

تبلیغ و رسالت مبلغان

*سید احمد جباري

رسالت بزرگ انبیاء «ابلاغ» پیام سعادتبخش الهی به انسان ها بوده است. آنان در این راه مقدس همه گونه سختی را تحمل کردند تا آدمیان را با رساترین صدا به نجات و حیات دعوت و فطرت خداجو و خداخواه آنها را بیدار نمایند.

عالمان ربانی نیز در طول تاریخ ادامه دهندگان چنین رسالت بزرگی بودند آنان برای اینکه بر اساس کریمه «لینذروا قومهم اذا رجعوا الیهم»^(۱) وظیفه انزار قوم خود را انجام دهند؛ تبلیغ دین را یکی از برنامه های دائمی در زندگی خود قرار می داده اند.

پر واضح است که زنده و پویانده بودن و تابش همیشگی انوار هدایت انبیاء به استمرار تبلیغ توسط مبلغان صالح بستگی دارد و لازم است در همه زمان ها و در همه سرزمین ها عالمان و فاضلان و خودساختگان و وارستگان، هدایت و خدمت به انسان ها را وظیفه حتمی و دائمی خود بدانند و لحظه ای غفلت ننمایند.

حضرت آیت الله جوادی آملی که به حق مبلغی راستین و منذری وارسته می باشند و در کنار فقاہت و فلسفه و عرفان و تفسیر و تحقیق و تالیف و تدریس، به تبلیغ نیز ادامه داده اند درباره اهمیت تبلیغ می فرمایند: «عالم دین خلیفه الله است، از مقامی برخوردار است که فرشتگان از آن بی بهره اند. لذا منبر و تبلیغ را نباید بی اهمیت تلقی کرد، ارشاد و هدایت از بهترین رسالت های انبیاست، مبادا کسی تخیل کند که... منبر رفتن و تبلیغ دون شأن فضا و علما است.»^(۲)

عالمانی که به این رسالت خطیر خویش واقف و بدان عامل باشند، مشمول این کلام نورانی رسول گرامی (ص) خواهند بود که فرمودند: «هر کس محروم ماندگان از معارف دین و جاهلان به احکام را پیاموزد و دستگیری نماید، در جایگاه الهی با ما همراه خواهد بود.»^(۳)

انذار و تبشیر، دو عامل مهم در تبلیغ

ابلاغ و ترویج معارف و احکام دین، بر دو پایه بیم و نوید استوار است، این دو عامل ابزار روحی نیرومندی برای پابندی فرد و جامعه به احکام و ارزش های الهی می باشند. پیامبران الهی تلاش کرده اند تا از این شیوه به گونه ای شایسته و مطلوب بهره گیرند و با تقویت باور انسان ها به سرای ابدی و پاداش ها و کیفرهای اعمال دنیوی در سرای باقی، به تربیت انسان ها و تقویت روحیه تقوا و پروا پیشگی در آنها بپردازند.

بی شک مبلغان راستین در وظیفه بزرگ «تبلیغ» تعادل و توازن را در «بشارت» و «انذار» رعایت می کنند چرا که انذار فقط، خلایق را مأیوس و تبشیر بیش از حد، آنان را مغرور خواهد نمود و این خروج از اعتدال خلاف رویه معتدله امت وسط خواهد بود «و کذلک جعلناکم امة وسطا لتکون

شهداء علی الناس و یكون الرسول علیکم شهیدا»^(۴) بر اساس همین اصل محوری و راهبرد جاودانه، در روایات منقول از ائمه طاهربین (ع) چنین به ما رسیده که هادی و راهنمای خوب، آن کسی است که مردم را بین «خوف» و «رجا» نگه دارد.^(۵)

تزکیه، شرط لازم تبلیغ

بزرگان دین و علمای اخلاق شرط اول انجام وظیفه تبلیغ را زدودن زنگارهای حب جاه و عنوان و مسائل مادی و نفسانی، از صفحه دل و صفا دادن جان را به نور اخلاص دانسته اند، چرا که مهم ترین عامل برای نقش آفرینی و تأثیرگذاری در مخاطبان صفای باطن و نفس پاک است. حضرت آیت الله جوادی در تأکید بر این رکن اساسی ابلاغ پیام الهی می فرماید: «انذار به معنای گزارش دادن یا سخنرانی کردن یا درسی گفتن و تألیف و تصنیف نیست، بلکه همه اینها ابزار کارند و همه اینها آسان به دست می آید... اما اینکه بتواند مردم را از جهنم بترساند خیلی سخت است و این کار هر کسی نیست و سخن هر کسی در مردم اثر نمی کند.»

