

اهمیت و جایگاه تبلیغ و خطابه

حجت الاسلام والمسلمین دکتر ناصر رفیعی
عضو هیئت علمی مجتمع آموزش عالی امام خمینی (ره)

مقدمه

«و من احسن قولاً ممن دعا الى الله و عمل صالحاً و قال انني من المسلمين»^۱
در میان ابزار گسترده و فراگیر تبلیغ در عصر کنونی، رسانه منبر یکی از شیوه‌های کهن و مؤثر در رساندن پیام دینی به مردم است. علی‌رغم فرود و صعودهایی که این عرصه شاهد آن بوده، همچنان اصالت، قداست و جایگاه رفیع خود را حفظ نموده است، توده مردم بیش‌تر معارف دینی خود را از طریق منبر و مجالس و عظ



و خطابه دریافت می‌کنند تا ادیان کتب و استدلالات پیچیده، هنر مبلّغ و سخنران، کار آمد کردن عمیق‌ترین مباحث دینی و آرایه ساده آن به مردم است، منبر بستر مناسب برای طرح عقاید صحیح و زدودن شبهات و خرافات است، منبر فرصت طلایی و بی‌بدیلی است که در پرتو آن آگاهی‌های لازم به مردم آرایه می‌شود تا سره را از ناسره جدا کنند.

نتیجه سخن استوار و محکم به تعبیر قرآن کریم اصلاح همه اعمال و جبران خطاهای گذشته است.
«یا ایها الذین آمنوا اتقوا الله و قولوا قولا سدیداً یصلح لکم اعمالکم و یغفر لکم ذنوبکم»^۲

جایگاه تبلیغ

فلسفه بعثت انبیاء الهی و هدف غایی انزال کتب، ارشاد و هدایت مردم و تعلیم و تربیت آنان بوده است. هدایت یک فرد، احیاء و زنده کردن همگان شمرده شده است.



قرار گیرند؟ گفتند چگونه خدا و رسولش مورد دشنام قرار می‌گیرند؟ فرمود: وقتی شما چیزی را که انکار می‌کنند بازگو می‌کنید، می‌گویند خدا گوینده این گفتار را «لعنت کند» در حالی که خداوند و رسول او آن را گفته است.^۸ رعایت اهمیت و سطح مخاطب بسیار مهم است.

(ج) شیوه‌شناسی: جنبه دیگر آگاهی، شناخت روش‌های تبلیغ است. تنوع شیوه‌ها با شرایط زمانی و مکانی فرایند تبلیغ را موفقیت‌آمیز می‌گرداند. رعایت بلاغت در شیوه‌ها کلام اهمیت زیادی دارد.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «سه چیز است که بلاغت کلام در آن قرار دارد: ۱. سخن به هدف نزدیک باشد ۲. کلام از زواید دور باشد ۳. با عبارت اندک، معانی فراوان رسانده شود.»^۹

خطابه بایستی مخاطب را جذب نموده و در او نفوذ کند، تکراری بودن، استفاده از الفاظ کهنه، داستان‌های تکراری مباحث حاشیه‌ای در مخاطب خمودی و سستی می‌آورد. اگر منبر صرفاً پردازش باشد، حاشیه‌پردازی باشد، بی‌محتوا می‌شود، اگر پر از مقولات و آیات و روایات بدون دسته‌بندی و نتیجه‌گیری باشد، بی‌خاصیت می‌شود. منابر بی‌هدف و نامنظم، مستمع را زده می‌کند. امروز مردم به دنبال مطالب نو، کاربردی، منظم، کوتاه، عمیق، استدلالی و مفیدند.

(د) زمان‌شناسی: آگاهی مبلغ از زمان و شرایط آن یک ضرورت است، مبلغی که بدون توجه به شرایط زمان، حوادث، مناسبت‌ها و جریانات جهان اسلام سخن می‌گوید و صرفاً به مباحث کلی بدون تطبیق آن با شرایط پیرامون خود می‌پردازد، راهی یک طرفه

در نقل آیات و روایات تکیه بر حافظه دیرینه و بایگانی نشود. حتماً قبل از منبر به متن آیه و روایت مراجعه شود.

