[پگاه حوزه،](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/6436)  [بهمن 1382 - شماره 16](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/6436/7083/0)

**ارکان و ابعاد تبلیغ موفق**

**در مصاحبه با حجة الاسلام والمسلمین نظری منفرد**

|  |
| --- |
| **از اینکه این فرصت را در اختیار هفته نامه پگاه حوزه قرار دادید، سپاسگزاریم.**  **به عنوان اولین سؤال بفرمایید تبلیغ به چه معناست و ارکان اساسی تبلیغ چیست؟**  من هم از فرصتی که در اختیارم گذاشتید تشکر می کنم.  واژه تبلیغ به معنای رساندن است، لیکن در لسان شرع و محدوده دین، معنای تبلیغ همان رساندن پیام های اسلام و دین است ؛ بنابراین به کسی که پیام های دین را می رساند، مبلغ می گویند، پیام نه تنها با قول است، بلکه ممکن است انسان پیام را با حرکات برساند و گاهی با نوشتن و کتابت ؛ البته بیشتر همان تبلیغ قولی مطرح است.  **ارکان تبلیغ**  به نظر می رسد که تبلیغ بر سه رکن استوار است؛ این سه رکن در حقیقت تبلیغ را تشکیل می دهد: رکن اول مبلغ، رکن دوم مستمع، و رکن سوم خود تبلیغ و رساندن آن پیام به شنونده، این سه از ارکان تبلیغ به حساب می آیند.  **در مورد بیان احکام اسلام و مسائل شریعت، نقش و اهمیت تبلیغ را چگونه ارزیابی می کنید؟**  در مورد اهمیت تبلیغ، همین کافی است که بگوییم، یکی از رسالت های انبیا تبلیغ است، بلکه می توان گفت، همه رسالت انبیا تبلیغ است. «و ما علی الرسول الاالبلاغ» و «الذین یبلغون رسالات الله و یخشون و لا یخشون احدا الّا الله»، این آیات بیانگر اهمیت تبلیغ است.  در حقیقت مبلغ، معدی رسالات الهی است و هر مقدار آن رسالت اهمیت داشته باشد، بالتبع تبلیغ هم اهمیت می یابد و اگر به تبلیغ از زاویه دیگر نگاه کنیم، نظامی که ما در آن زندگی می کنیم، نظام تأثیر و تأثر است. تأثیرگذاری و تأثیرپذیری. خدای متعال، نظام را بر این اساس بنا کرده و در حقیقت مبلغ با تبلیغ تأثیر می گذارد و مستمع تأثیرپذیر است؛ این تأثیرگذاری و تأثیرپذیری از راه تبلیغ صورت می گیرد. این مسئله نیز نمایانگر اهمیت تبلیغ است.  البته میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری به شرایط و مقدماتی وابسته است و ممکن است دارای نوسان، شدت و ضعف باشد. ممکن است یک مبلغ بسیار تأثیرگذار و موفق باشد. چون اصول تبلیغ را رعایت کرده و یک مبلغ هم موفقیت نسبی داشته باشد و تأثیرگذاریش کم باشد.  **ویژگی هایی لازم و ضروری برای یک مبلغ را بیان بفرمایید.**  البته این ویژگی ها بسیار زیاد است و در کتاب هایی که در این زمینه نوشته شده، ویژگی های روحی، اخلاقی و دیگر ویژگی ها به صورت مبسوط بیان شده است که من به پاره ای از آنها اشاره می کنم.  