پیامبر اکرم (ص) که اسوه و الگوی کامل مبلغان پاک و مخلص می باشند، اول خود را تزکیه کرد در خود ایجاد خشیت نمود تا بتواند «قول ثقیل» را به مردم «ابلاغ» کند و به وظیفه «قم فأنذر» جامه عمل پوشاند، چرا که:

خفته را خفته کی کند بیدار. آیت الله جوادی این مهم را به زیبایی چنین تبیین می کنند. «پیامبران باوجود آنکه شجاع ترین افراد عالم بودند و نمونه انسان های نترس - که هم تهدید آتش را پشت سر گذاشته «حرقوه و انصروا الهتکم»^(۶) و خود را به آب و آتش زده و حتی با دست

خالی در برابر طواغیت قیام می کردند و هر خطری را به جان می خریدند و در سیره زندگی آنها سخن از ترس نبود و در حقیقت ترس را می ترساندند. ولی از طرف دیگر هیچ کس به اندازه انبیاء از خدا نمی ترسد، که این یک خوف عقلی است و کسی که می خواهد توفیق انذار داشته باشد، باید اول خودش بترسد تا بتواند دیگران را بترساند.»

استاد بهترین راه انذار را در این می داند که انسانهای بیمار را به دردشان آشنا کنید. اگر کسی مریض باشد و نداند که به چه بیماری مهلکی مبتلا است احساس درد نمی کند ولی اگر مریض باشد و بفهمد که این بیماری

او را به هلاکت می رساند آنگاه می ترسد و وحشت می کند.»

و پرو واضح است که مبلغ تربیت شده در مکتب قرآن و محضر اهل بیت (ع) قرآن را بهترین دواي دردها می داند و می شناساند و «نزل من القرآن ما هو شفاء و رحمة للمؤمنین» و «شفاء لما فی الصدور»^(۷)

شناخت موقعیت زمانی و مکانی و نیاز مخاطب

در نظر داشتن اقتضائات زمان و مکان و نیاز مخاطبی که مبلغ با او رابطه فکری، فرهنگی برقرار می کند از عناصر مهم در موفقیت رسالت تبلیغ است. یعنی ملاحظه این امور در تبلیغ و رعایت آنها اثر مثبت و بی توجهی بدانها اثرات منفی و تخریبی خواهد داشت.

باید با بصیرت و بینایی توجه نمود که مخاطب در چه زمانی زندگی می کند، زبان او چیست و نیازهای او کدام است؛ نه اینکه مطالب کسالت بار و ملال آور و یا تکراری و فرعی را به جای نیازهای اصلی و حیاتی تحویل مخاطب داد. و اینجاست که باید گفت یک مبلغ علاوه بر اینکه باید به عنصر اساسی علم و شرط کلیدی تقوا مسلح باشد؛ باید ذوق و سلیقه و هنر ارائه مطالب خود و درست و استوار را به خوبی و استواری، داشته باشد؛ بزرگ مبلغ سخن دان مخاطب شناس آیت الله جوادی در این رابطه می فرماید: «مبلغ باید جامعه شناس خوبی باشد، مریض شناس خوبی باشد، اهل هر شهر و منطقه ای که هستید، درد آن جامعه را باید بدانید، چون اگر کسی درد شناس نباشد، طبیب نیست، باید به مقتضای حال سخن گفت.»

استاد به مبلغین سفارش و توصیه می کنند که مسائل زمان خود را با توجه به شرایط مناسبی که مهیا شده است، به خوبی بشناسند و به مسئولیت بزرگ خود عمل کنند: «آقایان باید مردم را بیدار کنند که به چه محتاجند، الان به لطف الهی وضع مثل سابق نیست، یعنی امکانات تبلیغی برای شما مهیا و آماده است، روزی بود که بسیاری از مسائل زنده دنیا در حوزه ها طرفدار نداشت و می گفتند محل ابتلا نیست، ولی الان حوزه تلاش می کند از گوشه و کنار جهان مسائل علمی و عمیق و محل ابتلا را پاسخ دهد. ما اگر ندانیم که در چه فضایی زندگی می کنیم و مسئولیت ما چیست،

مردم را به چه سمت باید ببریم، ضرر کرده ایم. اگر مردم با معارف دین آشنا شوند، بهره بیشتری خواهند برد... اگر راه صحیح را بدانیم و مردم را هم به آن دعوت کنیم (آنها به سمت همان راه صحیح) حرکت خواهند کرد.»

آسیب شناسی تبلیغ

در یک نگاه به حوزه های علوم دینی، کار طالبان علوم دینی و عالمان دین در سه حوزه تحصیل، تحقیق و تبلیغ نمود پیدا می کند، یعنی تحصیل و تحقیق معارف الهی و احکام دین و سنت و سیره معصومین (ع) اگر «انذار قوم» را در پی نداشته باشد اقدامی اتر و تلاشی بی ثمر و رنجی بی گنج خواهد بود. و البته رسالت تبلیغ را باید از عالمان وارسته و آگاهان به نیازهای انسان زمان خویش، خواست و براینان لازم است که قیام و اقدام به این فریضه عظیمه نمایند. چرا که اگر عالمان صاحب صلاحیت در جایگاه تبلیغ قرار نگیرند، چه بسا افرادی جایگاه خطیر تبلیغ معارف و احکام دین را اشغال کنند که پیامد کارشان قشری و سطحی شدن معرفت دینی افراد جامعه باشد. و به وقوع تحریفات و اشاعه امور ناصحیح، دامن زده شود.

