که با تاریخ حیات انسان پیوند دارد؛ خَلَقَ الْإِنْسَانَ * عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۱) ۲۷۹ پیامبران خدا
 نیز در تبلیغ رسالت، از خطابه بهره گرفته‌اند.
 امام سجاد علیه السلام طی روایتی می‌فرماید:
 «لَأَنَّ اللَّهَ عَزَّ وَجَلَّ مَا بَعَثَ

ص: ۱۶۰

الْأَنْبِيَاءِ وَالْأَوْصِيَاءِ بِالشُّكُوتِ إِنَّمَا بَعَثَهُم بِالْكَلامِ» (۱) ۲۸۰

در خصوص تاریخچه خطابه گفته‌اند: نخستین کسی که بر منبر ایراد خطبه نمود، آدم علیه السلام بود (۲) ۲۸۱ و از اوایل سیوطی نقل شده که نخستین بار ابراهیم بر منبر ایراد خطبه نمود. (۳) ۲۸۲ درباره شعیب آورده‌اند که او سخنورترین پیامبران بود؛ «وَ كَانَ شُعَيْبٌ أَخْبَطُ الْأَنْبِيَاءِ» (۴) ۲۸۳

همچنین موسی بن عمران از خداوند خواست گره از زبانش بگشاید تا بتواند رسالت خود را به خوبی ابلاغ کند؛ وَ احْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي * يَفْقَهُوا قَوْلِي (۵) ۲۸۴ در عصر رسالت نبی گرامی صلی الله علیه و آله که خطابه بازار رایجی در میان اعراب داشت، آن حضرت در ابلاغ رسالت از این ابزار مؤثر بهره گرفتند.

خطابه‌های پیامبر صلی الله علیه و آله در زمینه‌های مختلف، اعتقادی، تشریحی، اخلاقی، اجتماعی، سیاسی و نظامی و مناسبت‌هایی چون جمعه و عیدین فطر و قربان، مشهور و خواندنی است. در حوادث مهمی چون فتح مکه، اعلام ولایت در غدیر خم و اعلان منشور حقوق اسلامی رسالت آسمانی خود را با خطابه‌های غزا ابلاغ فرمود، گرچه در عصر ظهور اسلام، اعراب در عالی‌ترین درجه فصاحت و بلاغت بودند و در انشا و انشاد شعر و خطابه مسابقه می‌دادند اما خطابه‌های عصر جاهلی فاقد محتوا بود و بر محور اندیشه‌های جاهلیت دور می‌زد. اما در پرتو مفاهیم متعالی اسلام، خطابه از رشد و تعالی و پویایی خاص برخوردار شد.

۱- . سفینه البحار، ماده کلم.

۲- . کتاب الاوائل، مرحوم حاج آقا محمد مقدس اصفهانی

۳- . همان.

۴- . البيان و التبیین، ج ۱، ص ۱۳۷

۵- . طه: ۲۷ و ۲۸

ص: ۱۶۱

به گفته یکی از نویسندگان عرب:

«تحوّلات سیاسی، دینی و اجتماعی، به شکوفایی خطابه در این عصر انجامید؛ زیرا دعوت جدید همواره به سخنرانی نیاز داشت که تعالیم آن را به مردم برساند. اسلام، انقلابی عمیق در فرهنگ عرب پدید آورد و مفاهیم خوب و بد را جایگزین نام و ننگ ساخت؛ همانگونه که سیر و سلوک افراد را به کنترل درآورد و معنای وجود و زندگی را برای انسان تبیین کرد و با معیارهای جدید، این دو را ارزش و روحی دیگر بخشید.» (۱) ۲۸۵ از ویژگی‌های خطابه اسلامی، تضمین آیات و روایات است.

جاحظ می‌گوید: به نظر مسلمانان، از محسنات خطابه این است که مشتمل بر تعدادی از آیات قرآن باشد تا کلام را شکوه و وقار و ظرافت و شیوایی بخشد. (۲) ۲۸۶ تاریخ دعوت اسلام و دعوت گران به آیین حنیف، مشتمل بر خطابه‌ها و سخنرانی‌هایی است که در فرصتها و مناسبت‌های مختلف ایراد شده و نقش پیام‌رسانی ایفا کرده است. مشهورترین آن، خطبه‌های امیر مؤمنان علیه السلام است که بخشی از آن (۲۴۱ خطبه) در فصل نخستین نهج البلاغه گردآوری شده است. این میراث گرانسنگ اسلام و ولایت، همچون جویباری در بستر تاریخ فرهنگ و اندیشه اسلامی جریان داشته و سخنوران و خطیبان توانمندی را پرورش داده است.

ابن ابی الحدید می‌نویسد: علی علیه السلام پیشوای سخن‌سازان و خطبه

۱- . ایلیا حاوی، فن الخطابه، ص ۷۱

۲- . البیان و التبیان، ج ۲، ص ۳۸

ص: ۱۶۲

پردازان بود. درباره سخن او گفته‌اند:

«دُونَ كَلَامِ الْخَالِقِ وَفَوْقَ كَلَامِ الْمَخْلُوقِ».

عبدالحمید بن یحیی می گوید:

«هفتاد خطبه از خطبه‌های علی علیه السلام را از بر کردم و آنها همواره جوشید و زایش کرد و منبع تراوش‌های فکری و علمی من شد.»

ابن نباته گوید:

«گنجی از خطابه را حفظ کردم که انفاق آن جز فزونی و گستردگی نیاورد. صد فصل از مواعظ علی بن ابی طالب را حفظ کردم.» (۱) ۲۸۷ خطابه‌های اهل بیت، چون فاطمه زهرا علیها السلام پس از رحلت پیامبر خدا صلی الله علیه و آله، از جمله خطبه معروف فدکیه و خطبه‌های امام حسن علیه السلام در درگیری‌هایی که با معاویه داشت و خطبه‌های امام حسین علیه السلام در عرصه کربلا و پیش از آن و دیگر فرصتها چون موسم حج و اجتماع منا و گفتگو با عالمان دین و خطبه‌های بازماندگان آن حضرت پس از شهادت امام، در سفر اسارت مانند خطبه امام سجاد علیه السلام در مسجد دمشق و خطبه‌های حضرت زینب و امّ کلثوم علیهما السلام در کوفه و شام، هر یک در دفاع از حق و دریدن پرده جهل و نفاق از چهره منافقان و تبه‌کاران، نقش بسیار مهمی ایفا کرده است.

همچنین تاریخ تشیع یادآور خطیبانی چون مالک اشتر، صعصعه بن صوحان، محمد بن حنفیه، ابی اسود دثلی، کمیت اسدی شاعر و خطیب، مختار بن ابی عبیده و دیگر سخنورانی است که سیره و حدیث از آن

۱- شرح نهج البلاغه ابن ابی الحدید، ج ۱، ص ۱۱، چاپ بیروت.

ص: ۱۶۳

سخن می‌گوید. (۱) ۲۸۸ خطابه شیعه، به خصوص پس از واقعه کربلا، از پویایی و شورآفرینی ویژه‌ای برخوردار شد. در این رهگذر و به برکت اقامه سوگواری اباعبدالله علیه السلام، سخنوران در سرزمینهای اسلامی، که شیعه حضوری داشت، درخشیدند و به تشریح حوادث کربلا- و اهداف و آثار نهضت عاشورای حسینی پرداختند و با یادآوری شهادت و مظلومیت سالار شهیدان، مظلومیت تاریخی شیعیان را به نمایش گذاشتند و مستقیم و غیر مستقیم جریان نفاق حاکم و سیاستهای ظالمانه را محکوم و محاکمه کردند.

در مبحث خطابه به چند نکته باید پرداخت:

الف- فن خطابه

هر چند سخنوری و خطابه در اصل یک استعداد و هنر ذاتی است که حتی بدون تدوین فنون آن می‌تواند نقش راهبردی خود را ایفا کند، لیکن با این حال دانشمندان از دیرباز اصول و فنونی را برای خطابه نگاشته‌اند. نخستین کتاب مدوّن موجود از عهد باستان، «خطابه ارسطو» است و نیز کتاب «فن سخنوری» گریاس به قلم افلاطون که ویژگی‌های خطیب و محسّنات خطابه و موضوع و راه و روش آن را به بحث گذاشته‌اند. (۲) ۲۸۹ همزمان، منطقیون از خطابه به عنوان یکی از «صناعات خمس» یاد کرده و به تحلیل و بیان آن با رویکرد منطقی پرداخته‌اند. از خطیبان مشهور یونان

- ۱- . نک: احتجاج طبرسی، ج ۲، ص ۱۹، تحف العقول ۲۴۰، سلیم بن قیس، صص ۱۶۷، ۱۶۹؛ ایلیا حاوی، فن الخطابه ۱۱۵ تا ۲۰۳، بحار الأنوار، ج ۴۴، ص ۲۰۵
- ۲- . نک: تلخیص الخطابه، ارسطو، ص ۲۸

ص: ۱۶۴

باستان، نام دموستنس و سخنرانی‌های شورانگیز و افسانه‌ای او جلب نظر می‌کند.

دانشمندان مسلمان نیز بر اساس اصول و فنون بلاغت و فن بیان و ادبیات اسلامی به تدوین قوانین مربوط به علم «معانی و بیان» پرداخته و در این مقوله آثاری بر جای نهاده‌اند؛ مانند «اساس الاقتباس» خواجه نصیرالدین طوسی، «مفتاح العلوم» سکاکی، «البيان والتبيين» جاحظ که کهن‌ترین آثار دانشمندان اسلامی در فن بیان و بلاغت‌اند. در همین حال و در رهگذر تاریخ اسلام، از آموزش خطابه در نظام تعلیم و تربیت اسلامی، سخن به میان آمده است که در گذشته از آن یاد کردیم. همچنین تمرین خطابه در «جامع ازهر» و با هدایت مرحوم سید جمال الدین اسدآبادی که در تاریخ خطابه به ثبت رسیده و سید خود از برجسته‌ترین خطبای انقلاب عصر اخیر بوده است.

همچنین فن خطابه و آیین سخنوری، در دو بُعد علمی و عملی مورد گفت‌وگوی دانشمندان دیگر جوامع بوده و آثاری از آنها به جای مانده است. روایات اسلامی و سیره اهل بیت علیهم السلام نیز منبع ارزشمندی است در فن خطابه که جامع‌ترین آنها خطبه‌های امیر مؤمنان علیه السلام است. خطبه‌های نهج البلاغه در زمینه‌های گوناگون علمی، تربیتی، اخلاقی، سیاسی و نظامی درس آموز است.

ب- موضوع خطابه

بی‌شک هیچ خطابه‌ای بدون موضوع نیست و هیچ سخنوری بدون در نظر گرفتن موضوع خاص نمی‌تواند سخن بگوید و نباید بر کرسی خطابه بنشیند و گرنه طالب مجهول و بدون هدف خواهد بود. موضوع

ص: ۱۶۵

خطابه را از دیدگاه عرف سه قسم کرده‌اند: «دینی»، «اجتماعی» و «سیاسی» و در تقسیمات ارسطو از سه عنوان «مشورتی، تشبیتی و مشاجری» نام برده شده که هر یک مقامی خاص دارد و عنوان «سیاسی، اخلاقی و قضایی» به آن داده شده است. (۱) ۲۹۰ نخستین امر مهم برای خطیب، تعیین موضوع مناسب و مورد نیاز مخاطب است و آنگاه تفکر و اندیشه درباره اینکه چگونه وارد بحث شود، به چه شکلی مطالب را طبقه‌بندی کند و آیا سخنش را با مقدمه آغاز کند و به تحلیل و بیان پردازد؟ چه موارد و دلایلی را به کارگیرد تا به نتیجه‌گیری نزدیک شود؟

سخنوری که موضوع سخن خود را هنگام سخنرانی انتخاب کند و هر آنچه بر زبانش جاری شد القا نماید، سخنور لایق و شایسته‌ای نیست؛ زیرا هم وقت خود را تلف کرده و هم وقت شنوندگان را که بخشی از عمرشان را در اختیار او نهاده‌اند و این خالی از مسؤلیت نیست. (۲) ۲۹۱ سخن گفتن از روی تدبّر در همه حال، از نشانه‌های ایمان و ویژگی‌های مؤمن به‌شمار آمده و روایات در این خصوص فراوان است.

علی علیه السلام می‌فرماید:

«... الْمُؤْمِنُ إِذَا أَرَادَ أَنْ يَتَكَلَّمَ بِكَلَامٍ تَدَبَّرَهُ فِي نَفْسِهِ» (۳) ۲۹۲

۱- نک: تلخیص الخطاب به ابن رشد، ص ۲۹ و ۳۰ و شرح نهج البلاغه ابن میثم، ج ۱، ص ۶۵، وسائل الاعلام، ص ۱۱۳

۲- سعدی گوید:

چو مردم سخن گفت باید بهوش و گرنه شدن چون بهایم خموش
به نطق است و عقل آدمی زاده فاش چو طوطی سخن گوی نادان مباح
ز نطق آدمی بهتر است از دواب دواب از تو به گر نگویی صواب

۳- نهج البلاغه، خطبه ۱۷

ص: ۱۶۶

از نکات مربوط به این بحث، وحدت موضوع است. خط سیر خطابه باید در مسیری واحد باشد تا مطلب به خوبی پرورانده شود. پراکنده گویی موجب سردرگمی گوینده و مخاطب می‌شود و به نتیجه مطلوب نمی‌رسد.

این موضوع با تنوع در گفتار منافات ندارد که گوینده برای اثبات مطلب و تقریر موضوع، از راه‌های گوناگون بهره گیرد و یک جمع‌بندی کامل از کل سخنانش داشته باشد.

در سخنرانی‌های حج، موضوعات و عناوین ویژه‌ای محور سخن قرار می‌گیرد. کلیات این موضوعات و عناوین را در مسائل شرعی زائر و مناسک حج، فلسفه و اسرار حج، اخلاق و عرفان حج، مسائل سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی حج، تاریخ حرمین شریفین و مشاعر و مساجد و اماکن و آثار و بنیانگذاران آن، تاریخ اسلام و تاریخ زندگانی پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و خاندان و اهل بیت آن حضرت و چهره‌های نامدار و یاران صادق آنان، مسائل امروز جهان اسلام، پاسخ به شبهات مخالفین، مراقبت‌های ویژه، شرایط تقیه، آداب معاشرت با همسفران و دیگر مسلمانان، تزکیه و خودسازی، اغتنام فرصت معنوی حج، آداب زیارت و توسل و ... می‌توان خلاصه کرد که خطبا و روحانیان به اقتضای مقام و رعایت اولویتها باید به آن بپردازند. برای هر یک از عناوین فوق، آثار مدوّن موجود است که روحانیان و مبلغان باید مطالعه کرده و آگاهی‌های خود را بالا ببرند تا بتوانند پاسخ‌گوی نیاز فرهنگی حج باشند.

ج- آداب و محسنات خطابه

در این خصوص مواردی را می‌توان برشمرد:

۱. افتتاح سخن با نام خدا و حمد و ثنا و درود و سلام بر پیامبر و

ص: ۱۶۷

اوصیا و استفاده از قرآن و مواظب آن. همانگونه که در سیره نبوی به ثبت رسیده است.

امام صادق علیه السلام از پدران خود نقل می‌فرماید:

«كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ إِذَا خَطَبَ حَمِدَ اللَّهَ وَأَثْنَى عَلَيْهِ ثُمَّ قَالَ: أَمَّا بَعْدُ، فَإِنَّ أَصْدَقَ الْحَدِيثِ كِتَابُ اللَّهِ وَ أَفْضَلُ الْهُدَى هُدَى مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ وَ شَرُّ الْأُمُورِ مُحَدَّثَاتُهَا وَ كُلُّ بَدْعَةٍ ضَلَالَةٌ» (۱) ۲۹۳

که این قسمت بیان، شامل نکاتی است: حمد و ثنای الهی، استفاده از آیات به عنوان نخستین منبع هدایت، استفاده از سخن و سیره و رهنمودهای پیامبر، پرهیز از بدعت و التقاط که مسیر دین را به بیراهه می‌برد و سبب گمراهی می‌شود.

۲. اتقان و مستند بودن محتوا.

