

نوای مطهر اسلام

صفحه ۱ / ۷

تبلیغ از دیدگاه استاد شهید مرتضی مطهری

● محسن باوری

اشاره:

۱۳ اردیبهشت ماه، سالروز شهادت انسان و راسته، اندیشمند متعهد، فیلسوف ژرف اندیش، فقیه روشن ضمیر و آگاه به زمان، علامه حضرت آیت الله شیخ مرتضی مطهری (ره) است.
در گرامی داشت یاد آن بزرگمرد فرزانه، بخشی از نوشته‌های آن استاد گرانقدر را که همچنان، اندیشه‌ای روشن، هدایتگر، سودمند و کارگشا است، تقدیم خوانندگان عزیز پژوهش می‌نماییم.

آغاز سخن

زلزالی که از «قلب سرشار از ایمان و عقیدت»^۱ مطهری جاری بود، بیهنه‌های بسیاری را در عرصه‌ی اندیشه‌ی اسلامی به گل‌های نوآوری، شکوفایی و زنگارزدایی آراست. آن سینه‌ی مملو از نور الهی که پاره‌ی تن امام امت بود،^۲ چون استادش، پیشتاز به اهتزاز در آوردن پرچم پرافتخار اسلام محمدی در دنیای پیچیده‌ی کنونی و عزت بخشیدن به جامعه‌ی اسلامی شد و افق‌های جدیدی فرا روی اندیشمندان دلسوخته‌ی اسلام گشود.

اگر قدر رنج و شکنجه‌های ایشان را بدانیم و دچار دسیسه‌های غیر اسلامی - که با زیرکی و مهارت و هر روز در چهره‌ای نو سعی در به فراموشی کشاندن اندیشه‌های استاد شهید دارند^۳ - نشویم و با شناخت دقیق راهی که پیش گرفته بود، بکوشیم رسالت وی را به انجام رسانیم، می‌توان امید داشت که روزی پاره‌ای از آمال مقدس او جامعه‌ی تحقق بر اندام کند و اگر نه، اسلام غریب، همچنان، غریب و ناشناخته^۴ باقی خواهد ماند.

مسأله‌ی تبلیغ - که هنوز هم آن‌گونه که باید و شاید اهمیتش در بین مردم شناخته نشده است^۵ - از جمله افق‌های نوینی بود که استاد شهید مرتضی مطهری (ره) به آن روی آورد و با سرافرازی و پیروزی تمام از عهده‌ی آن برآمد.

دیدگاه‌های شهید مطهری (ره) درباره‌ی تبلیغ، بیش از هر چیز، با زندگی ایشان و نحوه‌ی پرداختن به مسائل و مشکلات فکری و اجتماعی عصر خویش ارتباط دارد.

زندگی علمی و اجتماعی شهید مطهری (ره) حاکی از آن است که وی، همواره، در سوز تبلیغ، آرایه‌ی چهره‌ی تابناک اسلام ناب محمدی (ص) و زدودن غبارهای ابهام از آن می‌سوخت. براساس همین احساس وظیفه، به تبلیغ روی آورد و از هیچ تلاشی دریغ نورزید. از یک سو، با بزرگ‌ترین مدعیان علم و فلسفه در افتاد و برای جلوگیری از خطر انحراف عقیدتی جوانان و اندیشمندان، قوی‌ترین و سنگین‌ترین کتاب‌های فلسفی عهد خویش را نگاشت^۶ و از سوی دیگر، از گردآوری مجموعه داستان‌های نونهالان باز نماند.^۷ از دیگر سو، به دلیل انحطاط



برخی از مسلمانان اندیشمند، طرحی نسبتاً جامع برای ریشه‌یابی آن ارائه داد.^۸ و از سوی دیگر، به نقد و بررسی فیلم‌های سینمایی پرداخت.^۹

هدف شهید مطهری - از این به ظاهر پراکنده‌کاری‌ها - پی‌ریزی نظام فکری استوار اسلامی و دفاع از هویت اسلام در برابر هجوم انحراف‌ها و کج‌اندیشی‌ها و حل مشکلات فکری جوانان بود. ایشان در این باره چنین می‌گوید: «این بنده از حدود بیست سال پیش که قلم به دست گرفته، مقاله یا کتاب نوشته‌ام، تنها چیزی که در همه‌ی نوشته‌هایم آن را هدف قرار داده‌ام، حل مشکلات و پاسخ‌گویی به سؤالاتی است که در زمینه‌ی مسایل اسلامی در عصر ما مطرح است. نوشته‌های این بنده برخی فلسفی، برخی اجتماعی، برخی اخلاقی، برخی فقهی و برخی تاریخی است. با اینکه موضوعات این نوشته‌ها کاملاً با یکدیگر مغایر است، هدف کلی از همه‌ی اینها یک چیز بوده و بس».^{۱۰}

در این نوشتار، برآنیم تا دیدگاه‌های این استاد شهید را در باره‌ی مسأله‌ی تبلیغ براساس گفته‌ها و نوشته‌های ایشان، در قالب پنج محور کلی، مورد بحث قرار دهیم.