و باید توجه داشت که راه جلوگیری از این آسیب و توجه جدی عالمان ژرف اندیش و مبلغان خبره و ورزیده و با تجربه، به مسئولیت خطیر پیام رسانی است و البته مراکز تبلیغی نیز نیازمند یک درون کاوی و خودانتقادی می باشند و بالاتر باید تحمل انتقاد خیرخواهان بیرون از مجموعه خود را داشته باشند.

در این رابطه به هشداری بیدارگر و مسئولیت ساز آیت الله جوادی آملی باید گوش جان سپرد که «منبر و تبلیغ را بی اهمیت تلقی نکنید، در برخی از کشورهای شرقی (کشوهای شرق ایران) قدرت معنوی از دست «علما» خارج شده است، قدرت «ذاکرین» و نفوذ آنان در بین مردم بیشتر از نفوذ علما است، لذا عزاداری هایشان عمق ندارد. متأسفانه در بعضی از شهرهای ما نیز قدرت معنوی و نفوذ علما در مراسم عزیزت کم است و به دست توجه سرایان افتاده است.»

باید توجه داشت که هر چیزی به جای خود، نیکو است، یعنی در تبلیغ دین هم باید به نیازهای عقلانی و فکری مخاطبان توجه داشت و برای نیازهای فکری آنان از دریای معارف قرآن و عترت بهره برد، و هم نیازهای

عاطفی و احساسی آنان را از نظر دور نداشت و به احساسات پاک و خالصانه آنها دامن زد و جهت داد. بر این اساس استاد بزرگوار می فرماید: «نوحه سرایی بسیار خوب است ولی رهبری مجالس عزیزت حسینی باید در دست علما باشد... تا آهن های سنگین بی خاصیت به راه نیفتد، این امر به خاطر آن است که علما از منبر فاصله گرفتند و آن را دهن شان خود شمرده اند.

الان قدرت ذاکرین در پاکستان و بعضی حسینییه ها و مساجد بیش از (قدرت و نفوذ) علما است، در حالی که عالم دین خلیفه الله است.»

البته مراجع بزرگوار و عالمان بزرگ همچنانکه عملاً به برپایی مجالس دینی اهتمام می ورزند، سزاوار است که بیش از پیش در محافل درس و بحث خویش و در مناسبت های تبلیغی اصحاب درس، و به ویژه فاضلان و واجدان شرایط تبلیغ صحیح و نافذ - را تشویق فرمایند و به آنان تأکید نمایند که این بار بزرگ را بر زمین نگذارند که زمین گذاشتن امانت بزرگ انبیاء الهی است، و وارثان علوم آنان را نشاید که شرط امانت داری را وفا نکنند.

با هدایت و تشویق و تأکید اعظام و استوانه ها و اسوه های حوزه های علمیه و با مسئولیت شناسی بیش از پیش عالمان و فاضلان عامل به وظیفه، امید است وضعی «تبلیغ دینی» در جامعه ما در دو بعد عقلانی، فکری، و «عاطفی - احساسی» و هر کدام به قدر و اندازه خود، عقل و قلب افراد و اجتماع اسلامی را معطر به عطر جانفزای معارف حیات بخش و نجات بخش قرآن و عترت کند.

در این رابطه و از باب حسن ختام به این کلام استاد عالیقدر آیت الله جوادی آملی گوش جان بسپاریم که «شما طلاب و فضلاء حوزه عالمانه منبر بروید، خوب حرف بزنید و حرف خوب بزنید، دنبال منبر حرفه ای هم نروید، کوتاه صحبت کنید، بیشتر فکر کنید، احسن القول بگویید... (اگر اینگونه باشید سخنان حق شما را) این مردم خوب، که از هر ملتی، بهترند، می پذیرند...»

منابع و مأخذ

- اقوال منقول در مقاله برگرفته از سخنرانی آیت الله جوادی مورخه ۱۲/۱۲/۱۳۷۰ روزنامه جمهوری اسلامی شماره ۳۶۹۵ می باشد
- ۱- سوره توبه، آیه ۱۲۲
 - ۲- میزان الحکمه، جلد ۴، باب ۵۶۴، ص ۲۷۱۰، ح ۲۲۸۹۴
 - ۳- سوره بقره، آیه ۱۴۳
 - ۴- میزان الحکمه، جلد ۴، باب خوف و رجا
 - ۵- سوره انبیاء، آیه ۶۸
 - ۶- سوره یونس، آیه ۵۷