[پگاه حوزه](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/6436)،[3 تیر 1388 - شماره 59](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/6436/6927/0)

**راهکارهای ترویج حدیث در تبلیغ\***

علی مختاری

|  |
| --- |
| در راه ترویج حدیث، زمینه ها و بهانه ها فراوان است، ولی چنان که امیرالموءمنین علی(ع) می فرماید: «زمینه های عبرت، فراوان و عبرت گرفتن، کم است».(1)  اگر هیچ نکته و بهانه مناسبی به ذهن نیامد می توان نکته ای در ارزش علم، قرآن و حدیث را بهانه و موضوع طرح سخن قرار داد. مایه حسرت بودن مجالس بی ذکر معصومان(ع)، موضوع خوب است.(2)  «دایم الحدیث بودن» نظیر دایم الذکر بودن، یک ارزش است و مایه برکت، مهارت، حضور ذهن و انگیزه عمل مبلّغ خواهد گشت؛ چون «کار نیکو کردن از پر کردن است».  عشق و اخلاص، سنگ زیربنای این برنامه است که قلب و زبان را از چشمه های حکمت سرشار می گرداند. خمیر مایه کارهای سترگ و بزرگ جز عشق، چیزی نیست. الغدیر، عبقات الانوار و بحارالانوار را عشق و اخلاص سامان داده است. «بیستون را عشق کند و شهرتش فرهاد برد».  امام علی(ع) فرموده است: مَنْ اَحَبَّ شَیْئاً لَهِجَ بِذِکْرِهِ؛(3) هر که چیزی را بخواهد، زبانش به یاد آن گویا گردد.  تبلیغات چهره به چهره و نیز گفت وگوهای صمیمی مبلّغانی که به جمع های دانشجویی می روند، در دو دهه اخیر، أثرگذاری شگفتی داشته است. آیت الله العظمی بهجت نیز در مورد بعضی جشن هایی که تنها به شادمانی ها و فکاهیات مبتذل سپری می شد، توصیه می فرمود: «به جای این کارها تلاش کنید عوام شیعه در عقایدشان مجتهد گردند».  **آثار فرعی و جانبی**  1. ارشاد خویشاوندان و نزدیکان اولویّت و اهمیّت دارد؛ زیرا سفارش قرآن کریم است که «قُوا أنفسَکم و أهْلِیکُم ناراً وَ قُودُها النّاسُ و الحِجارَةُ».(4)  2. وجهه نیکوی دوستان و خویشاوندان، آبروی مبلّغ و بدنامی اطرافیان و خویشاوندان روحانی سبب بی اعتباری و تضعیف مبلّغ است. موضع معیّن معنوی ، سبب جذب نیکان و کناره گیری دیگران خواهد شد.  3. به تدریج مردم احساس می کنند از هم نشینی با این روحانی استفاده می برند. از این  رو، هم نشینی اش را مغتنم می شمارند.  4. پرورش پیوسته، گروهی هم فکر را برای روحانی پدید می آورد و همراه داشتن جمعی هم فکر، بازوی اجرایی بسیار نیرومندی برای مبلّغ خواهد شد.  **ویژگی های حدیث خوانی**  **1. رعایت حال مخاطبان**  عبدالله بن مسعود از قول رسول خدا(ص) چنین نقل می کند: إنّی لأُخبرُ بِجَماعتِکُمْ، فَیَمْنَعُنِی الخروجُ إلیکمُ خشیةَ أنْ أمَّلَکُمْ، کانَ رسولُ الله( یَتَخَوّلُنا فِی الأیّامِ بِالمَوعِظَة خشیة السامه عَلَینا(5)؛ من ازمجلس و اجتماع شما آگاه می شوم، ولی نزد شما نمی آیم (و تبلیغ نمی کنم) از ترس این که شما را خسته کنم.  