از این مطلب در آیات کریمه قرآن به عنوان

«قول سدید»

تعبیر شده است: يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَ قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (۲) ۲۹۴ و در آیه دیگر ... فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَ لْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا (۳) ۲۹۵ تقوای خدا پیشه کنید و سخن استوار بگویید. هر چند سنجیده گفتن به خطابه اختصاص ندارد و هر فرد مؤمن باید به حکم تقوای دینی سنجیده و متین سخن بگوید و از بیهوده سرایی و سست‌گویی پرهیزد، اما رعایت این دستور قرآنی در خطابه جایگاه ویژه دارد. در سیره نبوی نوشته‌اند: آن حضرت در آغاز خطبه با خواندن آیات فوق، اتقان سخن و درستی کلام را گوشزد می‌کردند. سهل ابن سعد ساعدی گوید:

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۶

۲- . احزاب: ۷۰

۳- . نساء: ۹

ص: ۱۶۸

«ما جَلَسَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ هَذَا الْمُنْبَرِ قَطُّ إِلَّا تَلَا هَذِهِ الْآيَةَ:
يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

(۱). ۲۹۶

«پیامبر خدا صلی الله علیه و آله هرگز بر این منبر ننشستند مگر اینکه این آیه را تلاوت کردند: ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از خدا پروا بگیرید و سخن استوار بگویید.»

در تفسیر

«قول سدید»

گویند:

«السَّدِيدُ مِنَ الْقَوْلِ السَّلِيمِ، مِنَ الْفَسَادِ وَأَضْلُهُ مِنْ سَدِّ الْخَلْلِ - وَقَوْلِهِ تَعَالَى:
قُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ...

، أَيْ صَوَابًا، عَدْلًا، مُوَافِقًا لِلشَّرْعِ وَالْحَقِّ ... وَالسَّدَادُ بِالْفَتْحِ، الصَّوَابُ مِنَ الْقَوْلِ وَالْفِعْلِ» (۲). ۲۹۷

«سخن استوار و متین آن است که از فساد مبرّ باشد و مقصود از آیه کریمه این است که سخن صدق و صواب، سنجیده و موافق شرع و حق بگویید، در مورد گفتار و رفتار می‌توان از واژه سداد استفاده کرد.»

در روایت دیگری از امام صادق علیه السلام ... قَوْلًا سَدِيدًا ...

، به

«قَوْلًا عَدْلًا»

تفسیر شده است. (۳). ۲۹۸ به طور خلاصه: آنچه در خطابه نقش اساسی دارد، اتقان مطلب و منطقی بودن گفتار است. خطیب باید توجه داشته باشد مخاطبانی که گاه به صدها و هزارها می‌رسند، بخشی از عمر خود و عقل و قلب و دین و دنیایشان را در اختیار او نهاده‌اند تا از این فرصت بهره گیرند و او باید

۱- . تفسیر المیزان، ج ۱۶، ص ۳۷۶

۲- . طریحی، مجمع البحرین، ماده «سدد».

۳- . تفسیر برهان، ج ۴، ص ۴۹۸؛ کافی، ج ۸، ص ۱۰۷

ص: ۱۶۹

پاسخ گوی مسئولیت خود در قبال آنان باشد، همانگونه که در برابر سخنان خود نیز مسئول است. پیامبر گرامی اسلام می‌فرماید:

«ما مِنْ عَبْدٍ يَخْطُبُ خُطْبَةً إِلَّا اللَّهُ سَأَلَهُ عَنْهَا مَا أَرَادَ بِهَا»؛ (۱) ۲۹۹

«بنده‌ای نیست که خطبه‌ای بخواند مگر آنکه خداوند از وی بازخواست کند که از آن خطبه چه هدفی داشته است.»

از این روایت می‌توان مسئولیت خطیب در گزینش محتوای خطبه و انگیزه و هدف از ایراد سخن را دریافت.

د- شیوه‌های ایراد خطبه

اشاره

شیوه‌های سخنوری را از دو زاویه می‌توان به بررسی گذاشت: یکی آنچه به محتوا باز می‌گردد و دیگری شیوه‌های هنری ایراد خطبه. پیشتر در باره آنچه که به محتوای خطابه ربط داشت، مطالبی آوردیم: گزینش موضوع متناسب با مقتضای حال و نیاز مخاطب و سرشار بودن از مایه علمی و مستندات دینی و مواد لازم و مناسب. افزون بر اینها نکته‌های تاریخی، لطایف حکمت، اشعار مناسب و حکایات شیرین و عبرت‌آموز که از ملالت مخاطب بکاهد و در زمینه سازی ذهنی وی مؤثر افتد، قابل ذکر است و در مورد شیوه‌های سخنوری مواردی را می‌نگریم:

الف- اختصار و رسایی بیان

کوتاه کردن سخنرانی بدان گونه که به محتوای پیام خللی وارد نسازد و در عین اختصار، گویای مقصود باشد و به اصطلاح اهل

بلاغت، پرهیز از

«ایجاز مُخَلِّ و اطناب مُمِلِّ»

از محسنات خطبه است. در توصیف سخن

ص: ۱۷۰

پیغمبر گفته‌اند:

«وَكَانَ أَوْجَزُ النَّاسِ كَلَامًا وَبِذَلِكَ جَاءَ جَبْرَيْلُ وَكَانَ مَعَ الْإِيجَازِ - يَجْمَعُ كُلَّ مَا أَرَادَ وَكَانَ يَتَكَلَّمُ بِجَوَامِعِ الْكَلِمِ لَا فُضُولَ فِيهِ وَلَا تَقْصِيرَ، كَلَامٌ يَتَّبِعُ بَعْضُهُ بَعْضًا، بَيْنَ كَلَامَيْهِ تَوَقُّفٌ يَحْفَظُ سَامِعُهُ وَيَعِيَهُ وَكَانَ جَهْرُ الصَّوْتِ أَحْسَنَ النَّاسِ نَغْمَةً» (۱) ۳۰۰

«از همه مردم کوتاه‌تر سخن می‌گفت و این دستوری بود که جبرئیل آورده بود و با ایجاز و کوتاهی تمام مقصود خود را می‌رساند و جامع‌ترین سخنان را ایراد می‌کرد، نه زیاده می‌گفت و نه کم می‌گذاشت.»

از بررسی خطابه‌های پیشوایان ما چنین استفاده می‌شود که طول دادن خطابه در صدر اسلام معمول نبوده است. خطابه‌های پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و ائمه معصومین علیهم السلام نشان می‌دهد که آن بزرگواران کمتر به خطبه طولانی می‌پرداختند و به جز چند خطبه، چون خطبه الغدیر رسول الله صلی الله علیه و آله و برخی خطابه‌های امیرالمؤمنین چون «قاصعه»

، خطابه‌ها کوتاه و در عین حال پرمحتوا و سرشار از هدایت و حکمت بوده است و این برای مبلغان باید اسوه باشد. همچنین توصیه‌های آنان نیز از اختصار کلام و پرهیز از سخن طولانی و ملالت‌آور، ستایش شده است. از سخنان نبی گرامی صلی الله علیه و آله است:

«لَيْسَ الْبَيَانُ كَثْرَةَ الْكَلَامِ وَ لَكِنْ فَضْلٌ فِيمَا يُحِبُّ اللَّهُ عَزَّوَجَلَّ» (۲). من لایحضره الفقیه، روایت ۵۷۶۹- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۴ (۳) ۳۰۱

بیان به زیاده‌گویی نیست بلکه گفتاری است که جان‌مطلب را در آنچه مورد پسند خداوند بزرگ است، برساند.»

۱- . محجة البيضاء، ج ۴، ص ۱۳۳

-۲

-۳

ص: ۱۷۱

در گفتاری دیگر از آن حضرت نقل شده که:

«حضرت موسی با خضر پیامبر دیدار کرد و از وی موعظه‌ای طلبید. جناب خضر بدو گفت:

«يَا طَالِبَ الْعِلْمِ إِنَّ الْقَائِلَ أَقْلُ مَلَالَةٍ مِنَ الْمُسْتَمِعِ فَلَا تُمَلِّ جُلَسَاءَكَ إِذَا حَدَّثْتَهُمْ»؛ (۱) ۳۰۲

«ای جوینده دانش، خستگی گوینده کمتر از خستگی شنونده است، پس همشینان خود را با سخن گفتن خسته مکن.»

امیرالمؤمنین علیه السلام می‌فرماید:

«مَا قَلَّ وَكَفَى خَيْرٌ مِمَّا كَثُرَ وَ أَلْهَى» (۲) ۳۰۳

«آنچه کم و کافی باشد بهتر است از آنچه بسیار و سرگرم کننده باشد.»

جاحظ از ابوالعباس مدائنی نقل می‌کند که گفت:

«روزی عمار فرزند یاسر برای ما سخن می‌گفت اما سخن را کوتاه کرد. به او گفتند: چرا بیش از این نگفتی؟ پاسخ داد:

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله به ما امر کرد نماز را طول بدهیم و خطبه را کوتاه کنیم.

أَمَرْنَا رَسُولَ اللَّهِ بِطُولِ الصَّلَاةِ وَ قَصْرِ الْخُطْبِ» (۳) ۳۰۴

گویند خطیب پرچانه‌ای بیش از یک ساعت سخن گفت و در پایان، در مقام پوزش برآمد که پرگویی کردم و دردسر دادم! بذله

گویی در پاسخ گفت: آسوده خاطر باش که حواس ما جای دیگر بود!

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۴

۲- . بحار، ج ۲۱، ص ۳۱۰

۳- . البیان و التبیین، ج ۱، ص ۲۰۴

ص: ۱۷۲

به طور خلاصه: مخاطب را ظرفیتی است محدود و هرگاه سخن از آن حد فراتر رود، اثر معکوس به بار می‌آورد. شیرینی سخن را تلخ می‌کند و بافته‌ها را تار و پود می‌گسلد. بر سخنرانان است از پرگویی بپرهیزند که این آفت سخنوری است:

«آفَةُ الْكَلَامِ الْإِطَالَةُ» (۱) ۳۰۵

و رابطه خطیب و مخاطب را قطع می‌کند.

ب- فصاحت و شیوایی بیان

از محسنات خطابه، فصاحت و شیوایی است و با این فلسفه، علم معانی و بیان تدوین شده است. اهل بیان آنگاه که از فصاحت سخن گفته‌اند، عوامل مخلّ به فصاحت؛ چون «تنافر حروف»، «تعقید لفظی و معنوی» و نیز «غرابت استعمال» را مثال زده‌اند که سخنگو باید از آن خودداری کند.

ادبیات صحیح و روان، ترکیبات کلام، دستور زبان، تشبیهات زیبا و نوآوری در بیان، عوامل مؤثر شیوایی سخن است. پیامبر خدا

صلی الله علیه و آله فرمود:

«جَمَالُ الْمَرْءِ فَصَاحَةُ اللِّسَانِ»

. همچنانکه لحن گوینده و آهنگ صدا و فراز و فرود کلام، بر زیبایی سخن می‌افزاید.

همانگونه که آثار به‌جای مانده از کلام نبوی گواهی می‌دهد و توصیف‌گران گفته‌اند: پیامبر خدا صلی الله علیه و آله سید فصحا و بلغا بود، کلامی دلپذیر و لهجه‌ای شیرین و روشن داشت. دلایل بیانش قوی و قانع‌کننده بود و از هر کس به شیوه خطابه و سخنوری داناتر و مؤید تأییدات ربانی بود. خود در این باره فرمود:

«أَنَا أَفْصَحُ الْعَرَبِ (۲) ۳۰۶، أُعْطِيتُ جَمَاعَةَ الْكَلِمِ» (۳) ۳۰۷

۱- غرر الحکم، ۳۹۶؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۶

۲- بحار، ج ۱۷، ص ۱۵۸

۳- بحار، ج ۸، ص ۳۸

ص: ۱۷۳

امیرالمؤمنین علیه السلام طی گفتاری از فصاحت خود و خاندانش چنین تعبیر می‌کند:

«وَنَحْنُ أَفْصَحُ وَأَنْصَحُ وَأَصْبَحُ» (۱) ۳۰۸

سید رضی درباره آن حضرت گوید:

«امیرمؤمنان سرچشمه فصاحت و منبع بلاغت و پدید آورنده آن است. مکنونات بلاغت به وسیله او آشکار گردید و قوانین و اصول آن از او گرفته شد. تمام خطبا و سخنوران به او اقتدا نموده و همه واعظان بلیغ از سخن او استمداد جسته‌اند. با این همه او همیشه پیشرو است و دیگران دنباله رو. او مقدم است و آنها مؤخر؛ زیرا سخن او کلامی است که آثار علم الهی و رائج سخن پیامبر را به همراه دارد.» (۲) ۳۰۹ اساسی‌ترین سرمایه خطابه اسلامی و زیبایی آن، بهره‌گیری از آیات قرآن و منعکس کردن زیبایی‌های آن و استفاده از روایات معصومین علیهم السلام است که علاوه بر زیبایی ادبی، از محتوای غنی و جاذبه معنوی برخوردار است و این دو ویژگی است که قرآن و حدیث را از دیگر گفته‌ها ممتاز می‌سازد. بهره‌گیری، اقتباس و تضمین آن‌ها با سخنرانی، جلوه‌ای دیگر به خطابه می‌بخشد و خطبا از این دستمایه گرانسنگ نباید غفلت بورزند.

فصاحت بیان، یکی از برنده‌ترین سلاح‌های پیامبران در تبلیغ بوده است.

از نمونه‌های آن، داستان حضرت موسی علیه السلام و تبلیغ رسالت به فرعونیان است که چون موسی لکنت زبان داشت، از خداوند درخواست کرد گره از

۱- . نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۲۰

۲- . مقدمه نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی.

ص: ۱۷۴

زبان‌ش بگشاید تا بتواند پیام خویش را آشکارا اعلام کند: رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي * يَفْقَهُوا قَوْلِي (۱) ۳۱۰ و از خداوند خواست برادرش هارون را که فصیح‌تر از وی بود، به یاری‌اش بفرستد: وَ أَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسَلَهُ مَعِيَ رِدْءًا يُصَدِّقُنِي.... (۲) ۳۱۱

ج- بلاغت خطیب

در روایات نیز تعابیر زیبایی در تفسیر بلاغت سخن آمده که دیدگاه اسلامی را نسبت به بیان و بلاغت تبیین می‌کند. امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

«لَيْسَتْ الْبَلَاغَةُ بِحَدِّهِ اللَّسَانِ وَلَا بِكَثْرَةِ الْهَدْيَانِ وَلَكِنَّهَا إِصَابَةُ الْمَعْنَى وَقَصْدُ الْحُجَّةِ». (۳) ۳۱۲

«بلاغت به تیزی زبان و لفاظی و بیهوده‌سرایي نیست، بلکه بلاغت عبارت است از رساندن مقصود با برهان درست.»
و نیز می‌فرماید:

«ثَلَاثَةٌ فِيهِنَّ الْبَلَاغَةُ: التَّقَرُّبُ مِنْ مَعْنَى الْبُغْيَةِ وَالتَّبَعْدُ مِنْ حَشْوِ الْكَلَامِ وَالدَّلَالَةُ بِالْقَلِيلِ عَلَى الْكَثِيرِ». (۴) ۳۱۳

«بلاغت به سه چیز است: نزدیک شدن به معنای مورد نظر، دوری از کلام زاید و رسانیدن مطلب با عبارت کوتاه.»
و نیز هنگامی که از تفسیر بلاغت پرسیدند، فرمود:

«مَنْ عَرَفَ شَيْئًا قَلَّ كَلَامُهُ فِيهِ وَإِنَّمَا سُمِّيَ الْبَلِغُ لِأَنَّهُ يُبَلِّغُ حَاجَتَهُ

۱- طه: ۲۸-۲۵

۲- قصص: ۳۴

۳- تحف العقول، ص ۳۱۲

۴- تحف العقول، ص ۳۱۵

ص: ۱۷۵

بِأَهْوَنِ سَعِيَةٍ» (۱) ۳۱۴

«آن کس که چیزی را بشناسد، درباره آن کم صحبت می‌کند و بلیغ از این جهت گفته‌اند که با کم‌ترین تلاش به مقصود خود می‌رسد.»

