

بایسته های تبلیغ در حج

سید محمدرضا آل ایوب

بازنگری شهریور ۱۴۰۵

بسم الله الرحمن الرحيم

«الذين يبلغون رسالات الله ويخشونه ولا يخشون أحداً إلا الله وكفى بالله حسيباً»^۱

(پیامبران) پیشین کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند، و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند و همین بس که خداوند حسابگر (و پاداش دهنده اعمال آنها) است!

پیش‌گفتار

امروز به برکت نظام مقدس جمهوری اسلامی و اندیشه والای بنیانگذار آن حضرت امام خمینی(ره) و رهبری حکیمانه‌ی مقام معظم رهبری شهید حضرت آیت الله خامنه‌ای(ره) فرهنگ اهل بیت(ره) به گوش جهانیان رسیده و مورد استقبال انسان‌های آزاده در سراسر جهان قرار گرفته است. از سوی دیگر دشمنان مکتب تشیع که از دیرباز معارف و فرهنگ شیعه را مورد تهاجم قرار داده‌اند امروز به تهاجم خود شکلی نوین و منسجم‌تری داده‌اند که بار مسئولیت را بر دوش مدافعان از حق و حقیقت سنگین‌تر می‌سازد و ما را بر آن وا می‌دارد تا بتوانیم با شیوه و روش‌های جدیدی آنها را خنثی و ابتکار عمل را بدست گیریم.

اکنون که خداوند متعال این توفیق را عطا فرموده تا بتوانیم در عرصه تبلیغ آن هم در سرزمین وحی گامی در راستای معرفی اهل بیت(ع) و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران برداریم، مناسب است برخی نکات و تجربیات تبلیغی را بصورت خلاصه به مبلغین گرامی و روحانیون گرانقدر کاروان‌ها که با دو عنوان ارزشمند : ۱- شیعه اهل بیت(ع)، ۲- ایرانی و نماینده‌ای از جمهوری اسلامی که الگوی جهان اسلام در عصر حاضر است تقدیم نمایم.

ضرورت و جایگاه تبلیغ

از دیدگاه دینی؛ جایگاه تبلیغ نسبت به مکتب، همانند جایگاه قلب نسبت به بدن است. قلب برای بدن همچون موتور محرک است. تبلیغ نیز حکم حرکت بخشی به مکتب را دارد، همان گونه که بدن بدون قلب، حتی با داشتن مغز قوی، کارایی نخواهد داشت، مکتب نیز حتی با داشتن پایه‌های منطقی و اعتقادی قوی، بدون تبلیغ، به حیات شایسته خود نخواهد رسید زیرا تأثیر تبلیغ و بحث و گفتگو در تأمین جبهه حق و تضعیف جبهه باطل تا به جایی است که هارون الرشید بعد از شنیدن مناظره هشام بن حکم گفت: فوالله للسان هذا ابلغ فی قلوب الناس من ماء الف سيف؛ «بخدا قسم تأثیر زبان این (هشام) در دل مردم از هزار شمشیر بیشتر است»^۲. و به همین خاطر است که قرآن مسلمانان را به تبلیغ اسلام فرا می‌خواند و می‌فرماید: (فلولا نفر من کل فرقة منهم طائفة ليتفقهوا فی الدین ولینذروا قومهم اذا رجعوا الیهم لعلهم یحذرون)^۳؛ «چرا از هر فرقه‌ای از مؤمنان، دسته‌ای کوچ نمی‌کنند تا در دین، آگاهی عمیق پیدا کنند و پس از بازگشت، قوم خود را بیم دهند، تا شاید

۱ - احزاب / ۳۹.

۲ - کمال الدین و تمام النعمة ۲ / ۳۵۸.

۳ - توبه: ۱۲۲.

آنان نیز خدا ترس شده و از نافرمانی خدا دوری کنند». (ولتكن منكم امة يدعون الى الخير و يأمرون بالمعروف وينهون عن المنكر و اولئك هم المفلحون)^۱؛ «بعضی از شما باید مردم را به نیکوکاری دعوت کند و آنان را از کارهای بد بازدارند...».

و به دلیل اهمیت تبلیغ دینی، علما و صاحب نظران اسلامی نیز همواره بر آن تاکید داشته اند، از جمله آنها امام خمینی(ره) که می فرماید:

همانطور که تحصیل یک تکلیف است تبلیغ بالاتر از اوست.^۲

و نیز مقام معظم رهبری شهید(ره) فرمود:

اگر قبول کنیم انقلاب یک امر مستمر است، پس باید هماهنگ با آن تبلیغ و ارشاد مستمر کنیم، زیرا تداوم عدم تبلیغ باعث خشکی درخت انقلاب خواهد شد.^۳

و همچنین شهید مطهری در اهمیت آن بیان می دارد:

اگر بگوییم مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت مکتب، از مرجعیت تقلید کمتر نیست تعجب نکنید مقامی است در همان حد.^۴

پاداش تبلیغ

نزد خداوند اجر و پاداش تبلیغ به قدری والا و عظیم است که آن را برابر احیای یک جامعه بشری می داند و می فرماید:

«و من احياها فکانما احيا الناس جميعا»^۵؛ و هرکس، انسانی را از مرگ رهایی بخشد چنان است که گویی همه مردم را زنده کرده است.

رسول اکرم(ص) می فرماید: [یا علی] لئن یهدی الله بک رجلا واحدا خیر لک مما طلعت علیه الشمس؛ ای علی هرآنگاه خداوند یک نفر بواسطه تو هدایت کند برای تو از آنچه که آفتاب بر او می تابد بهتر است.

و همچنین خطاب به معاذ فرمودند: لئن یهدی الله بک رجلا واحدا خیر لک من الدنيا وما فیها. ای معاذ اگر خداوند یک نفر را بواسطه تو هدایت کند برای تو بهتر است از دنیا و آنچه در آن است. و نیز فرمودند:

الا احثکم عن اقوام لیسوا بانبياء ولا شهدا یغبطهم يوم القیامه الانبياء والشهداء بمنزلهم من الله علی منابر من نور، فقیل: من هم یا رسول الله؟

۱ - آل عمران : ۱۰۴.

۲ - وصیت نامه سیاسی عبادی ۱۲ و ۲۳

۳ - حدیث ولایت ج ۶ / ۳۰۳.

۴ - حماسه حسینی ۳۴۷/۲.

۵ - مائده : ۳۲.

۶ - بحار الانوار ج ۳ ص ۴۴۸.

قال: هم الذين يحبون عباد الله يالله ويحبون عباد الله الى ويا مرونهم بما يحب الله وينهونهم عما يكره الله فاذا اطاعوهم احبهم الله! آيا راجع به اقوامی که نه پیامبرند و نه شهدا و لكن انبيا و شهدا به مقام آنها به دليل جاگاهشان نزد خداوند که بر منابری از نور هستند (خرسند و) غبطه می خورند سخن بگویم؟ گفته شد کیانند یا رسول الله؟ فرمود: آنها کسانی هستند که باعث محبت بندگان خدا به خدا و باعث محبت بندگان خدا به من می شوند آنها مردم را به آنچه خدا دوست می دارد امر و از آنچه او بیزار است نهی می کنند پس زمانیکه مردم از آنها اطاعت کنند خداوند آنها را مورد محبت خود قرار می دهد.

تعریف تبلیغ اسلامی

تبلیغ اسلامی عبارت است از هرگونه فعالیت نظام مندی که به طور مستقیم به قصد گسترش اسلام در تمام جنبه های حیات بشری، صورت می گیرد. بنا بر این فعالیت های اتفاقی و غیر نظام مند تبلیغ نیست، فعالیت های نظام دار که اصولا به قصد گسترش اسلام نیست، یا فقط به صورت غیر مستقیم در گسترش آن نقش دارد، تبلیغ اسلامی نیست. با قید «مستقیم» فعالیت های مقدماتی و ستادی، مانند، فراهم کردن امکانات فیزیکی و مادی و آماده سازی نیروی انسانی و... را خارج و فعالیت هایی مانند سخن گفتن چهره به چهره، سخنرانی، کلاس داری ایجاد آثار مکتوب، رفتارکردن به شیوه ای خاص و.. را داخل می کنیم. و باید توجه داشت تبلیغ اسلام با توجه به جامعیت آن باید تمام ابعاد حیات بشری را در برگیرد.

ارکان تبلیغ

برای تبلیغ، مؤلفه های بسیاری وجود دارد، بعضی از این مؤلفه ها را می توان ارکان تبلیغی نامید، زیرا با نبودن هر کدام از آنها، تبلیغ وجود نخواهد داشت، این مؤلفه ها عبارت اند از:

۱. پیام
۲. پیام دهنده (مبلغ)
۳. پیام گیرنده (مخاطب)
۴. ابزار تبلیغ: (رسانه ها، نگارشی، هنر)

اهداف تبلیغ

مهمترین اهداف تبلیغ، که مبلغ باید برنامه های تبلیغی خود را بر اساس آنها تنظیم نماید عبارتند از.

- ۱ - آگاهی و بیداری مسلمانان با بیان توانایی و مشکلات جهان اسلام با ذکر آسیب ها و راهکارها که از ضمن راهکارها به وحدت و همدلی باید اشاره کرد.
- ۲ - معرفی اهل بیت (ع) و نشر معارف آنان با تبیین زیبایی های سخن آن گوهرهای تابناک که امام رضا (ع) در این باره می فرماید: «... فان الناس لو علموا محاسن كلامنا لاتبعونا»؛ به درستی که اگر مردم زیبایی های کلام ما را بدانند هر آینه از ما پیروی می کنند». این امر در راستای معرفی اسلام اصیل و ناب محمدی و تفکیک آن از اسلام دروغین و ساختگی (امریکایی) است؛

۱ - بحار ج ۲ باب ۸.

۲ - عیون اخبار الرضا ج ۲ ص ۲۷۵ ح ۶۹.

۳ - اشاعه تفکرات انقلابی و انقلاب^۱، معرفی نظام و دستاوردهای انقلاب اسلامی در زمینه های مختلف فرهنگی سیاسی، نظامی، اقتصادی و...

۴ - معرفی شخصیت های برجسته جهان اسلام که در راستای احیای دین، خالصانه گام برداشته اند مانند: امام خمینی(ره)، و مقام معظم رهبری شهید(ره) (ولایت فقیه)، این امر باعث می شود تا توطئه های دشمنان در معرفی شخصیت های دروغین اسلامی مانند بن لادن خنثی گردد.

۵ - جریان شناسی و معرفی برخی از جریانات اسلامی و مردمی مانند حزب الله لبنان و...؛

۶ - شناسایی و معرفی دشمنان اسلام و توطئه های آنان و راه های مقابله با آنها براساس آموزه های اهل بیت(ع).