نگاهی به وضع موجود تبلیغ دینی و نقد آن

استاد شهید مرتضی مطهری (ره) در جای جای آثار خویش زبان به انتقاد وضع نابه‌سامان دستگاه تبلیغی موجود آن زمان می‌گشاید و نقاط ضعف و نتایج سوء مترتب بر آن را گوشزد می‌کند: «دین مقدس اسلام یک دین ناشناخته است. حقایق این دین تدریجاً در نظر مردم واژگون شده است. علت اساسی گریز گروهی از مردم، تعلیمات غلطی است که به این نام داده می‌شود. این دین مقدس - در حال حاضر - بیش از هر چیز دیگر، از ناحیه‌ی برخی از کسانی که مدعی حمایت از آن هستند، ضربه و صدمه می‌بیند. هجوم استعمار غربی با عوامل مرئی و نامرئی‌اش از یک طرف، و قصور یا تقصیر بسیاری از مدعیان حمایت از اسلام در این عصر از طرف دیگر، سبب شده که اندیشه‌های اسلامی در زمینه‌های مختلف، از اصول گرفته تا فروع، مورد هجوم و حمله قرار گیرد. بدین سبب، این بنده وظیفه‌ی خود دیده است که در حدود توانایی در این میدان، انجام وظیفه نماید».

همچنان‌که در برخی از نوشته‌های خود یادآور شده‌ام، انتشارات مذهبی ما از نظر نظم، وضع نامطلوبی دارد. بگذریم از آثار و نوشته‌هایی که اساساً مضر و مایه‌ی بی‌آبرویی است، آثار و نوشته‌های مفید و سودمند ما نیز با برآورد قبلی نیست، یعنی براساس محاسبه‌ی احتیاجات و درجه‌بندی ضرورت‌ها صورت نگرفته است. هرکسی به سلیقه‌ی خود آنچه را مفید می‌داند، می‌نویسد و منتشر می‌کند؛ بسی مسایل ضروری و لازم که یک کتاب هم درباره‌ی آنها نوشته نشده است و بسی موضوعات که بیش از حد لازم کتاب‌هایی درباره‌ی آنها نوشته شده است و هی پشت سر هم نوشته می‌شود».^{۱۱}

و در جای دیگر به روشنی بیان می‌دارد: «ضعف منطق‌هایی که غالباً دیده می‌شود که افراد ناوارد در مسایل مربوط به حکمت الهی، عدل الهی، قضا و قدر الهی، اراده و مشیت الهی، قدرت کامله‌ی الهی، جبر و اختیار، حدوث و قدم عالم، قبر، برزخ، معاد، بهشت، جهنم، صراط، میزان و

غیره از خود نشان می‌دهند و غالباً مستمعان آنها می‌پندارند که آنچه این جاهلان و بی‌خبران می‌گویند، متن تعلیمات دینی است و اینها به اعمال آن تعلیمات رسیده‌اند، یکی از موجبات بزرگ لامذهبی و گرایش‌های مادی است».

چه قدر مصیبت است برای اهل معرفت که افرادی که نه با مکتب الهیون آشنا هستند و نه با مکتب مادیون، از هرج و مرج و بی‌نظمی‌ای که در سیستم تبلیغات دینی - خصوصاً در جامعه‌ی تشیع - وجود دارد، استفاده کرده و در رد مادیون کتاب می‌نویسند، لاطایلاتی به هم می‌بافند که اسباب تمسخر و استهزا است. بدیهی است که چنین تبلیغاتی به سود مادیگری است، از کتبی که در زمان خود ما در این زمینه نوشته شده است، فراوان می‌توان مثال آورد».^{۱۲}

شهید مرتضی مطهری (ره) ریشه‌ی این نابه‌سامانی را در کوچک و خوار شمردن جایگاه تبلیغ در جامعه می‌داند: «در منطق قرآن کریم، کار تبلیغ، کار هدایت و ارشاد مردم، کار بسیار بسیار دشواری تلقی شده است. این کاری که در جامعه‌ی ما این قدر کوچک و سبک شمرده می‌شود و کار به جایی رسیده است که دیگر اهل علم و فضل - هر کس که سواد و معلومات داشته باشد - ننگش می‌آید برود منبر، می‌گویند فلانی مرد عالمی است، در شأنش نیست که برود منبر و تبلیغ کند، تقصیر کیست؟ تقصیر جامعه است، جامعه این قدر مقام تبلیغ را تنزل داده و پایین آورده که هر عالمی ننگش می‌آید، توهین برای خودش می‌داند که شأن تبلیغ را عهده بگیرد».^{۱۳}

استاد شهید مطهری (ره) تحلیل خویش را در بیان پاره‌ای از ریشه‌های ضعف‌های وعظ و تبلیغ با این عبارات ابراز می‌دارد: «دستگاه وعظ و تبلیغ ما به نوعی دیگر گرفتار عوام‌زدگی است. این دیگر به وجوهات و سهم امام مربوط نیست، مربوط به این است که این کار رسماً به صورت یک شغل و کار و کسب درآمد و عنوان اجرت و مزدگیری پیدا کرده است، یعنی همان موضوعی که همه‌ی انبیا به نقل قرآن کریم و در موارد متعدده از آن امتناع می‌کردند، در میان ما جاری و معمول است. بدیهی است، به حکم قانون مسلم عرضه و تقاضا، هر چیزی که جزو مسایل اقتصادی قرار گرفت و از قبیل عرضه داشتن کالا برای فروش شد، تابع میل و خواسته‌ی مصرف‌کننده است نه تابع مصلحت و ی».^{۱۴}