همانگونه که ملاحظه کردیم، در این روایات بهترین تعریف از بلاغت شده است که با لغت و روح زبان و منطق و عرف بیشترین مناسبت را دارد و این صحیح‌تر از تعریفی است که بلاغت را به معنای ایراد سخن به مقتضای حال تفسیر می‌کند.

د- واضح و شفاف گفتن

از محبت‌نات خطابه، گویا و قابل فهم بودن آن برای همه مخاطبان است؛ یعنی به زبان مردم حرف زدن، همانگونه که قرآن کریم درباره رسالت پیامبران فرمود: «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا لِنُؤْمِنَ قَوْمِهِ لِنُبَيِّنَ لَهُمْ...» (۲) ۳۱۵ از آنجا که هدف تبلیغ و سخنوری، رساندن و فهماندن و ارشاد مخاطب است، باید سخن خطیب تحقق بخش این هدف باشد...

در توصیف گفتار پیامبر خدا گفته‌اند: کلام آن حضرت روشن و آشکار بود، به گونه‌ای که هر کس آن را می‌شنید می‌فهمید. (۳) ۳۱۶ آن حضرت مسلسل و پیوسته سخن نمی‌گفت، بلکه شمرده حرف می‌زد و هر کس می‌شنید آن را حفظ می‌کرد، «مَا كَانَ رَسُولُ اللَّهِ يَسْرُدُ الْحَدِيثَ كَسْرُدِكُمْ هَذَا، يُحَدِّثُ حَدِيثًا لَوْ عَدِهَ الْعَادِ لَأَخْصَاهُ» (۴) ۳۱۷

۱- . تحف العقول، ص ۳۵۹

۲- . ابراهیم: ۴

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۸۶

۴- . کیف يدعو الداعیه، عبدالله ناصح علوان، ص ۳۵

ص: ۱۷۶

امام حسن علیه السلام از قول هندبن ابو هاله، توصیف کننده پیامبر، فرموده است که:
 «كَانَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ يَتَكَلَّمُ بِجَوَامِعِ الْكَلِمِ فَضْلًا لَا فُضُولَ فِيهِ وَلَا تَقْصِيرَ» (۱) ۳۱۸
 «پیامبر خدا گفتاری جامع داشت، آشکارا سخن می گفت، بی آنکه در آن فزونی یا کاستی باشد.»
 خطیب باید سخن خود را برای عموم مخاطبان مرتب، واضح و قابل فهم بگوید و از مغلط گویی پرهیزد.
 علی علیه السلام می فرماید:

«أَحْسَنُ الْكَلَامِ مَا زَانَهُ حُسْنُ النُّظَامِ وَفَهْمُهُ الْخَاصُّ وَالْعَامُّ» (۲) ۳۱۹

و نیز باید طاق و ظرفیت مخاطب را در نظر گیرد و فراتر از توان مخاطب سخن نگوید و در عین حال نیاز مخاطبان مستعد را پاسخ گو باشد؛ امام صادق علیه السلام از قول عیسی بن مریم فرموده است که وی طی خطبه‌ای در میان بنی اسرائیل گفت:
 «لَا تُحَدِّثُوا بِالْحِكْمَةِ الْجُهَّالَ فَتَظْلِمُوهَا وَلَا تَمْنَعُوهَا أَهْلَهَا فَتَظْلِمُوهُمْ» (۳) ۳۲۰
 سخن گفتن، فراتر از فهم مخاطب، گاه نتیجه معکوس می دهد و سبب

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۸۶

۲- . تبلیغ در قرآن و حدیث / ص ۲۸۸؛ غرر الحکم ۴/ ۳۳۰

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث / ص ۲۹۲، تحف العقول.

ص: ۱۷۷

گمراهی می‌شود.

علی علیه السلام در این باره می‌فرماید:

«أَتُحِبُّونَ أَنْ يُكَذَّبَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ حَدَّثُوا النَّاسَ بِمَا يَعْرِفُونَ وَآمَسُّكُوا عَمَّا يُنْكِرُونَ» (۱) ۳۲۱

ه- نرمش و ملاطفت در بیان

یکی از رموز تأثیر کلام، نرمش در کلام و ملاطفت با شنونده است.

خطابه و تبلیغ با احساسات مخاطب سر و کار دارد و ملاطفت و مدارا می‌تواند این احساسات را برانگیزد و به پذیرش پیام فرا خواند.

این اصل برگرفته از سیره و سنت نبوی است که فرمود:

«أُمِرْتُ بِمُدَارَاةِ النَّاسِ كَمَا أُمِرْتُ بِتَبْلِيغِ الرَّسَالَةِ» (۲) ۳۲۲

«همانگونه که به تبلیغ رسالت مأمور شدم، به مدارای با مردم موظف گردیدم.»

در روایت دیگر است که چون پیامبر خدا صلی الله علیه و آله عمرو بن مُرّه را برای تبلیغ قومش مأموریت داد. توصیه کرد که:

«عَلَيْكَ بِالرَّفْقِ وَالْقَوْلِ السَّيِّدِ وَلَا تَكُ فَظًّا غَلِيظًا وَلَا مُسْتَكْبِرًا وَلَا حَسُودًا» (۳) ۳۲۳

«با نرمش و ملایمت و گفتار سنجیده با آنان سخن بگو و بر حذر باش از درشت خویی و خشونت و کبر و حسد.»

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶

۲- . تحف العقول، ص ۴۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶

۳- . تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶

ص: ۱۷۸

امیر مؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«لَيْسَ الْكَلَامَ قَيْدُ الْقَلْبِ» (۱) ۳۲۴

«نرمی گفتار، دلها را تسخیر می‌کند.»

و نیز می‌فرماید:

«إِنَّ مِنَ الْكَرَمِ لَيْنَ الْكَلَامِ» (۲) ۳۲۵

«نرمی گفتار، از کرامت و بزرگواری است.»

رعایت این سنت حسنه، با خودی و بیگانه توصیه شده است. امام صادق علیه السلام در تفسیر آیه کریمه: وَقُولُوا لِلنَّاسِ

حُسْنًا (۳) ۳۲۶ می‌فرماید:

«قُولُوا لِلنَّاسِ كُلِّهِمْ حُسْنًا مُؤْمِنِهِمْ وَمُخَالَفِهِمْ أَمَّا الْمُؤْمِنُونَ فَيَسُطُّ لَهُمْ وَجْهُهُ وَبِشْرَهُ وَأَمَّا الْمُخَالَفُونَ فَيَكَلِّمُهُمْ بِالْمِدَارَاهِ لِاجْتِدَابِهِمْ إِلَى

الْإِيمَانِ» (۴) ۳۲۷

«با همه مردم به نیکی سخن بگویند. با مؤمنان و مخالفان، با مؤمنان با چهره گشاده و شاد روبه‌رو شوید و با مخالفان برای جذبشان،

به ایمان، با مدارا سخن بگویند.»

این روایت صراحت دارد که مدارا عامل جذب است و خشونت عامل دفع. قداستِ عملِ تبلیغ دین ایجاب می‌کند که مبلغ از

بکارگیری عبارات رکیک و زشت و خلاف ادب بپرهیزد. امیرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶

۲- . همان.

۳- . بقره: ۸۳

۴- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۸؛ از بحار و تفسیر امام عسکری علیه السلام.

ص: ۱۷۹

«إِيَّاكَ وَ مَا يُسْتَهْجَنُ مِنَ الْكَلَامِ فَإِنَّهُ يَحْبِسُ عَلَيْكَ اللَّثَامَ وَيَنْفُرُ عَنْكَ الْكِرَامُ» (۱) ۳۲۸
 «از گفتار زشت پرهیز که فرومایگان را دور تو جمع کند اما بزرگواران را از تو براند.»

و نیز می‌فرماید:

«أَصْلِحِ الْمُسِيءَ بِحُسْنِ فِعَالِكَ وَ دَلَّ عَلَى الْخَيْرِ بِجَمِيلِ مَقَالِكَ» (۲) ۳۲۹

«بدکاران را با عمل نیک خود اصلاح کن و با کلام زیباییت به خیر و خوبی رهنمون باش.»

جایگاه منبر مقدس است و خطیب جای پیامبر تکیه می‌زند، به این جایگاه گرانقدر همواره باید توجه داشت، حفظ منزلت این جایگاه و مسئولیت ایجاب می‌کند متانت و وقار سرلوحه کار خطیب باشد تا از نفوذ کلام بیشتری برخوردار گردد.

و- احترام به شخصیت مخاطب

از آنجا که هر انسانی دوست دارد به وی احترام کنند و به شخصیتش بها دهند، استفاده از این نکته روانشناختی در تبلیغ مهم است. تواضع و فروتنی در برابر مخاطب، توصیه مهم قرآنی به نبی گرامی است:

«وَ اخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ» (۳) ۳۳۰

خطبا باید از این درس اخلاقی پیروی کرده و به مخاطبان خود در هر سطحی که باشند، احترام کنند و از گفتار یا رفتاری که

۱- . غرر الحکم، ۲۷۳۳؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰

۲- . تصنیف غرر الحکم، ۲۵۵

۳- . حجر: ۸۸

ص: ۱۸۰

از آن تلقی بی احترامی می‌شود جداً پرهیزند.

سیره پیشوایان دین را اسوه سازند که با جاهل‌ترین افراد و حتی معاندان، شیوه بزرگواری پیشه ساختند و آنان را به راه راست هدایت کردند که دستاوردهای آن در سیره مبارکه آنها فراوان است. غرور علمی نباید باعث گردد که به افراد عامی، بی‌سواد و بی‌فرهنگ بی توجهی شود که در حدیث قدسی آمده است:

«مَنْ أَهَانَ لِي وَلِيًّا فَقَدْ بَارَزَنِي بِالْمُحَارَبَةِ» (۱) ۳۳۱

و چه بسا بندگان خوب خدا در میان همین مردم عامی و عادی و بی‌ادعا باشند و اهانت به آنها خشم خداوند را در پی داشته باشد. از سوی دیگر، احترام به شخصیت مخاطب سبب جذب و تأثیر پذیری وی می‌شود که از این ابزار باید در تبلیغ بهره گرفت.

د- نشاط انگیز بودن سخن

از آن رو که حالات روانی و طبیعی مخاطب یکسان نیست و این امر در آمادگی و عدم آمادگی وی تأثیر دارد، بر مبلغ است که مترصد فرصت و حالات مناسبی باشد که مخاطب آماده پذیرش پیام بوده و در آن لحظات مناسب حرف خود را بزند. خستگی، خواب آلودگی، گرسنگی، تشنگی، گرما و سرما و عواملی از این دست، نشاط مخاطب را خدشه‌دار می‌سازد و پیام را بی اثر می‌کند. در روایات به این نکته مهم توجه شده و توصیه‌ها و رهنمودهای مناسبی وجود دارد. علی علیه السلام می‌فرماید:

«إِنَّ لِلْقُلُوبِ شَهْوَةً وَ إِقْبَالَ وَ إِدْبَارًا فَأَتُوها مِنْ قِبَلِ شَهْوَتِها

ص: ۱۸۱

وَإِقْبَالَهَا فَإِنَّ الْقَلْبَ إِذَا أُكْرِهَ عَمِيَ» (۱) ۳۳۲

«دل‌ها را تمایل و اقبال و ادبار است، پس از رهگذر میل و اقبال آنها به دل‌ها رو آورید؛ زیرا اگر بر قلب چیزی تحمیل شود، کور می‌گردد.»

و نیز می‌فرماید:

«مَنْ لَمْ يَنْشَطْ لِحَدِيثِكَ فَارْفَعْ عَنْهُ مَوْئِنَةَ الْأَسْتِمَاعِ مِنْكَ» (۲) ۳۳۳

«هر کس برای سخن تو نشاط نشان ندهد، زحمت شنیدن را از او بردارد.»

از سخنان نبی گرامی صلی الله علیه و آله با یاران خویش است که:

«إِنِّي لَأَتَخَوُّلُكُمْ بِالْمَوْعِظَةِ تَخَوُّلاً مَخَافَةَ السَّامَةِ عَلَيْكُمْ» (۳) ۳۳۴

«من از بیم خسته شدن شما، زمانی را برای موعظه برمی‌گزینم که شما را پذیرای آن بینم.»

سعدی گوید:

حکایت بر مزاج مستمع گوی‌اگر بینی که دارد با تو میلی

هر آن عاقل که بامجنون نشیند نباید گفتنش جز ذکر لیلی

مبلغ باید حال و استعداد مخاطب را در نظر بگیرد و آنگاه به ایراد سخن پردازد و کلامش یکنواخت، طولانی، خسته کننده و خواب آور نباشد. نوآوری در مطالب و مباحث و تنوع سخن و گاه ایراد لطایف و

۱- نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۹۳

۲- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۰۸

۳- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۰۸

ص: ۱۸۲

قصص آموزنده و اشعار مناسب و زیر و بم دادن به صدا و ... می‌تواند از خستگی مستمع بکاهد و زمینه جذب را فراهم آورد. در تبلیغات حج، توجه به ساعات و اوقات مناسب اهمیت فراوان دارد؛ گرمی هوا، خستگی راه، بی‌خوابی، تشنگی، گرسنگی و فرصتهای مختلف و شرایط ایراد سخن آمادگی و عدم آمادگی زائر هر یک می‌تواند فضایی را به‌وجود آورد و تبلیغ را آسان و یا دشوار سازد و توجه به این نکات و رعایت حالات، هر یک از ضروریات تبلیغات حج است و مبلغ باید این موارد را بشناسد و از اینجاست که روانشناختی مبلغ و زمان‌شناسی و دیگر شرایط، جایگاه خود را باز می‌یابد.

ح- شورآفرینی

شورآفرینی خطابه، به دو عامل بستگی دارد: یکی از سوز دل سخن گفتن است و دیگری فن سخنوری دانستن و از آن بهره گرفتن. از سخنان منسوب به امیر مؤمنان است:

«الْكَلِمَةُ إِذَا خَرَجَتْ مِنَ الْقَلْبِ وَقَعَتْ فِي الْقَلْبِ وَإِذَا خَرَجَتْ مِنَ اللِّسَانِ لَمْ تَجَاوِزِ الْأَذَانَ» (۱) ۳۳۵

«هرگاه سخن از دل برخیزد بر دل نشیند و هرگاه از زبان نشأت گیرد، از گوش‌ها فراتر نرود.»

و نیز از آن حضرت است:

«إِذَا طَابَقَ الْكَلَامُ بَيْنَهُ الْمُتَكَلِّمِ قَبْلَهُ السَّمِيعِ وَإِذَا خَالَفَ بَيْنَهُ لَمْ يَحْسُنْ مَوْقِعُهُ مِنْ قَلْبِهِ» (۲) ۳۳۶

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۴۴

۲- . تصنیف غرر الحکم، ۹۲- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۴۴

ص: ۱۸۳

«هرگاه سخن با نیت سخنگو منطبق باشد، شنونده آن را می‌پذیرد و هرگاه بر خلاف آن باشد در دلها به خوبی جایگزین نگردد.» بنابراین، از سوز دل سخن گفتن و با عمل آن را تأیید کردن، می‌تواند دل‌ها را به تسخیر خطیب درآورد و در چنین صورتی است که احساسات مخاطب را جذب و در جهت مطلوب، تحریک و هدایت می‌کند.