۷ - پاسخ به پرسش ها و شبهات مطرح بر علیه شیعه و مذهب تشیع و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران؛

۸ - سنجش افکار عمومی نسبت به افتخارات و پیروزی های جمهوری اسلامی و سنجش تأثیر تبلیغات سوء دشمنان اسلام بر افکار عمومی نسبت به انقلاب اسلامی و جهان تشیع.

اخلاق در تبلیغ

از آنجا که رعایت اخلاق در هر کاری رمز موفقیت آن به شمار می آید لذا در تبلیغ هم به دلیل اهمیتش، ملزم به رعایت آن می باشیم بدین جهت در اینجا به دو بخش مهم آن : ۱ - اخلاق مبلغ ۲ - اخلاق سخن در تبلیغ اشاره می شود.

اخلاق مبلغ (ویژگیهای مبلغ موفق)

مبلغی در عرصه تبلیغ موفق است که متخلق به آموزه های قرآنی و اخلاق حسنه بزرگان دینی؛ پیامبر(ص) و اهل بیت پاکش باشد و در تمام لحظات زندگی و بویژه در امر تبلیغ آنها را سرمشق و الگوی کار خود قرار دهد امام صادق(ص) در این باره می فرماید: «**کُونُوا دُعَاتًا لِلنَّاسِ بِغَيْرِ السَّنْتِكُمْ**»^۲ ... برای مردم بغیر از زبانتان (با رفتار و کردارتان) مبلغ باشید» بدین جهت در اینجا و با الهام از آن الگوهای راستین به مهم ترین ویژگی های مبلغ که در تبلیغ بین المللی بسیار حائز اهمیت است پرداخته می شود:

۱- با اخلاص و به دور از چشم داشت مزد

اخلاص در عمل رمز موفقیت مبلغ است و اگر تبلیغ صرفاً به خاطر خدا و با توسل به اهل بیت(ع) انجام گیرد حتماً به نتیجه می رسد و مثمر ثمر خواهد گشت، قرآن از زبان پیامبر(ص) می فرماید: «**وَمَا اسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجَرِى إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ**»^۳. «**يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا**» * **وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا**».

من برای این (دعوت) هیچ مزدی نمی طلبم، اجر من تنها بر پروردگار عالمیان است.

۱ - از فرمایشات مقام معظم رهبری شهید «ره».

۲ - اصول کافی ج ۲ ص ۷۸ باب الورع ح ۱۴.

۳ - شعراء : ۱۰۹ و ۱۲۷.

و همچنین هدایت را کار خود نداند بلکه لطفی از سوی پروردگار بداند خداوند در قرآن خطاب به پیامبر(ص) می فرماید: «انک لا تهدي من احببت و لكن الله يهدي من يشاء وهو اعلم بالمهتدين»^۱ (ای رسول ما) تو هر کس را دوست داری هدایت نمی کنی اما خدا هر کس را بخواهد هدایت می کند.

۲- حافظ آیات و روایات

مبلغ باید حافظ آیات و روایات مورد نیاز، و یا حد اقل حافظ محل شاهد با منبع و آدرس باشد زیرا آنها از مهم ترین سرمایه ها و سلاح مبلغ به شمار می روند و باید سعی شود که سخنان مبلغ مستند به آیات و روایات صحیح و معتبر باشد تا مؤثر واقع گردد.

۳- استناد به منابع دسته اول نزد مخاطب

مبلغ باید در استدلال های خود به منابعی استناد نماید که مورد قبول مخاطب و از منابع دسته اول نزد وی باشند

مثلا در بحث های قرآنی به تفسیر ابن کثیر، الوسی وطبری استناد کند، در مباحث فقه و حدیث و تاریخ به صحیح بخاری، مسلم استناد نماید.

امام کاظم(ع) می فرماید: **الزموهم بما الزموا به انفسهم**^۲. آنها را با آنچه خودشان به آن معتقدند ملزم و محکوم کنید.

ابن حزم اندلسی نیز به همین نکته تصریح نموده و می گوید:

«لا معنى لاحتجاجنا عليهم بروايتنا، فهم لا يصدقونها، ولا معنى لاحتجاجهم علينا برواياتهم فنحن لا نصدقها، وإنما يجب أن يحتج الخصوم بعضهم على بعض بما يصدقّه الذي تقام عليه الحجّة به»^۳؛ ما (اهل سنت) نمی توانیم با روایات خود، علیه دیگران اقامه حجّت کنیم؛ چرا که آنها نخواهند پذیرفت؛ همان گونه که دیگران نمی توانند با روایات خود علیه ما احتجاج کنند. پس لازم است هر دو طرف به روایاتی استناد کنند که دیگری قبول داشته و حجّیت آن را پذیرفته باشد.

از این رو، بی معنا است که مناظره کننده شیعه در بحث خود با اهل سنت به کتاب کافی، تهذیب و امثال آن احتجاج کند؛ همان گونه که طرف مقابل نمی تواند با استناد به کتاب صحیح بخاری، مسلم و امثال آن با شیعه به استدلال بپردازد.

باید توجه داشته باشیم، اگر طرف مقابل، روایاتی را که علمای رجال مذهب خودشان به صحت آن تصریح نموده اند را نپذیرد، دیگر هیچ جای گفت و گو در آن موضوع با چنین شخصی باقی نمی ماند و بهترین راه تغییر موضوع و یا ترک سخن با اوست؛ چرا که در این صورت گفت و گو با او جز اتلاف وقت، نتیجه دیگری ندارد.

۴- تسلط بر زبان

تسلط و آشنایی به زبان حوزه تبلیغی؛ در موفقیت تبلیغ نقش بسیار مهمی را ایفا و از مهمترین ابزار تبلیغی و بویژه در تبلیغ چهره به چهره بشمار می آید خداوند در قرآن کریم میفرماید: **(و ما ارسلنا من رسول إلا بلسان**

۱ - قصص: ۵۹.

۲ - تهذیب الاحکام شیخ طوسی ج ۸، ص ۵۸.

۳ - الفصل فی الملل والأهواء والنحل، ج ۴، ص ۷۸، علی بن احمد بن سعید بن حزم الطاهری ابومحمد، (ت ۵۴۸)، دار النشر: مکتبه الخانجی - القاهرة.

قومه لیبن لهم^۱؛ ما هیچ پیامبر را، جز به زبان قومش نفرستادیم تا (حقایق را) برای آنها آشکار سازد) و همچنین اگر مبلغ علاوه بر زبان؛ با اصطلاحات و واژگان عقیدتی و سیاسی روز آشنا باشد تأثیر سخن وی بر مخاطب دوچندان می‌شود و باعث می‌شود مخاطب احساس کند با یک شخصیت آگاه و مطلع به مسائل روز آشنا شده لذا به راحتی به پرسش‌ها پاسخ و در بحث شرکت می‌کند.

۵- آگاه به هدف

مبلغ باید هدف از تبلیغ را به خوبی بشناسد و در راستای آن هدف که از قبل برنامه‌ریزی شده گام بردارد تا بتواند در تبلیغ خود به موفقیت بیشتری دست یابد همان گونه که رسول خدا(ص) در تبلیغ خود با آگاهی حرکت میکرد «قل هذه سبيلي ادعوا الى الله على بصيرة انا ومن اتبعني»^۲ بگو این راه من است که همراه با پیروانم با بصیرت و آگاهی کامل همه مردم را به سوی خدا دعوت می‌کنیم.

۶- همراهی گفتار با عمل

اگر مبلغ بخواهد سخنش بر مخاطب تأثیر بگذارد باید ابتدا خود به آن چه که میگوید ایمان داشته و به آن عمل نماید و گرنه شامل آیه «لم تقولون ما لا تفعلون»^۳؛ «چرا آنچه را انجام نمی‌دهید می‌گویید» می‌شود. امام صادق(ع) می‌فرماید: العالم اذا لم يعمل بعلمه زالت موعظته عن القلوب كما يزل المطر عين الصفا.^۴ عالم اگر به علم و دانش خود عمل نکند موعظه‌های او از دلها می‌لغزد (اثر نداشته و نفوذ نمی‌کند) و بر دل نمی‌نشیند همانند باریدن باران بر تخت سنگ صاف و صیقلی که بر آن بند نمی‌شود و نمی‌ماند.

۷- آراستگی ظاهر

مبلغ باید علاوه بر آراستگی باطن به آراستگی ظاهر خود از قبیل لباس، موی سر و صورت و عطر مناسب اهمیت دهد زیرا به شهادت تاریخ یکی از عوامل مهم موفقیت رسول الله(ص) در گسترش دین اسلام تمیزی خوشبویی و آراستگی ظاهر ایشان بوده است آن بزرگوار هرگاه می‌خواست از خانه خارج شود به عنوان آئینه به آب نگاه می‌کرد (فنظر الى الماء) اینها صفاتی است که همهی اولیای الهی دارا هستند. و از آنجا که مبلغ بیشتر از راه سخن تبلیغ می‌کند علاوه بر نظافت لباس و بدن باید به نظافت دهان و دندانها نیز توجه زیادی داشته باشد چرا که گفتن آیات قرآن و روایات اهل بیت(ع) با دهان خوشبو و دندانهای تمیز سفارش روایات و از نظر روانی تأثیر زیادی بر مخاطب می‌گذارد.

۸- استفاده از فرصت ها

بدون شک در بعضی از مکان و زمان ها، شرائط روحی و روانی خاص حاکم بر آن باعث می‌شود تا مخاطب آمادگی بیشتری جهت پذیرش سخنان مبلغ داشته باشد لذا باید در آن شرایط بهترین استفاده را کرد و نهایت تأثیر را بر مخاطب گذاشت و یا بر عکس، شرائط زمان و مکان اقتضای یک بحث طولانی جهت تبادل آرا و نظرات را ندارد و فرصت در حد چند گویه و جمله بیشتر نیست، در اینجا مبلغ باید با غنیمت شمردن این فرصت و طرح حد اقل چند نکته القایی، نهایت استفاده را از آن ببرد. و در صورتیکه مخاطب فردی تأثیر گذار و مناسب

۱ - ابراهیم : ۴.

۲ - یوسف: ۱۰۸.

۳ - صف: ۲.

۴ - اصول کافی ج ۱ ص ۴۴.

بنظر رسید با گرفتن آدرس و قرار وعده‌های دیگر در مکان و زمان مناسب، از او درخواست استمرار این ارتباط بشود.

۹ - مخاطب‌شناس

مبلغ باید در یک نگاه مخاطب را شناسایی و بداند در چه مکان جغرافیایی زندگی و دارای چه روحیاتی است تا راحت تر ارتباط را برقرار و بر اساس روحیات و ملیت وی سخن بگوید.