و نیز: «هیچ می‌دانید چرا مردم با پیغمبران زمان خودشان مخالف بوده‌اند؟ چرا هر پیغمبری که پیدا می‌شود، زیاد مخالف پیدا می‌کند؟ چرا پیغمبرها در زمان خودشان از ما کم‌تر مرید داشته‌اند؟ این قضیه رمزی دارد. رمزش این است که آنها با نقاط ضعف مردم مبارزه می‌کردند و ما از نقاط ضعف مردم بهره‌برداری می‌کنیم. آنها می‌خواستند آن معایب و آن نقاط ضعف را اصلاح کنند و از بین ببرند و ما معمولاً، می‌خواهیم از همان معایب و نقاط ضعف بهره‌برداری کنیم. برای اینکه بانی مجلس را راضی کنیم، برای اینکه مستمعین را راضی کنیم، مطابق میلشان حرف می‌زنیم نه مطابق مصلحتشان. ما می‌فهمیم فلان قصه دروغ است و به علاوه، سبب گمراهی، ضلالت و غرور بی‌جای مردم می‌شود ولی چون فکر می‌کنیم اگر بگوییم نظر مستمعین را جلب می‌کنیم، می‌گوییم».^{۱۵}

ایشان، همچنین، در مقاله‌ی خطابه و منبر، ضمن اشاره به اینکه

اینکه این تعبیر در قرآن هم آمده است.^{۱۷}

استاد شهید پس از بحث مستوفایی درباره‌ی واژه‌ی تبلیغ، چنین نتیجه می‌گیرد که: «ایصال در مورد رساندن امور جسمانی و مادی به کار می‌رود، ولی ابلاغ در مورد رساندن یک فکر و یا یک پیام است؛ یعنی در مورد رساندن چیزی به فکر و روح و ضمیر و قلب کسی به کار می‌رود. و لهذا، محتوای ابلاغ نمی‌تواند یک امر عادی و جسمانی باشد، حتماً یک امر معنوی و روحی است، یک فکر و یک احساس است و به عبارت دیگر، معمولاً ابلاغ را در مورد پیام‌ها، سلام‌ها و امثال اینها به کار می‌برند، می‌گویند: ابلاغ پیام کرد، ابلاغ سلام کرد. وقتی که ابلاغ پیام می‌کند، یعنی فکری را، پیغامی را به دیگران می‌رساند. ابلاغ سلام می‌کند، ابلاغ احساسات می‌کند، ابلاغ عشق می‌کند. در مورد چنین چیزهایی کلمه‌ی تبلیغ و ابلاغ به کار برده می‌شود و قرآن کریم این کلمه را در مورد رسالات - که عبارت است از پیام‌ها - به کار برده است. پس، تبلیغ یعنی رساندن یک پیام از کسی به کس دیگر».^{۱۸}

همین مطلب را در جای دیگری چنین جمع‌بندی کرده است: «مسأله‌ی تبلیغ به همان معنای صحیح و واقعی، رساندن و شناساندن یک پیام به مردم است؛ آگاه ساختن مردم به یک پیام و معتقد کردن و متمایل نمودن و جلب نظرهای مردم به یک پیام است».^{۱۹} روشن است که بر این اساس، تبلیغ پیام دینی، وظیفه‌ی پیامبران خواهد بود،^{۲۰} و آموزش دعوت به حق و نحوه‌ی تبلیغ و رساندن پیام حق به مردم نیز از جمله آموزش‌های پیغمبر اکرم (ص) می‌باشد.^{۲۱}

این امر، تبلیغ را در دیدگاه استاد شهید به چنان مرحله‌ی والایی سوق داد که درباره‌اش چنین بگوید: «اگر بگویم مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکشَب از مرجعیت کم‌تر نیست، تعجب نکنید».^{۲۲}

در پیشینه‌ی تاریخی این امت، تبلیغ توانسته بود این جایگاه والا را حفظ کند؛ استاد در این مورد می‌فرماید: «در گذشته، در میان علمای اسلام، مقام خطیب و مبلغ و واعظ و مقام کسی که اسلام را معرفی می‌کرد، همپای مقام مرجعیت تقلید بود».^{۲۳}

متأسفانه، امروزه تبلیغ از چنین منزلتی برخوردار نیست: «خدا نکند که این مقام در ذهن‌ها سقوط بکند، آن چنان که مقام تبلیغ و مبلغ سقوط کرده است. در دوران گذشته‌ی اسلام، مطلب این طور نبوده است. شما اگر به کتب رجال مراجعه بکنید، می‌بینید عده‌ی زیادی از علما به نام واعظ یا خطیب معروفند: خطیب رازی، خطیب تبریزی، خطیب بغدادی، خطیب دمشقی؛ اینان کسانی هستند که کلمه‌ی خطیب جزو نامشان نیست. اینها چگونه اشخاصی بودند؟ آیا در حد یک روضه‌خوانی بودند که ما اکنون در جامعه‌ی خودمان می‌شناسیم؟ هر کدام از کسانی که به نام خطیب معروف هستند، دریایی از علم بوده‌اند».^{۲۴}

با در نظر گرفتن این مطلب که رسمی‌ترین و پر رونق‌ترین گونه‌ی تبلیغ در حوزه‌ی تمدن اسلامی، خطابه و موعظه بوده است، استاد مطهری (ره) ضمن بررسی تفاوت‌های خطابه و موعظه و نیز حکمت در کتاب سیری در نهج البلاغه^{۲۵}، اهمیت خطابه را - به عنوان یکی از ابزارهای اصلی تبلیغ - در کتاب دیگری و با دیدگاه ویژه‌ای چنین مورد