همانگونه که از معلم بزرگ و مربیان اخلاق خواننده و شنیده‌ایم که مواعظ آنها به گونه‌ای دلها را تحت تأثیر قرار می‌داده که اشک‌ها را جاری می‌ساخته و گاه تا مرحله جان‌باختن می‌برده است. مانند حدیث همام که یکی از یاران امیرالمؤمنین بود و با شنیدن خطبه متقین قالب تهی کرد و امام فرمود:

«أَهْكَذَا تَصْنَعُ الْمَوَاعِظُ الْبَالِغَةُ بِأَهْلِهَا» (۱) ۳۳۷

و اما در خصوص شورآفرینی خطابه، امام صادق علیه السلام در توصیف خطابه پیامبر می‌فرماید:

«هنگام سخنرانی صدای خود را بلند می‌کرد و گونه‌هایش قرمز می‌شد به طوری که گویی لشکری را هشدار می‌دهد. می‌فرمود: قیامت، بامداد و شامگاه به شما روی کرده است. سپس در حالی که انگشت شهادت و وسط را جمع می‌کرد، می‌فرمود: میان بعثت من و قیامت به قدر این دو انگشت فاصله است، هر کس ثروتی بر جای نهاده، برای خانواده‌اش باشد و هر کس دینی به جای گذاشته، بر عهده من و به سوی من خواهد بود.» (۲) ۳۳۸

۱- . نهج البلاغه، خطبه ۱۹۳

۲- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۷

ص: ۱۸۴

گرمی و شور آفرینی سخن، گاه به سرحد سحر می‌رسد. پیامبر خدا صلی الله علیه و آله می‌فرماید:
 «وَإِنَّ مِنَ الْبَيَانِ لِسِحْرًا» (۱) ۳۳۹

وحشی بافقی در وصف سخنوری گوید:

زبان جانگدازان آتشین است چو شمعش آتش اندر آستین است
 کسی کش آن زبان در آستین نیست زبانش هست اما آتشین نیست

وحشی بافقی

در دوره‌های اخیر، خطابه‌های سید جمال‌الدین اسدآبادی و شورانگیزی آن معروف است و از نگاهی دیگر در روزگار، بیانات حضرت امام خمینی قدس سره است که تحوّل عظیمی در تاریخ معاصر جهان اسلام پدید آورده و مواعظ اخلاقی آن معلم بزرگ، که خود باب دیگری است.

ط- آراستگی ظاهر سخنران

افزون بر آراستگی باطن که نقش عمده را در جذب مخاطب و تأثیر کلام ایفا می‌کند، آراستگی ظاهری خطیب نیز بی‌تأثیر نیست؛ زیرا انسان به‌طور فطری زیبایی را دوست می‌دارد و این مقدمه جذب و اثرگذاری است. پاکیزگی بدن و لباس و مرتب بودن، سنت اسلامی و از نشانه‌های شخصیت و فرهنگ انسان‌سازان است. به همین دلیل پیامبر خدا صلی الله علیه و آله به نظافت لباس، بدن، دهان و دندان و استعمال عطر و شانه زدن مو اهتمام

ص: ۱۸۵

می‌ورزیدند و همین توصیه‌ها را به مردم داشتند و از آنجا که خطیب سر و کارش با مردم است، رعایت نکات یاد شده علاوه بر محبوبیت شخصی، عامل نفوذ اجتماعی و تأثیر سخن نیز خواهد شد.

در سنت و سیره نبوی، از نظافت و پاکیزگی لباس و بدن و موی آن حضرت و استعمال عطریات، موارد بسیاری نقل شده است که شایسته است به سنن و سیره مراجعه شود.

نکات متفرق دیگر در سخنوری

نویسندگان فن سخنوری، نکات فراوانی را درباره خطابه، خطیب، مخاطب، مجلس سخنرانی، دکور و تریبون نگاشته‌اند که به پاره‌ای از این موارد مرور می‌کنیم.

در مورد سخنور گفته‌اند:

«سخنران باید بر اضطراب درونی خود چیره شود. تمرین نطق کند. نطق را کلمه کلمه از بر نکند، طرح سخنرانی را پیشتر ترتیب دهد. یادداشتهایی تهیه کند و به گونه‌ای که مستمعین پراکنده خاطر نشوند، از آن استفاده ببرد. حرکات خود را در حال سخنرانی در برابر آینه اصلاح کند. قبلاً سخنرانی را ضبط کند و خود گوش دهد. با حرکات دست و اشارات سر از حالات عصبی خود استفاده کند. لغات و کلمات را با مراجعه به فرهنگ و قاموس تصحیح نماید که غلط تلفظ نکند. یکی از دوستان را در تالار سخنرانی بنشانند تا او را با اشاره به اشتباهات و تندروی‌های وی متوجه کند. قبل از سخنرانی، آنقدر به مستمعین نگاه کند تا جلسه آرام شود. با القا و تلقین، روحیه خود را تقویت کند. در موضوع سخنرانی فرو رود و خود را

ص: ۱۸۶

فراموش نماید. چشم خود را از مستمعین بردارد. توجه داشته باشد که تشنج و ناراحتی سخنور روی مستمعین اثر می‌گذارد. خود را جزو جمع بداند و ناراحتی‌اش را ناراحتی جمع به حساب آورد. بداند که هر کس می‌تواند سخنرانی قابل شود اما به تدریج، (۱) ۳۴۰ «همچنین، سخنران از موضوع خارج نشود. عذرخواهی نکند.

زود وارد مطلب شود. وقت را رعایت کند. یادداشتها را روی میز بگذارد. بلند صحبت کند تا همه بشنوند. تسلط بر اعصاب داشته باشد. حرکات ناخوشایند نداشته باشد. مطایبه مناسب لازم است نه هزلیات و قبیاحت. یکنواخت حرف نزند. از به کارگیری کلمات عامیانه بپرهیزد. الفاظ را جویده و درهم و برهم نکند. زیر و بم صوت و شدت و ضعف باید به مورد باشد. باید با شور و شوق سخن براند. در پایان خلاصه مطلب را بگوید، (۲) ۳۴۱ و نیز به سخنران توصیه شده است که از ورود به مسائل شخصی افراد و تعریف و تنقید آنها بپرهیزد. وزن خطابه را با مدح و ثنای بی‌مورد پایین نیاورد. از قول نبی گرامی صلی الله علیه و آله است:

«اِحْتُوا فِي وُجُوهِ الْمَدَّاحِينَ التُّرَابَ»؛ (۳) ۳۴۲

«در چهره ستایشگران خاک پاشید!»

توصیفی از خطابه نبوی

در توصیف خطابه‌ها و سخنوری پیامبر خدا صلی الله علیه و آله و صافان و راویان نکاتی را ضبط کرده‌اند که برای خطابه جالب و آموزنده است؛ از جمله

۱- علی پاشا صالح، آداب سخن و فن خطابه، صص ۷۳-۷۰

۲- بحار، ج ۷۰، ص ۲۹۴

۳- مروج الذهب، ج ۲، ص ۳۰۰

ص: ۱۸۷

آنکه: «حضرت با تمام دهان حرف می‌زد و به جنبانیدن لب‌ها اکتفا نمی‌کرد» (۱) ۳۴۳ سخن را با اشارات مناسب همراه می‌ساخت، چنانکه می‌فرمود:

«أَنَا وَكَافِلُ الْيَتِيمِ كَهَاتَيْنِ فِي الْجَنَّةِ...»

من و سرپرستی کننده یتیم در بهشت اینگونه‌ایم و انگشت سیب‌بانه و وسط را با اندکی فاصله کنار هم می‌گذاشت و این را با اشاره بیان می‌فرمود. (۲) ۳۴۴ ابوموسی از پیامبر روایت می‌کند که آن حضرت در حالی که انگشتان خود را در هم می‌فشرد، می‌فرمود:

«الْمُؤْمِنُ لِلْمُؤْمِنِ كَالْبُنْيَانِ يَشُدُّ بَعْضُهُ بَعْضًا وَشَبَّكَ أَصَابِعَهُ».

«مؤمن برای مؤمن همانند بنایی است که هر قسمت، قسمت دیگر را استوار نگه می‌دارد و در همین حال انگشتان مبارک خود را در یکدیگر می‌فشردند و بدین گونه تشبیه می‌کردند.»

جابر بن عبدالله گوید: هرگاه پیامبر سخنرانی می‌کرد چشمان مبارکش قرمز می‌شد. صدایش اوج می‌گرفت و آنچنان خشمگین می‌شد که گویی سپاهی را فرماندهی می‌کند. (۳) ۳۴۵

«عرباض بن ساریه»

گوید: پیامبر خدا ما را موعظه‌ای بلیغ کرد که به دنبال آن چشم‌ها اشکبار شد و دلها لرزید. مردی گفت: ای پیامبر خدا، آیا این موعظه وداع است؟ فرمود:

«أَوْصِيكُمْ بِتَقْوَى اللَّهِ وَالسَّمْعِ وَالطَّاعَةِ...» (۴) ۳۴۶

هرگاه پیامبر می‌خواست مطلبی را با مسلمانان در میان بگذارد، آنان را به مسجد فرا می‌خواند و مؤذن آهنگ نماز می‌داد و هنگام نماز یا

۱- وسائل الاعلام، ص ۷۴

۲- مستدرک الوسائل، ج ۲، ص ۴۷۴

۳- همان، ص ۷۶

۴- وسائل الاعلام، ص ۷۷

ص: ۱۸۸

خارج از اوقات نماز به ایراد خطبه می‌پرداخت و مطالب لازم را به مردم می‌رساند و خطبه‌ها را طولانی نمی‌کرد. معمولاً در خطابه‌ها به تقوا و پرهیزکاری توصیه می‌فرمودند.

کتب روایت وسیره خطابه‌های آن‌حضرت را در مناسبت‌های گوناگون؛ چون جمعه، جهاد و جنگ، حج، اخلاق، فضایل اعمال، آینده و غیبت، قیامت و ... ضبط کرده‌اند. (۱) ۳۴۷ مسعودی می‌نویسد:

«وَ كَانَ كَلَامُهُ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ آلِهِ أَحْسَنُ الْمَقَالِ وَ أَوْجَزُهُ لِقَلَّةِ أَلْفَاظِهِ وَ كَثْرَةِ مَعَانِيهِ» (۲) ۳۴۸

«سخن آن‌حضرت نیکوترین سخن و کوتاه‌ترین از جهت عبارت و پر حجم‌ترین از نظر معنی بود.»

تبلیغات حج، که از وظایف روحانی است، تنوع لازم را می‌طلبد؛ چرا که در یک کاروان، افراد مختلف از زن و مرد و پیر و جوان، بی‌سواد و باسواد، سابقه‌دار و بی‌سابقه، حضور دارند و روحانی می‌بایست علاوه بر ارشادات جمعی، با هر گروه و بلکه با هر فرد از کاروان، جداگانه و متناسب با حال هر یک صحبت کند، با آنان بنشیند، انس بگیرد و به زبان آنها حرف بزند و رابطه روحی و عاطفی مناسب برقرار کند تا در پایان سفر، همگان با طیب نفس و خاطره‌ای خوش از این سفر روحانی برگردند و دستمایه معنوی آن را تا پایان عمر همراه داشته باشند. بسیاری از زائران

۱- نک: حیات الصحابه، ج ۴، صص ۲۲۶، ۳۴۱؛ بحارالانوار، ج ۷۷، ص ۱۲۲ به بعد؛ عقد الفرید، ج ۴، ص ۵۵ به بعد؛ البیان و التبيين.

۲- مروج الذهب، ج ۲، ص ۴۳۱

ص: ۱۸۹

تنها یک بار در طول عمر خود به سرزمین وحی می‌آیند و دریغ است دست آورد و سوغات معنوی لازم را از این سفر و آن دیار مقدس به ارمغان نبرند و نقش روحانی در این توفیق، مهم و تعیین کننده است.

نکته قابل ذکر در تبلیغات حج این است که شرکت کنندگان در جلسات تبلیغی و کلاس‌های آموزش، به اجبار حاضر نشده‌اند، بلکه خود داوطلب و مشتاق آنند و به خاطر آمادگی قلبی و انتظار، که شاید سالها طول کشیده باشد، اکنون برای فهم اسرار و معارف و احکام و مناسک این سفر الهی آمادگی کامل دارند و منتظرند تا از این خوان پر نعمت، خوشه‌ها برچینند. افزون بر این، نسبت به روحانی با دیده اعتماد و احترام می‌نگرند و سرنوشت اعمال خود را به وی سپرده و با صمیمیتی کم‌نظیر، مراحل این سفر را می‌پیمایند. در این میان، مبلغی موفق‌تر است که با توجه به اغتنام این فرصت و مطالعه کافی و دست پر از معلومات و احاطه به مطالب و مسائل، برنامه‌ریزی مناسب و شناخت کامل از روحیه زائران و درک نیازهایشان، به مسؤولیت خطیر خود جامه عمل بپوشد. و از همه مهم‌تر، رفتار و اخلاق روحانی، بزرگ‌ترین عامل تربیت و اخلاق زائر است که تجربه‌های عینی مؤید آن می‌باشد و حتی می‌توان گفت: تأثیر روحانی منحصر به نقش تبلیغی او نیست بلکه در ساماندهی گروه و آرامش و آسایش زائران تأثیر جدی دارد و این ثمره تجاریبی است که طی سالیان، در این سفر روحانی به اثبات رسیده است و روحانی به این نقش و جایگاه باید توجه داشته باشد و از این فرصت زودگذر بهره گیرد.

ص: ۱۹۱

فصل هشتم: آفات تبلیغ

اشاره

آفات تبلیغ، عوامل و عناصری است که سدّ راه تبلیغات شده و گاه آن را به ضدّ تبلیغ بدل می‌سازد. این عوامل را به دو گروه می‌توان تقسیم کرد: «عوامل درونی» و «عوامل بیرونی».

عوامل درونی

اشاره

در مورد عوامل درونی نیز به دو شاخه می‌توان پرداخت:

الف-

آنچه که به تشکیلات و سازماندهی و برنامه تبلیغاتی مربوط است.

(چالش تشکیلاتی)

ب-

آنچه که به ضعف‌ها و ناکارآمدی مبلغ و ناآگاهی او به روش تبلیغ بر می‌گردد.

۱- چالش‌های تشکیلاتی

در مورد ضعف تشکیلات و سازماندهی، باید یادآور شد که داشتن طرح و برنامه و سازمان منظم، به خصوص در عصر کنونی، از اهمیت

ص: ۱۹۲

بسیاری برخوردار است. امروزه تبلیغ به صورت یک دانش و فن، با گرایش علمی مطرح شده که ناآگاهی از اصول و مبانی و شیوه‌های آن، چالشی بر سر راه تبلیغات است. در زمانی که سازمانها و تشکیلات تبلیغاتی جهانی، با ارقام نجومی پایگاه‌ها و ابزارها در صحنه‌های فرهنگی، سیاسی و اقتصادی و نظامی بی‌وقفه در کار شست‌وشوی مغزی انسانها هستند، نمی‌توان بدون روش‌های علمی و مهارت‌های لازم و داشتن تخصص و ابزارهای مناسب در حد لزوم و انتظار به تبلیغ دین پرداخت. در حالی که هزاران نیروی متخصص و سازمانهای گسترده در صدد تحمیل منویات و مقاصد خود بر انسانها هستند تا آنان را در جهت اهداف ضدّ دین و اخلاق هدایت کنند و محیط مناسب برای ترویج و اشاعه فرهنگ و آداب و عادات مورد نظر فراهم آورند و با این اهداف با شبکه‌های اطلاعاتی وسیع، جامعه‌ها را شناسایی می‌کنند و با روانشناسی فردی و اجتماعی زمینه نفوذ و تسخیر و استحاله آنان را فراهم می‌سازند تا آنجا که حتی از نوع رنگ‌ها بر حسب اختلاف و اقلیم‌ها برای جذب مخاطبان خود بهره می‌گیرند تا نظام سلطه و تجاوز را تحکیم ببخشند. حال در این اوضاع و احوال آیا می‌توان بدون آیین‌نامه و شیوه‌شناسی و روانشناسی و ابزارشناسی به تبلیغ دین پرداخت؟ با اینکه عالم به زمان بودن و رعایت مقتضیات عصر، از اصول پذیرفته شده در فرهنگ اسلام است و روایات بر آن تأکید می‌ورزد.

داشتن سازمان تبلیغی، که از پشتوانه علمی و تجربی برخوردار باشد، مانع هدر دادن نیروها و فرصتها شده و تبلیغات را هدفمند و مؤثر می‌سازد؛ متأسفانه تبلیغات اسلامی در حال حاضر با چالش تشکیلاتی روبرو است. اسلام با آن غنای فرهنگی و معنوی، و کشورها

ص: ۱۹۳

و جوامع اسلامی با آنهمه امکانات مادی و معنوی، می‌توانند در جوامع اسلامی ساکن‌دار بزرگ‌ترین تشکیلات تبلیغی، جهت گسترش آیین زنده و پویای اسلام و رهایی انسان از جهل و جور و فساد باشند و برای رسیدن به این آرمان، نیاز به بیداری و تحرک دست اندرکاران تبلیغ است.