۱۰ - حفظ محرمانگی و رعایت حریم اطلاعات

مبلغ باید از افشای اطلاعات محرمانه مربوط به افراد، کاروان، همکاران یا مسائل شخصی مخاطبان خودداری کند. اطلاعاتی که از مخاطب دریافت می‌شود نیز فقط در حد ضرورت و با رعایت رضایت و محرمانگی استفاده شود. از نگهداری یا انتقال غیر ضروری اطلاعات شخصی، شماره تماس، تصویر و محتوای گفت‌وگوها در ابزارهای نا امن پرهیز شود.

نباید مبلغ اسرار کاری و برخی اطلاعات عقیدتی و یا سیاسی که صلاح نیست مخاطب از آنها آگاه باشد را در اختیار او قرار دهد و باید سعی کند اطلاعاتی را که از مخاطب دریافت می‌کند در صورت محرمانه بودن به مسئولان مربوطه (به صورت گزارش ویژه و یا خصوصی) منعکس و اگر محرمانه نباشند آنها را جهت استفاده تبلیغی و به کارگیری برای ارتباط با سایر مخاطبین؛ از مخاطب دریافت و نهایت بهره را از آنها ببرد. امام صادق (ع) می فرماید: **سِرِّک من دمک لا یجری من غیر اوداجک**^۱ «سِرِّ تو جزیی از خون تو است همان طور که خون تو باید در رگهای جریان داشته باشد سِرِّ تو نیز باید نزد خودت بماند».

۱۱ - مخاطب‌شناسی و اولویت‌بندی ارتباط

مبلغ باید مخاطبان را از نظر میزان آگاهی، علاقه، آمادگی برای گفت‌وگو و میزان اثرگذاری اجتماعی بشناسد؛ اما از برچسب‌زنی و قضاوت قطعی درباره افراد پرهیز کند. اولویت دادن به مخاطب علاقه‌مند و آماده گفت‌وگو به معنای تحقیر یا حذف دیگران نیست؛ بلکه به معنای مدیریت محدودیت زمان و انتخاب روش مناسب برای هر گروه است.

مبلغ در تبلیغ خود غالباً باید به سراغ افراد آگاه، تأثیر گذار و آماده ی پذیرش حق برود خداوند در قرآن کریم میفرماید: .

(ان فی ذلک لذكری لمن کان له قلب)^۲ همانا در (نابودی پیشینیان کافر) برای کسی که دل (آماده ای) دارد پند (و اندرز) است .

در اینجا لازم به ذکر است که مخاطبین ما معمولاً به چند گروه تقسیم می شوند:

۱ - با سواد، آگاه به مسایل عقیدتی و سیاسی، معتدل و تأثیر گذار بر جامعه مانند مسئولین، اساتید، روحانیون نماز جمعه و جماعت و...

۲ - با سواد، آگاه به مسایل عقیدتی و سیاسی معتدل و غیر تأثیر گذار مثل بازنشستگان خانه نشین.

۳ - با سواد و ناآگاه از مسائل عقیدتی و سیاسی.

۴ - با سواد و لجوج.

۱ - بحار الانوار ج ۷۴ ص ۱۷۸.

۲ - ق: ۳۷.

۵ - با سواد و بی تفاوت.

۶ - بی سواد و آگاه به مسائل مانند کسی که اخبار را پیگیری می‌کند.

۷ - بی سواد و ناآگاه.

۸ - بی سواد و لجوج.

در تبلیغ باید سعی کرد به سراغ گروه اول رفت و از روبرو شدن با افراد لجوج و معاند پرهیز کرد (مگر شرائط دیگری اقتضا کند) زیرا سخن بر دل کوردلان و معاند تاثیر ندارد به همین دلیل است که خداوند متعال با حالت سؤال به رسول گرامیش (ص) می‌رساند که هدایت کوردل محال است «أفانت تهدي العمي»^۱ آیا می‌توانی کوران را هدایت کنی؟

۱۲ - اعتماد به نفس و جرئت ارتباطی

مبلغ باید در عین تواضع، از اعتماد به نفس لازم برای آغاز گفت‌وگو، طرح پرسش و بیان دیدگاه مستند برخوردار باشد. کم‌رویی شدید می‌تواند ارتباط مؤثر را دشوار کند؛ اما نباید هر نوع خجالت یا درون‌گرایی را بیماری یا نابهنجاری تلقی کرد.

مبلغ باید با جرأت باشد و خجالت را کنارگذارد چون این امر تأثیر زیادی بر موفقیت او در ارتباط با مخاطب دارد زیرا کم‌رویی یکی از ویژگی‌های درونی آسیب‌زا است که لطمه‌ی زیادی بر تبلیغ می‌زند. و اصولاً فرد کم‌رو هیچ تناسبی با تبلیغ رودررو ندارد چون فرد کم‌رو در برقراری ارتباط با دیگران نا موفق است. در اینجا و به دلیل اهمیت این مطلب به برخی از نشانه‌های فرد کم‌رو اشاره می‌شود: ۱ - تحت تأثیر فلج روانی قرار می‌گیرد و در تمام فعالیت‌های خود فلج می‌شود. ۲ - در فعالیت بدنی، بی‌دست و پا است، تا حدی که گاهی رنگ صورت و تپش قلب و لرزش اندام وی آن را نشان می‌دهد. ۳ - در فعالیت فکری و گفتگوی منطقی ناتوان می‌شود. ۴ - در فعالیت احساسی؛ نمی‌تواند احساس خود را به راحتی بیان کند. این را نیز باید دانست که کم‌رویی تواضع نیست، بلکه نوعی نابهنجاری است که آثار نامطلوب فراوانی بر رفتار اجتماعی فرد داشته و گاهی حتی در خانواده هم آثار منفی بجای می‌گذارد.

۱۳ - دعوت به مشترکات

مبلغ باید در راستای وحدت و همدلی؛ مخاطب را به مشترکات مانند مودت و مرجعیت علمی اهل بیت^۸، فلسفه حج و دیگر نقاط مشترک دعوت کند و از بحث‌های تفرقه‌انگیز و حساسیت‌زا جداً خودداری نماید، خداوند در قرآن می‌فرماید: (قل تعالوا الى كلمة سواء بيننا وبينكم ان لا نعبد الا الله ولا نشرك به شيئاً...) ^۲ بگو «اهل کتاب» بباييد بسوی سخنی که میان ما و شما یکسان است، که جز خداوند یگانه را نپرستیم و چیزی را همتای او قرار ندهیم،

۱۴ - همراهی با نظرات مخاطب

اگر مخاطب دارای نظراتی است که مبلغ می‌خواهد آنها را رد کند، سریع موضع‌گیری نکند بلکه ابتدا او را در آن نظریه‌ها بگونه‌ای که می‌خواهد همراهی کند سپس آن نظریه را با ظرافت ردّ کند مثلاً اگر مخاطب نسبت به برخی از صحابه که عادل نبوده اند نظریه‌ای مثبت دارد مبلغ باید سعی کند بحث را از مصادیق صحابه به

۱ - یونس: ۴۳.

۲ - آل عمران: ۶۴.

کل صحابه تغییر دهد و بگوید صحابه را بر اساس آیات و روایات فراوانی که در مدح آنها آمده همه قبول دارند زیرا در میان آنها مجاهدین و قهرمانانی بوده که اگر آنها نبودند قرآن و سنت صحیح پیامبر به دست ما نمی‌رسید. البته در میان آنان افرادی وجود داشت که به رفتارهای ناشایست مانند شرب خمر، نفاق، قتل اقدام می‌کردند که بعضی‌ها اینگونه صحابه را نقد می‌کنند.

از این روش حضرت ابراهیم در هدایت ستاره پرستان، خورشید پرستان و ماه پرستان استفاده میکرد. که ابتدا میگفت: هذا ربّي ولی وقتی افول می‌کرد می‌گفت: انی لا احب الآفلین.

۱۵- صبر و حوصله

مبلغ باید در شنیدن سخنان مخاطب صبر و حوصله داشته باشد و از وارد شدن به بحث مخاطب قبل از اتمام سخنانش که نشانه‌های ضعف نفس و کم ظرفیتی است بپرهیزد، این امر باعث احترام به مخاطب و ارزش نهادن به سخنان وی می‌شود امام باقر(ع) می‌فرماید: «... و تعلم حسن الاستماع كما تتعلم حسن القول ولا تقطع علی أحد حدیثه!»... و خوب شنیدن را همانند خوب سخن گفتن بیاموز و سخن هیچکس را قطع نکن».

۱۶- حفظ نشاط و شادابی

مبلغ باید در طول مدت تبلیغ با نشاط و روحیه‌های شاداب انجام وظیفه نماید و از انجام کارهایی که بر نشاط و شادابی تأثیر منفی می‌گذارد از قبیل سرپیچی از مسئولیت‌های محوله - درگیر شدن با دیگران و عدم رعایت نکات بهداشتی که منجر به بیماری شود بپرهیزد.

۱۷- نرمخو و مهربان

مبلغ باید در برخوردهای خود با مخاطبین مهربان و گشاده رو باشد واز برخوردهای تند و غیر اخلاقی جداً بپرهیزد. چرا که بانرمی و مهربانی و گشاده رویی راحت تر میتوان با مخاطب ارتباط بر قرار کرد و بر او تأثیر گذاشت زیرا تجربه ثابت کرده است که با زور و اکراه نمی‌توان بر کسی تأثیر و یا به راه راست هدایتش نمود، «افانت تکره الناس حتی یكونوا مومنین»^۲ (ای رسول) تو کی توانی همه را به جبر و اکراه مومن گردانی از سوی دیگر مهربانی بامردم معجزه می‌کند و تند خویی و سخت دل بودن آنها را از راه حق دور می‌سازد این سخن خدای متعال است که خطاب به رسول گرامیش می‌فرماید: «فبما رحمة من الله لنت لهم و لو كنت فظا غليظ القلب لانفضوا من حولك»^۳ ای رسول، رحمت خدا تو را با خلق، مهربان و خوش خوی گردانید و اگر تند خو و سخت دل می‌بودی مردم از گرد تو پراکنده می‌شدند.

۱۸- سعه صدر

سعه صدر برای مبلغ بویژه در عرصه بین الملل که مسئولیت تبلیغ برای گروه و افراد با عقاید، افکار و اخلاق‌های مختلف بر دوش او است جزء امور ضروری بشمار می‌رود و اگر مبلغ دارای این صفت نباشد هیچگاه در تبلیغ خود موفق نخواهد شد و بویژه در برابر پرسش‌ها بی‌جا و سخنان اهانت آمیز مخالفان که تحمل شنیدن سخن حق را ندارند و به اهانت و جسارت می‌پردازند.

۱ - اختصاص مفید: ص ۲۴۵.

۲ - یونس: ۹۹.

۳ - آل عمران: ۱۵۹.