یکی از ویژگی هایی که در امر تبلیغ نقش کلیدی و اساسی دارد، داشتن سرمایه لازم برای تبلیغ است. یک مبلغ نمی تواند بدون پیام باشد. باید با پیامی که قصد دارد به مستمعین و شنوندگان برساند، آگاه باشد؛ از تاریخ، تفسیر حدیث و... آگاهی نسبی داشته باشد. اینکه عرض می کنم، آگاهی نسبی، به این دلیل است که شاید آگاهی کامل ممکن نباشد و یا ممکن است، در یک فرصت هایی آگاهی های لازم را کسب کرده باشد و همه آنها در ذهن او حاضر نباشد که پیش از آغاز سخن، باید دانستنی هایی که احیاناً آنها را از پیش آماده کرده، مرور کند تا بتواند آنها را ارائه دهد. این یکی از ویژگی های مبلغ است که سرمایه ای اصلی است؛ مانند یک کارخانه که باید مواد اولیه داشته باشد تا آن را به کالای مورد نظر تبدیل و تولید کند؛ مبلغ هم یک تولید کننده است که سرمایه خود را به شکلی خاص، به سخنرانی یا کتاب تبدیل می کند و آن را به جامعه تحویل می دهد.  از ویژگی های بسیار مهم مبلغ که به عزیزانی که در راستای تبلیغ تلاش و کار می کنند تا در این زمینه متخصص شوند مکرراً گوشزد کرده ام، سلطه بر نفس و تسلط بر خویش است. معمولاً شخص مبلغ، ممکن است در انجام تبلیغ، با مسائلی روبرو شود که احساس کند، نمی تواند آن وظیفه را درست انجام دهد. تسلط بر نفس و به تعبیر دیگر جسارت و شجاعت برای تبلیغ، یکی از اساسی ترین مسائل مرتبط با تبلیغ است که شخص باید با تمام توان در مورد آنچه که در باب انجام وظیفه تشخیص می دهد، تلاش کند. البته چیزهای دیگری هم در این راستا وجود دارد که از درجه دوم اهمیت برخوردار است؛ برای مثال این مسئله که مبلغ خود باید خود ساخته باشد؛  شی ء نایافته از هستی بخش کی تواند که شود هستی بخش  و به قول آقایان «فاقد شی ء نمی تواند معطی شی ء باشد». لذا در روایات هم آمده است که «کونوا لنازینا و لاتکونوا علیناً سینا» و در حدیثی از حضرت امام هادی(علیه السلام) آمده است: «فان رجلاً اذا صدق فی حدیثه و ادی امانته قیل هذا جعفری سیرنی ذالک»؛ انسان با عمل تبلیغ می کند؛ این یکی از راهکارهای عملی تبلیغ است. افعال و حرکات مبلغ باید گویای این امر باشد که من خود نیز به این پیام عامل هستم.  **در مورد رکن دوم تبلیغ، یعنی مستمعین، راه جذب آنان به منبر و محراب چیست؟ به خصوص در مورد جوانان که از مستمعین مهم محسوب می شوند، چه راهکاری را پیشنهاد می کنید؟**  سؤالی که حضرتعالی مطرح فرمودید، در مباحث مربوط به فن خطابه بیان شده است؛ یکی از مسائل بسیار مهم تبلیغ، روانشناسی تبلیغ است؛ یعنی مبلغ باید پیش از تبلیغ، اطلاعات لازم در مورد مستمعین را در اختیار داشته باشد؛ گاهی انسان می داند که مستمعین افراد تحصیل کرده هستند، گاهی افرادی بی سواد مستمع هستند و گاهی هم معجونی از تحصیل کرده و بی سواد جمع مستمع را تشکیل می دهند. مبلغ باید در راه انجام تبلیغ، تلاش کند، به گونه ای که تمام افراد از سخنان او استفاده کنند؛ رسول خدا می فرماید: «نحن معاشرالانبیاء یکلم الناس علی قدرعقولهم». این مسئله دقیقا در راستای روانشناسی مستمع است. راهکارهای بدست آوردن سطح علمی مستمعین نیز بیان شده است؛ به این ترتیب که وقتی وارد یک محیط تبلیغ می شود، پیشاپیش از طریق افرادی که با آن محیط آشنا هستند، می تواند در مورد آن محیط اطلاعاتی کسب کند. گاهی ممکن است هیچ راهی وجود نداشته باشد. آنگاه می تواند با یک جلسه سخنرانی و سوال هایی که در آن مطرح می شود، سطح معلومات مستمعین را بدست آورد.  **به نظر حضرتعالی، آیا درست است که در سخنرانی فقط یک گروه خاص را در نظر داشته باشیم یا به فیض چون جوان ها در جمع هستند، بیشتر به جذب جوانان و بیان مسائل آنان توجه نشان دهیم.**  در مورد این سؤال، باید به عرض برسانم که در مسائل دینی بحثی تحت عنوان رعایت ملاک ها و اهمیت آنها وجود دارد. طبیعی است که باید به همین صورت باشد؛ یعنی متکلم، مبلغ و مروج، وقتی می بینند که در میان مستمعین قشر جوان و تحصیل کرده وجود دارد، چون از اهمیت بیشتری برخوردار است، به طور طبیعی باید به آنها بیشتر توجه نمود. چون به هر حال کسانی که پیر شدند، ساخته شده هستند؛ آنها که سنی بر ایشان گذشته، ساخته شده هستند، ولی جوان در حال ساخته شدن است. و روح جوان با خلوص و پاکی ای که دارد، بسیار بهتر جذب می شود. باید به اقشاری که قابل جذب هستند، توجه بیشتر داشت. این نکته را هم باید به عرض برسانم که به طور طبیعی همه افراد از نظر روحیه یکسان نیستند؛ بعضی زود می پذیرند. ما این مسئله را از قرآن مجید الهام گرفتیم؛ قرآن مجید در مورد اشخاصی که پیامبر مبلغ آنها بوده و در آنها تأثیرگذار بوده، مثل اهل کتاب، می فرماید: برخی از اهل کتاب این چنین هستند که وقتی قرآن را می خوانی و تبلیغ دین می کنی، «ترااعینهم تفیض من الدم مماعرفوا من الحق»، اینها اشک می ریزند و گریه می کنند و برخی از مردم این طور هستند که «سواء علیهم ءأنذرتهم ام لم تنذرهم لا یؤمنون»؛ ابدا تأثیرپذیر نیستند. قرآن مجید در مورد این افراد تعبیرات مختلفی دارد؛ از جمله «ختم الله علی قلوبهم»، «لهم قلوب لایفقهون بها ولهم اعینٌ لایبصرون». به هرحال، همه افراد یکسان نیستند، ولی جوان برای پذیرش مطالب آمادگی بیشتری دارد، چون دل او برای پذیرش پاک، صاف و آماده است، لذا باید به جوانان بیشتر توجه داشت.  **چه توصیه ای برای جذب بیشتر مخاطبین، به خصوص اقشار جوان دارید؟**  شخص مبلغ، ابتدا باید آن اصلی که پیامبر خدا و قرآن بیان می فرمایند را در اختیار داشته باشد؛ یعنی آن نرمی و اخلاق خوب و پسندیده را دارا باشد. قرآن کریم می فرماید: «و لوکنت فطاً فظا القلب لانفضوّا من حولک». انسان بعد از انجام سخنرانی، خسته و کم حوصله می شود، اما باید با تمام توان، تحمل و صبر بر خستگی چیره شود و با چهره ای بشاش به سؤالاتی که احتمالاً مطرح می شود پاسخ دهد. زبر، خشن و بداخلاقی نباشد. مرحوم آیت الله سید محمد فشارکی (رضوان الله تعالی علیه) در زمان مرحوم میرزای شیرازی، حوزه سامراء را (از نظر درسی) اداره می کرد. چون مرحوم میرزای شیرازی به خاطر مرجعیت و زعامتی که داشت نمی توانست به این مسائل رسیدگی کند؛ مشهور است که میرزا در طول سال، 3 ماه بیشتر تدریس نمی کرد. مرحوم آقای فشارکی، استاد مؤسس حوزه، آیت الله حاج شیخ عبدالکریم حائری است. من هم این جریان را از فرزند ایشان نقل می کنم؛ گاهی ایشان بعد از یک ساعت درس خود را تمام می کرد و از منبر پایین می آمد و شاگردان اطراف ایشان را می گرفتند، ایشان با صبر و حوصله، گاهی تا یک ساعت، در پای منبر به سوالات پاسخ می دادند. روزی یکی از شاگردان ایشان می گوید: آقا شما خسته شدید؛ یک درس روی منبر گفتید، یک درس هم پایین منبر، ایشان در پاسخ فرمودند «من خودم را مسئول و موظف عند الله می دانم که وقتی کسی چیزی را نفهمیده، تفهیم کنم و مطمئن شوم، چیزی را که سؤال کرده، فهمیده است. لذا برای من مسئله ای نیست؛ من خستگی ها و سختی ها را تحمل می کنم».  