۲- ناکارآمدی مبلغ و نا آگاهی او به روش تبلیغ

اشاره

در مورد این بخش؛ یعنی ناکارآمدی و ناآگاهی به روش تبلیغ و تضادها، به موارد بسیاری می‌توان پرداخت از جمله این آفات عبارت است از:

الف- گفتار بدون علم و آگاهی

قرآن کریم، گویندگان بی دانش را مورد نکوهش قرار داده و سخن گفتن بدون علم و آگاهی را گناهی بزرگ خوانده است. ... وَ تَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُمْ بِهِ عِلْمٌ وَ تَحْسَبُونَهُ هَيِّنًا وَ هُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ (۱). ۳۴۹

هشام بن سالم از امام صادق علیه السلام می‌پرسد:

«مَا حَقُّ اللَّهِ عَلَى خَلْقِهِ؟»

«حق خدا بر بندگانش چیست؟»

امام پاسخ می‌دهد:

«أَنْ يَقُولُوا مَا يَعْلَمُونَ وَ يَكْفُوا عَمَّا لَا يَعْلَمُونَ فَإِذَا فَعَلُوا ذَلِكَ فَقَدْ أَدُّوا إِلَى اللَّهِ حَقَّهُ» (۲). ۳۵۰

(۳)

۱- . نور: ۱۵

۲- . اصول کافی، ج ۱، ص ۵۰

۳- ۳۷۰ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، ۱ جلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

ص: ۱۹۴

«اینکه با علم سخن بگویند و از آنچه نمی‌دانند خودداری کنند، در این صورت، حق خدا را ادا کرده‌اند.»
 از آداب علم و عالم این است که هرگاه کسی به مسأله‌ای آگاهی نداشت، از آن سخن نگوید و چنین گمان نکند که اظهار بی‌اطلاعی کردن لطمه به شخصیت اوست و بدون آگاهی لازم و باطن و گمان به پرسشی پاسخ دهد.
 در سخن امیرالمؤمنین است که:

«شما را به پنج چیز توصیه می‌کنم که اگر بر شتران راهوار بنشینید و به جستجوی آن باشید شایسته است؛ ۱. به غیر خدا امیدوار نباشید ۲. از غیر گناه خود هراسان نباشید ۳. اگر از شما چیزی می‌پرسند که نمی‌دانید حیا نکنید ۴. از اینکه اظهار بی‌اطلاعی کنید و از یاد گرفتن آنچه نمی‌دانید خجالت نکشید ۵. بر شما باد صبر، که آن، برای ایمان، مانند سر است برای تن.» (۱) ۳۵۲

در اینجا شایسته است دو نکته یاد آوری شود:

۱. مبلغان و روحانیون، در تبلیغات حج، علاوه بر اطلاعات فقهی و آگاهی به مناسک و مسائل شرعی، که برای وی ضروری است و بدون آن انجام به این مسؤلیت سنگین عملی نخواهد بود، اطلاعات عمومی دیگری نیز الزامی است؛ مانند: تاریخ اسلام، زندگانی پیامبر صلی الله علیه و آله و ائمه علیهم السلام، تاریخ عربستان و وضع موجود آن، اماکن تاریخی مکه و مدینه،

۱- . نهج البلاغه، کلمات قصار، ش ۸۲ «... لا يَرْجُونَ أَحَدًا مِنْكُمْ إِلَّا رَبَّهُ وَ لَا يَخَافَنَّ إِلَّا ذَنْبَهُ وَ لَا يَسْتَحِينَنَّ أَحَدًا مِنْكُمْ إِذَا سُئِلَ عَمَّا لَا يَعْلَمُ أَنْ يَقُولَ لَا أَعْلَمُ وَ لَا يَسْتَحِينَنَّ أَحَدًا إِذَا لَمْ يَعْلَمِ الشَّيْءَ أَنْ يَتَعَلَّمَهُ وَ عَلَيْكُمْ بِالصَّبْرِ فَإِنَّ الصَّبْرَ مِنَ الْإِيمَانِ كَالرَّأْسِ مِنَ الْجَسَدِ ...»

ص: ۱۹۵

اسرار حج، مباحث اخلاقی و آداب سفر، وضع مسلمانان عربستان و به‌خصوص شیعیان آن سامان، زبان، فن محاوره، اطلاع از مذاهب اهل سنت و مسائل خلافی و توان پاسخگویی به شبهات مخالف و ... در غیر این صورت کار تبلیغ ناقص می‌ماند.

۲. باید اعتراف کرد که اساساً در تبلیغ اسلام، حق و باطل خلط شده و چهره واقعی و نورانی اسلام در پوششی از تحجّر و یا تساهل و تسامح، تنگ نظری یا التقاط و افراط و تفریط، در حجاب مانده و به نحو شایسته ارائه نگردیده است که از این بابت مسؤلیت متوجه عالمان مذاهب می‌گردد که در تحقیق و پذیرش حق کوتاهی کرده و تعصبات را حاکم ساخته‌اند. این مشکل در تشکیلات سلفی گری و قشری گرایی بیشتر به چشم می‌خورد. تنگ نظری و تعصب و قشری گری این جریان، که بخش عمده تبلیغات برون مرزی اسلام را در قبضه دارد، موجب شده است که چهره واقعی اسلام محجوب گردد و افراد و جوامع بی‌شماری از حقایق اسلام ناب ناآگاه بمانند و در تقلید و تبعیت از اسلاف خود پای فشارند؛ همانگونه که سهل انگاری و تسامح در برخی جریانها نیز در مقابل به مسخ و تحریف اصول پذیرفته شده اسلام انجامیده و ایمان و اعتقاد گروه‌هایی را به اسلام با چالش جدی روبرو ساخته و نوعی لیبرالیسم دینی و سکولاریسم و پلورالیسم و تعدّد قرائتها را موجب شده است، که این هر دو جریان، خطری جدی است برای اسلام.

ب: تناقض در گفتار و کردار

همانگونه که پیشتر اشاره شد، (۱) ۳۵۳ موفقیت تبلیغ بیش از آنکه به گفتار و

۱- در بحث شرایط و ویژگی‌های مبلغ، همین کتاب.

ص: ۱۹۶

شعار مربوط شود، به عمل و عینیت برمی‌گردد و اگر تبلیغ با عمل همراه نباشد کم‌تر به موفقیت خواهد رسید. در اینجا می‌افزاییم که اگر سخن از دل برنخیزد و با عمل همراهی نشود، درد مخاطب‌جذبه و شور نمی‌آفریند و بی‌اثر یا کم‌اثر می‌ماند و گاه اثر معکوس می‌دهد. افزون بر این، به گفته قرآن کریم، سخن بی‌عمل، گناه و مستوجب نکوهش است: **أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَ أَنتُمْ تَتْلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ**

(۱). ۳۵۴

و در روایات ما علم بی‌عمل، به درخت بی‌ثمر تشبیه شده است

«**عِلْمٌ بِلاَ عَمَلٍ كَشَجَرٍ بِلاَ ثَمَرٍ**» (۲). ۳۵۵

بار درخت علم ندانم مگر عمل با علم اگر عمل نکنی شاخ بی‌بری
از من بگوی عالم تفسیر گوی را اگر در عمل نکوشی نادان مفسری

در ادبیات ما هم از بی‌تأثیر بودن قول بدون فعل، بسیار سخن گفته‌اند.

سعدی گوید:

عالمی را که گفت باشد و بس هرچه گوید نگیرد اندر کس

عالم آن کس بود که بد نکننده بگوید به خلق و خود نکند

نکوهش از قول بدون فعل تا بدانجا می‌رسد که امیرمؤمنان آن را بدترین نوع نفاق نام داده است:

«**أَشَدُّ النَّاسِ نِفَاقًا مَنْ أَمَرَ بِالطَّاعَةِ وَ لَمْ يَعْمَلْ بِهَا وَ نَهَى عَنِ الْمَعْصِيَةِ وَ لَمْ يَنْتَهَ عَنْهَا**» (۳). ۳۵۶

و به همین دلیل مجازات عالم بی‌عمل از جاهل بدعمل

۱- . بقره: ۴۴

۲- . غررالحکم، ۱۵۲

۳- . غررالحکم، ۶۲۶۷

ص: ۱۹۷

سخت تر است.

امام صادق علیه السلام می فرماید:

«يُغْفَرُ لِلْجَاهِلِ سَبْعُونَ ذَنْبًا قَبْلَ أَنْ يُغْفَرَ لِلْعَالِمِ ذَنْبٌ وَاحِدٌ» (۱) ۳۵۷

ج- کتمان علم

همچنین از آفات تبلیغ و نقطه ضعف‌های مبلغ، کتمان علم و نداشتن صراحت و شجاعت در بیان حق است.

قرآن کریم کتمان‌کنندگان حق را نکوهش کرده و وعده عذابی دردناک در آتش دوزخ داده و آنان را مطرود و منفور در پیشگاه

خداوند شمرده است. (۲) ۳۵۸ و پیامبرگرامی خدا صلی الله علیه و آله می فرماید:

«مَنْ كَتَمَ عِلْمًا مِمَّا يَنْفَعُ اللَّهَ بِهِ فِي أَمْرِ النَّاسِ، أَمَرَ الدِّينِ، أَلْجَمَهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ بِلِجَامٍ مِنَ النَّارِ» (۳) ۳۵۹

«آن کس که دانش سودمند در امر دین مردم را کتمان کند، خداوند در روز قیامت دهانه‌ای از آتش بر دهان وی خواهد زد.»

امام باقر علیه السلام می فرماید:

«أَشْبَهُ النَّاسِ بِأَنْبِيَاءِ اللَّهِ أَقُولُهُمْ لِلْحَقِّ» (۴). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۵۸؛ غرر الحکم، ۱۰۱۸۸ (۵) ۳۶۰

«شبهه‌ترین مردم به پیامبران، کسانی هستند که حق را به

۱- اصول کافی، ج ۱، ص ۴۷

۲- آیات ۱۷۴ بقره و ۱۸۷ آل عمران.

۳- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۵۸

۴-

۵-

ص: ۱۹۸

نیکوترین وجه بگویند.»

امیرمؤمنان علیه السلام می‌فرماید:

«لَا تُمَسِّكُ عَنْ إِيْظَاهِرِ الْحَقِّ إِذَا وَجَدْتَ لَهُ أَهْلًا» (۱) ۳۶۱

«از اظهار حق خودداری مکن، آنگاه که برای آن، افراد شایسته‌ای یافتی.»

د- تکلف و تعنت

آنگاه که راحت گفتن و تفهیم کردن و پرهیز از زبان آوری و لفاظی غیر مفید، تبلیغ را طبیعی‌تر و مؤثرتر و برای فهم عموم آسان‌تر می‌کند، تکلف و تعنت؛ یعنی خود را به رنج افکندن و در سجع و قافیه گرفتار شدن، از آفات تبلیغ است.

پیامبر خدا صلی الله علیه و آله می‌فرماید:

«إِنَّمَا بَعَثَنِي اللَّهُ مُبَلِّغًا وَ لَمْ يَبْعَثْنِي مُعْتَنًا» (۲) ۳۶۲

در روایتی از

«مصباح الشریعه»

، منسوب به امام صادق علیه السلام چند آفت برای عالمان ذکر شده؛ از جمله تکلف که در توضیح آن آمده است:

«وَالْتَكَلُّفُ فِي تَزْيِينِ الْكَلَامِ بِزَوَائِدِ الْأَلْفَاظِ» (۳) ۳۶۳

«تکلف در آراستن کلام به الفاظ، زیادی است.»

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ۳۵۸؛ غرر الحکم، ۱۰۱۸۸

۲- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۲

۳- . همان، ۳۶۲ از مصباح الشریعه و بحار الانوار.

ص: ۱۹۹

آنچه در توضیح تکلف و تعنت در روایات آمده، برای مبلغان و خطیبان شایان توجه است. برخی سخن سرایان تنها در بند الفاظ و عبارات‌اند و به مفاهیم و معانی که لب و مغز کلام است کم‌تر توجه دارند، سخن زیاد می‌گویند و پیام مفید کم‌تر دارند اینگونه سخن گفتن، نه تنها با روح پیام‌رسانی در تضاد است که مستمع را خسته و دل زده می‌کند، بدون اینکه محتوای سودمندی در اختیار او بگذارد. بنابراین، بهتر آن است که خطیب از لفظی و تصنع در عبارات پرهیزد و بیشتر به مفاهیم و معانی بیندیشد تا رابطه‌اش با مستمع صمیمی‌تر و منطقی‌تر باشد و از فرصتها بهتر بهره‌برداری کند. خطابه‌های پیامبر و امیرمؤمنان و کلمات معصومین، بهترین سرمشق است. سخنان آن پیشوایان گرامی، در عین زیبایی و شیوایی و فصاحت و بلاغت، واژه‌هاش دقیق، معنا دار و پرجاذبه است.

در عصر ما سخنان و پیام‌های امام خمینی قدس سره بیشترین تأثیر را بر دلها داشت؛ چرا که روان و به زبان مردم و دور از تصنعات ادبی و واژه‌های نامأنوس برای توده‌های مردم بود. ادبا سخن بی‌محتوا را به طنبور میان‌تهی تشبیه کرده‌اند. سعدی گوید:

سراسیمه گوید سخن بر گزاف چو طنبور بی‌مغز بسیار لاف

نینی که آتش زبان است و بس به آبی توان کشتنش در نفس

اگر مشک خالص نداری مگوی ورت هست خود فاش گردد به بوی (۱) ۳۶۴

ه- خامی و بی‌تجربگی

تبلیغ یک هنر است و ویژگی‌های خاص خود را می‌طلبد. سر و کار تبلیغ، بیشتر با احساس مخاطبان است. برانگیختن این احساس در جهت مطلوب، مستلزم هنرمندی مبلّغ است. هر چند شناخت این هنر، از مطالعه کتاب در فن خطابه و آیین سخنوری و شیوه‌شناسی تبلیغ فراهم می‌شود، لیکن مادام که به عرصه عمل نرسد و با تجربه توأم نگردد، مانند هر دانش و هنر دیگری، اثر مطلوب به بار نخواهد آورد. بی‌اثر بودن برخی تبلیغات، گاه از بی‌تجربگی و خامی و ناآگاهی پیام‌رسان نشأت می‌گیرد و منشأ این ضعف را در نداشتن سازمان و برنامه جامع تبلیغی، آموزشی و عملی باید جستجو کرد.

یکی از وظایف نهادهای تبلیغی این است که در آموزش دادن مبلّغان و تجربه‌اندوزی عملی آنان پیشگام باشند، افراد بااستعداد را که زمینه مناسب دارند برگزینند و طی دوره‌های آموزشی و عملی، نیازهای علمی آنان را برآورده سازند و به تناسب نیازهای منطقه تبلیغ و مخاطبان مورد نظر، آنان را تربیت و اعزام نمایند.

فن خطابه تا آنجا که اسناد تاریخی نشان می‌دهد، به زندگی هزاران ساله پیامبران باز می‌گردد و آثار مکتوب آموزش این فن حداقل دو هزار و پانصد سال قبل، با تألیف خطابه ارسطو سابقه دارد و در ادوار اسلامی نیز فن خطابه و تبلیغ دارای تاریخ خواندنی است که اکنون مجال طرح آن نیست.

افزون بر اینها، مبلّغ را به یک سلسله دانستنی‌های زمان و هنرمندی‌های متناسب و اخلاق و خصال ویژه نیاز است تا کار پیام‌رسانی

ص: ۲۰۱

دینی را به درستی به انجام رساند که در گذشته به بخش‌هایی از آن پرداختیم.

و- ناخالصی تبت

از جمله صفات ضروری، وارستگی از مطامع مادی و محدود شدن در اجر دنیوی است. تاریخ رسالت پیامبران خدا نشان می‌دهد که آنها شعارشان این بود: **وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ**. (۱) ۳۶۵
دست مزدی می‌نخواهیم از کسی دست مزد ما رسد از حق بسی

حال اگر امر تبلیغ، که یک وظیفه مقدس الهی است، با انگیزه مادی و کسب منافع دنیوی همراه باشد، روح معنویت را از دست می‌دهد و تبلیغ را کم اثر یا بی اثر می‌سازد.

افزون بر این، اگر چشم‌داشت مادی انگیزه تبلیغ شد، مبلغ خود را در چهارچوب خواست دیگران محدود ساخته و رسالتش را به درستی انجام نخواهد داد. همانگونه که سرگذشت برخی از محدثان و عالمان دین فروش، که قرآن نیز بدان اشاره دارد، در این نقطه ضعیف ریشه دارد.