حضرت موسی که به عنوان یک مبلغ، هنگام رفتن به سوی فرعون برای هدایت او و آگاه نمودن مردم از پروردگارش؛ سعه صدر و قدرت تحمل سختی ها را در خواست می نماید که در قرآن می فرماید: «رب اشرح لی صدري ویسر لی امري»^۱ خدایا سینه ام را وسعت ده و کارم را آسان ساز

۱۹- قاطع و با شهامت

یکی دیگر از صفات مبلغ واقعی این است که با قاطعیت تمام در برابر افراد لجوج و معاند و کج روی های آنها بایستد و بجز خدا از کسی نترسد. «الذین یبلغون رسالات الله ویخشونه ولا یخشون احدا الا الله وکفی بالله حسیبا»^۲ (پیامبران پیشین) کسانی بودند که تبلیغ رسالت های الهی میکردند و (تنها) از او می ترسیدند و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند و همین بس که خداوند صبور و بی تفاوتی گذشت حسابگر (و پاداش دهنده اعمال آنها) است.

شایان ذکر است که رفتار و کردار مبلغ باید بر اساس تعقل و تفکر انجام گیرد و جنبه احتیاط و رعایت مسائل امنیتی را همیشه مد نظر داشته باشد و تا شرائط دیگر اقتضا نکند از روبرو شدن با افراد معاند و لجوج که قصد تخریب و جوسازی بر علیه مکتب زلال تشیع و نظام مقدس جمهوری اسلامی را دارند خودداری کند.

۲۰- مطیع و انتقاد پذیر

با توجه به اهمیت تبلیغ و بویژه در عرصه بین الملل که نیاز به همدلی و هماهنگی بیشتر با مسئولان مربوطه و دیگر مبلغان دارد، مبلغ باید نسبت به این امر حساس و خطیر احساس تکلیف و نسبت به ماموریت های محوله از سوی مسئولان که در راستای تبلیغ است مطیع و احساس مسئولیت کند و در انجام آنها تلاش و جدیت نماید. همچنین انتقاد افراد خیرخواه و دلسوز را بپذیرد زیرا انتقاد پذیری، صفت ارزشمندی است که یک مبلغ باید از آن برخوردار باشد چون انتقاد سالم باعث اصلاح و ارتقای نتیجه کار می شود. امام سجاد علیه السلام در دعای مکارم الاخلاق میفرماید: (اللهم ... وفقنی لطاعة من سددنی و متابعة من ارشدنی). خدایا مرا به اطاعت و پیروی کسی که به راه سداد و صلاح خواند و هدایت نمود موفق ساز.

در اینجا لازم بذکر است که منظور از انتقاد؛ انتقاد سالم و سازنده است نه انتقاد مخرب و ویرانگر که متأسفانه برخی با سوء استفاده از واژه انتقاد به دنبال نیت های فاسد خود؛ به تخریب شخصیت، حیثیت و عقاید دیگران می پردازند که کاری بسیار زشت و ناخدا پسندانه است.

۲۱- متواضع و با گذشت

اگر مبلغ روحیه تواضع و گذشت نداشته باشد هیچگاه در امر تبلیغ خود موفق نخواهد شد.

خداوند سبحان به پیامبرش می فرماید:

«واخفّض جناحک لمن اتبعک من المؤمنین» ای رسول ما، مومنانی را که از تو پیروی می کنند زیر بال محبت خود بگیر (نسبت به آنها متواضع باش) این صفت برای مبلغ در طول سفر تبلیغی و بویژه در برخورد با مخاطبین و دیگر مبلغان بسیار حائز اهمیت است.

۲۲- خوش سابقه

۱ - طه: ۲۵.

۲ - احزاب: ۳۹.

عملکرد مبلغ باید بگونه ای باشد که بتواند سابقه خوبی از خود بجای بگذارد چون سابقه خوب صفت همه ی اولیای الهی که مسئولیت تبلیغ دین را به عهده داشته اند است خداوند در قرآن می فرماید: «**قالوا یا صالح قد كنت فينا مرجوا قبل هذا**»^۱ قوم صالح به او گفتند: ای صالح تو پیش از آنکه دعوی نبوت کنی در میان ما مورد اعتماد و امیدواری بودی .

۲۳- امید به نتیجه مثبت و ثمر بخش

مبلغ موفق مبلغی است که امید داشته باشد نتیجه کارش مثبت و ثمربخش است زیرا شیرینی تبلیغ آن لحظه ای احساس می شود که مبلغ از تبلیغ خود نتیجه ای مثبت و رضایتبخش گرفته باشد، بویژه آن وقتی که مخاطب میگوید: لحظات این دیدار از شیرین ترین لحظات عمرم بوده و بعنوان بهترین خاطره برای من می ماند و یا می گوید: خدا تورا برای من فرستاد تا از حقایقی که تاکنون نمی دانستم آگاه شوم. در این لحظه است که مبلغ باید خدای خود را به خاطر این نعمت وصف ناپذیر سپاس گوید و قدر آن را بداند بدلیل حدیث زیبا و ارزشمند پیامبر(ص) خطاب به امام علی(ع) که فرمود: **لئن يهدي الله بك رجلا خير لك مما طلعت عليه الشمس؛** ای علی هرآنگاه خداوند یک نفر بواسطه تو هدایت کند برای تو از آنچه که آفتاب بر آن می تابد بهتر است (و اجرت بیشتر است)

۲۴- عدم تعمیم گناه و یا اشتباه

اگر در کشور مخاطب ، کسی گناه و یا اشتباهی مرتکب شده است آن را به تمام ملت آن کشور تعمیم ندهد، مثلا نگوید مصریها حرمت شکستند و با اسرائیل سازش کردند بلکه باید گفت حاکمان مصر باعث شکست حرمت صلح با اسرائیل شدند. و همچنین گناه حکام کشورها را به ملتها سرایت ندهد چون این کار باعث موضع گیری مخاطب و امتناع از ادامه بحث می شود.

۲۵- تشویق به بازاندیشی و تفکر انتقادی

مبلغ باید مخاطب را به بررسی منابع، مقایسه شواهد و بازاندیشی در پیش فرضهای خود دعوت کند. هدف، فراهم کردن زمینه ای برای پرسشگری علمی و رسیدن به فهم مستند است، نه صرفاً ایجاد شک. مبلغی در امر تبلیغ موفق است که بتواند بر مخاطب تأثیر گذارد و نظرش را از جزم به شک تبدیل کند مثلا دیدگاه مخاطب نسبت به صحاح سته و بویژه بخاری و مسلم مثبت و بدون هیچ شک و شبهه ای است و حال اینکه بسیاری از مسائل خلاف عقیده مثل رؤیت خداوند ، جسارت به ساحت پیامبران در آنها به چشم میخورد و یا دید مخاطب نسبت به برخی صحابه که در کارنامه اعمالشان کارهای زشت و ناروای زیادی دیده می شود مثبت است ، اینجا بر مبلغ است که با ظرافت خاص وارد این بحث ها شود و نظرش را از مرحله جزم به مرحله شک تنزل داده و وی را به تفکر و بازنگری وا دارد چرا که شک می تواند مقدمه یقین دیگری باشد.

۲۶- تنوع در استدلال

یکی از راههای موفقیت مبلغ در تبلیغ، تنوع در استدلال است بدین صورت که در استدلال خود از آیات، روایات، تاریخ، شعر ضرب المثل استفاده نماید و اکتفا به تحلیل و یا سخن برخی از بزرگان ننماید و همچنین می تواند از استدلالهای فطری و گاه عقلی و سپس نقلی بهره برد.

۲۷- خیر خواهی

مبلغ باید سعی کند خیر خواه و ناصح مخاطب باشد و بداند که جبهه تبلیغ و گفتگو؛ میدان معرکه و نبرد برای پیروزی به هر قیمت نیست بلکه می‌تواند فضایی برای کمک به طرف مقابل برای درک حقیقت باشد؛ از این رو، الزاما نباید با این اندیشه که حتما باید یک طرف پیروز و طرف دیگر شکست خورده میدان باشد وارد گفتگو و تبلیغ شد، بلکه باید این هدف مدّ نظر باشد که هر یک از دو طرف، دیدگاه و نظریه خود را مطرح سازد تا افقی از حقیقت در گفتگو برای خود و دیگران آشکار گردد.

۲۸- ایجاد فضای اعتماد

در تبلیغ باید فضای اعتماد بین دو طرف گشوده شود تا با برقراری این فضا و ایجاد جو دوستی و متانت، هر دو طرف قادر به بیان نظرات خود بوده و بتوانند با آزادی کامل و بدون هرگونه محافظه کاری به بیان دیدگاه‌های خود بپردازند و این که مخاطب احتمال دهد؛ مبلغ در گفتارش تقیه می‌کند را از فضای گفتگوها دور سازد.

۲۹- درخواست اظهار نظر از مخاطب

برخی اوقات مشاهده می‌گردد که مخاطب به دلیل رعایت احترام و ادب و اینکه مبدا مبلغ از سخنان او ناراحت شود نسبت به عقاید مبلغ و یا شنیده‌های خود اظهار نظر نمی‌کند و خیلی با احتیاط سخن می‌گوید. اینجا مبلغ می‌تواند از او درخواست نماید هر شبهه یا سؤالی نسبت به معتقداتش دارد را مطرح تا به آنها پاسخ دهد که نظر خود را بیان و اظهار نظر نماید.

۳۰- خطاب با صفات نیکو و رعایت ادب

مبلغ باید با احترام و تأثیرگذاری بر مخاطب، او را به سمت خود جذب نماید و هنگام مخاطب قرار دادن وی سعی شود از واژه‌هایی چون برادر من، دوست عزیز و یا استفاده از نام و یا کنیه (البته استفاده از کنیه در حوزه عربی بیشتر کاربرد دارد) او که از نظر روانی تأثیر بسزایی بر مخاطب می‌گذارد استفاده نماید. امام صادق^ع در مناظراتش با گروه‌های مختلف با استفاده از واژه‌هایی مودبانه و احترام آمیز آنها را مورد خطاب قرار می‌داد و می‌فرمود: یا ابا اهل مصر یا می‌فرمود: یا ابا العرب و این باعث ایمان آوردن و پذیرش حق توسط طرف مقابل می‌گردید.

۳۱- درخواست منبع و مصدر از مخاطب

برخی اوقات مخاطب پرسش‌ها و شبهاتی را مطرح می‌نماید که هیچ‌گونه اصل و ریشه‌ای ندارند و تنها براساس شایعات و تبلیغات سوء دشمنان در ذهن وی جای گرفته‌اند مانند شبهه تاسیس مذهب تشیع توسط عبدالله بن سبأ و شبهه خان الامین (جبرئیل امین در امر وحی خیانت کرد و نبوت را بجای اینکه به حضرت علی^ع) بدهد به پیامبر^ص (تحویل شود) که بر مبلغ است جهت اثبات بی‌اساس بودن این شبهات و شبهه افکنی توسط دشمنان اسلام، از مخاطب بخواهد که این شبهه را در کدام یک از کتب شیعه خوانده است منبع و مصدر را ذکر نماید.