او حل نشده نه تنها تاثیر گذار نیست، بلکه گاهی بر سرگردانی مخاطب می‌افزاید. امام علی علیه السلام می‌فرماید:

«از سخن گفتن درباره چیزی که راه آن را نمی‌دانی و حقیقت آن را نمی‌شناسی پرهیز کن، زیرا گفتار تو نشانه عقل تو است و عباراتی که به زبان می‌آوری از معرفت و آگاهی تو خبر می‌دهد.»^{۱۰}

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «لا تقل ما لا تعلم فتتهم باخبارک بما تعلم»^{۱۱}

مبلغ بایستی قبل از منبر به تمام آیات و روایات، اشعار و قصص مراجعه کند و با تکیه بر حافظه قبلی منبر نرود. در نقل آیات و روایات به افراد و مقالات و آثار دست دوم و سوم اعتنا نکند. یک بار هم منبر را برای خود در فضایی تنها و آرام بیان کند و به انگیزه حرف زدن و رضایت مخاطب هر برداشتی را بر آیات و روایات تحمیل نکند.

(ب) مخاطب‌شناسی: آگاهی از ظرفیت، سطح فهم و فرهنگ مخاطب از عناصر بسیار مهم در فرایند تبلیغ است. اگر هر سخن در جای خود و هر نکته‌ای در مقام خود قرار بگیرد، تأثیر آن دو چندان خواهد شد. توان، استعداد حال و فرهنگ مخاطبین یکسان نیست. انبیا مأمور بودند به اندازه فهم و درک مردم با آنان سخن گویند.^{۱۲} مبلغ نیز که کار او در راستای هدف انبیا است، بایستی قبل از منبر مخاطبین و شرایط زمانی و مکانی را مورد ارزیابی قرار دهد.

امام صادق علیه السلام می‌فرماید:

برای مردم آن‌چه را می‌پذیرند بازگو کنید و آن‌چه را انکار کنند، واگذارید. آیا مایلید خدا و رسولش مورد دشنام

رسول خدا صلی الله علیه و آله به علی علیه السلام فرمود: «لأن یهدی الله بک رجلاً واحداً خیر لک مما طلعت علیه الشمس؛ هر گاه خدا به دست تو یک نفر را هدایت کند از تمام آن‌چه آفتاب بر آن می‌تابد برای تو بهتر است.»^{۱۳} امام کاظم علیه السلام می‌فرماید:

«فقیه واحد ینقذ یتیمًا من ایتامنا المتقطعین عنا و عن مشاهدتنا بتعلیم ما هو محتاج الیه اشد علی ابلیس من الف عابد؛ عالم دین‌شناس که یکی از ایتام ما را که از ما دور، و از دیدار ما محروماند، به وسیله آموزش آن‌چه مورد نیاز اوست، نجات دهد از هزار عابد برای ابلیس درد آورتر است.»^{۱۴}

ویژگی‌های مبلغ

ستون فقرات و بنیان رسانه منبر را مبلغ تشکیل می‌دهد. اوست که به مخاطب حیات بخشیده و تحرک و نشاط ایجاد می‌کند. در یک رسانه آموزشی عناصر مختلف از استاد، آیین‌نامه، برنامه‌ریزی و ارزیاب وجود دارد. اما در رسانه منبر همه این عناوین در شخص واحدی که همان سخنران است جمع می‌شود. هر چه مبلغ خود را بیش‌تر به زبور کمالات بیاریاد، جنبه الگویی فزون‌تری خواهد یافت.

تأثیر سخن مبلغ در گرو شرایطی است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

۱. آگاهی: بدون تردید خطیبی که می‌خواهد بر کرسی وعظ و خطابه بنشیند، بایستی آگاهانه، حساب شده و با بصیرت و آشنایی کامل اقدام به انجام این وظیفه نماید و این آگاهی عبارت‌اند از:

الف) موضوع‌شناسی: قبل از هر چیز بایستی مبلغ نسبت به زوایای بحث اطلاع کافی داشته باشد و مطالب برای خودش هضم شده باشد. طرح مباحثی که نخستین بار و ساعتی قبل از منبر ملاحظه شده و هنوز شبهات برای

و مسیری یک سویه را پیموده است. علی^{علیه السلام} می‌فرماید: «در شناخت انسان همین بس که عالم و آگاه به زمان خود باشد»^{۱۰}. مبلغ نمی‌تواند نسبت به جریانات فکری، شبهات و هجوم‌هایی که به مبانی اعتقادات دینی می‌شود بی‌تفاوت باشد.