بنابراین یکی از مسائل اساسی برای جذب، این است که انسان با چهره ای باز با مردم برخورد کند و به سؤال افراد کاملاً گوش کند. پیامبر خدا نیز همین طور بودند؛ اگر کسی پیش او می آمد، سؤال را کاملاً گوش می دادند، حال هر کسی باشد، سپس به فراخور حال شخص به سؤال او پاسخ می دادند. این یکی از مسائل مهم در جذب است.  مسئله دیگری که بسیار تأثیرگذار است و بزرگان هم این را بیان فرمودند، این است که در انجام مسئولیت و وظیفه ای که دارد، اخلاص داشته باشد. اخلاص در انسان حالتی ایجاد می کند که میزان تأثیرگذاری او در افراد بیشتر خواهد شد تا اینکه به عنوان انجام یک حرفه، همین طور سطحی کاری بکند؛ مانند کسی که برای گرفتن مزد، ساعات مقرری کار می کند و بعد مزد می گیرند.  **بالاخره خطیبی که برای امر تبلیغ به مکان وارد می شود، با توجه به مسائل روز، گرایش هایی دارد. مخاطبین هم ممکن است، دسته های مختلفی باشند و گرایش های مختلفی داشته باشند؛ هرکدام تمایل دارند که خطیب را به گرایش خاص خود بکشانند؛ به نظر حضرتعالی، آیا خطیب باید در مورد گرایش های سیاسی دخالت کند یا خیر؟ اگر در این امور دخالت می کند، محدوده آن چیست؟**  خطیب نقشی هدایتگر دارد و هدف او ارشاد و هدایت مردم است. آنجا که گرایش ها مختلف و گروهی یک طرف و گروه دیگر در طرف دیگر هستند، خطیب باید نقشی پدرانه داشته باشد؛ یعنی تا می تواند هر دو دسته را با هم جمع کند تا بتواند نقش تبلیغی خود را به انجام برساند. اگر به یک گروه خاص تمایل پیدا کند، طبعا از گروه دیگر محروم می شود و نمی تواند نسبت به آنها تأثیرگذار باشد. اما در بعضی موارد وضع فرق می کند. در بعضی موارد موضع گیری لازم است؛ گاهی خطیب در می یابد که این گروه واقعا منحرف هستند و نمی توان با آن کنار آمد و قابل هدایت نیستند. قرآن در همین رابطه بیانات روشنگری دارد که ما باید اینچنین عمل کنیم؛ برای مثال قرآن کریم می فرماید: «لکم دینکم ولی دین»؛ یعنی مطلب را جدا می کند، یا در جایی دیگر می فرماید: «لنا اعمالنا و لکم اعمالکم»؛ عمل ما برای ما و عمل شما برای شما. البته تا آنجا که امکان دارد، باید آنها را جذب کرد، اما گاهی این مسئله عملی نیست و آن گروه خاص قابل جذب نیستند. اینجا چاره ای جز موضع گیری وجود ندارد تا مشخص شود که ایشان خود در موضعی قرار دارد که سرسختانه از آن موضع دفاع می کند و آن موضع، موضع حقی است و گروه دیگر باطل است. در این مورد ورود در حوزه سیاست و موضع گیری برای مصلحت، امری ضروری است تا این تصور به وجود نیاید که این آدم حتی جانبدار حق هم نیست و مجبور است که موضع گیری کند.  **آیا اگر مستمعین از نظر مبلغ در مورد یک مسئله سیاسی سؤال کنند و مبلغ پاسخ ندهد، از لحاظ شرعی یا اخلاقی نوعی نفاق محسوب می شود؟