۳۲- آشنا به معتقدات مخاطب

مبلغی می‌تواند در امر تبلیغ، بیشتر موفق باشد که از معتقدات مخاطب گر چه به صورت مختصر مطلع باشد تا به‌خوبی در مقام پاسخگویی و ردّ آنها برآید. وگرنه چه بسا مبلغ در اثنای بحث با سؤال، یا شبهه و یا پاسخی از مخاطب مواجه شود که مبلغ تصور می‌کرد نظر مخاطب بر خلاف آن است مثلاً در بحث توسل؛ باید بداند که مخاطب (وهابی‌ها) توسل را به دو قسم تقسیم می‌کنند؛ توسل مشروع و توسل غیر مشروع که توسل به صفات

و اسماء خداوند و همچنین توسل به واجبات و مستحبات به زندگان را جزء توسل مشروع می دانند و توسل به مردگان را جزء توسل غیر مشروع می دانند و جزء توسل غیر مشروع می شمارند. و بدین خاطر نمی توان در بحث توسل؛ به توسل صحابه به پیامبر(ص) در حال حیاتشان استناد نمود زیرا در پایان می گوید این مورد قبول ما هم است پس باید به سراغ توسل صحابه به پیامبر(ص) بعد از رحلت رفت.

۳۳- آشنا به نحوه برخورد با مخاطب هنگام اعتراف به اشتباهش

برخی اوقات مخاطب پس از شنیدن سخنان مبلغ و روشن شدن حقیقت، اعتراف می کند که تا حالا دیدش نسبت به شیعه و عقاید آن بسیار منفی و غیر قابل پذیرش بوده ولی اکنون که این حقایق روشن شد اعتراف می کند که در اشتباه بوده و این امر از برکت سفر حج است.

در اینجا است که مبلغ باید با ادب و احترام بگوید، ثمرات حج و آشنایی که در قرآن کریم به آن اشاره فرموده «و جعلناکم شعوباً وقبائل لتعارفوا» همین روشن شدن حقایق و بازگ کردن آنها است و ای کاش این فرصت برای تمام زائرین بیت ... فراهم می گشت تا از حقایق آگاه شوند.

۳۴- اهتمام به انجام اعمال مستحب همراه با مخاطب

همانگونه که می دانید برخی از امور مستحب است که نزد مخاطب دارای اهمیت ویژه ای است مانند نافله های نمازها و نماز میت که باید مبلغ نیز همانند او عمل کند و در این امور سهل انگاری ننماید، چون عدم انجام آنها چه بسا برای مخاطب ایجاد سؤال نماید که شیعه به امور مستحبی اهتمام نمی ورزد و این باعث می شود تا مخاطب از پذیرش سخنان مبلغ و ادامه بحث خودداری نماید.

۳۵- آشنا به نحوه نسبت دادن

به طور مثال در برخی مباحث مبلغ باید در نسبت دادن معتقدات و مطالب با دقت زیادی عمل کند تا خدای ناکرده اثر سوء بجای نماند مثلاً بگوید شیعه معتقد است و در برخی بگوید: آنها معتقدند و در برخی دیگر بگوید: به عقیده من، در بحث امامت بگوید: شیعه معتقد است امامت امری است الهی نه انتخابی، در بحث صحابه بگوید: آنهایی که صحابه را نقد می کنند معتقدند که تمام صحابه عادل نبودند، و در تحلیل های شخصی از مسائل سیاسی بگوید: عقیده من، تا برای مخاطب تداعی نشود که این دیدگاه تمام شیعه و یا جمهوری اسلامی است.

۳۶- گرفتن آدرس، تلفن و ایمیل

مبلغ باید بداند در فرصت کمی که بدست آمده و با مخاطب آشنا شده امکان تبادل تمام آراء و نظرات و یا پاسخ به تمام پرسشها اوناست لذا جهت ادامه این ارتباط آدرس پستی، ایمیل، تلفن ثابت و همراه مخاطب را (بعضاً با ظرافت) گرفته و یادداشت نماید و پس از موسم با ارسال پیام های تبریک و ادامه بحث های حج به آن ارتباط ادامه دهد.

۳۷- پایان دیدار با دعا

از آنجا که زیباترین سخنان در این فضای روحانی و معنوی بین مبلغ و مخاطب مبادله گردیده است و خاطره شیرینی از این دیدار بر جای مانده است پس مناسب است پایان دیدار با چند دعا در زمینه همان سخنان صورت پذیرد به ویژه برای وحدت بین مسلمین و رفع شر دشمنان و حج مقبول و بازگشت به وطن با سلامت و تندرستی.

۳۸- بهره وری معنوی

از آنجا که مبلغ همانند سایر حجاج در این سفر روحانی و معنوی نیاز به پرورش و صفای روح و جان دارد لازم است در کنار وظیفه اصلی خود از این امر غافل نگردد و به رشد روحی و معنوی خود از قبیل تلاوت قرآن، زیارت مراقد مطهر، طواف، نماز و دعا بپردازد و نهایت استفاده را از فرصت های بدست آمده در اوقات فراغت ببرد.

اخلاق سخن در تبلیغ (ویژگیهای سخن در تبلیغ)

همانگونه که مبلغ باید مراقب رفتار و کردارش و به ویژه زمانی که در کنار مخاطب است باشد باید مراقب گفتار و سخنانش نیز باشد و سعی کند به گونه ای سخن بگوید که مخاطب از شنیدن آن لذت ببرد که در اینجا به برخی از شیوه های سخن که مبلغ را در رسیدن به هدف کمک می کند اشاره می شود:

۱- نیکو و دل پسند

سخنان مبلغ باید نیکو و دل پسند باشد، چرا که راه خدا، راه پاکی هاست و آنها که به راه خدا هدایت می کنند، جز سخن نیکو نمی گویند. «وهدوا الی الطیب من القول وهدوا الی صراط الحمید»^۱ مومنان به سخنان پاک و به راه خدای ستایش شده هدایت شدند.

«ادع الی سبیل ربک بالحکمة والموعظة الحسنة»^۲ ای رسول ما! مردم را با دلیل محکم و پند و اندرز نیکو به سوی پروردگارت دعوت کن.

و همچنین باید از الفاظی که ممکن است بار منفی داشته باشد پرهیز شود عنوان مثال بجای آنکه گفته شود دشمنان شیعه می گویند بگوید مخالفان شیعه می گویند و یا بجای برخی عقاید اهل سنت باطل است بگوید برخی عقاید اهل سنت نیاز به مطالعه و بررسی دارد.

۲- حساب شده و سنجیده

سخنان مبلغ باید حساب شده و به دور از هرگونه غرض های شخصی و نقص و کجی باشد. «الحمد لله الذی انزل علی عبده الکتاب و لم يجعل له عوجا»^۳. ستایش و سپاس مخصوص خدایی است که بربنده خود (محمد، مبلغ ارزشمند الهی) کتاب (بزرگ) را نازل کرد و در آن هیچ نقص و کجی قرار نداد.

۳- رشد دهنده

سخن مبلغ باید سبب رشد مخاطب گردد و او را به کمال نزدیکتر سازد، همانگونه که قرآن، مردم را به راه خیر و صلاح، هدایت و رشد دهنده است.

«یهدی الی الرشد فامنابه ولن نشرک برینا احدا»^۴. این قرآن، خلق را به راه خیر و صلاح هدایت می کند، بدین سبب ما به آن ایمان آورده و دیگر هرگز به خدای خود مشرک نخواهیم شد.

۴- مطابقت سخن با فهم مخاطب

۱- حج: ۲۴.

۲- نحل: ۱۲۵.

۳- کهف: ۱.

۴- جن: ۲.

از آنجا که میزان عقل و ایمان انسان ها فرق دارد مبلغ باید با هر مخاطبی به اندازه عقل و درک و شرائط و حال او سخن بگوید و مطالبی را به او منتقل سازد که در فهم او می گنجد.

رسول خدا(ص) می فرماید: «أنا معاشر الانبياء امرنا ان نكلم الناس على قدر عقولهم»^۱؛ ما گروه پیامبران ماموریم که با انسان ها به اندازه عقل هایشان سخن بگوییم

شیوه های تبلیغ

اگر بخواهیم در تبلیغ تاثیر بیشتری بر مخاطب داشته باشیم باید سعی شود از این شیوه ها استفاده کنیم:

۱- تاریخ

یادآوری سرنوشت ملت های گذشته و تاریخ آنان و تجربه هایی که داشته اند و همچنین بیان داستان های کوتاه شنیدنی به ویژه از تاریخ اهل بیت(ع) که در آگاهی افراد و آیندگان بسیار مفید و موثر است. در آیات زیادی از قرآن کریم، خداوند از این شیوه استفاده کرده و حالات گذشتگان را یادآوری می کند و می فرماید:

«قد خلت من قبلکم سنن فسیروا فی الارض فانظروا کیف کان عاقبة المکذبین»^۲ پیش از شما ملت هایی بودند و رفتند بنابراین در اطراف زمین گردش کنید تا ببینید که تکذیب کنندگان وعده های خدا چگونه نابود شدند.

مبلغ هم می تواند بعنوان مثال؛ ظلم هایی که توسط مستکبران در گذشته و حال بر ملت هایی همچون عراق، فلسطین، افغانستان ... روا داشته اند را بیان کند.

۲ - لطیفه

لطیفه یکی از بهترین شیوه های انتقال پیام به مخاطب و باعث تنوع و تلطیف فضای تبلیغی می گردد البته در لطیفه گویی باید نکاتی را رعایت کرد که به برخی از آنها اشاره می شود:

۱. هیچ گاه در لطیفه شخص، گروه، عقیده و یا شیء خاصی که مورد احترام مخاطب است به تمسخر و خنده گرفته نشود.

۲. لطیفه باید برای مخاطب به آسانی قابل درک باشد.

۳. لطیفه نباید به قدری شدید باشد که هدف اصلی را تحت الشعاع قرار دهد.

۴. پیام لطیفه با پیام تبلیغ باید همخوانی و تناسب داشته باشد.

۳- امید بخشیدن

امید بخشیدن به مخاطبان مایه دلگرمی و جریان روحی تازه در دل های آنان می گردد. قرآن کریم از این شیوه نیز استفاده کرده و می فرماید: «انتم الاعلون ان کنتم مومنین»^۳ پیروزی از آن مومنان و مستضعفان خواهد بود. و همچنین مخاطبان را به ظهور امام زمان(عج) و رهایی از ظلم و جور ستمکاران بشارت دهد «ونرید ان

۱ - اصول کافی ج ۱ ص ۲۲ ح ۱۵.

۲ - آل عمران: ۱۳۷.

