[پیام حوزه](http://www.hawzah.net/fa/magazine/numberlist/4210) [پاییز 1378، شماره 23](http://www.hawzah.net/fa/magazine/magart/4210/4229/0)

**آسیب شناسی تبلیغات دینی**

**حسین شفیعی زاده گردکوهی**

|  |
| --- |
| **پیش گفتار**  در فرهنگ لغت به هر پدیده ای که مایه تباهی و فساد چیزی شود،آسیب یا آفت گفته می شود. (1) یکی از پدیده هایی که مانند هر چیزدیگری در معرض آسیب ها (2) قرار می گیرد، تبلیغ دین و فعالیت های جانبی آن است. این آسیب ها در موقعیت و شرایط مختلف، متفاوت می باشند.  با قطع نظر از این موقعیت ها و شرایط، شاهد لطمه ها و خطراتی هستیم که یک تبلیغ موفق را تهدید و در نهایت بازدهی و اثرمطلوب آن را کاهش می دهد.  بر این اساس لازم است در وهله اول به آسیب شناسی تبلیغات دینی پرداخت و سپس با استفاده از رهنمودهای قرآن و اهل بیت(علیهم السلام) و نیز صاحب نظران «زمان آگاه »، به آسیب زدایی ازبوستان پرفیض پرداخت.  این نوشتار کوتاه بر آن است تا، گوشه ای از این آفت ها را برای خوانندگان گرامی به ویژه مبلغان ارجمند یادآور شود.  **خود فراموشی**  خود فراموشی یکی از نقاط آسیب پذیری تبلیغات دینی است; سخن مبلغ در ابلاغ و تبیین معارف دینی، آنگاه در شنوندگان اثر ژرف و پایدار برجای می گذارد که گوینده خود نیز بهره ای از اثرات پیامش برده باشد. در غیر این صورت، نباید توقع توفیق چندانی رادر این مقصود داشت زیرا:  1) بیان از حرارت و احساس لازم، که ناشی از انس قلبی گوینده وتاثر او در حین عمل به آن می باشد، خالی خواهد بود.  2) از آنجایی که گوینده، خود آن مسیر را در عمل نیازموده، به خوبی نخواهد توانست الگویی عملی و راهکاری موفق، برای دیگران ترسیم کند.  3) مهم تر این که معقول و پسندیده نیست که دیگران را به نیکی ونیکو بودن دعوت و خود را فراموش کرد. چنانکه خداوند تبارک وتعالی در قرآن مجید، می فرماید: (اتامرون الناس بالبر وتنسون انفسکم و انتم تتلون الکتاب) (3)  (آیا امر می کنید مردم را به نیکی و خویشتن خویش را فراموش می کنید! و در حالی که کتاب را تلاوت می کنید؟!) بنابراین باید با اجابت آیه کریمه;«فاستبقوا الخیرات » (4) هم به دعوت قرآن و هم به فرمایش قرآن ناطق، حضرت امام صادق(ع):«کونوا دعاه للناس بغیر السنتکم »عمل کرده باشیم (5) .  **سخنان باطل و ناروا**  یکی دیگر از آسیب های تبلیغ دینی، دچار شدن به سخنان باطل وناروا است; که ناشی از مراجعه به منابع مطالعاتی و تحقیقاتی منحرف و یا بر گرفتن مطالب از «افواه الرجال » می باشد.  سخنان و شعارهای زیبا ولی بی محتوا و منحرف فراوان در برخی کتب، نشریات و بیان ها دیده و شنیده می شود که ناشی از تراوشات افکار شیطانی و اذهان گمراه و مسموم اند که آن ها را درترکیب های جذاب و قالب هایی مورد پسند و ظاهر فریب اظهارمی کنند. مبلغ لازم است در باره این نوع مطالب قدرت تشخیص،تفکیک و تحلیل داشته باشد. آیه شریفه ذیل ناظر به بیان این آفت است;  (شیاطین الانس والجن یوحی بعضهم الی بعض زخرف القول غرورا...); (6)  شیطان های انس و جن بعضی بر بعض دیگر وحی می کنند.  