دریافت پول برای تبلیغ، مغایر با اخلاص مبعلان دینی است، به آفتی دیگر در دستگاه تبلیغی اشاره می‌کند و به آن، نام دلالتی شخصیت‌ها می‌دهد: «...اینکه کسی که روی کرسی خطابه، روی کرسی حسین بن علی (ع) قرار می‌گیرد، به جای اینکه هادی دین و مبلغ دین باشد، دلال شخصیت‌ها بوده باشد و منبر را وسیله‌ی دلالتی برای شخصیت‌ها قرار دهد، متأسفانه یک همچون چیزی در جامعه‌ی ما هست و همچون استفاده‌هایی از منبرها می‌شود. دلالتی شخصیت‌ها که گفتم، فرق نمی‌کند آن شخصیت‌ها چه شخصیت‌هایی باشند، شخصیت‌های سیاسی باشند یا روحانی یا شخصیت‌دیگر. دلال صاحب مجلس و بانی مجلس باشد یا دلال پیشنماز باشد یا دلال بالاتر از پیشنماز باشد، تمام اینها برخلاف شؤون و حیثیات منبر است. البته، هر کسی که کاری می‌کند، می‌تواند یک توجیه و تأویلی هم برای کار خودش بتراشد، اما بدانید یکی از چیزهایی که کرسی خطابه‌ی ما را ضعیف، کم‌ارزش و خراب کرده است، همین دلالتی‌ها است، همین است که کرسی دلالتی شخصیت‌ها شده؛ باید منبر از این آلودگی پاک شود».^{۲۶}

تعریف و اهمیت تبلیغ از دیدگاه شهید مطهری (ره)

«کلمه‌ی تبلیغ در زمان ما، در اصطلاح متجددین، سرنوشت بدی پیدا کرده است. تا بگوییم تبلیغ، در ذهنشان می‌آید که یک چیزی حقیقت ندارد و با زور تبلیغ و دروغ‌پردازی می‌خواهیم آن را به خورد مردم بدهیم. اما، چون امروز در بین متجددین این گونه رواج پیدا کرده است، دلیل نمی‌شود که ما دست از این تعبیر برداریم؛ با ملاحظه‌ی

نمایه

بررسی قرار می دهد: «پیوند خطابه با اسلام از چند نظر است: اولاً از این نظر که خطابه یک فن است، یعنی یک هنر است و هنر مطلقاً می تواند به کمک یک فکر و عقیده و یا به جنگ یک فکر و عقیده بیاید. یعنی یک فکر، یک فلسفه، یک دین و یک آیین را می شود به وسیله ی هنر یا صنعت تقویت کرد و همچنین می شود به وسیله ی هنر یا صنعت تضعیف کرد... خطابه از آن جهت که یک هنر و یک فن است و هنر و فن معمولاً می تواند اثر اجتماعی داشته باشد و عامل اجتماعی به شمار رود، یک فکر و یک عقیده را تقویت یا تضعیف کند، از بزرگ ترین عوامل اجتماعی به شمار می رود. هیچ هنری به اندازه ی هنر خطابه نمی تواند اثر اجتماعی داشته باشد، اگر از این نظر به خطابه نگاه کنیم، رابطه ی هنر خطابه با اسلام مثل بسیاری از هنرها و صناعات دیگر است.»^{۳۶}

در دیدگاه علامه شهید مرتضی مطهری، خطیبان و مبلغان، سخنگویان دین به شمار می روند.^{۳۷} بی شک، وقتی از این زاویه به تبلیغ نگریسته شد، فتوای انقلابی زیر نیز توجیهی معقول و منطقی می یابد: «آیا با حکومت هایی که مانع نشر دعوت در میان ملت ها هستند، جایز است جنگیدن تا حدی که اینها سقوط بکنند و مانع نشر دعوت از میان بروند یا نه؟ بله این هم جایز است، این هم باز جنبه ی دفاع دارد. این هم جزو آن جهادهایی است که ماهیت آن جهادها در واقع دفاع است.»^{۳۸}

و در جای دیگری در همین کتاب چنین می گوید: «شما دولتی را در نظر بگیرید که مانع است از اینکه مسلمین صدای اسلام را به توده ی مردم برسانند. می گوید تو حق نداری که حرفت را بزنی، من نمی گذارم. در اینجا، جنگ با توده ی مردم که گناهی ندارند، توده ی مردم بی خبرند، ولی آیا با آن رژیم فاسدی که یک اعتقاد پوسیده ای را تکیه گاه خود قرار داده و از آن مانند زنجیری برگردن مردم استفاده می کند و مانع نشر دعوت اسلام در میان آن مردم است، جایز است جنگیدن، که این مانع از سر راه ملت برداشته بشود یا نه؟ و در واقع، با این محیط، اختناق جایز است، برای اینکه خود این، یک نوع قیام در برابر ظلم است. گو اینکه خود این مظلوم بسا هست که توجه ندارد به این ظلم؛ او تقاضا نکرده است، ولی لزومی ندارد تقاضا شده باشد.»^{۳۹}

لزوم بازسازی نظام تبلیغ دینی

علامه شهید مرتضی مطهری (ره) بار اصلی تبلیغ را بر دوش حوزه های علمیه و محیط های روحانی می داند: «حوزه های علمیه و محیط های روحانی ما مسؤول پاسداری جامعه ی اسلامی، دفاع از اصول و فروع دین مقدس اسلام از دیدگاه مذهب شیعه و تعلیم و تبلیغ آنها و عهده دار پاسخ گویی به نیازهای مذهبی مردم مسلمانند.»^{۴۰}