آن حضرت به صورت طولانی موعظه نمی کرد، بلکه تدریجی، گاه و بی گاه و زمان بندی شده موعظه می کرد.  گفته اند: «رهرو آن نیست که گه تند و گهی خسته رود.» این سنّت پیامبر اعظم( برای روحانیان ائمه جمعه و جماعت، الگوی مناسبی به شمار می رود. در برنامه های تربیتی نیز تدریج مثل تزریق سرم، یک اصل مهم است. روایات هم تأکید دارند: «قَلیلٌ یَدُومُ، خَیرٌ مِن کَثیرٍ مَمْلُولٍ».(6)  همان گونه که معده یک باره توان هضم مقدار زیادی غذای چرب یا شیرین را ندارد، عقل و قلب نیز یک جا توان تحمل حجم فراوان علم یا موعظه را ندارد.  امام علی(ع) می فرماید: کَثْره الکَلامِ تَبسُطُ حَواشِیَه و تَنقُصُ مَعانِیَه فَلا یُری لَه أمَدٌ و لا یَنْتَفعُ بِه أحَدٌ(7)؛ زیاد سخن گفتن، حاشیه اش را فراوان و معنایش را ناقص می کند. از این رو، نمی توان برایش پایانی منظور داشت و کسی هم از آن سودی نمی برد.  هم چنین آن حضرت می فرمود: لا تَتَکَلِّمَنَّ إذا لَم تَجِد لِلْکلامِ مَوقِعاً(8)؛ هنگامی که برای سخن گفتن، موقعیتی مناسب نیست، هرگز سخن مگو.  **2. توجه به اولویت ها**  لازم است برنامه های حدیث گویی، حساب شده، جهت دار، با اولویت های مشخص و با آمادگی پیشین و منظم و با برنامه باشد، نه ارتجالی و باری به هر جهت و از هر بابی، سخنی و از هر دیگی، نخودی. برخی از مبلّغان هیچ برنامه ای برای مجموعه ایام تبلیغی یا حتی یک خطابه، تنظیم نمی کنند. از چنین افرادی باید پرسید آیا هیچ عمله یا بنّایی، بی طرح و نقشه، خانه سازی می کند و هیچ بافنده ای بی نقشه قالی بافی می کند؟  علاوه بر این، برخی رخدادها در اولویت ها أثر می گذارد و اولویت و ضرورت های تازه به وجود می آورد، مثل تهاجم ویژه دشمن، رواج بی عفتی و بی حجابی، اعلام سال فلان و... .  روایت شده است: کانَ رسولُ اللهِ(ص) یَخطُبُ فی کُلِّ وقتٍ بِما یَقْتَضِیْهِ حاجةُ المُخاطَبینَ و مَصْلَحَتِهِمْ.(9)؛ حضرت رسول(ص) همواره به مقتضای نیاز و صلاح شنوندگانش خطبه می خواند.  **3. نوع توان و تخصص علمی گوینده**  توانایی علمی مبلّغ، شرط اساسی ورود به حوزه های فرهنگی مورد نظر است. قطعاً ما جامع معقول و منقول نیستیم. از این رو، نباید پا را از گلیم تخصص خویش درازتر کنیم. چه مانعی دارد اگر به فرض در مسائل اقتصادی، پولی، بانکی یا روان شناسی تربیتی و مشاوره یا مباحث عقیدتی و... تبحّری نداریم، با کمال شجاعت تصریح کنیم: «تخصص حقیر در زمینه دیگری است» و نیازمندان و درخواست کنندگان را به اشخاص متخصص یا مراکز مربوطه ارجاع دهیم.(10) باید دانست اگر چنین نکنیم، کارمان مصداق این روایت خواهد شد: کانَ ما یُفْسِدُ أکثَرَ مِمّا یُصلِحُ(11)؛ فسادش بیش از اصلاح است.  **4. هماهنگی با سطح درک مخاطبان**  مخاطب ما چه عوام و چه خواص برخی، آشنا به معارف اسلامی، اهل کتاب و اهل شرکت در مجالس علمی اند و بعضی، ناآگاه و برخی، متوسط. برای هر یک از این سه گروه، سطح خاصی از احادیث را باید بیان کرد.  سیره پیامبر اعظم(ص) و امامان(ع) نیز مراعات سطح درک و درایت شنوندگان بود. امام صادق(ع) می فرماید: ما کَلَّمَ رسولُ اللهِ(ص) العِبادَ بِکُنهِ عقْلِهِ قَطُّ؛ قال رسولُ اللهِ(ص): إنّا مَعاشِرَ الأنبیاءِ أُمِرنا أنْ نُکَلِّمَ الناسَ علَی قدْرِ عُقُولِهِمْ(12)؛ هرگز با بندگان خدا از ژرفای  عقلش سخن نگفت و فرمود: ما گروه پیامبران موظّفیم با مردم بر اساس عقل و فهمشان سخن بگوییم.  به نقل از انس بن مالک، پیامبر اعظم(ص) می فرمود: لا تُحَدِّثُوا الناسَ بِما لا یَعْرِفُونَ، أتُحِبُّونَ أنْ یُکَذِّبَ اللهُ و رسُولُهُ؟ معارفی را که مردم از شناخت آن ناتوانند، نگویید. آیا می خواهید خدا و رسولش تکذیب شوند؟  هم چنین آن حضرت می فرماید: لا تُوءْتُوا الْحِکْمَةَ غَیرَ اَهْلِهَا فَتَظْلِمُوها، وَ لا تَمْنَعُوها أهلَها فَتَظْلِمُوهُمْ(13)؛ حکمت را به غیر اهلش ندهید؛ که به آن ستم کرده اید و از اهلش دریغ مدارید؛ که به آنان ستم کرده اید.  امام صادق(ع) به یونس بن عبدالرحمان که بصریان علیه او شوریدند فرمود: یا یُونسُ، إِرْفِقْ بِهِمْ، فَإنَّ کَلامَکَ یَدُقُّ عَلَیْهِمْ...؛(14) با اینان مدارا کن، زیرا کلام تو دقیق تر از آن است که اینان بفهمند... .  پیامبر اکرم(ص) می فرمود: لا تُحَدِّثُوا اُمَّتِی مِن أحَادِیثِی إلاّ بِما تَحْمِلُهُ عُقُولُهُمْ(15)؛ از احادیثم، بیش از اندازه ای که درک و عقلشان ظرفیت دارد، مگویید.  بیشتر احادیث کلامی، دشواراند و قابل طرح در مجالس عمومی نیستند، ولی بیشتر احادیث اخلاقی و تاریخی، قصه ای روان و ساده دارند.  **5. کاربردی و اجرایی بودن**  پیام حدیث نباید مبهم یا خیلی کلّی باشد. اگر صد بار بگوییم: «اتقوا الله»، ولی جزئیات بیان نشود، اجرایی و کاربردی نخواهد بود. باید مثال هایی از مصادیق تقوا، اسباب تقوا، راه های تقویت، موانع، آثار و برکات تقوا، مشخص شود تا شنونده آن را به کار گیرد.  **6. دوره های متفاوت سنّی**  مخاطبان حدیث در سنین و سطوح گوناگونی قرار دارند. بهتر است شنوندگان، به سطوح کودک، نوجوان، جوان، میان سال، موءنث و مذکر تقسیم و تفکیک شوند.  بدیهی است گزینش و تبلیغ حدیث برای هر مقطعی باید با همان دوره متناسب باشد.  برای جوانان، احادیثی گزینش می شود که کوتاه، روان و دارای پیام مناسب با سن آن ها باشد. احادیث غرر الحکم و کلمات قصار ائمه( و نهج الفصاحه اکثراً کوتاه هستند. از نظر مضمون، آموزش آداب اسلامی و آشنایی با مفاهیم ساده اخلاقی مثل معنای گناهان، خداترسی، احترام به والدین، توکل، امید، اعتدال، فرصت شماری، در کنار بهره گیری از قصه های ساده و شیرین تناسب دارد.  