۳ - آل عمران: ۱۳۹.

نَمَنَّ عَلَى الَّذِينَ اسْتَضَعَفُوا فِي الْأَرْضِ وَنَجْعَلُهُمْ أئِمَّةً وَنَجْعَلُهُم الْوَارِثِينَ»^۱؛ ما می خواهیم بر مستضعفان زمین منت نهیم و آنان را پیشوایان و وارثان زمین قرار دهیم.

۴- مقایسه کردن

یکی از شیوه‌های مفید در تبلیغ شیوه مقایسه کردن می باشد. مقایسه بین توانایی های جهان اسلام و جهان کفر، خداوند در قرآن کریم با استفاده از این شیوه می‌فرماید: «قُلْ هَلْ مِنْ شُرَكَائِكُمْ مَنْ يَبْدَأُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ قُلْ اللَّهُ يَبْدَأُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ»^۲ (ای رسول) بگو که آیا هیچ یک از بتان و خدایان باطل شما توانایی دارد که خلق را بیافریند. آنگاه همه را بسوی خود برگرداند؟ بگو تنها خداست که خلق را می آفریند و سپس او را (به سوی خود) باز می گرداند.

۵- معرفی الگو

مردم برای حرکت در راه خدا و عمل به دستورات او نیاز به الگو دارند، معرفی الگو بعنوان یکی از بهترین شیوه‌های تبلیغی می‌تواند مورد استفاده مبلغ قرار گیرد. الگوهایی که می توان به مخاطب معرفی کرد عبارتند از:

الف- قرآن کریم و پیامبر(ص) «لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ»^۳، اهل بیت پیامبر(ص) بویژه امام حسین* که الگوی حزب الله در جهاد با اسرائیل بود.

ب- علما و بزرگانی که در راه اسلام جهاد و مبارزه کرده و می کنند مانند: امام خمینی(ص) و مقام معظم رهبری شهید(ره) که حامی مستضعفان و الگوی وحدت و مبارزه با استکبار در عصر حاضر هستند؛ (شهید سید حسن نصرالله که در سالهای اخیر بعنوان مجاهد و مبارز واقعی بر علیه امریکا و اسرائیل در جهان اسلام شناخته شده می‌گوید: من افتخار می کنم که شاگرد آیت الله خامنه‌ای هستم).

۶- تحریک احساسات و عواطف

از آنجا که هر انسانی دارای احساسات و عواطف می‌باشد؛ لازم است گاهی اوقات برای تاثیر بیشتر بر مخاطب ابتداء احساسات و عواطف او را برانگیزیم و سپس مطلب خود را القا کنیم مثلا مثال هایی از کشتار بی رحمانه زنان و کودکان در فلسطین، عراق، افغانستان و دیگر کشورهای اسلامی بیاوریم. خداوند از این شیوه برای تحریک عواطف و احساسات استفاده نموده است و می‌فرماید «يُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ»^۴؛ آیا کسی از شما دوست دارد که گوشت برادر مرده خود را بخورد؟ (به یقین) همه شما از این امر کراهت دارید.

۷- سؤال و جواب

یکی از شیوه های تبلیغ سوال و جواب است. مثلا از مخاطب سؤال شود: اگر روز قیامت؛ پیامبر^۵ سؤال کند چرا نسبت به اهل بیت من که محبت آنها اجر رسالت است بی تفاوت بودید؟ و یا چرا از فلان مذهب و یا فلان

۱ - قصص: ۵.

۲ - یونس: ۳۴.

۳ - احزاب: ۲۱.

۴ - حجرات: ۱۲.

شخص پیروی کردید؟ و یا اگر نسلهای آینده از ما سؤال کردند چرا در برابر ظالمان سکوت کردید؟ چه جوابی باید داد.

گاهی یک مطلب در قالب سوال به افراد گفته می شود که در واقع جوابی ندارد و هدف اثبات همان مطلب است ، خداوند در قرآن می فرماید:

«هل يستوي الذين يعلمون والذين لا يعلمون»^۱ آیا کسانی که می دانند و کسانی که نمی دانند برابرند ؟ ضمناً باید دقت شود که سؤالها از چیزهایی باشد که سبب ناراحتی و یا ضرر مخاطب و یا مبلغ نگردد.

«يا ايها الذين امنوا لا تسئلوا عن اشياء ان تبد لكم تسؤكم»^۲ ای کسانی که ایمان آورده اید از مسایلی سؤال نکنید که اگر برای شما آشکار گردد شما را ناراحت می کند .

لازم به ذکر است که مبلغ باید بخشی از وقت خود را در اختیار مخاطب قرار دهد تا سؤالهای خود را مطرح و جواب دریافت نماید و یا اینکه مبلغ مطالب خود را بصورت سؤال مطرح کند تا مخاطب پاسخ دهد از این طریق می توان فهمید که مخاطب چقدر به سخنان مبلغ توجه و عنایت و اعتقاد دارد.

البته گاهی مبلغ مورد سؤالهای مغرضانه قرار می گیرد که در این صورت باید با زیرکی و ظرافت از کنار آنها بگذرد.

۸ - ایمان به توانایی خویش

در جهان اسلام بسیاری از ثروت های مادی و فکری وجود دارد که متاسفانه خود مسلمانان از آنها بی خبرند که بر مبلغ است آنها را از باب «واما بنعمة ربك فحدث»^۳ «و نعمت های پروردگارت را بازگو کن» برای مخاطبین بازگو نماید مانند: فرهنگ، فکر و تمدن اسلامی ، معادن و منابع عظیم نفت و گاز و غیره. این امر موجب می شود تا مخاطب نسبت به توانائی های جهان اسلام امیدوار و در برابر مستکبران احساس ذلت و حقارت نکند.

۹ - هدیه دادن

سعی شود در میان بحث و یا پایان آن هدیه ای جهت جلب محبت به مخاطب تقدیم گردد تا خاطره ای شیرین از این ملاقات برای وی بجای ماند؛ رسول اکرم^۴ می فرماید: «تهادوا تحابوا، تهادوا فانها تذهب بالضغائن»؛ هدیه دهید تا در میان شما محبت ها ایجاد و زیاد گردد بدرستی که هدیه دادن کینه ها را از بین می برد» .

روش های ارتباط با مخاطب

از آنجا که ارتباط با مخاطب یکی از مهم ترین و حساس ترین لحظه برای مبلغ است بدین خاطر و با استفاده از برخی تجربیات و شیوه های ارتباط؛ شاید بتوان راحت تر و موفق تر به این امر اقدام کرد:

- ۱- هنگامی که کنار مخاطب نشستید بلافاصله سلام کنید چون اگر مدتی بگذرد چه بسا خجالت و حیا مانع ارتباط گردد سپس با او مصافحه و احوال پرسی گرمی را آغاز کنید که این بهترین شروع است زیرا مخاطب؛ خود را موظف به پاسخ گویی به سلام و احوال پرسی شما می داند.

۱ - زمر: ۹.

۲ - مائده: ۱۰۱.

۳ - ضحی: ۱۱.

۴ - کافی ج ۵ ص ۱۴۴ باب هدیه ح ۱۴.

۲- سؤال از هنگام اذان ، ساعت، اماکن و تاریخ مسجد النبی^۱ و مسجد الحرام و اماکن موجود در آنها ، و سؤال از اعمال حج و عمره، روزهای ماه و هفته و یا سؤال از اتفاقاتی که رخ داده است.

۳- به مخاطب گفته شود می خواهیم به آیه : «وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ اتِّقَاكُمْ»^۱ عمل نمایم آیا اجازه آشنایی می دهید؟ (در صورتی که مبلغ بخواهد سراغ جمعی از مخاطبین که گرد هم آمده اند برود این شیوه برای ارتباط با آنها بسیار مناسب است).

۴- اگر مخاطب درحال قرآن خواندن است از او نکات قرآنی که از قبل آماده کرده اید سؤال شود همانند قلب قرآن و عروس قرآن کدامند، چرا پیامبر^۲ فرمود: شیبنتی سورة هود أنهم بخاطر آیه «و استقم كما امرت»^۲ و یا از مخاطب سؤال شود آیا می دانی دشمنان واقعی مومنان کیانند که پاسخ آن آیه «لتجدن اشد الناس عداوة للذين آمنوا اليهود»^۳ می باشد.

زمانی که مخاطب خود را معرفی می نماید (البته مناسب است ابتداء مبلغ خود را معرفی کند) تا بداند با تشخیص آگاه مواجه است اگر راجع به نام یا نام پدر و یا نام خانوادگی وی و یا کشورش نکته ویا تعریفی به نظرتان رسید آن را بیان کنید که این امر باعث تعمیق روابط و دوستی بیشتر می گردد مثلاً برای مصری ها گفته شود: (مصر: ام الدنيا و بلد الحضارة جامعة الازهر و بلد محبي اهل البيت^۴ و (تونس : بلدة الخضار و الزيتون)، (مغرب: بلد جامعة القرويين)، (الجزائر : بلد المليون و نصف شهيد).

آگاه سازی مخاطب

مناسب است مبلغ در ضمن بحث، مخاطب را به این نکات آگاه سازد:

۱ - فرق است بین شیعه و مذهب تشیع کما اینکه بین سنت و اهل سنت فرق است. بیان این امر موجب می گردد رفتار برخی از شیعیان که دست به اعمالی مانند قمه زنی و غیره می زنند توجیه شود. و همچنین برای مخاطب بیان شود که در میان اهل سنت نیز مشاهده می شود که دست به برخی اعمال حرام و ناشایسته مانند شرب خمر، بی حجابی، و غیره می زنند و حال اینکه که این کارها هیچ لطمه ای به سنت پیامبر^۲ نمی زند؛ بلکه به جامعه اهل سنت بر می گردد .

۲- برای مطالعه عقاید شیعه؛ به کتب اعتقادی شیعه رجوع کنید نه کتب حدیثی، فقهی و غیره. از قبیل: (*اوائل المقالات، النکت الاعتقادیة شیخ مفید. * الشافی شریف المرتضی. * العقائد شیخ طوسی. * شرح تجرید وکشف الفوائد علامه حلی. * نقض الوشیعة سید محسن امین عاملی. * اصل الشیعة و اصولها علامه محمد حسین کاشف الغطا. * الفصول المهمة والمراجعات علامه شرف الدین. * دلائل الصدق شیخ محمد رضا مظفر. * الشیعة فی المیزان محمد جواد مغنیه).

۳- معتقدات شیعه را از زبان و کتب علمای خود شیعه بشنوید و مطالعه نمایید و نه از دیگران.

۱ - حجرات : ۱۳.

۲ - هود : ۱۱۲.

۳ - مائده: ۸۲.