لزوم بازنگری در نظام تبلیغاتی اسلامی، در سایه ی شرایط کاملاً جدید و پیچیده ای که برای جهان اسلام پیش آمده است، معنا می یابد. «اگر وضع امروز خود را با هشتاد سال پیش - پیش از مشروطیت ایران - مقایسه کنیم، می بینیم روحانیت آن روز مواجه بوده با جامعه ای بسته و راکد، با جامعه ای که هیچ گونه واردات فکری نداشته، جز آنچه از حوزه علمی دینی صادر می شده است. فرضاً، از آن حوزه ها جز رساله ای علمی یا کتاب هایی در حدود جلاء العیون و حلیة المتقین و معراج

السعادة صادر نمی شده است، آن جامعه نیز مصرف فکری ای جز اینها نداشته است.

ولی امروز این توازن، به شدت، به هم خورده است. امروز، به طور مستمر از دبستان ها، دبیرستان ها، دانشگاه ها، مؤسسات آشکار و پنهان نشر کتاب، وسایل ارتباط جمعی از قبیل رادیو، تلویزیون، سینماها، روزنامه ها، مجلات هفتگی، و ماهانه و سالانه، کنفرانس ها، سخنرانی ها، و از طریق برخورد مردمی که از سرزمین های دیگر به کشور ما آمده اند و از طریق دولت ها به کشورهای خارج، هزاران نوع اندیشه به این جامعه صادر می شود، که اگر اندیشه هایی که از حوزه های علمی دینی و یا به وسیله ی شخصیت های میرز مذهبی در خارج این حوزه ها صادر می شود - با اینکه نسبت به گذشته در سطح بالاتری قرار گرفته است - با آنچه از جاهای دیگر صادر می شود، مقایسه شود، رقم ناچیزی را تشکیل می دهد و می توان گفت نزدیک به صفر است.»^{۴۱}

روشن است در برابر چنین دنیا و چنین شرایطی باید به گونه ای جدی تر و اصولی با مسأله ی تبلیغ روبه روشد.

«اسلام در مقابل جهان امروز خیلی احتیاج به تبلیغات صحیح دارد، به شکلی که فرزندان ما، بزرگ ترهای ما، اسلام را آن طوری که در یک کلاس یاد می گیرند، یاد بگیرند. اسلام احتیاج به تحقیقات دارد. امروزه، خیلی مسائل داریم که باید پرده از اینها برداشته شود.»^{۴۲}

در این مسیر باید به خوش متکی بود و با تکیه بر توازن ژرف و بزرگ در دل این امت و منابع غنی و استخراج نشده ی فرهنگی آن، این مهم را به انجام رساند.

«اگر مردمی راستین، علاقه مند باشند که خود را بشناسند و تاریخ

دین نداریم، نه در این منبرها و در این خطابه‌ها می‌گوییم و نه در این کتاب‌ها و روزنامه‌ها و مقاله‌ها می‌نویسیم و نه فکر می‌کنیم، ما قبل از اینکه بخواهیم درباره‌ی دیگران فکر کنیم که آنها مسلمان شوند، باید درباره‌ی خود فکر کنیم؛ چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است.^{۳۵}

آگاهی از تحولات و پیشرفت‌های علمی جهان

از آنجا که در دیدگاه شهید مطهری (ره) سنگینی اصلی بار تبلیغ و تعلیم بر دوش روحانیان و حوزه‌های علمیه است، این حوزه‌ها باید، بیش‌تر و ژرف‌تر از دیگران، خود را در جریان موج‌های تازه‌ی اندیشه‌های غیر قرار دهند تا بتوانند از عهده‌ی انجام وظیفه‌ی تبلیغی خود برآیند.

«حوزه‌های علمیه‌ی ما اگر از محدودیت‌های مصنوعی که خود برای خود به وجود آورده‌اند، خارج گردند و با استفاده از پیشرفت علوم انسانی جدید به احیای فرهنگ کهن خود و آراستن و پیراستن آن پردازند و آن را تکمیل نمایند و به پیش سوق دهند - که آمادگی تکامل و پیشروی دارد - می‌توانند از این انزوای حقارت‌آمیز علمی خارج شوند و کالاهای فرهنگی خود را در زمینه‌های مختلف معنوی، فلسفی، اخلاقی، حقوقی، روانی، اجتماعی و تاریخی، با کمال افتخار و سربلندی، به جهان دانش عرضه نمایند».^{۳۶}

معرفی چهره واقعی اسلام

«به هر حال، یک گام مبارزه با مادیگری، عرضه کردن یک مکتب الهی است که بتواند پاسخ‌گوی نیازهای فکری اندیشمندان بشر باشد. در مرحله‌ی دوم، باید پیوند مسایل الهی با مسایل اجتماعی و سیاسی مشخص شود. مقام مکتب الهی از نظر پشتوانه بودن حقوق سیاسی و اجتماعی روشن گردد. دیگر قبول خدا ملازم با قبول حق زورگویی و استبداد حکمران تلقی نگردد. خوشبختانه، از این نظر نیز تعلیمات اسلامی غنی و رسا است، هرچند کم‌تر عرضه شده است. وظیفه‌ی دانشمندان روشنفکر اسلامی است که مکتب حقوقی اسلام را از وجهه‌های سیاسی و اقتصادی و بالاخص از وجهه‌ی اقتصادی معرفی کنند.