مبلّغ برای موفقیت در بیان احادیث باید سیر مطالعاتی مشخصی را دنبال کند و احادیث را بر اساس گروه های سنی مخاطبان در موضوع های مختلف آماده سازد. به تازگی رساله های فقهی جداگانه ای بر اساس نیاز اصنافی مانند پزشکان، بازرگانان، رانندگان و... تهیه شده که کار بسیار مناسبی است. شایسته است همین کار برای دسته بندی احادیث نیز صورت گیرد. گذشته از محتوا، شیوه بیان احادیث نیز برای همه اصناف، یکسان نیست. مثلاً بیشتر میانسالان، متأهّل و به شدّت با مشکلات کاری و معیشتی گوناگون درگیرند. از این رو، اوقات فراغت و فرصت شان، کوتاه و گرفتاری های شان، متعدد است. از طرفی، به دلیل ازدواج، زمینه انحراف اخلاقی آنان، نادر است. اینان نیازمند آشنایی با مفاهیم کارساز و کاربردی در اخلاق و زندگی هستند. در اخلاق، به باب های مربوط به تکامل معنوی، همسرداری، تربیت فرزند، کسب و افزایش روزی، موفقیت بیشتر، آداب معاشرت و... بیشتر علاقه و نیاز دارند. از این رو، لازم است احادیث بیشتر درباره موضوع های یاد شده انتخاب و تبیین شود.  کهن سالان در پی تاریخ و قصه و فضایل و مناقب و امثال آن هستند که شیرین و سرگرم کننده اند. هم چنین به اموری که مرتبط به آخرت است، بیشتر تمایل دارند. جوانان نیز به مسائل سیاسی و انقلابی و ایجاد تحول یا بررسی مکاتب و فلسفه های سیاسی بیشتر علاقه نشان می دهند.  بیان احادیث و سخنرانی برای بزرگ سالان شیوه خاص خود را دارد. چنان که می دانید، طبع انسان ها معمولاً نمی پذیرد که کوچک ترها، آنان را نصیحت و موعظه کنند. از طرفی، در بیشتر محافل دینی، افراد بزرگ تر از گوینده، نیز حضور دارند و برایشان دشوار است شنوای درس اخلاق کوچک ترها باشند. در این موارد، راه حل آن است که برخی معارف و نصایح از مقام های عالی و زبان فحول مطرح و بیان شود. اگر شیوه نقل احادیث به صورت زیر باشد، مناسب است. علامه مجلسی در بحارالانوار از مرحوم کلینی از حضرت امام علی بن حسین(ع) نقل می کند که از علی(ع) درخواست حدیث شد. فرمود: شعیب(ع) تبلیغ می کرد تا آن گاه که بزرگسال و فرتوت شد. سپس آن مدتی که خدا می خواست، از مردم غایب شد.  ثُمَّ عادَ إلَیهِم شابّاً، فَدَعاهُم إلی اللهِ عزَّ و جلَّ، فَقالُوا: ما صَدَّقْناکَ شیخاً فَکیْفَ نُصدّقُک شابّاً؟... ؛ آن گاه در سیمای جوانی به سوی مردم بازگشت و آنان را به سوی خدای عزّ و جلّ فراخواند. مردم گفتند: زمانی که تو پیر بودی، سخنت را نپذیرفتیم، چگونه اکنون که جوانی، تصدیق کننده ات باشیم؟  برنامه امام علی(ع) چنین بود که این حدیث را برای مردم زیاد تکرار می فرمود.