۲. ایمان و باور دینی: از

مهم‌ترین شرایط مبلغ، ایمان قوی به مبانی دینی و مبدأ و معاد است. ایمان مبلغ در کنار آگاهی موجب می‌شود تا در راه ارشاد انسان‌ها و ابلاغ رسالت الهی از هیچ کوششی فروگذار نکرده و از هیچ ملامتی نهراسد، اخلاص، پشتکار، دل‌سوزی برای هدف، قاطعیت، بلند همتی، عزت نفس و... از آثار ایمان قوی به مبدأ و معاد است، خدا فراموشی در هر امری به ویژه آن‌جا که سخن از تبلیغ و ارشاد است، انسان را دچار بحران هویت نموده و مانع از تأثیرگذاری کلام می‌گردد.

«ولا تکنوا کالذین نسوا الله فانساهم انفسهم اولئک هم الفاسقون؛ مانند کسانی نباشید که به کلی خدا را فراموش کردند خدا هم نفوس آنان را از یادشان برد، اینان حقیقتاً فاسق هستند»^{۱۱}

قرآن کریم، ایمان در حد یقین را یکی از شرایط پیشوایان هدایت جامعه دانسته و می‌فرماید:

«و جعلنا منهم ائمةً یهدون بامرنا لما صبروا و کانوا باياتنا یوقنون؛ و از میان آن‌ها امامانی قرار دادیم، آن‌گاه که استقامت ورزیدند و به آیات ما یقین داشتند»^{۱۲}

۳. اخلاص: اخلاص در عقیده و عمل بر هر

پرستش‌گری لازم است، اما این ویژگی در

خطابه بایستی مخاطب را جذب نموده و در او نفوذ کند، تکراری بودن، استفاده از الفاظ کهنه، داستان‌های تکراری مباحث حاشیه‌ای در مخاطب خمودی و سستی می‌آورد.

مورد مبلغ فریضه‌ای لازم‌تر و ویژگی مهم‌تر است، کسی که انگیزه تبلیغش، رفع نیازهای مادی و ضرورت‌های زندگی است، هرگز قادر به ابلاغ پیام الهی و اقناع مخاطب نخواهد شد. رمز موفقیت تبلیغی انبیا و تحمل بار سنگین دعوت، در اخلاص آنان نهفته است. ابراهیم پیامبر از عمق جان فریاد می‌زند:

«ان صلاتی و نسکی و محیای و مماتی لله رب العالمین؛ براستی که نماز و عبادت و زندگی و مرگ من همه برای خدا، پروردگار جهانیان است»^{۱۳}

اقبال و ادب‌ها، مدح و سرزنش‌ها، مظاهر ظاهری و مادی و عدم آن و بالاخره همه آن‌چه شائبه تصنع، ملاحظه‌کاری و ریا دارد نبایستی در داعی الی‌الله و مبلغ تأثیر بگذارد و اگر تأثیرش اجتناب‌ناپذیر بود، ترتیب اثر ندهد.

۴. **نصح و خیرخواهی:** مبلغ بایستی خیرخواه مردم باشد. هیچ انگیزه‌ای جز خیر و مصلحت مردم نداشته باشد. تبلیغ را ابزار معرفی خود، رسیدن به مقام و قدرت، کوبیدن رقیب و جذب آراء مردم قرار ندهد، انبیاءالله یکی از ویژگی‌های تبلیغ خود را این مهم ذکر کرده و همواره می‌گفتند ما ناصح و خیر خواهیم.

حضرت هود^{علیه السلام} فریاد می‌زند: «انا لکم ناصح امین»^{۱۴} مبلغ خیرخواه مانند طبیبی، بیمار را شناسایی نموده و به مداوا و اصلاح او می‌پردازد.