۴- ضمن بیان واژه شیعه گفته شود مقصود از شیعه ، شیعه اثنی عشریه می باشد نه فرقه‌های دیگر (مثل غلات و علویین و...)، که از این طریق مذهب تشیع از فرقه‌ها منسوب به شیعه که احیاناً اعمال غلوآمیز و غیر دینی دارند جدا می گردد.

ارجاع مخاطب به هیئت علمی

برای ارجاع مخاطب به هیئت علمی شیوه و روش خاصی وجود ندارد تا به آن پرداخت بلکه بستگی به زیرکی و میزان تأثیر گذاری مبلغ بر مخاطب دارد ولی چند شیوه بین همکاران مبلغ وجود دارد که با به کارگیری آنها چه بسا در ارجاع مخاطب کمک کند؛ آنها عبارتند از:

- ۱- سعی شود در آشنایی با مخاطب چنان صمیمی و همدل شد که به محض تعارف؛ دعوت را بپذیرد.
- ۲- به مخاطب گفته شود دوستان و علمایی همراه ما در هتل هستند که قطعاً از دیدن شما خوشحال می شوند.
- ۳- به مخاطب گفته شود می خواهم ثواب خدمت کردن به مهمانان خانه خدا را بدست آورم پس شما را برای صرف نهار یا شام بر سر سفره های ایرانی و صرف غذایی ایرانی دعوت می کنم لطفاً دعوتم را رد نکنید.
- ضمناً به مخاطب گفته شود که تهیه غذا به عهده کاروان است و من هیچ زحمتی برای این کار نمی کشم و کاروان به دلیل مهمانان خارجی، بیشتر از افرادش غذا تهیه میبندند . این سخن موجب این می شود که اگر مخاطب فکر می کند اگر دعوت شما را بپذیرد به زحمت می افتد منتفی شود.
- ۴- به مخاطب گفته شود شما که فردی آگاه ، اهل مطالعه و جویای حقیقت هستید را دعوت می کنیم به هتل تشریف بیاورید، تا چند کتاب بعنوان هدیه تقدیمتان کنم .
- ۵- چون در این مکان به دلایل مختلف (گرمای، ازدحام جمعیت، مسائل امنیتی و غیره) نمی توان به همه مباحث پرداخت لطفاً هتل تشریف بیاورید تا در آنجا به بقیه مباحث بپردازیم.

توصیه های تبلیغی

مبلغ در تبلیغ خود، حتما این نکات را رعایت کند:

- ۱- زمانی که مخاطب؛ مناسب به نظر رسید در انتخاب وی تردید نکند چون فرصت زیادی برای پیدا کردن مخاطب دیگری وجود ندارد و اگر مخاطب دارای ویژگی های مد نظر نیست وقت خود را صرف وی ننماید.
- ۲- در ابتدای ملاقات از مخاطب؛ ملیت، شغل، مدرک و معلومات مورد نیاز (با ظرافت) سؤال شود.
- ۳- پرهیز از غلط خواندن آیات قرآن و حتی الامکان احادیث (در این صورت می توان به مضمون آنها اشاره کرد).
- ۴- حتماً پس از نام پیامبر ؛ جمله صلی الله علیه وآله و پس از نام هر یک از صحابه جمله رضی الله عنه ذکر شود .
- ۵- مقام معظم رهبری را با نام و جمله آیت الله خامنه ای ذکر کند و اکتفا به جمله رهبر ایران نشود.
- ۶- در کنار کلمه خلیج حتماً فارس ذکر شود (خلیج فارس).
- ۷- از اسرائیل به رژیم صهیونیستی (الکیان الصهیونی) تعبیر شود و اکتفا به کلمه اسرائیل نشود.
- ۸- پرهیز از سخنان و تحلیل های غلط که برای مخاطب قابل پذیرش نیست.
- ۹- مبلغ در بحثها فقط به سوال های مطرح شده از سوی مخاطب جواب دهد و از پاسخ هایی که ایجاد سؤال و یا شبهه جدید می کند خودداری نماید مثلاً اگر بحث امامت مطرح است از ورود به بحث عصمت، علم لدنی و

معجزه که نزد مخاطب شاید بوی غلو بدهد خودداری کند مگر اینکه زمینه جهت طرح این مسائل آماده شده باشد.

- ۱۰ - پرهیز از بی احترامی نسبت به معتقدات افراد محترم نزد مخاطب .
- ۱۱ - پرهیز از اظهار نظرهای بی مورد و ناآگاهانه و برخوردهای غیر حساب شده .
- ۱۲ - پرهیز از تناقض گویی در انتقال معلومات به مخاطب.
- ۱۳ - پرهیز از نقل شنیده های غیر موثق .
- ۱۴ - پرهیز از ورود به مباحث حساسیت برانگیز و اختلاف زا.
- ۱۵ - پرهیز از بیان کمبودها و نقاط ضعف شخصی و اجتماعی.
- ۱۶ - در مباحثی که نمی تواند خوب از عهده آن برآید و یا نیاز به دقت بیشتری دارد وارد نشود و با دعوت مخاطبین به بعثه؛ آنها را به هیئت علمی ارجاع دهد.
۱۷. اهتمام و احساس همدردی نسبت به امور مسلمانان.
۱۸. دید و بازدید: سعی شود پس از ملاقات اولیه، برنامه ای جهت دیدار آنان در هتل انجام شود و این باعث افزایش محبت می شود. قال رسول الله(ص) : «من زار اخاه فی بینه قال الله عز وجل له: انت ضیفی و زائری فاراک وقد اوجبت لك الجنة بحبك اياه».
۱۹. خوش بینی نسبت به یکدیگر : مبلغ باید نسبت به مخاطب خوش بین و دلسوز او باشد. قال رسول الله(ص) : «ضع امر اخیک علی احسنه حتی یاتیک ما یغلبک منه ولا تظن بکلمة خرجت من اخیک سوء وانت تجد لها فی الخیر محملا»^۱.
۲۰. معرفی خوبی های و کمالات مخاطب: جهت تأثیرگذاری بیشتر لازم است ابتداء مبلغ خوبی ها و کمالات مخاطب را باز گو کند که این امر باعث تعمیق روابط و تأثیر بیشتر سخن مبلغ بر مخاطب است.
۲۱. به میزان فهم و دانایی مخاطب و معتقد او سخن بگویید: قال الصادق(ع) «رحم ا... عبداً اجترّ مودة الناس الی نفسه فحدثهم بما یعرفون و ترک ما ینکرون»^۲.
۲۲. مبلغ باید با مخاطب براساس اخلاق و روش های خودش رفتار کند. قال الامام الصادق(ع) : «خالقوا الناس باخلاقهم، صلو فی مساجدهم وعودو مرضاهم واشهدو جنائزهم، وان استطعتم ان تكونوا الائمة المؤذنین، فافعلوا فانکم اذا فعلتم ذلک قالوا: هؤلاء الجعفریة، رحم ا... جعفرأ ما کان احسن ما یؤدب اصحابه»^۳.
۲۳. شرکت در نماز جماعت آنان: قال الامام الصادق(ع): «من صلی معهم فی الصف الأول کمن صلی مع رسول الله(ص) فی الصف الأول»^۴.
۲۴. اظهار خوشحالی از دیدار با مخاطب ، حتما ضمن دیدار و آشنایی با مخاطب خوشحالی خود را اظهار نموده و آن را از منافع حج معرفی کنید.

۱ - وسایل الشیعه ۸ / ۶۱۴.

۲ - وسائل ۱۱ / ۴۷۱.

۳ - من لا یحضره الفقیه ۱ / ۳۸۳.

۴ - امالی صدوق مجلس ۵۸ ح ۱۶ ، من لا یحضره الفقیه ۱ / ۳۸۲.

توصیه های امنیتی

مناسب است مبلغان محترم به توصیه های زیر توجه بیشتری داشته باشند تا اینکه خدای ناکرده دچار مشکل نشوند:

- ۱ - رعایت قوانین و پرهیز از رفتارهای حساسیت‌زا
مبلغ باید قوانین و مقررات محل را رعایت کند و از هرگونه رفتار یا فعالیتی که بدون ضرورت موجب سوء تفاهم، تنش یا مشکل برای خود و دیگران می‌شود پرهیز کند.
- ۲ - احتیاط در طرح موضوعات حساس
در آغاز ارتباط، مبلغ باید متناسب با شرایط و مخاطب سخن بگوید و از انتقال اطلاعات محرمانه، شخصی یا سازمانی خودداری کند. در موضوعات حساس، ضوابط رسمی و نظر مسئولان ذی‌ربط رعایت شود.
- ۳ - به‌دلیل مسائل امنیتی از همراه داشتن آدرس های مخاطبین خودداری شود.
- ۴ - مواجهه محترمانه با مراجع رسمی
در صورت پرسش یا بررسی از سوی مراجع رسمی، مبلغ باید آرامش خود را حفظ کند، از ارائه اطلاعات خلاف واقع یا جعل هویت پرهیز نماید و مطابق قوانین و دستورالعمل‌های رسمی رفتار کند؛ در صورت نیاز نیز موضوع را به مسئول ذی‌ربط گزارش دهد.
- ۵ - به‌دلیل مسائل امنیتی در هنگام بحث به اطراف خود توجه داشته باشد .
- ۶ - تغییر یا توقف گفت‌وگو در شرایط نامناسب
اگر ادامه گفت‌وگو موجب خطر، سوء تفاهم یا مشکل قانونی می‌شود، مبلغ باید محترمانه گفت‌وگو را متوقف یا به موضوعات عمومی و غیرحساس منتقل کند و در اولین فرصت از مسئول مربوط راهنمایی بگیرد.

توصیه های بهداشتی

- مبلغ باید مسائل بهداشتی که در امر تبلیغ بسیار مهم است را رعایت و به آنها اهتمام ورزد، برخی از آنها عبارتند از :
- ۱- از راه رفتن و خستگی زیاد پرهیزد و به استراحت کافی بپردازد تا اثر منفی بر نتیجه تبلیغ نگذارد.
 - ۲ - به محض احساس بیماری به پزشک مراجعه و از سهل انگاری در این امر پرهیزد تا مبدا بیماری وی او را از امر تبلیغ بازدارد.
 - ۳- حتی الامکان به‌دلیل رعایت مسائل بهداشتی و حفظ سلامت؛ از ورود به اماکن شلوغ و پر ازدحام اجتناب کند مگر شرائط دیگر اقتضا کند .
 - ۴ - در تغذیه خود کوتاهی نکند و مصرف میوه را در برنامه روزانه خود قرار دهد.

آسیبها و آفات تبلیغ

تبلیغی که به منظور غلبه بر دیگران، فخر فروشی و مباحثات و بدون اخلاص صورت پذیرد مبلغ را به ارتکاب امور غیر واقعی و خلاف شرع سوق می دهد که به عنوان آسیب ها و آفات تبلیغ تلقی می گردند، برخی از آنها عبارتند از:

۱- نپذیرفتن حق

برخی اوقات سخنان مخاطب مطابق با واقعیت و حق است و مبلغ باید آنها را بپذیرد و یا آنها را به نحو صحیح با توجیهی شایسته توضیح دهد نه اینکه از شنیدن آنها ناراحت و در صدد انکار توجیه غیر صحیح آنها برآید.