(16)  **7. توجه به جایگاه اشخاص و اصناف**  نکته اساسی در موفقیّت مبلّغ، شناخت، توجه و اعتنا به شخصیّت افراد و اصناف است. هر کدام از مقاطع سنّی از کودکان تا بزرگسالان و هر صنف و قشری، برخورد و احترام ویژه ای می طلبد. آشنایی کامل با این مسائل، در گرو آشنایی با روان شناسی و جامعه شناسی است.  در این زمینه نباید قایل به تساوی بود؛ چون مخاطبان ما آجرهای یکسانی نیستند و روحانی نیز نقش بنّا را ندارد، بلکه طبیب وار باید با هر بیمار، برخورد متناسب و ویژه ای داشته باشد. پیامبر اکرم(ص) می فرماید: «هرگاه بزرگ قومی نزد شما آمد، او را اکرام کنید».(17)  پیامبر اکرم(ص) مُعاذ بن جبل را به یمن فرستاد. او سواره بود و حضرت، پیاده وی را همراهی و راهنمایی می فرمود. از جمله توصیه کرد: «و أنزِل الناسَ مَنازِلَهُم؛ هر فردی را در منزلت و جایگاه خویش قرار ده.)(18)  به روایت امام علی(ع)، عدی بن حاتم برای تحقیق درباره اسلام به مدینه آمد و با رسول خدا(ص) دیدار کرد. حضرت او را بسیار احترام کرد و با امکانات اندکی که در خانه اش فراهم بود، از او پذیرایی کرد. زیراندازش را به میهمان داد و خود روی زمین بر شن ها نشست.(19)  **8. آگاهی از نیازمندی ها و سطح علمی مخاطبان**  هر اندازه گوینده، بهتر و بیشتر مخاطبانش را بشناسد و نیازها، مشکلات و روحیات آنان را بداند و به مقتضای حال کار کند، موفق تر خواهد بود. برای آشنایی با مخاطب، راه هایی پیشنهاد می شود:  **الف) روی آوردن به گرایش های تخصصی**  امروزه تنوع صنفی و گروهی در اجتماع فراوان است و تا انسان با جمعی کاملاً درنیامیزد و «من أنفسهم» نگردد، آنان را به خوبی درک نمی کند. بدیهی است یک نفر مبلّغ نمی تواند هم مربّی کودک، هم سخنران بازار، هم معاشر ورزش کار و هم مشاور دانشگاه باشد.  امروزه که همه جا و همه کارها به شکل تخصصی انجام می شود، روحانیّت نیز ناگزیر از تخصصی شدن است. پس از تخصصی شدن، زمینه های آشنایی، خودبه خود فراهم می شود. اگر این ضرورت انجام نشد، مبلّغان حوزه دست کم باید تلاش خود را به قشر خاص، منطقه خاص و موضوع های تبلیغی ویژه محدود کنید، وگرنه همه کاره، هیچ کاره است.  **ب) توجه به تجربه پیشینیان**  پیش از ما، مبلّغانی با محیط کاری ما سر و کار داشته اند. پس باید از آگاهی ها و تجربه های آنان استفاده کرد. علاوه بر آن، از پرونده محل، کتاب و نوشته هایی که درباره محل کار ما، ذخیره شده است، باید بهره برد. برای نمونه، برخی مراکز تبلیغی مثل نهاد نمایندگی ولی فقیه در دانشگاه ها می توانند سابقه دانشگاه ها و خوابگاه ها را در زمینه تبلیغی، در اختیار مبلّغ قرار دهند.  **ج) تحقیق میدانی**  گفت و گو با مسئولان فرهنگی اجتماعی منطقه یا محیط خاص و نخبگان و خبرگان را باید در نظر داشت.  **د) نظرخواهی مستقیم و حضوری**  در اولین برنامه ها به مخاطبان اعلام شود پیشنهادهایشان را درباره محتوا و موضوع برای بهسازی تبلیغات اعلام کنند. هم چنین می توان برنامه پرسش و پاسخ و مشاوره را برگزار کرد و از لابه لای اظهارات مخاطبان، نیازها، به بررسی نقاط قوّت و ضعف و ارزیابی سطح تفکر مخاطبان پرداخت.  در بسیاری از مجالس عمومی مانند اعیاد، وفات ها، مراسم فاتحه و ترحیم در مساجد، اقشار متنوع با سنّ های گوناگون حضور دارند. در این مجالس، علاوه بر آداب فنّ خطابه، لازم است به برخی بایدها و نبایدها نیز توجه داشت که اکنون بر می شماریم:  **بایدها**  **1. رعایت حال مخاطبان ضعیف**  حضرت امام صادق(ع) فرمود: ما کَلَّمَ رسولُ اللهِ(ص) العِبادَ بِکُنْهِ عَقْلِهِ قَطُّ و قال: قال رسولُ اللهِ(ص): إنّا مَعاشِرَ الأنبِیاءِ اُمِرنا أنْ نُکَلِّمَ الناسَ علَی قَدْرِ عُقُولِهِم(20)؛ هرگز رسول خدا(ص) از عمق خرد خود با مردم سخن نگفت. رسول خدا(ص) می فرماید: ما گروه پیامبران دستور داریم که با مردم در خور عقلشان سخن بگوییم.  هرچند افراد تحصیل کرده نیز در این مجالس شرکت دارند، ولی از جلسه عمومی چندان توقعی ندارند و می دانند که مطالب تخصصی را باید از محافل تخصصی و ویژه، دریافت کنند.  از این رو، باید حال ضعیف ترین شرکت کنندگان را رعایت کرد. در این باره به باب درجات ایمان جلد دوم در اصول کافی مراجعه شود.(21) اگر به یاد داشته باشید، می بینید که حضرت امام خمینی(قدس سرّه) با مردم در نهایت روانی و سادگی سخن می گفت.  **2. بهره بردن بیشتر از عواطف و احساسات**  این شیوه در مجالس عوام یا مختلط، از آن جهت مهم است که این قشر در تجزیه و تحلیل و فهم دلیل و برهان، ضعیف ترند. در این زمینه باید به شیوه هدایتی امام سجاد(ع) دقت کرد.(22)  **3. جلب اعتماد**  محدّثی که در پی تهذیب جان ها است، باید اعتمادسازی کند. تا ثابت نشود که اهل عمل و خیرخواه مردم است، کسی به او دل نمی دهد و تا اعتماد نکنند، سخنش را باور و پیروی نمی کنند. در جریان انقلاب اسلامی، ملت ایران پس از 60 سال تجربه، به توصیه ها و هشدارهای شهدای محراب هم چون حضرات آیات شهید قاضی طباطبایی، مدنی، صدوقی، اشرفی اصفهانی، دستغیب و دیگر بزرگان، اعتماد و سپس خودسازی، ایثار و نثار کردند.  پیامبران همواره خیرخواه، امین و دل سوز مردم بودند، نه فرمانده نظامی یا حاکم جامعه. حضرت هود(ع) می فرماید: اُبلِّغُکُم رِسالاتِ رَبِّی و أنَا لَکُم ناصِحٌ أمینٌ؛(23) پیام های پروردگارم را به شما می رسانم و برای شما خیرخواهی امینم.  **4. برخورد طبیبانه**  با مردم می توان دو گونه برخورد کرد. پزشک به نیازهای بیمار و اولویّت ها می نگرد. آشپز و خدمت کار رستوران نیز به اشتها و پول مشتری توجه می کند و در پی خوش آمد او است. در این میان، روحانی باید طبیب گونه، درد را شناسایی و راه درمان و نسخه دینی را ارائه کند، گرچه مخاطب نپسندد و دارو، تلخ یا تزریق و چاقوی جرّاحی، دردناک باشد.  حضرت امام صادق(ع) از عیسی(ع) نقل می فرماید: وَلْیَکُنْ أحدُکُم بِمَنْزِلَةِ الطَبِیبِ المداوی، إنْ رَأی مَوضِعَاً لِدَوائِهِ و إلّا أمْسَکَ؛(24) باید هر کدام شما به منزله پزشک معالج باشد که اگر درد را تشخیص داد، مداوا کند وگرنه دست نگه دارد و منتظر موقعیت باشد.  امام علی(ع) هم پیامبر اکرم(ص) را چنین توصیف می فرماید: «طَبِیبٌ دَوّارٌ بِطِبِّهِ؛(25) طبیبی که بر سر بیمار گردان است.»  **نبایدها**  1. مسائل جناحی و حزبی مطرح نشود؛ زیرا بخشی از مردم را گریزان می کند. اصولاً روحانی باید با حالتی پدرگونه، فراتر از جریان های سیاسی باشد، نه مادون آن ها.  2. از برخورد مستقیم با یک قشر یا استفاده از طنزها، کنایه ها و مواضعی که یک شهر یا ملیّت یا نژاد یا قشری را می آزارد، بپرهیزد و بکوشد روایات را به صورت کلّی مطرح و ترجمه کند.  3. خواندن متن طولانی عربی، منزجر کننده است، ولی خواندن برخی عبارت های کوتاه و ساده، به ویژه شاهد سخن و پیام ها، جالب است.  4. از طرح احادیث دشوار فهم و برخی روایات کلامی و طرح شبهه ها، پرهیز شود.  5. از شوخی و مزاح های تند پرهیز شود، مگر این که اطمینان یابیم حاضران آزرده  نمی شوند. مزاح ها هم باید مزاح های ملیح و آرام باشد.  **راه کارهای حضرت خضر(ع)**  حضرت موسی(ع) از حضرت خضر(ع) سفارش های سودمندی خواست. خضر(ع) فرمود: 1. یا طالبَ العِلمِ، إنّ القائِلَ اَقلُّ مَلالَةً مِنَ المُسْتَمِعِ، فَلا تَمُلَّ جُلَسائَکَ إذا حَدَّثْتَهُم؛ ای طالب علم، خستگی گوینده کم تر از شنونده است. پس اهل مجلس را هنگام سخنرانی ملول مکن.  2. وَاعْلَم أنَّ قَلْبَکَ وِعاءٌ فَانْظُر ماذا تَحْشُوبِهِ وِعَائَکَ؛ بدان که قلب و جان تو ظرفی است (با ظرفیّت محدود). پس دقت کن با چه معارفی، ظرفت را پر می کنی (بهترین ها را گزینش کن).  3. یا موسی تَفَرَّغْ لِلْعِلمِ إنْ کُنْتَ تُرِیدُهُ، فَإنّما الْعِلمُ لِمَن تَفَرَّغَ لَهُ؛ برای علم، خودت را فارغ البال کن (و هزار کاره نباش)، اگر در پی علم هستی. زیرا علم تنها و تنها نصیب کسی است که خود را وقف علم کند.  4. و لا تَکُن مِکْثاراً لِلْعِلمِ مِهْذاراً، فَإنّ کَثْرَةَ المَنْطِقِ تَشِینُ العُلماءَ وَ تُبدِی مَساوِی السُخَفَاءِ، وَ لکِنْ عَلَیکَ بِالْاِقْتِصادِ، فَإنّ ذلکَ مِن التَّوفِیقِ وَ السَّدادِ؛ نسبت به دانش خویش، پرحرف و زیاده گو مباش؛ زیرا زیاده گویی مایه زشتی دانشمندان و نشان دهنده سبک مغزی سخیفان است. میانه رو باش که سبب درستی و استواری و موفقیّت است.  5. و أعْرِضْ عَنِ الجُهّالِ و ما طِلْهُم، وَاحْلُم عنِ السُفَهاءِ، فَإنّ ذلِکَ فِعْلُ الحُکماءِ و زَیْنُ العلَماءِ... ؛ نسبت به جاهلان و اتلاف وقت، از آنان روی گردان و نسبت به بی خردان بردبار باش (و بگو مگو مکن) که این شیوه حکیمان و زینت عالمان است.  6. یَابنَ عِمران، لا تَفْتَحَنَّ باباً لا تَدْرِی ما غَلْقُهُ،...