امیرمؤمنان علیه السلام درباره برخی عالمان می‌فرماید:

«وَمِنْهُمْ مَنْ يَطْلُبُ الدُّنْيَا بِعَمَلِ الْآخِرَةِ وَلَا يَطْلُبُ الْآخِرَةَ بِعَمَلِ الدُّنْيَا قَدْ طَامَنَ مِنْ شَخْصِهِ»؛ (۲) ۳۶۶

«برخی از آنها دنیا را با اعمالی که برای آخرت است طلب می‌کنند و آخرت را با اعمال دنیا نمی‌طلبند. و این تجارت زیانباری است ...»

از سوی دیگر، هرگاه مبلغ، برای رساندن پیام الهی مزد مادی طلب کند، از وزانت و شخصیت او در نگاه مردم می‌کاهد و اعتماد نسبت به او ضعیف می‌گردد که این خود آفت تبلیغ و تبدیل شدن آن به ضد تبلیغ است.

۱- شعراء: ۱۰۹

۲- نهج البلاغه، خطبه ۳۲

ص: ۲۰۲

این نکته قابل ذکر است که امر معیشت مبلغان ایجاب می‌کند در برابر تبلیغ چیزی دریافت کنند؛ یعنی از سوی سازمان خاصی و یا به وسیله مردم تأمین شوند که این، اگر به صورت هدیه باشد و نه قرارداد و مطالبه، مانع شرعی ندارد و عرف آن را پذیرفته و در روایات نیز بدان اشاره شده است.

حمزه بن حمران از امام صادق علیه السلام چنین روایت می‌کند:

«مَنْ اسْتَأْكََلَ بِعِلْمِهِ أَفْتَقَرَ»؛

«کسی که به علمش روزی بخورد فقیر شود.» آنگاه راوی می‌گوید: برخی شیعیان و دوستان شما دانش شما را فرا می‌گیرند و در میان شیعیان شما گسترش می‌دهند و در مقابل آن از نیکی و انعام و هدایای آنها بی‌بهره نمی‌مانند؟! حضرت می‌فرماید: «اینها کسانی نیستند که با علم خود نان بخورند.» (۱) ۳۶۷ به هر حال، اگر مبلغ با خلوص نیت به ارشاد و هدایت خلق پردازد، خداوند وی را کفایت خواهد کرد؛ أَلَيْسَ اللَّهُ بِكَافٍ عَبْدَهُ... (۲) ۳۶۸.

حافظ گوید:

تو بندگی چو گدایان به شرط مزد ممکن که دوست خود روش بنده پروری داند

آفات و عوامل بیرونی

عوامل و آفات بیرونی، که از تأثیر تبلیغ می‌کاهند، جریانهای ضد تبلیغ اند که نفوذ و گسترش تبلیغات پیامبران بودند. مهمترین این عوامل، از سوی حکام و ثروت اندوزان هدایت می‌شد. تاریخ رسالتداران آسمانی،

۱- . تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۷۹، از معانی الأخبار.

۲- . زمر: ۳۶

ص: ۲۰۳

که در قصص قرآنی آمده، این جریانها را بیان و تفسیر می‌کند. در اسلام نیز موانع تبلیغ دینی، عمدتاً از سوی اقطاب قدرت و ثروت هدایت می‌شده است و درد و رنج‌های رسالت پیامبر خدا صلی الله علیه و آله طی بیست و سه سال دعوت، تاریخ پرماجرایی از این درگیری‌ها را رقم می‌زند که مشرکان و منافقان در پوشش بت پرستی و تعصبات قبیله‌ای جریان ضد تبلیغ را سامان می‌داده‌اند. این جریان پس از پیامبر خدا صلی الله علیه و آله نیز از سوی زورمندان و زرمندان وارث جاهلیت و حکام اموی و عباسی و عواملشان ادامه یافته و بعدها نیز در صورت‌های گوناگون استمرار داشته و دارد.

در کنار این موانع، کارشکنی‌های اهل کتاب و سازمانهای صلیبی و تبشیری با سوابق ممتد و وسایل رسانه‌ای بیگانه را باید برشمرد که امروزه از چهار گوشه جهان به تحریف و تزویر و تبلیغات مسموم و گمراه کننده سرگرم‌اند.

علاوه بر اینها، جریانهای تحجّرگرا؛ چون سلفی‌گری و وهابیت هستند که سهم کلانی از فعالیت‌هایشان در تبلیغات گمراه کننده و تفرقه‌انگیز و تهمت و افترا نسبت به شیعه و مشوّه جلوه‌دادن اندیشه‌های والای تشیع است.

شایان توجه است که تبلیغات ناب اسلامی، با اینکه سازمان منظمی نداشته و با موانع بسیاری مواجه بوده است، به دلیل نورانیت و معنویت، همچون نسیم بهاران بردشت و هامون و زیده و مناطق سرسبز و نهالهای ثمربخشی را پدید آورده و همچون باران، زمینهای خشک و تفتیده را زنده و استعدادهای مرده را حیات بخشیده است که آثار آن را امروزه در جهان می‌بینیم.

با این حال، مظلومیت اسلام در تبلیغات کنونی تأسف بار و درد آور است.

رسالتداران دینی و مبلغان اسلامی با درک این حقیقت و با توجه به

ص: ۲۰۴

رسالتی که بر دوش دارند، می‌بایست برای فعالیت بیشتر سازمان یابند و با مطالعات گسترده‌تر و جریان‌شناسی ضد تبلیغ و پاسخگویی به ناروایی‌ها و تهمتها و تحریف‌ها خود را مجهز کنند و سازمانهای تبلیغی درون مرزی و برون مرزی، باید سرمایه بیشتر مادی و معنوی در تبلیغات هزینه کنند و با موانع پیش روی مقابله نمایند. موسم حج یکی از این فرصتهاست که مبلغان ما با مجهز شدن به زبان تبلیغ و اطلاعات لازم، اندیشه‌های ناب اسلامی را به دیگران منتقل کنند و شائبه‌های تهمت و افترا و تبلیغ را از افکار بزدایند.

آنچه در تبلیغات برون مرزی، با وجود موانع مورد اشاره، اهمیت بسیار دارد، نشان دادن چهره صالح و شایسته از اسلام در اندیشه و عمل است. سید جمال الدین اسد آبادی می‌گفت: «غربی‌ها اطلاعات و بینش خود را نسبت به اسلام تنها از ظواهری که در سیمای مسلمین مشاهده می‌کنند، گرفته‌اند. آنها مسلمین را ناتوان و بیچاره می‌بینند که در نتیجه امیال و شهوات نفسانی دستخوش تفرقه و پراکندگی شده و خود را با مطالبی بی‌ارزش سرگرم کرده و از مسائل مهم غافل شده‌اند و به صورت بردگانی خوار و ذلیل درآمده‌اند. سپس نتیجه می‌گیرند که اگر اسلام آیین نیرومندی بود، مسلمانان چنین وضعی نداشتند! اما این را نمی‌دانند که بسیاری از مسلمانان واقعاً مسلمان نیستند و اسلام آنها تنها در اسم است و بس، فراموش کرده‌اند عظمت و قدرت مسلمین را در روزگارانیکه به اسلام پایبند بودند و جهانی را در قبضه داشتند، باشد که مسلمانان به آیین پاک و بی‌آلایش خود بازگردند و بدان چنگ زنند و آئینه تمام نمای آیین حنیف باشند. آداب و رسوم کامل اسلام کافی است که از یک مسلمان عنصری نیرومند و پاک و باشخصیت بسازد.» (۱) ۳۶۹

(۲) ۳۷۰

پی نوشتها

۱- نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۷، اثر نگارنده.

۲- ۳۷۰ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، ۱ جلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

ص: ۲۰۵

۱ (۱) . نحل: ۳۶

۲ (۲) . آل عمران: ۱۱۰

۳ (۱) . آل عمران: ۱۰۴

۴ (۲) . زمر: ۷

۵ (۳) . طه: ۱۳۴

۶ (۱) . آل عمران: ۹۶

۷ (۱) . نهج البلاغه، خطبه اول. «جَعَلَهُ سُبْحَانَهُ لِلْإِسْلَامِ عِلْمًا وَ لِلْعَائِدِينَ حَرَمًا...»

۸ (۱) . وسائل الشیعه، ج ۸ «کتاب الحج»، ص ۷ حدیث ۱۵

۹ (۲) . نک: کتاب ابعاد سیاسی و اجتماعی حج، از نگارنده.

۱۰ (۱) . علق: ۱ و ۲

۱۱ (۲) . مدثر: ۱ و ۲

۱۲ (۱) . علل الشرایع، ص ۴۰۵؛ وسائل الشیعه، ج ۲۷ «کتاب القضا»، ص ۹۷، فجعل ... من الشرق والغرب ...

۱۳ (۱) . اصول کافی «بدون ترجمه»، ج ۱، ص ۴۰۳ و ۴۰۴

۱۴ (۱) . اصول کافی، ج ۱، ص ۴۰۴

۱۵ (۱) . کنز العمال، ج ۱۱، ص ۶۱۴، ح ۳۲۹۷۲

۱۶ (۲) . بحار ج ۲۳، ص ۱۰۴

۱۷ (۳) . بحار ج ۸، ص ۳۶۶

۱۸ (۴) . بحار الأنوار، ج ۳۳، ص ۵۱؛ صواعق، ص ۳۶۵، کنز العمال، ج ۱۱، ص ۶۰۲، ح ۳۲۹۰۹

۱۹ (۱) . مائده: ۶۷، نک: احتجاج طبرسی، ص ۵۷

۲۰ (۲) . مائده: ۶۷

ص: ۲۰۶

- ۲۱ (۱) برای آگاهی از شرح این واقعه، نک: احتجاج طبرسی، ج ۲، صص ۲۹۶ و ۲۹۷ و سلیم بن قیس، ص ۱۶۵ و کتاب ابعاد سیاسی و اجتماعی حج، اثر نگارنده.
- ۲۲ (۲) بحارالانوار، ج ۴۶، ص ۲۳۰
- ۲۳ (۱) کافی، ج ۴، ص ۴۶۶
- ۲۴ (۲) نک: بحارالانوار، ج ۲۷، صص ۱۸۳-۱۷۷
- ۲۵ (۱) بحارالانوار، ج ۴۶، ص ۱۲۵؛ الکنی واللقاب، ج ۳، ص ۲۴، محدث قمی.
- ۲۶ (۱) انبیاء: ۹۲
- ۲۷ (۱) علل الشرایع، ص ۴۰۵
- ۲۸ (۱) توبه: ۳
- ۲۹ (۲) توبه: ۵
- ۳۰ (۱) اعراف: ۱۷۲
- ۳۱ (۲) توبه: ۳
- ۳۲ (۳) صحیفه نور، ج ۲۰، ص ۱۱۱
- ۳۳ (۱) مائده: ۶۷
- ۳۴ (۲) اعراف: ۷۹
- ۳۵ (۳) احزاب: ۳۹
- ۳۶ (۴) انبیاء: ۱۰۶
- ۳۷ (۵) مائده: ۹۹
- ۳۸ (۱) نحل: ۱۲۵
- ۳۹ (۲) شوری: ۱۵
- ۴۰ (۳) حج: ۶۷

ص: ۲۰۷

۴۱ (۴). نک: مکاتیب الرسول، ص ۱۹، نگارش علی احمدی میانجی.

۴۲ (۱). عزیز سلاحی، عباس تکیه، تبلیغات بازرگانی، ص ۲۱

۴۳ (۲). نک: پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده، صص ۷۹-۹۸

۴۴ (۱). دکتر احمد غلوش، الدعوة الاسلامی، ص ۱۰

۴۵ (۲). برای تفصیل این بحث، نک: پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده.

۴۶ (۱). هنر چیست؟، ص ۱۱۵

۴۷ (۲). ضرورت هنر در نظام اجتماعی، ص ۳

۴۸ (۳). هنر چیست؟، ص ۳۲

۴۹ (۴). تفصیل بیشتر این بحث را در کتاب پژوهشی در تبلیغ بخوانید.

۵۰ (۱). نک: کتاب من قضايا الاعلام فی القرآن، ص ۱۳، رمضان لاوند، وسائل الاسلام المطبوعه فی دعوة اخوان المسلمین ص ۳۱،

جامعه‌شناسی رسانه‌های همگانی، ص ۲۲ و پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده.

۵۱ (۱). محمد غزالی، کتاب مع الله، «ان تکوین الدعاء بمعنی تکوین الامه».

۵۲ (۱). نساء: ۱۶۵

۵۳ (۲). کنز العمال، ج ۶، ص ۳۰۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲

۵۴ (۳). کافی ج ۱ ص ۳۲

۵۵ (۴). ارشاد القلوب دیلمی، ج ۱ ص ۱۴

۵۶ (۱). نک: کتاب تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۴، محمدی ری شهری، ترجمه علی نصیری.

۵۷ (۲). هر کس امر به معروف و نهی از منکر جانشین خداوند در زمین و جانشین رسول خدا و جانشین کتاب خدا. همان، ۴۴

۵۸ (۳). همان، ۴۴؛ بهترین امت من کسی است که به سوی خداوند متعال فراخواند و بندگانش را با او دوست سازد.

۵۹ (۴). همان، ۴۴، زندگی جز برای شنونده پذیرا یا عالم گویا سودمند نیست.

۶۰ (۵). پیامبر سه بار فرمود: بار خدایا بر جانشینانم رحمت فرست. گفته شد: ای رسول خدا! جانشینان شما کیانند؟ فرمود: آنان که

حدیث و سنت مرا تبلیغ کنند و آنگاه به امت من پیام‌زنند. همان، ص ۴۴، از امالی صدوق.

ص: ۲۰۸

- ۶۱ (۱). پژوهشی در تبلیغ، صص ۳۴-۴۳
- ۶۲ (۱). نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۳
- ۶۳ (۲). انسان‌دوستی در اسلام، ص ۲۵۷
- ۶۴ (۱). یونس: ۷۲؛ هود: ۲۹ و ۵۱؛ شعراء: ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۴۵ و ۱۸۰
- ۶۵ (۲). فرقان: ۵۷
- ۶۶ (۳). آل عمران: ۵۲
- ۶۷ (۱). صف: ۱۴
- ۶۸ (۲). محمد: ۷
- ۶۹ (۳). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۴۰، از غرر الحکم.
- ۷۰ (۴). همان، ص ۴۰، از امالی مفید و بحار الانوار.
- ۷۱ (۵). وسائل الشیعه، ج ۱۵، ص ۴۲؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۲
- ۷۲ (۱). بحار الانوار، ج ۱، ص ۱۸۴
- ۷۳ (۲). مائده: ۳۲
- ۷۴ (۳). الکافی، ج ۲، ص ۲۱۰
- ۷۵ (۴). آل عمران: ۱۰۴

ص: ۲۰۹

- ۷۶ (۱). صقالبه، گروهی از مردم که بلاد آنان به بلاد خزر اتصال دارد. المنجد، صقلب.
- ۷۷ (۲). عبدالله سیف آزاد، تاریخ خلفای فاطمی، ص ۲۵-۲۶، به نقل پژوهش در تبلیغ، ص ۵۳
- ۷۸ (۱). ابتدا خلفای فاطمی این مرکز را به نام جامعه الزهرا نام گذاری کردند و بعد تغییر نام یافت و به جامعه الأزهر مشهور شد.
- ۷۹ (۲). همان، تاریخ خلفای فاطمی، صص ۱۳۹ و ۱۴۰ به نقل پژوهشی در تبلیغ ص ۵۳
- ۸۰ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۲
- ۸۱ (۲). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۲
- ۸۲ (۳). همان. و غررالحکم، ۸۵
- ۸۳ (۱). نهج البلاغه، قصار ۱۸۲
- ۸۴ (۲). من لایحضره الفقیه، ج ۲، ص ۳۰۶؛ وسائل، ج ۸، ص ۳
- ۸۵ (۱). صحیفه نور، ج ۲۰، ص ۲۲۹
- ۸۶ (۱). فصلت: ۳۳
- ۸۷ (۲). غررالحکم، ص ۵۶۰
- ۸۸ (۳). الکافی، ج ۲، ص ۱۰۵
- ۸۹ (۴). صف: ۶۱
- ۹۰ (۵). هود: ۸۸
- ۹۱ (۶). کافی، ج ۱، ص ۴۴
- ۹۲ (۱). کافی، ج ۲، ص ۳۰۰
- ۹۳ (۱). کافی، ج ۲، ص ۶۳۵