در مراحل دیگر، باید از هرج و مرج تبلیغی و اظهارنظرهای نامتخصص مبارزه شود. دیگر برای خطوط روی طالبی و برای بال نداشتن شتر از آن فلسفه‌ها بافته نشود، به مسأله‌ی محیط مساعد اخلاقی و اجتماعی که هماهنگ با مفاهیم متعالی معنوی باشد باید کمال اهمیت داده شود».^{۳۷}

دگرگونی ابزارها و شیوه‌های تبلیغی، همپای زمان

یکی از مهم‌ترین ارکان تبلیغ، روش تبلیغ می‌باشد. علامه شهید مرتضی مطهری (ره) در این مورد می‌گوید: «رساندن یک پیام، اسلوب و روش صحیح می‌خواهد و تنها با روش صحیح است که این تبلیغ موفقیت‌آمیز خواهد بود».^{۳۸}

از این رو، استاد شهید بر نسبی بودن وسیله‌ها و روش‌های تبلیغ و لزوم

یا ادبیات یا مذهب یا فلسفه خود را به جهانیان معرفی کنند، تنها راهش این است که این کار به وسیله‌ی خودشان انجام بگیرد».^{۳۹}

رهنمودهای استاد مطهری برای بهبود دستگاه تبلیغی

بهبود دستگاه تبلیغی اسلامی و شیعی ما، از یک سو، مرهون پالایشی اساسی در نظام موجود است تا آفاتی که جلوی رشد را گرفته، کنار زده شود و از سویی دیگر، نیازمند همپایی ابزارها و شیوه‌های تبلیغی با نیازها و ویژگی‌های جهان حاضر می‌باشد.

«دشواری و سنگینی این مسؤولیت‌ها [تعلیم و تبلیغ اصول و فروع دین و پاسخ‌گویی به نیازهای مذهبی مردم] در همه‌ی زمان‌ها یکسان نیست، بستگی دارد به درجه‌ی تمدن و سطح فرهنگ جامعه و میزان آگاهی مردم به مسایل مختلف از یک طرف و درجه‌ی فعالیت نیروهای مخالف از طرف دیگر».^{۴۰}

مجموعه رهنمودهای شهید مطهری (ره) در این زمینه را می‌توان در عناوین زیر گردآورد:

اصلاح فکر دینی

«فکر دینی ما باید اصلاح بشود، تفکر ما درباره‌ی دین غلط است؛ غلط، به جرأت می‌گوییم از چهار تا مسأله‌ی فروع، آن هم در عبادات، چندتایی هم از معاملات، از اینها که بگذریم دیگر فکر درستی ما درباره

که یکباره وضع موجود عوض گردد و ترتیب دیگری داده شود، بلکه طرفدار این نظر هستم که خود سازمان روحانیت، گروهی خطیب و واعظ با برنامه‌ی صحیح تربیت کند و زندگی آنها را اداره کند و آنها مزد و اجری از رسالت خود نخواهند، این عده خواهند توانست آزاد بیندیشند و وابستگی نداشته باشند. وجود این عده کافی است که دیگران هم از آنها پیروی کنند...»^{۴۱}

ویژگی‌های مبلغ و شرایط موفقیت او

طبیعت دعوت به حق و مسأله‌ی تبلیغ، به گونه‌ای است که راه باطل و پوچ را نمی‌پذیرد. «در راه تبلیغ و رساندن پیام اسلام یک ذره نباید انسان تخلف کند، زیرا خداوند تضمین کرده است که پیامبران خود را در راه تبلیغ یاری کند».^{۴۲}

شهید مطهری (ره) دیدگاه‌های خود را در مورد شرایط تبلیغ، شرایط موفقیت مبلغ و ویژگی‌های او به طور پراکنده در سه کتاب مطرح کرده است. مجموعه‌ی این عوامل را می‌توان به شرح ذیل برشمرد:

۱. شرح صدر: «اولین شرطی که در امر دعوت و پیام‌رسانی از قرآن می‌آموزیم، مسأله‌ی شرح صدر و ظرفیت وسع است».^{۴۳}

۲. روشن و آشکار بودن تبلیغ: «آن دعوت‌کننده‌ای در دعوت خودش به نتیجه می‌رسد که بلاغش مبین باشد و بیانش در عین اینکه در اوج حقایق است، ساده و روشن باشد».^{۴۴}

۳. از سوز دل سخن گفتن: «آن کسی می‌تواند داعی الی الله باشد که سخنش نصح باشد، یعنی هیچ انگیزه‌ای جز خیر و مصلحت مردم نداشته باشد و سخنش از سوز دل برخیزد».^{۴۵}

۴. پرهیز از تکلف: «دیگر از صفات انبیاء، پرهیز از تکلف است... تکلف یعنی به خود بستن و خود را به مشقت انداختن».^{۴۶} تکلف در موارد مختلفی به کار برده می‌شود و در واقع، به معنی به خود بستن است که انسان چیزی را به زور به خود ببندد. این در مورد سخن هم به کار می‌رود. به افرادی که در سخن خودشان به جای اینکه فصیح و مبلغ باشند، الفاظ قلمبه و سلمبه به کار می‌برند، می‌گویند متکلف».^{۴۷}