**  نفاق محسوب نمی شود، چون ما در اسلام اصلی به نام اصل تقیه داریم؛ اگر کسی تقیه کرد، نمی توان گفت که او منافق است. شخصی که تقیه می کند، ممکن است شجاعت ابراز عقیده را داشته باشد، لیکن مصلحت اندیشی می کند. گاهی ابراز رأی مصلحت نیست یا شرع به او اجازه ابراز عقیده نمی دهد. نمی توان نام آن را نفاق گذاشت. باید دید که آیا اظهار نظر ایشان نسبت به تمایلات و گرایشاتی که دارد، به صلاح و مصلحت است یا خیر. دقت کند. اگر مصلحت ابراز عقیده است، باید ابراز کند و اگر مصلحت عدم آن است؛ باید از ابراز آن خودداری کند.  انسان باید در یک جا تقیه کند و اظهار نظر نکند. اگر اجازه دهید به روش عملی حضرت امام (رضوان الله) اشاره کنم، خود ایشان گاهی در مورد بعضی از مسائل، از ابراز عقیده به شدت خودداری می کرد؛ برای مثال در زمان رأی گیری، ایشان هیچ وقت نظر خاص نمی داد که من به چه کسی رأی دادم، چون مصلحت در کتمان بود و گاهی هم مصلحت را در ابراز می دید، چگونه تشخیص دهد.  بله، ایشان اینگونه عمل می کردند و ما آن را انکار نمی کنیم. در واقع حضرت امام به آن گروهی که حق بودند، تمایل داشتند و با آنها بودند، لیکن گاهی مصلحت در ابراز و گاهی در کتمان است؛ گاهی تشخیص می دادند که باید ابراز عقیده کرد؛ برای مثال امام هیچ وقت نمی فرمودند که من به فلان کس رأی دادم و می فرمودند که اگر کسی به عنوان رئیس جمهور انتخاب شد، من هم آن را تأیید می کنم، چون رأی مردم برای من مهم است.  **آفات تبلیغ برای یک مبلغ چیست؟**  آفات تبلیغ بسیار زیاد است؛ بعضی از امور به شخص مبلغ باز می گردد و بعضی از امور به چیزهای دیگر وابسته است؛ برای مثال محیطی که شخصی در آن تبلیغ می کند؛ فرض کنید آن محیط، مکان مناسبی نباشد یا مثلاً نور کافی نداشته باشد، یا از نظر برودت و حرارت و گرما و سرما محیط مناسبی نباشد. اینها آفات تبلیغ است، لیکن چیزهایی که به شخص مبلغ مربوط می شود، این است که اگر از مبلغ حرکاتی دیده می شود که در راستای انجام مسئولیت تبلیغ نباشد، مردم از آن زده می شوند. از دیگر آفات این است که شخص مبلغ سرمایه لازم برای تبلیغ را در اختیار نداشته باشد و همینطور چیزهای دیگر که در جای خود در مورد آن بحث می شود و باید به آنها مراجعه کرد. برای نمونه اینکه شخص مبلغ شخص بدخلقی باشد و اخلاق خوبی نداشته باشد، یا اینکه در مجامع، یا شهر، یا محیطی وارد شود که زیبنده و شایسته او نیست و با کار و هدفی که دنبال می کند، منافات دارد.  **با توجه به تجربیات حضرتعالی، در حال حاضر طرح چه مباحثی در زمان تبلیغ ضروری تر است؟**  به طور طبیعی رمز موفقیت مبلغ این است که مباحثی را در محیط تبلیغی خود طرح کند که احساس کند، همان مباحث لازم است. در مورد سؤال حضرتعالی، باید بگویم که مبلغ در حقیقت باید تشنگی و عطش مستمع را برطرف کند. اگر مستمع تشنه چیزی است و ما چیز دیگری را به او بخورانیم، تشنگی او برطرف نمی شود. چه بسا ممکن است که نتیجه معکوس داشته باشد. مبلغ باید محیط تبلیغی را ارزیابی کند و مسائل لازم و فراخور حال مستمعین را در آنجا ارائه بدهد.  