(26)؛ ای فرزند عمران، هر مبحث و بابی را که نتیجه گیری و بستن آن را نمی دانی، شروع نکن.  و به قول فردوسی:  چوگویی همان گو که آموختی به آموختن در جگرسوختی  \* نوشته حاضر از دفتر مطالعات و برنامه ریزی فرهنگی و تبلیغی معاونت اعزام و تبلیغ دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم، به دفتر نشریه ارسال گردیده است.  **پی نوشت ها:**  1. «مَا أکْثَر العِبَرُ وَ أقَلّ الإعتبارٌ». نهج البلاغه، خطبه106 و حکمت 297.  2. الکافی، ج 2، ص 496، باب «ما یحب من ذکر الله عزّ و جلّ فی کلّ مجلس».  3. غررالحکم، ح 7851.  4. تحریم: 6.  5. صحیح بخاری، ج 1، ص 25. کتاب العلم، باب «ما کان النبی(ص) یتخولّهم بالموعظه و العلم کی لا ینفروا» و باب «من جعل لأهل العلم أیاماً معلومه».  6. نک: اصول کافی، ج 2، ص 82، باب «استواء العمل و المداومه علیه»؛ ص 86، باب «الاقتصاد فی العباده»؛ شرح اصول کافی مازندرانی، ج 8، ص 248؛ نهج البلاغه، ج 4، ص 103، القصار، ص 278؛ مستدرک الوسائل، ج 3، ص 54، ح 3003.  7. غررالحکم، ح 2637.  8. همان، ح 4139.  9. سُبُل الهدی و الرشاد، ج 8، ص 222.  10. مبلّغ باید با شخصیت های متخصص در علوم مورد ابتلا و مراکز مربوط به ادیان، مذاهب، کلام، شبهه شناسی، مهدویت و... آشنا باشد و آدرس دقیق، تلفن، پست الکترونیک و سایت آنان را در اختیار مخاطبان خویش قرار دهد.  11. الکافی، ج 1، ص 44، باب «من عمل بغیر علم»، ح 2.  12. الکافی، ج 8، صص 268 و 394؛ بحارالانوار، ج 77، ص 140.  13. بحارالانوار، ج 2، ص 78، ح 69؛ ص 66، ح 7 و 8، (با تفصیل و تفاوت).  14. همان، ص 66، ح 6، باب «النهی عن کتمان العلم و الخیانه...».  15. همان، ص 77، ح 61.  16. همان، ج 12، ص 385، ح 10، «باب قصص شعیب».  17. الکافی، ج 2، صص 658 و 659، باب «اکرام الکریم» و «وجوب اجلال ذی الشیبه المسلم».  18. تحف العقول، ص 25، باب «مواعظ النبی(ص)».  19. کافی، ج 2، ص 659، ح 3.  20. بحارالانوار، ج 16، ص 28؛ الکافی، ج 1، ص 23، ح 15.  21. اصول کافی، ج 2، ص 42؛ باب «درجات الإیمان».  22. بحارالانوار، ج 46، صص 54 و 55، ح 1.  23. اعراف: 68. همین نکته در آیه 62 از زبان حضرت نوح(ع) بیان شده است.  24. وسائل الشیعه، ج 11، ص 401، ح 5.  25. نهج البلاغه، ص 101، خ 108.  26. بحارالانوار، ج 1، صص 226 و 227، ح 18. |