۵. بشارت و انداز: «یکی دیگر از صفات رسولان و پیامبران، مقام تبشیر است... اگر مبلغ تنها تکیه‌اش روی تبشیرها و یا تنها تکیه‌اش روی اندازها باشد، اشتباه است، بلکه هر دو لازم است و جنبه‌ی تبشیر هم بایستی بیش‌تر از جنبه‌ی انداز باشد».^{۴۸}

۶. پرهیز از تنفیر: «... یک مبلغ اسلامی... سخنانی که می‌گوید نباید در مردم تنفر و فرار ایجاد کند. خشونت‌ها و ملامت‌های زیاد از این قبیل است».^{۴۹}

۷. خشیت و خداترسی: «یکی دیگر از شرایط مسایل دعوت، مسأله‌ی خشیت و خداترسی است».^{۵۰}

۸. تواضع و فروتنی: «کسی که می‌خواهد پیامی را، آن هم پیام خدا را به مردم برساند باید در مقابل مردم در نهایت درجه‌ی فروتنی باشد، یعنی پرمردعایی نکند، اظهار انانیت و منیت نکند».^{۵۱}

۹. رفق و نرمش: «مسأله‌ی دیگری در رابطه با تبلیغ مطرح است و آن، مسأله‌ی رفق و لین و نرمش، یعنی پرهیز از خشونت است، کسی

تحول آنها همپای زمان سخت تأکید می‌ورزد؛ ممکن است چیزی در جایی، وسیله هدایت است و بسا همان چیز در جای دیگر وسیله‌ی گمراهی و ضلالت باشد».^{۵۲} وسایل هدایت هر زمانی مخصوص خود آن زمان است.^{۵۳}

«در هدایت و رهبری نسل قدیم - که سطح فکرش پایین‌تر بود - ما احتیاج داشتیم به یک طرز خاص بیان و تبلیغ و یک جور کتاب‌ها، اما امروز آن طرز بیان و آن طرز کتاب‌ها به درد نمی‌خورد. باید و لازم است اصلاح عمیقی در این قسمت‌ها به عمل آید، باید با منطق روز و زبان روز و افکار روز آشنا شد و از همان راه به هدایت و رهبری مردم پرداخت».^{۵۴}

در کتاب گرانقدر حماسه حسینی، علامه شهید مرتضی مطهری (ره)، به نمونه‌هایی از نفوذ قرآن در دل‌ها اشاره می‌کند و نقش مؤثر صوت و آهنگ زیبای قرانت را به عنوان یکی از ابزارهای تبلیغی، در این نفوذ، مورد تأکید قرار می‌دهد و از خلال آن، «استفاده کردن از وسایل مشروع برای رساندن پیام الهی»^{۵۵} را برداشت می‌کند.

ایشان ضمن ابراز این نکته که «پیغمبر در دستگاه خودش چندین شاعر داشت»^{۵۶} و توضیح آن، نتیجه می‌گیرد که: «ما چرا نباید از سرود استفاده بکنیم، اینها همه وسیله است. امروز از وسایل نمی‌شود غافل بود. در عصر جدید وسایلی پیدا شده که در قدیم نبوده. ما نباید فقط به وسایل قدیم اکتفا کنیم، ما فقط باید ببینیم چه وسیله‌ای مشروع است و چه وسیله‌ای نامشروع. خود اباعبدالله (ع) در همان گرما گرم کارها از هر وسیله‌ای که ممکن بود برای ابلاغ پیام خودش و برای رساندن پیام اسلام استفاده می‌کرد».^{۵۷}

حفظ مرثیه‌ها و عزاداری‌های اباعبدالله (ع) و بازسازی آنها

«این خطابه و منبر که الان در میان ما شایع است، مولود حادثه‌ی عاشورا و توصیه‌ی اظهار به اقامه‌ی عزای سیدالشهدا است، از برکات عزاداری سیدالشهدا است».^{۵۸}

«باید کسانی که مرثیه خوانی می‌کنند، توجه داشته باشند به فلسفه‌ی قیام سیدالشهدا و فلسفه‌ی دستوراتی که انصاری اظهار (علیه السلام) درباره‌ی عزاداری داده‌اند؛ بی‌جهت دستوری نداده‌اند. باید فلسفه‌ی قیام سیدالشهدا و هم فلسفه‌ی عزاداری آن حضرت را به مردم بگویند و مردم را آگاه کنند. باید مکرر این مطالب را بگویند، نه یک بار و دوبار و ده بار و صد بار، همیشه باید به گوش مردم خوانده شود، باید گویندگان بصیری باشند تا بتوانند حقایق نهضت حسینی را بگویند».^{۵۹}

به هر حال، نباید انکار کرد آنچه در حال حاضر به نام روضه‌های اباعبدالله (ع) وجود دارد، نیازمند پیراستن است.