ص: ۲۱۰

- ۹۴ (۱) نک: کتاب اخلاق و آداب در حج و زیارت، اخلاق و آداب در حرمین، اثر نگارنده.
- ۹۵ (۲) مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۵۴؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۰۴
- ۹۶ (۱) تحف العقول، ص ۴۸۷- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۱۰۴
- ۹۷ (۲) تحف العقول، ص ۳۰۱؛ بحار الأنوار، ج ۷۸، ص ۲۸۰
- ۹۸ (۱) نحل: ۱۲۵، نک: تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۹۵ به بعد.
- ۹۹ (۲) نک: همان، ص ۱۹۶
- ۱۰۰ (۱) نک: پژوهشی در تبلیغ، صص ۲۷ و ۲۸، اثر نگارنده.
- ۱۰۱ (۱) کافی، ج ۱، صص ۲۴ و ۲۵
- ۱۰۲ (۱) خصائص الأئمه عليهم السلام، ص ۱۱۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۹۰
- ۱۰۳ (۱) همان، ۱۹۰؛ کافی، ج ۱، ص ۲۶؛ کشف الغمه، ج ۳، ص ۱۳۸
- ۱۰۴ (۲) وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۲۷
- ۱۰۵ (۱) یونس: ۷۲، سبأ: ۴۲ و ۵۱، نک: آیات شعراء: ۱۰۹، ۱۲۷، ۱۶۴ و ۱۸۰ و نیز هود: ۵۱
- ۱۰۶ (۲) غرر الحکم، ۱۰۹۲۱، تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۷۲
- ۱۰۷ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۷۲
- ۱۰۸ (۱) بحار الأنوار، ج ۲، ص ۷۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۳۷۲
- ۱۰۹ (۲) قلم: ۴
- ۱۱۰ (۱) آل عمران: ۱۵۹
- ۱۱۱ (۲) تحف العقول، ص ۴۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶
- ۱۱۲ (۱) کنز الفوائد، ج ۱، ص ۲۱۰- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶
- ۱۱۳ (۲) احزاب: ۴۵
- ۱۱۴ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶
- ۱۱۵ (۱) بحار الأنوار، ج ۷۵، ص ۱۶۰؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۸
- ۱۱۶ (۲) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰
- ۱۱۷ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۳۰
- ۱۱۸ (۴) غرر الحکم روایت ۲۷۲۲، تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰
- ۱۱۹ (۱) شعرا: ۲۱۵

ص: ۲۱۱

- ۱۲۰ (۲). تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۳۲
- ۱۲۱ (۱). وسائل الشیعه، ج ۸، صص ۳۹۸ و ۳۹۹؛ آداب و اخلاق حج و زیارت صص ۱۷ و ۱۸، اثر نگارنده.
- ۱۲۲ (۱) مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۴۱؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۵۲.
- ۱۲۳ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، اجلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.
- ۱۲۴ (۱) اصول کافی، ج ۲، ص ۶۷۰
- ۱۲۵ (۲) بحار الأنوار، ج ۴۳، ص ۳۴۴؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، صص ۳۸۹ و ۳۹۰
- ۱۲۶ (۱) بقره.
- ۱۲۷ (۲) احقاف: ۳۵.
- ۱۲۸ (۳) هود: ۱۱۲.
- ۱۲۹ (۱) سجده: ۲۴.
- ۱۳۰ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۱۹.
- ۱۳۱ (۲) بحار الأنوار، ج ۱۱، ص ۲۹۸.
- ۱۳۲ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۰ «اللَّهُمَّ اغْفِرْ لِقَوْمِي...».
- ۱۳۳ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۰
- ۱۳۴ (۱) امالی مفید، ص ۲۱۱، مجلس ۲۴ و نیز امالی طوسی، به نقل از تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۶
- ۱۳۵ (۱). وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۹۲؛ عیون اخبار الرضا علیه السلام، ج ۱، ص ۳۰۷
- ۱۳۶ (۲). غرر الحکم، ۱۰۹۴۶
- ۱۳۷ (۱). غرر الحکم، ص ۱۰۱۸۷
- ۱۳۸ (۲). نهج البلاغه، خطبه ۱۰۳
- ۱۳۹ (۳). اصول کافی، ج ۱، ص ۴۳
- ۱۴۰ (۱). طه: ۲۵
- ۱۴۱ (۲). الشرح: ۱

ص: ۲۱۲

۱۴۲ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۰۶

۱۴۳ (۲) احزاب: ۳۹

۱۴۴ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث ۲۰۴

۱۴۵ (۲) نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۳۷۴

۱۴۶ (۱) میزان الحکمه، ۱۳۹۳۷.

۱۴۷ (۲) گلستان سعدی.

۱۴۸ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۵۲ و آیه ۴۳، سوره نحل.

۱۴۹ (۲) اعراف: ۵۸

۱۵۰ (۱) نمل: ۸۰

۱۵۱ (۱) سباء: ۴۶

۱۵۲ (۲) زمر: ۱۷ و ۱۸

۱۵۳ (۱) نمل: ۸۰

۱۵۴ (۲) نهج البلاغه، خطبه ۴

۱۵۵ (۱) اصول کافی، ج ۱، ص ۴۰۳

۱۵۶ (۱) نهج البلاغه، خطبه ۱۰۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۸۰

۱۵۷ (۱) مدثر: ۱ و ۲

۱۵۸ (۲) مزمل: ۱-۲

۱۵۹ (۳) مثنوی معنوی، ص ۳۶۰

۱۶۰ (۱) آل عمران: ۱۵۹

۱۶۱ (۲) توبه: ۷۳

۱۶۲ (۳) بحار الأنوار، ج ۷۸، ص ۳۴۵؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶

ص: ۲۱۳

۱۶۳ (۱). بحار الانوار، ج ۲، ص ۷۷؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶

۱۶۴ (۲). کافی، ج ۱، ص ۲۳- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۹۸

۱۶۵ (۳). بحار الأنوار، ج ۶، ص ۱۴۲؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۸

۱۶۶ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۹۲

۱۶۷ (۲). بقره: ۲

۱۶۸ (۳). نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۴۷

۱۶۹ (۱). جمعه: ۲

۱۷۰ (۲). نمل: ۸۰

۱۷۱ (۳). نساء: ۴

۱۷۲ (۴). انفال: ۴۲

۱۷۳ (۱). نهج البلاغه، خطبه ۱۸

۱۷۴ (۱). سوره غاشیه، آیات ۱۸ تا ۲۰.

۱۷۵ (۲). الذاریات: ۴۷

۱۷۶ (۳). «ص»: ۲۹، نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۳۷۳

۱۷۷ (۱). عیون أخبار الرضا علیه السلام، ج ۲، ص ۸۷

۱۷۸ (۱). وَ لَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ، (نحل: ۳۶) لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَ

الْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ، (حدید: ۲۵) فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ، (بقره: ۲۱۳).

۱۷۹ (۲). بقره: ۲۸۶.

ص: ۲۱۴

۱۸۰ (۱) زمر: ۲۳

۱۸۱ (۲) فصلت: ۳۳

۱۸۲ (۳) روم: ۳۰

۱۸۳ (۱) روم: ۲۸

۱۸۴ (۲) بقره: ۲۱۹

۱۸۵ (۳) ص: ۲۹

۱۸۶ (۴) عنکبوت: ۴۳

۱۸۷ (۱) الکافی، ج ۸، ص ۲۲۹؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۲

۱۸۸ (۱) وسائل الشیعه، ج ۲۷، ص ۹۲؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۱۷۴

۱۸۹ (۱) الکافی، ج ۱، ص ۳۲

۱۹۰ (۲) عنکبوت: ۴۵

۱۹۱ (۳) حج: ۲۸

۱۹۲ (۱) نک: صحیفه نور، ج ۲۰، ص ۲۲۹

۱۹۳ (۱) آل عمران: ۹۷

۱۹۴ (۱) نک: اخلاق و آداب حج و زیارت، صص ۳۱-۲۴، اثر نگارنده.

۱۹۵ (۲) نک: الحج عبر الحضارات و مقالات ماهنامه میقات حج در رهگذر تمدنها، ترجمه‌نگارنده از کتاب، شماره‌های ۳۹-۴۰-۴۱-۴۲

۴۱-۴۲ پ

۱۹۶ (۱) نهج البلاغه، خطبه ۱۲۰

۱۹۷ (۱) نمل: ۱۲۵

۱۹۸ (۲) راغب، المفردات فی غریب القرآن،

۱۹۹ (۱) تفسیر کشاف، ج ۲، ص ۶۴۴

۲۰۰ (۲) تفسیر تبیان، ج ۶، ص ۴۴۰

۲۰۱ (۳) تفسیر صافی، ج ۳

ص: ۲۱۵

۲۰۲ (۱) سید قطب، تفسیر فی ظلال القرآن، سوره نحل، آیات: ۱۲۸-۱۲۵

۲۰۳ (۲) به آیات ۵ سوره قمر، ۳۹ سوره اسراء، ۲ سوره جمعه، ۵۸ آل عمران، ۱ سوره یونس و سوره هود رجوع شود.

۲۰۴ (۱) زمر: ۱۷

۲۰۵ (۲) ملک: ۱۱-۱۰

۲۰۶ (۱) حج: ۲۸

۲۰۷ (۲) مائده: ۹۷

۲۰۸ (۱) تفسیر صافی، ج ۳، ص ۱۶۲ ط بیروت.

۲۰۹ (۲) سید قطب، همان.

۲۱۰ (۱) تفسیر المیزان، ج ۲، ص ۳۹۹

۲۱۱ (۲) تفسیر نمونه، ج ۱۱، ص ۴۵۴

۲۱۲ (۳) مستدرک الوسائل، ج ۱۲، ص ۲۰۳

۲۱۳ (۴) همان، ص ۱۶۰.

۲۱۴ (۵) ارشاد القلوب دیلمی، ج ۱، ص ۱۳.

۲۱۵ (۱) همان، ص ۱۳، «ما تَصِدَّقُ مُؤْمِنٌ بِصِدْقِهِ أَحَبُّ إِلَيَّ مِنَ مَوْعِظَةٍ يَعْظُ بِهَا قَوْمًا يَتَفَرَّقُونَ وَقَدْ نَفَعَهُمُ اللَّهُ بِهَا وَ هِيَ أَفْضَلُ مِنْ عِبَادَةٍ سَنَّهُ».

۲۱۶ (۲) سبا: ۴۶

۲۱۷ (۱) نک: اخلاق و تربیت اسلامی، ص ۱۳۵ اثر نگارنده.

۲۱۸ (۲) نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۹۳

۲۱۹ (۱) اصول کافی، ج ۲، ص ۸۶

۲۲۰ (۲) اصول کافی، ج ۲، ص ۴۳

۲۲۱ (۳) تحف العقول، ص ۸۴

۲۲۲ (۱) نهج البلاغه، لمات قصار، شماره ۹۱.

۲۲۳ (۲) لقمان: ۱۳.

ص: ۲۱۶

۲۲۴ (۳). طه: ۴۴.

۲۲۵ (۱). نحل: ۱۲۵

۲۲۶ (۲). المیزان، ج ۱۲، ص ۳۷۷، از کافی.

۲۲۷ (۳). سید قطب، فی ظلال القرآن، ذیل تفسیر سوره نحل، آیات ۱۲۵ تا ۱۲۸

۲۲۸ (۱). اعراف: ۶۸

۲۲۹ (۲). آل عمران: ۱۵۹

۲۳۰ (۳). اعراف: ۶۸

۲۳۱ (۴). توبه: ۱۲۸

۲۳۲ (۵). نهج البلاغه، خطبه ۹۵

۲۳۳ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۵۶.

۲۳۴ (۲). مثنوی معنوی، ص ۱۴۳.

۲۳۵ (۳). بقره: ۲۱۳

۲۳۶ (۱). بقره: ۱۱۹.

۲۳۷ (۲). مدثر: ۱ و ۲.

۲۳۸ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، اجلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

۲۳۹ (۳). اصول کافی، ج ۲، ص ۴۹.

۲۴۰ (۱). فروع کافی، ج ۵، ص ۴۹۴.

۲۴۱ (۲). احزاب: ۴۵.

۲۴۲ (۳). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶.

۲۴۳ (۴). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۴.

۲۴۴ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۱۳

۲۴۵ (۱). آل عمران: ۲۰

ص: ۲۱۷

- ۲۴۶ (۲). غرر الحکم، ۱۰۲۷۴- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۳۱۰
- ۲۴۷ (۳). بحار الانوار، ج ۲، ص ۵۳؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۱۰
- ۲۴۸ (۴). یوسف: ۸۷
- ۲۴۹ (۵). زمر: ۵۳
- ۲۵۰ (۱). لقمان: ۳۳
- ۲۵۱ (۲). نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۹۰
- ۲۵۲ (۱). جمعه: ۵
- ۲۵۳ (۲). کافی، ج ۲، ص ۶۳۰
- ۲۵۴ (۳). اسراء: ۷۴
- ۲۵۵ (۴). همان.
- ۲۵۶ (۱). حج: ۲۷
- ۲۵۷ (۲). توبه: ۳
- ۲۵۸ (۱). نمل: ۲۸
- ۲۵۹ (۱). نک: مکاتیب الرسول ص ۳۰؛ پژوهشی در تبلیغ صص ۴۲۰-۴۰۶
- ۲۶۰ (۲). الطبقات الکبری، ج ۱، ص ۲۵۸
- ۲۶۱ (۳). نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۱۶
- ۲۶۲ (۱). الطبقات الکبری، ج ۱، صص ۳۵۵-۲۹۱؛ نک: پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۲۱
- ۲۶۳ (۲). توبه: ۶۰
- ۲۶۴ (۱). نک: انسان دوستی در اسلام، نوشته دانشمند سوئیسی مارسل بوازار.
- ۲۶۵ (۱). نک: منتهی الآمال، ج ۱، باب فضائل امام حسین علیه السلام.
- ۲۶۶ (۲). ابراهیم: ۴
- ۲۶۷ (۳). نحل: ۱۰۳

ص: ۲۱۸

۲۶۸ (۱) مکاتیب الرسول، ص ۱۲؛ پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۶۵

۲۶۹ (۲) ابن سعد، طبقات ج ۳، ص ۲۵۸

۲۷۰ (۳) الدعوة الاسلامیه، احمد غلوش، ص ۴۷۰؛ پژوهشی در تبلیغ، ص ۴۶۵

۲۷۱ (۱) المفردات فی غریب القرآن، شعر.

۲۷۲ (۲) السیره النبویه، ج ۲، ص ۲۸۷

۲۷۳ (۱) مسد: ۲ و ۴

۲۷۴ (۲) بقره: ۱۵۸

۲۷۵ (۳) حج: ۳۶

۲۷۶ (۴) حج: ۳۲

۲۷۷ (۵) وسایل، ج ۲، ص ۸۴

۲۷۸ (۱) مراجعه شود به پژوهشی در تبلیغ، اثر نگارنده.

۲۷۹ (۱) الرحمن: ۳ و ۴

۲۸۰ (۱) سفینه البحار، ماده کلم.

۲۸۱ (۲) کتاب الاوائل، مرحوم حاج آقا محمد مقدس اصفهانی.

۲۸۲ (۳) همان.

۲۸۳ (۴) البیان و التبیین، ج ۱، ص ۱۳۷

۲۸۴ (۵) طه: ۲۷ و ۲۸

۲۸۵ (۱) ایلیا حاوی، فن الخطابه، ص ۷۱

۲۸۶ (۲) البیان و التبیین، ج ۲، ص ۳۸

ص: ۲۱۹

۲۸۷ (۱). شرح نهج البلاغه ابن ابی الحدید، ج ۱، ص ۱۱، چاپ بیروت.