مبلغ همچنین باید از ایراد سخنان ناپخته و بدون مطالعه وبررسی در جوانب مختلف آن، پرهیز کند. زیرا ممکن است، دراین صورت پدیده ای را که مهم و بزرگ است برای شنونده کم اهمیت وکوچک جلوه دهد. و به عکس چیزی کوچک و کم اهمیت را بزرگ و مهم جلوه دهد. قرآن مجید این نکته را نیز در این آیه شریفه موردتوجه قرار می دهد که:  (ولاتقف ما لیس لک به علم ان السمع والبصر والفواد کل اولئک کان عنه مسولا); (7)  (و پیروی مکن آنچه را که عالم به آن نیستی،همانا گوش و چشم و دل همگی مورد سؤال قرار خواهند گرفت).  چنانکه در جای دیگر می فرماید:  (وتقولون ما لیس لکم به علم وتحسبونه هنیئا وهو عند الله عظیم) (8)  (و شما چیزی را با زبانهای تان می گویید که به آن علم ندارید وکار را سهل و کوچک می پندارید در صورتی که نزد خداوند بسیاربزرگ است.) کسی که مردم را به سوی خدا می خواند باید بینش خودش به خدا بیشتر و کامل تر از آن ها باشد. چنانکه پیامبر اکرم(ص)این گونه فرموده اند:  «ادعو الی الله علی بصیره انا و من اتبعنی »; (9)  (من و پیروانم، خلق را با بصیرت به سوی خدا فرا می خوانیم).  **استبداد به رای**  یکی دیگر از آسیب های تبلیغات اسلامی خودمحوری است. چه بسیارکسانی که با انگیزه های خیر و پاک راه تلاش دینی را برگزیدند وبه دلیل اجتهاد به رای در کام انحراف غلطیدند.  قرآن کریم می فرماید:  (ولاتقولوا لما تصف السنتکم الکذب هذا حلال و هذا حرام لتفترواعلی الله الکذب ان الذین یفترون علی الله الکذب لایفلحون); (10)  (و شما نباید از پیش خود به دروغ چیزی را حلال و چیزی را حرام کنید و به خدا نسبت دهید تا بر خدا دروغ بندید. آنان که برخدا دروغ بستند هرگز روی رستگاری نخواهند دید.)بسیاری از سختگیری ها، ناشی از جهل به دستورات اسلام است.  **تحلیل های غلط**  همچنان که تحلیل درست و صحیح مسایل و حوادث نقش مهم و سازنده ای در روشنگری و رشد و شکوفایی فکری و فرهنگی افراد جامعه دارد;پیش بینی های غلط و تحلیل های نادرست مسایل نیز موجب سردرگمی خودو دیگران خواهد شد.  تحلیل مسایل و پیش بینی حوادث آینده، اگر با علم و آگاهی نباشداشتباه از آب در می آید. بنابراین تا روشن شدن جوانب یک مساله نباید آن را تکذیب یا تصدیق کرد، خداوند متعال نیز به خاطرهمین کار منکران را سرزنش کرده و می فرماید:  (بل کذبوا بما لم یحیطوا بعلمه ولا یاتیهم تاویله کذلک کذب الذین من قبلهم فانظر کیف کان عاقبه الظالمین) (11)  [آن ها از روی علم و دانش قرآن را انکار نمی کنند] (بلکه آن هاچیزی را تکذیب کردند که از آن آگاهی نداشتند. و هنوز واقعیتش بر آنان روشن نشده بود. پیشینیان آن ها نیز اینگونه تکذیب کردند. پس ببین که عاقبت کار ظالمان چگونه بود.) مبلغ باید به تحلیل مباحث و مسایلی بپردازد که:  1) اصل موضوع و جوانب آن کاملا برایش روشن و آشکار شده باشد2) قدرت و تسلط کامل بر طرح و بیان آن داشته باشد3) مخاطبانش توانایی درک و فهم آن را داشته باشند  **تحریف معارف**  اسلام دین کاملی است که در همه زمینه ها دستورات، معیارها وطرحهای عملی دارد. اما تشخیص صحیح آن ها نیازمند شناخت و تسلطبر مبانی و منابع اصیل دینی است. بر مبلغ لازم است که در نقل وبیان آنچه به عنوان نظم اسلام مطرح می کند تحقیقات دانشمندان برجسته و مجتهدین جامع الشرایط را دیده باشد. تا مبادا قرآن وروایات را با رای و اندیشه خویش تفسیر کند; زیرا در اینصورت ممکن است مطالب غیر دینی در دین داخل و یا متون اصیل اسلامی راتحریف کند.  