«روضه‌ها و ذکر مصیبت‌ها باید محفوظ بمانند، اما لازم است اصلاح شوند و تحریفات و جعل‌ها و دروغ‌ها از آنها حذف و پیراسته گردد».^{۶۰}

دریافت نکردن مزد برای تبلیغ

«من منکر وجود خطبای صالح و مصلحت‌اندیش و خدمات گرانمایی که انجام داده و می‌دهند، نیستم و هم طرفدار این نظر نیستم

۲۱. همان، ص ۹۹
۲۲. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، ص ۳۰۰
۲۳. همان، ص ۲۹۷
۲۴. همان، صص ۲۹۶ - ۲۹۷
۲۵. سیری در نهج البلاغه، صص ۱۹۳ - ۱۹۵
۲۶. ده گفتار خطابه و منبر، ص ۱۹۳
۲۷. همان، ص ۲۳۸
۲۸. جهاد، ص ۵۲
۲۹. همان، ص ۳۰
۳۰. اسلام و نیازهای جهان امروز، ص ۴۳
۳۱. همان، ص ۴۴
۳۲. اصول فلسفه و روش رئالیسم، مقدمه، ص ۹
۳۳. اسلام و نیازهای جهان امروز، ص ۴۳
۳۴. ده گفتار، احیای فکر دینی، ص ۱۲۵
۳۵. اسلام و نیازهای جهان امروز، ص ۴۵
۳۶. علل گرایش به مادیگری، ص ۲۲۵
۳۷. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، صص ۱۹۵ - ۱۹۶
۳۸. ده گفتار، رهبری نسل جوان، ص ۱۶۷
۳۹. همان، ص ۱۶۸
۴۰. همان، ص ۱۸۵
۴۱. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، صص ۱۹۵ - ۱۹۶
۴۲. همان، ج ۱، ص ۱۹۷
۴۳. همان، ج ۱، ص ۱۹۹
۴۴. ده گفتار، خطبه و منبر، ص ۲۲۰
۴۵. همان، ص ۲۲۱
۴۶. پیرامون انقلاب اسلامی، ص ۱۸۶
۴۷. ده گفتار، مشکل اساسی در سازمان روحانیت، ص ۲۷۲
۴۸. همان، ص ۲۷۳
۴۹. سیره‌ی نبوی، ص ۹۵
۵۰. همان، ص ۹۶
۵۱. همان، ص ۱۰۵
۵۲. سیره‌ی نبوی، صص ۱۱۱ - ۱۱۲
۵۳. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، ص ۲۱۲
۵۴. همان، ص ۲۱۳
۵۵. همان، ص ۲۱۳
۵۶. همان، صص ۱۱۶ - ۱۱۷
۵۷. همان، ص ۱۲۳
۵۸. همان، ص ۱۲۵
۵۹. همان، ص ۲۱۶
۶۰. همان، ص ۲۱۹
۶۱. همان، ص ۲۲۱
۶۲. همان، ص ۲۲۳
۶۳. همان، ص ۳۰۲
۶۴. همان، ص ۳۰۳

که می‌خواهد پیامی را، آن هم پیام خدا را به مردم برساند تا در آنها ایمان و علاقه ایجاد بشود، باید لین القول باشد، نرمش سخن داشته باشد».^{۶۰}

۱۰. شهامت و شجاعت: «شهامت و شجاعت را می‌توان یکی از شرایط پیام‌رسان و جزو کیفیت‌های تبلیغ ذکر کرد».^{۶۱}

۱۱. تفاوت نگذاشتن میان مردم: «یکی دیگر از خصوصیات بسیار بارز سبک تبلیغی پیغمبران - که شاید در مورد رسول اکرم (ص) بیش‌تر آمده است - مسأله‌ی تفاوت نگذاشتن میان مردم در تبلیغ اسلام است».^{۶۲}

۱۲. صبر و استقامت: «مسأله‌ی دیگری که در روش تبلیغ مطرح است، صبر و استقامت است».^{۶۳}

۱۳. آشنایی مبلغ با چیستی پیام: «یعنی کسی که می‌خواهد پیام را به جامعه برساند باید خودش با ماهیت این پیام آشنا باشد. باید فهمیده باشد که هدف این مکتب چیست، راه این مکتب به کجا می‌رسد، راهی که این مکتب نشان داده چیست؟».^{۶۴}

۱۴. مهارت در به کار بردن وسایل تبلیغی و شناسایی آنها: «یعنی [مبلغ] بداند چه ابزاری را مورد استفاده قرار بدهد و چه ابزاری را مورد استفاده قرار ندهد... و از نظر ابزارهای طبیعی چه ابزاری را نداشته باشد».

پی‌نوشت‌ها:

۱. پیام امام امت به مناسبت دومین سالگرد شهادت استاد مرتضی مطهری (ره)
۲. پیام امام امت به مناسبت شهادت علامه شهید مرتضی مطهری (ره)
۳. پیام امام امت به مناسبت اولین سالگرد شهادت استاد مطهری (ره)
۴. عدل الهی، ص ۸
۵. سیره‌ی نبوی، ص ۱۰۳
۶. مانند حاشیه‌ی اصول فلسفه و روش رئالیسم، شرح منظومه، مقالات فلسفی
۷. داستان راستان، در دو جلد
۸. انسان و سرنوشت، مقدمه
۹. نقدی بر محفل
۱۰. عدل الهی، ص ۸
۱۱. همان، صص ۸ - ۹
۱۲. علل گرایش به مادیگری، ص ۱۸۷
۱۳. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، ص ۳۱۰ و ص ۳۱۲
۱۴. ده گفتار، مشکل اساسی در سازمان روحانیت، ص ۷۱
۱۵. ده گفتار، خطابه و منبر، ص ۲۳۲
۱۶. همان، ص ۲۳۲
۱۷. سیره‌ی نبوی، ص ۱۱۱
۱۸. حماسه‌ی حسینی، ج ۱، ص ۱۶۵
۱۹. همان، ص ۲۱۰
۲۰. امامت و رهبری، ص ۲۸؛ سیره‌ی نبوی، ص ۱۰۴