۵. دل‌سوزی و محبت: اهل تبلیغ

بایستی با مردم مهربان باشند. از سرزنش، تحقیر، ملامت، طرد و کوبیدن آنان بپرهیزند. با شخصیت‌دادن به مخاطب، اقدام به کادر سازی کنند. رابطه میان اهل منبر و مردم بایستی بر اصول مودت و دوستی مبتنی باشد. آن‌گونه که میان پدر و فرزند رابطه مودت است.

مولای متقیان امام علی^{علیه السلام} در معرفی پیامبر اکرم^{صلی الله علیه و آله} می‌فرماید:

«پیامبر بسان طبیبی بود سیار برای مردم، که در جای خود مرهم می‌نهاد و در جای دیگر داغ می‌نمود»^{۱۵}

۶. خوش‌بینی: صفت روحی

دیگر در مبلغ حسن‌ظن و خوش‌بینی است. از هدایت هیچ کس نمی‌توان قطع امید نمود. انسان در هر شرایطی امکان

بازگشت دارد، مبلغ بایستی همگان را قابل هدایت و تربیت دانسته و جنبه‌های مختلف ارشادش را بر همه تشنگان قرار دهد. با سخنان پاکیزه «هدوا الی

الطیب من القول»^{۱۶} محکم و استدلالی «قولوا قولا سدیداً»^{۱۷} نرم و آرام «قولاً له قولا لیناً»^{۱۸} خیرخواهانه و نیکو «قولوا للناس حسناً»^{۱۹} «اذا قلتُم فاعدلوا»^{۲۰} و بالاخره جامع و فراگیر رشته پیوند مخاطب را با خدا وصل نموده و روزنه امید را در آنان بگشاید. هرگز نمی‌توان به ظاهر افراد حکم کرد، هرگز نمی‌توان در مورد هدایت افراد قاطعانه اظهار یاس و ناامیدی نمود. چه بسا شقاوت‌مندی که با نفخه‌ای و جرقه‌ای بیدار شده و راه سعادت و فلاح را در پیش گرفته‌اند.

۷. **مطابقت گفتار و عمل:** ملموس‌ترین ویژگی مبلغ آن است که شخصیت و برخورد او با پیام‌های تبلیغی‌اش هماهنگ باشد. قرآن کریم در آیات متعدد این مهم را مورد توجه قرار داده و تارکین آن را مورد توبیخ و بازخواست قرار می‌دهد.^{۲۱}

امام صادق^{علیه السلام} می‌فرماید: «سخن کز دل برآید بر دل نشیند و اگر تنها لقلقه زبان باشد از گوش‌ها پیش‌تر نمی‌رود»^{۲۲}

۸. عمومیت صدق در گفتار و

کردار: صدق مفهوم عامی دارد که شامل صدق در وفا، گفتار، کردار، عقیده، عمل و... می‌شود.^{۲۳}

یکی از شرایط مبلغ برخورداری از صلق در مفهوم فراگیر آن است. مردم، پیامبر اکرم^{صلی الله علیه و آله} را بیش از هر چیز به عنوان صادق امین می‌شناختند. هنگامی که حاکم روم از ابوسفیان پرسید آیا شما او را دروغگو می‌پندارید؟ ابوسفیان پاسخ داد: هرگز در مورد مردم دروغ نگفته تا در مورد خدا دروغ بگوید.^{۲۴}

مبلغ بایستی آن‌چه را می‌گوید با اطمینان و تحقیق بیان کند، از نقل مسموعات و انتساب جریانات به افراد بدون تحقیق بپرهیزد.

۹. شرح صدر: هر مبلغ در راه تبلیغ با مشکلات،

جبهه‌گیری‌ها، کارشکنی‌ها، اعتراض‌ها، طعنه‌ها، اختلاف سلیقه‌ها و گفتارهای لجوجانه، حسودانه، متحجرانه و... روبرو می‌گردد. انبیا^{صلی الله علیه و آله} نیز همواره با این دشواری‌ها مواجه بودند. گسترده‌ی روح، دربادلی و سعه‌صدر مبلغ را در برابر همه ناملایمات، استهزاءها و بهانه‌جویی‌ها مقاوم گردانیده

یکی از شرایط
مبلغ برخورداری از
صلق در مفهوم فراگیر
آن است.