۲۸۸ (۱). نك: احتجاج طبرسی، ج ۲، ص ۱۹، تحف العقول ۲۴۰، سلیم بن قیس، صص ۱۶۷، ۱۶۹؛ ایلیا حاوی، فن الخطابه ۱۱۵ تا

۲۰۳، بحار الأنوار، ج ۴۴، ص ۲۰۵

۲۸۹ (۲). نك: تلخیص الخطابه، ارسطو، ص ۲۸

۲۹۰ (۱). نك: تلخیص الخطابه ابن رشد، ص ۲۹ و ۳۰ و شرح نهج البلاغه ابن میثم، ج ۱، ص ۶۵، وسائل الاعلام، ص ۱۱۳

۲۹۱ (۲). سعدی گوید: /i: S\ چو مردم سخن گفت باید بهوش Z\ و گرنه شدن چون بهایم خموش Z\ به نطق است و عقل آدمی

زاده فاش Z\ چو طوطی سخن گوی نادان مباش Z\ ز نطق آدمی بهتر است از دواب Z\ دواب از تو به گر نگویی صواب Z\E\E\

۲۹۲ (۳). نهج البلاغه، خطبه ۱۷

۲۹۳ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۶

۲۹۴ (۲). احزاب: ۷۰

۲۹۵ (۳). نساء: ۹

۲۹۶ (۱). تفسیر المیزان، ج ۱۶، ص ۳۷۶

۲۹۷ (۲). طریحی، مجمع البحرین، ماده «سدد».

۲۹۸ (۳). تفسیر برهان، ج ۴، ص ۴۹۸؛ کافی، ج ۸، ص ۱۰۷

۲۹۹ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۰۰

۳۰۰ (۱). محجۀ البیضاء، ج ۴، ص ۱۳۳

۳۰۱ (۲). من لایحضره الفقیه، روایت ۵۷۶۹- تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۴

۳۰۲ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۴

۳۰۳ (۲). بحار، ج ۲۱، ص ۳۱۰

۳۰۴ (۳). البیان و التبین، ج ۱، ص ۲۰۴

ص: ۲۲۰

- ۳۰۵ (۱) غرر الحکم، ۳۹۶۶؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۶
- ۳۰۶ (۲) بحار، ج ۱۷، ص ۱۵۸
- ۳۰۷ (۳) بحار، ج ۸، ص ۳۸
- ۳۰۸ (۱) نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۲۰
- ۳۰۹ (۲) مقدمه نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی.
- ۳۱۰ (۱) طه: ۲۸-۲۵
- ۳۱۱ (۲) قصص: ۳۴
- ۳۱۲ (۳) تحف العقول، ص ۳۱۲
- ۳۱۳ (۴) تحف العقول، ص ۳۱۵
- ۳۱۴ (۱) تحف العقول، ص ۳۵۹
- ۳۱۵ (۲) ابراهیم: ۴
- ۳۱۶ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۸۶
- ۳۱۷ (۴) کیف يدعو الداعیه، عبدالله ناصح علوان، ص ۳۵
- ۳۱۸ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۸۶
- ۳۱۹ (۲) تبلیغ در قرآن و حدیث / ص ۲۸۸؛ غرر الحکم ۳۳۰۴
- ۳۲۰ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث / ص ۲۹۲، تحف العقول.
- ۳۲۱ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۹۶
- ۳۲۲ (۲) تحف العقول، ص ۴۸- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶
- ۳۲۳ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۲۶
- ۳۲۴ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۶
- ۳۲۵ (۲) همان.

ص: ۲۲۱

۳۲۶ (۳) بقره: ۸۳

۳۲۷ (۴) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۲۸؛ از بحار و تفسیر امام عسکری علیه السلام.

۳۲۸ (۱) غرر الحکم، ۲۷۳۳؛ تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۳۰

۳۲۹ (۲) تصنیف غرر الحکم، ۲۵۵

۳۳۰ (۳) حجر: ۸۸

۳۳۱ (۱) اصول کافی، ج ۱، ص ۱۴۴

۳۳۲ (۱) نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۱۹۳

۳۳۳ (۲) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۰۸

۳۳۴ (۳) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۰۸

۳۳۵ (۱) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۲۴۴

۳۳۶ (۲) تصنیف غرر الحکم، ۹۲- تبلیغ در قرآن و حدیث ص ۲۴۴

۳۳۷ (۱) نهج البلاغه، خطبه ۱۹۳

۳۳۸ (۲) تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۹۷

۳۳۹ (۱) بحار الانوار، ج ۱، ص ۲۱۸؛ البیان و التبیین، ج ۱، ص ۴۱

۳۴۰ (۱) علی پاشا صالح، آداب سخن و فن خطابه، صص ۷۳-۷۰

۳۴۱ (۲) بحار، ج ۷۰، ص ۲۹۴

۳۴۲ (۳) مروج الذهب، ج ۲، ص ۳۰۰

۳۴۳ (۱) وسائل الاعلام، ص ۷۴

۳۴۴ (۲) مستدرک الوسائل، ج ۲، ص ۴۷۴

۳۴۵ (۳) همان، ص ۷۶

ص: ۲۲۲

۳۴۶ (۴). وسائل الاعلام، ص ۷۷

۳۴۷ (۱). نک: حیات الصحابه، ج ۴، صص ۲۲۶، ۳۴۱؛ بحارالانوار، ج ۷۷، ص ۱۲۲ به بعد؛ عقد الفرید، ج ۴، ص ۵۵ به بعد؛ البیان و التبین.

۳۴۸ (۲). مروج الذهب، ج ۲، ص ۴۳۱

۳۴۹ (۱). نور: ۱۵

۳۵۰ (۲). اصول کافی، ج ۱، ص ۵۰

۳۵۱ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، جلد ۱، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

۳۵۲ (۱). نهج البلاغه، کلمات قصار، ش ۸۲ «... لَا يَرْجُونَ أَحَدًا مِنْكُمْ إِلَّا رَبَّهُ وَلَا يَخَافُونَ إِلَّا ذَنْبَهُ وَلَا يَسْتَجِيبُ أَحَدٌ مِنْكُمْ إِذَا سُئِلَ عَمَّا لَا يَعْلَمُ أَنْ يَقُولَ لَا أَعْلَمُ وَلَا يَسْتَجِيبُ أَحَدٌ إِذَا لَمْ يَعْلَمْ الشَّيْءَ أَنْ يَتَعَلَّمَهُ وَعَلَيْكُمْ بِالصَّبْرِ فَإِنَّ الصَّبْرَ مِنَ الْإِيمَانِ كَالرَّأْسِ مِنَ الْجَسَدِ...»

۳۵۳ (۱). در بحث شرایط و ویژگی‌های مبلغ، همین کتاب.

۳۵۴ (۱). بقره: ۴۴

۳۵۵ (۲). غررالحکم، ۱۵۲

۳۵۶ (۳). غررالحکم، ۶۲۶۷

۳۵۷ (۱). اصول کافی، ج ۱، ص ۴۷

۳۵۸ (۲). آیات ۱۷۴ بقره و ۱۸۷ آل عمران.

۳۵۹ (۳). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۵۸

۳۶۰ (۴). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۵۸؛ غررالحکم، ۱۰۱۸۸

۳۶۱ (۱). تبلیغ در قرآن و حدیث، ۳۵۸؛ غررالحکم، ۱۰۱۸۸

۳۶۲ (۲). تبلیغ در قرآن و حدیث، ص ۳۶۲

۳۶۳ (۳). همان، ۳۶۲ از مصباح الشریعه و بحارالانوار.

۳۶۴ (۱). بوستان سعدی.

ص: ۲۲۳

۳۶۵ (۱) شعراء: ۱۰۹

۳۶۶ (۲) نهج البلاغه، خطبه ۳۲

۳۶۷ (۱) تبليغ در قرآن و حديث، ص ۳۷۹، از معانی الأخبار.

۳۶۸ (۲) زمر: ۳۶

۳۶۹ (۱) نك: پژوهشی در تبليغ، ص ۴۷، اثر نگارنده.

۳۷۰ محمد تقی رهبر، ره توشه مبلغ - ویژه حج، اجلد، نشر مشعر - تهران، چاپ: ۱، ۱۳۸۴.

درباره مرکز

بسم الله الرحمن الرحيم

جَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ (سوره توبه آیه ۴۱)

با اموال و جانهای خود، در راه خدا جهاد نمایید؛ این برای شما بهتر است اگر بدانید حضرت رضا (علیه السلام): خدا رحم نماید بنده‌ای که امر ما را زنده (و برپا) دارد ... علوم و دانشهای ما را یاد گیرد و به مردم یاد دهد، زیرا مردم اگر سخنان نیکوی ما را (بی آنکه چیزی از آن کاسته و یا بر آن بیفزایند) بدانند هر آینه از ما پیروی (و طبق آن عمل) می کنند

بنادر البحار-ترجمه و شرح خلاصه دو جلد بحار الانوار ص ۱۵۹

بنیانگذار مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان شهید آیت الله شمس آبادی (ره) یکی از علمای برجسته شهر اصفهان بودند که در دلدادگی به اهل بیت (علیهم السلام) بخصوص حضرت علی بن موسی الرضا (علیه السلام) و امام عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف) شهره بوده و لذا با نظر و درایت خود در سال ۱۳۴۰ هجری شمسی بنیانگذار مرکز و راهی شد که هیچ وقت چراغ آن خاموش نشد و هر روز قوی تر و بهتر راهش را ادامه می دهند.

مرکز تحقیقات قائمیه اصفهان از سال ۱۳۸۵ هجری شمسی تحت اشراف حضرت آیت الله حاج سید حسن امامی (قدس سره الشریف) و با فعالیت خالصانه و شبانه روزی تیمی مرکب از فرهیختگان حوزه و دانشگاه، فعالیت خود را در زمینه های مختلف مذهبی، فرهنگی و علمی آغاز نموده است.

اهداف: دفاع از حریم شیعه و بسط فرهنگ و معارف ناب ثقلین (کتاب الله و اهل البیت علیهم السلام) تقویت انگیزه جوانان و عامه مردم نسبت به بررسی دقیق تر مسائل دینی، جایگزین کردن مطالب سودمند به جای بلوتوث های بی محتوا در تلفن های همراه و رایانه ها ایجاد بستر جامع مطالعاتی بر اساس معارف قرآن کریم و اهل بیت علیهم السلام با انگیزه نشر معارف، سرویس دهی به محققین و طلاب، گسترش فرهنگ مطالعه و غنی کردن اوقات فراغت علاقمندان به نرم افزار های علوم اسلامی، در دسترس بودن منابع لازم جهت سهولت رفع ابهام و شبهات منتشره در جامعه عدالت اجتماعی: با استفاده از ابزار نو می توان بصورت تصاعدی در نشر و پخش آن همت گمارد و از طرفی عدالت اجتماعی در تزریق امکانات را در سطح کشور و باز از جهتی نشر فرهنگ اسلامی ایرانی را در سطح جهان سرعت بخشید.

از جمله فعالیتهای گسترده مرکز :

الف) چاپ و نشر ده ها عنوان کتاب، جزوه و ماهنامه همراه با برگزاری مسابقه کتابخوانی

ب) تولید صدها نرم افزار تحقیقاتی و کتابخانه ای قابل اجرا در رایانه و گوشی تلفن همراه

ج) تولید نمایشگاه های سه بعدی، پانوراما، انیمیشن، بازیهای رایانه ای و ... اماکن مذهبی، گردشگری و ...

د) ایجاد سایت اینترنتی قائمیه www.ghaemiyeh.com جهت دانلود رایگان نرم افزار های تلفن همراه و چندین سایت مذهبی

دیگر

ه) تولید محصولات نمایشی، سخنرانی و ... جهت نمایش در شبکه های ماهواره ای

و) راه اندازی و پشتیبانی علمی سامانه پاسخ گویی به سوالات شرعی، اخلاقی و اعتقادی (خط ۲۳۵۰۵۲۴)

ز) طراحی سیستم های حسابداری، رسانه ساز، موبایل ساز، سامانه خودکار و دستی بلوتوث، وب کیوسک، SMS و ...

ح) همکاری افتخاری با دهها مرکز حقیقی و حقوقی از جمله بیوت آیات عظام، حوزه های علمیه، دانشگاهها، اماکن مذهبی مانند

مسجد جمکران و ...

ط) برگزاری همایش‌ها، و اجرای طرح مهد، ویژه کودکان و نوجوانان شرکت کننده در جلسه
 ی) برگزاری دوره‌های آموزشی ویژه عموم و دوره‌های تربیت مربی (حضور و مجازی) در طول سال
 دفتر مرکزی: اصفهان/خ مسجد سید/ حد فاصل خیابان پنج رمضان و چهارراه وفائی / مجتمع فرهنگی مذهبی قائمیه اصفهان
 تاریخ تأسیس: ۱۳۸۵ شماره ثبت: ۲۳۷۳ شناسه ملی: ۱۰۸۶۰۱۵۲۰۲۶

وب سایت: www.ghaemiyeh.com ایمیل: Info@ghaemiyeh.com فروشگاه اینترنتی:
www.eslamshop.com

تلفن ۲۵-۲۳۵۷۰۲۳-۲۳۱۱) فکس ۲۳۵۷۰۲۲ (۰۳۱۱) دفتر تهران ۸۸۳۱۸۷۲۲ (۰۲۱) بازرگانی و فروش ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹ امور
 کاربران (۰۳۱۱)۲۳۳۳۰۴۵

نکته قابل توجه اینکه بودجه این مرکز؛ مردمی، غیر دولتی و غیر انتفاعی با همت عده‌ای خیر اندیش اداره و تامین گردیده ولی
 جوابگوی حجم رو به رشد و وسیع فعالیت مذهبی و علمی حاضر و طرح‌های توسعه‌ای فرهنگی نیست، از اینرو این مرکز به فضل
 و کرم صاحب اصلی این خانه (قائمیه) امید داشته و امیدواریم حضرت بقیه الله الاعظم عجل الله تعالی فرجه الشریف توفیق
 روزافزونی را شامل همگان بنماید تا در صورت امکان در این امر مهم ما را یاری نمایند انشاءالله.

شماره حساب ۶۲۱۰۶۰۹۵۳، شماره کارت: ۶۲۷۳-۵۳۳۱-۳۰۴۵-۱۹۷۳ و شماره حساب شبا: IR۹۰-۰۱۸۰-۰۰۰۰-۰۰۰۰-۰۶۲۱-۰۰۰۰
 ۵۳-۰۶۰۹ به نام مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان نزد بانک تجارت شعبه اصفهان - خیابان مسجد سید
 ارزش کار فکری و عقیدتی

الاحتجاج - به سندش، از امام حسین علیه السلام - هر کس عهده دار یتیمی از ما شود که محنت غیبت ما، او را از ما جدا کرده
 است و از علوم ما که به دستش رسیده، به او سهمی دهد تا ارشاد و هدایتش کند، خداوند به او می‌فرماید: «ای بنده بزرگوار
 شریک کننده برادرش! من در کرم کردن، از تو سزاوارترم. فرشتگان من! برای او در بهشت، به عدد هر حرفی که یاد داده است،
 هزار هزار، کاخ قرار دهید و از دیگر نعمت‌ها، آنچه را که لایق اوست، به آنها ضمیمه کنید».

التفسیر المنسوب إلى الإمام العسکری علیه السلام: امام حسین علیه السلام به مردی فرمود: «کدام یک را دوست‌تر می‌داری: مردی
 اراده کشتن بینوایی ضعیف را دارد و تو او را از دستش می‌رهانی، یا مردی ناصبی اراده گمراه کردن مؤمنی بینوا و ضعیف از
 پیروان ما را دارد، اما تو دریچه‌ای [از علم] را بر او می‌گشایی که آن بینوا، خود را بدان، نگاه می‌دارد و با حجت‌های خدای متعال،
 خصم خویش را ساکت می‌سازد و او را می‌شکند؟».

[سپس] فرمود: «حتماً رهاندن این مؤمن بینوا از دست آن ناصبی. بی‌گمان، خدای متعال می‌فرماید: «و هر که او را زنده کند، گویی
 همه مردم را زنده کرده است»؛ یعنی هر که او را زنده کند و از کفر به ایمان، ارشاد کند، گویی همه مردم را زنده کرده است، پیش
 از آن که آنان را با شمشیرهای تیز بکشد».

مسند زید: امام حسین علیه السلام فرمود: «هر کس انسانی را از گمراهی به معرفت حق، فرا بخواند و او اجابت کند، اجری مانند
 آزاد کردن بنده دارد».



مرکز تحقیقات و ترجمه

اصفهان

گام‌ها

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