۲- تظاهر و ریاکاری

ریا نوعی بیماری است که انسان را به بزرگترین گناهان فرا می خواند و شخص ریاکار هدفش خود نمایی و جلب ستایش دیگران به خود است در روایتی آمده: «ثلاث علامات للمرائی: ينشط اذا رأى الناس و يكسل اذا كان وحده ويحب ان يُحمد في جميع اموره» ریاکار سه نشانه دارد: آنگاه که مردم را می بیند بانشاط می گردد، هنگامی که تنها است کسل و بی حال داست و دوست دارد مردم تمام کارهایش او را بستايند! پس بر مبلغ است تا خدای ناکرده دچار این گونه وسوسه و بیماری ها نگردد و عملش را خالصانه انجام دهد.

۳- خشم و غضب

مبلغ نباید در هنگام تبلیغ دچار خشم و غضب نشانه ضعف اراده و ناتوانی در انجام مسئولیت است، مشاهده شده است آنانکه مورد اعتراض قرار می گیرند و دلایلشان زیرا این امور را به حق و یا ناحق نقض می نمایند ناگهان برمی آشوبند و فضای صمیمی گفتگو را به جنگ و جنجال می کشانند که این کار بسیار خطرناک و ضد تبلیغ می باشد و منجر به حسادت و کینه توزی می گردد. امیر مومنان علی بن ابیطالب در این باره می فرماید: **شده الغضب تغى لار المنطق، تقطع مادة الحجة، و تفرق الفهم.** خشم و غضب، منطق انسان را متغیر ساخته، قدرت استدلال را محو، و فهم صحیح را متلاشی می سازد.^۲

۴- سخنان ناروا و گفتارهای حرام

به زبان آوردن سخنان ناروا و زشت از قبیل دروغ و غیبت از جمله آفات تبلیغ نادرست می باشد و مبلغ باید زبانش را از ارتکاب این امور نگه دارد و حرمت مکان و تبلیغ را حفظ کند.

۵. تکبر و خود بزرگ بینی

ممکن است تبلیغ با تکبر و اظهار برتری نسبت به مخاطب همراه باشد نسبت به شخص مخاطب و عقاید او هیچگونه احترامی قائل نباشد، چنین روحیه ای نمایانگر کبر و خود بزرگ بینی یعنی همان صنعت رذیله ای است که امام صادق (ع) در نکوهش آن می فرماید: **لا يدخل الجنة من في قلبه مثقال ذرة من كبر** کسی که حتی به مقدار ذره ای کبر و غرور در قلب داشته باشد وارد بهشت نمی شود.^۳

۶. نفاق و دورویی

۱ - کافی شیخ کلینی ج ۲ ص ۲۹۵.

۲ - بحار الانوار ج ۶۸ باب کظم الغیظ و الحلم ص ۴۲۸.

۳ - کافی ج ۲، ص ۳۱۰.

گاهی مبلغ به نفاق و دوگانگی شخصیتی دچار می شود به این صورت که در ملاقات با مخاطب اظهار محبت و اشتیاق می نماید در حالیکه در همان حال بغض و کینه درون او را فراگرفته است پیامبر گرامی اسلام^۱ می فرماید: «اِذَا تَعَلَّمَ النَّاسَ الْعِلْمَ وَتَرَكَوْا الْعَمَلَ وَتَحَابُّوْا بِاللِّسَنِ وَتَبَاغَضُوا بِالْقُلُوبِ وَتَقَاطَعُوا فِي الْاِرْحَامِ لَعَنَهُمُ اللّٰهُ عِنْدَ ذٰلِكَ فَاصْمَمُوْهُمْ وَاعْمُوْا اَبْصَارَهُمْ»؛ آنگاه که مردم علم و دانشی را فرا می گیرند ولی آن را بکار نمی بندند و با زبان نسبت به هم اظهار محبت می کنند ولی قلباً کینه یکدیگر را به دل دارند و ارتباط با خویشاوندان و نزدیکان را از هم می گسلند، خداوند متعال آنان را از رحمت خویش طرد نموده و آنها را کور و کر می سازد.^۱

در پایان باید متذکر شد که افراد از لحاظ پایه و موقعیت در رابطه با این آفات وضعیت مختلفی دارند که چه بسا در رهگذر تبلیغ به آنها مبتلا گردند تا آنجا که می توان گفت گذشته از حضرات معصومین که خداوند متعال آنها را از هرگونه پلیدی پاک نگه داشته است چه بسا بعضی از شخصیت های دینی و خرمندان بزرگ به برخی از این آفت ها دچار شوند که عامل اصلی آن فراگیری علم و دانشی برای هدفی غیر خدایی است و چون در پویایی افراد از علم، غیر خدا و اهداف دنیایی مطرح است از این جهت گرفتار چنین آفاتی می شوند.

اصول اخلاقی با توجه به تحول محیط ارتباطی، فضای مجازی و ابزارهای هوش مصنوعی

۱ - سواد رسانه‌ای و راستی آزمایی

مبلغ امروز علاوه بر تسلط بر منابع دینی، باید توانایی ارزیابی خبر، تصویر، ویدئو و نقل قول را داشته باشد. هر ادعای حساس و اثرگذار باید تا حد امکان از منبع اصلی و منابع معتبر بررسی شود. انتشار شایعه یا خبر تأیید نشده می تواند اعتماد مخاطب را از بین ببرد. یونسکو نیز بر مهارت دسترسی، تحلیل انتقادی، ارزیابی و استفاده اخلاقی از اطلاعات و رسانه ها تأکید دارد.

۲ - تبلیغ در شبکه‌های اجتماعی

فضای مجازی بخشی از محیط واقعی ارتباط با مخاطب است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای محتوای کوتاه، پاسخ به پرسش‌های عمومی، معرفی منابع و استمرار ارتباط مفید است؛ اما باید از جدل، واکنش هیجانی، بازنشر مطالب نامطمئن، افشای اطلاعات شخصی و تبدیل صفحه تبلیغی به عرصه منازعه پرهیز کرد. کیفیت و اعتماد مهم تر از تعداد بازدید است.

۳ - هوش مصنوعی؛ ابزار کمکی، نه جایگزین مبلغ

ابزارهای هوش مصنوعی می توانند در ایده پردازی، ترجمه اولیه، خلاصه سازی و تنظیم پیش نویس کمک کنند؛ اما متن تولید شده، ترجمه، آمار، نقل قول و منابع باید توسط انسان بررسی شوند. در امور دینی، تاریخی و اعتقادی نباید پاسخ هوش مصنوعی بدون مراجعه به منبع معتبر به مخاطب ارائه شود. یونسکو بر رویکرد انسان محور، حفاظت از داده های شخصی، اعتبارسنجی ابزارها و حفظ مسئولیت انسانی تأکید کرده است.

۴ - حریم خصوصی و داده‌های مخاطبان

شماره تلفن، ایمیل، تصویر، پیام خصوصی، اطلاعات خانوادگی و دیدگاه های شخصی مخاطب، داده هایی هستند که باید با احتیاط با آنها برخورد شود. اصل پیشنهادی این است: هر اطلاعاتی که برای هدف تبلیغی ضروری

۱ - منیه المرید شهید ثانی ص ۳۳۴.

نیست جمع‌آوری نشود؛ و هر اطلاعاتی که جمع‌آوری می‌شود بدون رضایت و ضرورت در اختیار دیگران قرار نگیرد.

۵ - گفت‌وگوی بین‌فرهنگی

مبلغ بین‌الملل باید تفاوت میان اختلاف عقیده و اختلاف فرهنگی را بشناسد. شناخت تاریخ، زبان، آداب، حساسیت‌های اجتماعی و تجربه دینی مخاطب، به انتخاب ادبیات مناسب کمک می‌کند. نقد علمی باید از تحقیر هویت قومی، مذهبی یا ملی مخاطب جدا باشد.

۶ - استمرار ارتباط پس از حج

هدف ارتباط با مخاطب نباید صرفاً یک دیدار موفق در موسم باشد. در صورت رضایت مخاطب می‌توان ارتباط علمی و فرهنگی را از طریق راه ارتباطی مورد قبول او ادامه داد؛ مانند معرفی کتاب، پاسخ به پرسش، دعوت به نشست علمی یا ارسال محتوای مناسب. این ارتباط باید غیرتحمیلی، هدفمند و همراه با رعایت حریم خصوصی باشد.

۷ - بازبینی سالانه محتوای تبلیغی

پیش از هر موسم، محتوای تبلیغی باید بازبینی شود: آمارهای قدیمی، مثال‌های سیاسی و اجتماعی، نام‌ها و سمت‌ها، منابع اینترنتی، اصطلاحات رسانه‌ای و پرسش‌های جدید مخاطبان بررسی شوند. در موضوعات اجرایی حج نیز فقط از دستورالعمل‌ها و منابع رسمی و به‌روز استفاده شود.

چک‌لیست کوتاه پیش از گفت‌وگو

- آیا می‌دانم مخاطب چه می‌خواهد و چه چیزی برای او مسئله است؟
- آیا منبع ادعاهای مهم خود را بررسی کرده‌ام؟
- آیا زبان و ادبیاتم با سطح و فرهنگ مخاطب متناسب است؟
- آیا حریم خصوصی مخاطب را رعایت می‌کنم؟
- اگر از هوش مصنوعی کمک گرفته‌ام، آیا خروجی آن را بررسی کرده‌ام؟
- آیا هدف من کمک به فهم و گفت‌وگوست، نه صرفاً پیروزی در بحث؟

منابع:

۱. قرآن کریم.
۲. قرآن و تبلیغ تألیف محسن قرائتی.
- ۳ - متن سخنان مقام معظم رهبری در دیدار دست اندرکاران حج ۸۶ با ایشان.
۴. روش‌های تبلیغ و سخنرانی تألیف احمد صادقی اردستانی .
۵. صد نکته برای مبلغان، اداره کل مبلغان.
۶. تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری به کوشش عبد الرحیم موگهی.
۷. روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی دکتر محمد کاویانی (پژوهشگاه حوزه و دانشگاه).
- ۸ - راز دعوت تألیف محمد موحدی نژاد.
- ۹ - اخلاق در تبلیغ تألیف اکبر میر سپاه.

۱۰ - آداب مناظره با وهابیت تالیف سید مجتبیٰ عصیری

۱۱ - آداب گفتگو و مناظره تالیف علی اصغر رضوانی

۱۲ - فن مناظره تالیف حمیده غرویان