یکی از رموز موفقیت امام موسی صدر در لبنان همین بود؛ از ایشان سؤال شد که چرا شما در امر تبلیغ در لبنان موفق بودید؟ ایشان فرمودند: «وقتی من به لبنان رفتم، درد و مشکل مردم را احساس کردم و در همان راستا حرکت کردم». به همین دلیل موفق بود و پیش از اینکه ناپدید شود، گام های واقعا مؤثری در لبنان برداشتند که ما آثار ایشان را هنوز مشاهده می کنیم.  **خود حضرتعالی در امر تبلیغ تا چه حد موفق بوده اید و علت آن چیست؟**  من نه از باب شکسته نفسی، بلکه واقعا خود را کوچک ترین مبلغ می دانم. و چیزی نیستم که در امر تبلیغ به حساب بیایم، لیکن به یاد فرمایش مرحوم معلم ثانی «آیت الله آقا شیخ محمد بهبهانی» افتادم، به ایشان گفته شد که علت این ترقی و اوج شما چیست؟ ایشان به سه نکته اشاره کردند که در موفقیت انسان در امر تبلیغ کارساز است؛ یکی اینکه ایشان فرمودند: «انا احب العلم و العلماء»؛ دانش و دانشمندان را دوست دارم و خود این دوست داشتن در موفقیت انسان نقش مؤثری دارد. دوم اینکه من از تمام فرصت هایم استفاده می کردم و نمی گذاشتم که فرصت هایم به هدر برود. سوم اینکه من هرگز خود را به حساب نیاوردم که کسی هستم، چون وقتی انسان خود را به حساب آورد که کسی است، مغرور می شود. مغرور شدن جلوی رشد و تعالی انسان را می گیرد. انسان همیشه باید احساس کند که کاستی هایی در او هست تا در رفع آن کاستی ها تلاش کند و این مسئله خود به انسان رشد می دهد. و در امر تبلیغ او را موفق می گرداند. اینها مسائل اساسی ای است.  خود من هم از این امور تهی نبودم؛ به امر تبلیغ واقعا علاقه مند بودم و در این راستا قبل و بعد از انقلاب سختی هایی را تحمل کردم و به مناطق دور دست سفر کردم. امکاناتی که امروز برای مبلغین وجود دارد در گذشته نبود؛ در گذشته و پیش از انقلاب، برای امر تبلیغ با سختی های زیادی مواجه بودیم؛ به هر حال اینها در موفقیت نسبی انسان مؤثر است.  **اگر از دوران تبلیغ خود خاطره ای آموزنده برای خطبا و مبلغین دارید، بیان بفرمایید.**  حدود 10 سال پیش از انقلاب، یعنی دقیقا سال 1348 شمسی، برای تبلیغ به شهری رفته بودم که با امضاهای زیادی، مجددا برای ماه محرم دعوت شدم. آن سال محرم در بهار بود و باران زیادی می بارید و عزیمت به آن شهر مشکل بود. حرکت کردیم و به آنجا رفتیم. از طرف ساواک منبر ممنوع اعلام شد. این مسئله برای من بسیار شکننده بود که من نتوانم ماه محرم تبلیغ کنم. مجبور شدم برگردم. از قبل جلساتی در قم و جاهای دیگر داشتم، اما چون می دانستند که من دعوت شده هستم، طبعا کسی سراغ من نمی آمد. خودم مسئله را تمام شده دانستم و ناراحت بودم که دیگر در این ماه نمی توانم تبلیغ کنم.  اتفاقا مردم وقتی فهمیدند که من مراجعت کردم و نتوانستم در آنجا تبلیغ کنم، پیش من آمدند و مجالس فراوانی تشکیل شد. نتیجه ای که از این گرفته می شود این است که انسان اگر نتوانست در یک محیطی موفق شود، نباید سرخورده و مأیوس شود، بلکه نباید دست از تلاش و سعی بردارد و در محیط تبلیغی دیگری تلاش کند.  **از اینکه وقت خود را در اختیار ما قرار دادید سپاسگزاریم.** |