از پیامبر اکرم(ص) در این باره روایاتی نقل شده از جمله این حدیث شریف که فرمود:  «من فسر القرآن برایه فقد افتری علی الله الکذب »; (12)  (کسی که قرآن را با نظر خویش تفسیر نماید به تحقیق بر خداونددروغ بسته است).  مبلغ باید علاوه بر دقت در محتوای مطالبی که بیان می کند باتحریف ها و نسبت های ناروایی که افراد نادان بنام دین رواج می دهند با روشی شایسته و پسندیده برخورد کند. چنانکه خدای سبحان فرموده:  (وان منهم لفریقا یلوون السنتهم بالکتاب لتحسبوه من الکتاب وما هو من الکتاب ویقولون هو من عند الله وما هو من عندالله ویقولون علی الله الکذب وهم یعلمون); (13)  (در بین ایشان[یهود] کسانی هستند که هنگام تلاوت کتاب خدا زبان خویش را چنان می پیچند که گمان می کنید [آنچه را می خوانند] ازکتاب[خدا] است.  در حالیکه از کتاب خدا نیست[حتی صریحا] می گویند: آن از طرف خداست با اینکه از طرف خدا نمی باشد و به خدا دروغ می بندند. درحالی که آگاهند).  **التقاط**  مخلوط کردن حق و باطل با هم، التقاط است که گناهش کمتر ازتحریف نیست و گمراهی مردم را در پی دارد. چنانکه خداوند تبارک و تعالی به نقل از پیامبرش حضرت موسی(علی نبینا و آله و علیه السلام) در بازجویی از سامری می فرماید: (قال فما خطبک یا)(سامری قال بصرت بما لم یبصروا به فقبضت قبضه من اثرالرسول فنبذتها و کذلک سولت لی نفسی); (14)  [موسی(ع) رو به سامری کرد و] (گفت: تو چرا این کار را کردی؟!  گفت: من چیزی دیدم که آن ها ندیدند من قسمتی از خاک جای پای جبرییل را گرفتم.  سپس آن را درون گوساله طلایی افکندم و اینچنین نفس من مطلب رادر نظرم جلوه داد).  حضرت علی(ع) جمله ای دارند که به همین مطلب اشاره دارد ایشان می فرماید:  «و لکن یوخذ من هذا ضغت و من هذا ضغث فیمزجان فهنالک یستولی الشیطان علی اولیائه »; (15)  (و اما چون قسمتی از حق و قسمتی از باطل گرفته و در هم می گردد، در آن هنگام شیطان بر دوستان خود، تسلط پیدا می کند.)به هنگام سخن، آن بزرگوار متوجه شد که حسن بصری، گفتگوهای اورا می نویسد. پرسید:  چه می نویسی؟  گفت: مطالب حکیمانه تو را یادداشت می کنم و مطالبی هم از خودم به آن ها اضافه کرده و برای مردم سخنرانی می کنم.  حضرت به او فرمود:  سامری نیز همین کار را می کرد. او می گفت من آثار رسول را گرفتم و با هنر خودم درآمیختم و گوساله ای ساختم که مردم را منحرف کنم.  به همین دلیل است که حضرت رو به مردم کرد و فرمود:  «اما ان لکل قوم سامریا و هذا سامری هذه الامه »; (16)  (آگاه باشید که هر قومی یک سامری دارد و این شخص، سامری این امت است!).  **نوآوری**  نوآوری در غیر امر دین عیبی ندارد. کسی در شعر یا هنر یافلسفه نوآور باشد، مانعی ندارد، اما نوآوری در دین جایز نیست، چون ما آورنده دین نیستیم، حتی امام هم آورنده دین نیست.  امام، وصی پیغمبر و خزانه علم او است. خود پیغمبر هم آورنده دین نیست. خدا به وسیله ملک و گاهی بدون وسیله ملک دین را به پیغمبر وحی می کند و پیغمبر نیز به مردم ابلاغ می فرماید. (17) بنابراین نوآوری در دین غلط و بدعت و حرام است. اما استنباطکردن درست است. اخباریین خیال می کنند اجتهاد نوآوری است.  می گویند: اجتهادها همه بدعت است. حال آنکه اشتباه می کنند زیرااجتهاد یعنی «حسن استنباط »; ممکن است مجتهدی مطلبی را از نواستنباط کند که قبلا خود او یا دیگران گونه ای دیگر استنباطمی کرده اند. این مسئله استنباط است نه آورندگی. (18) بنابراین نباید مطلق نوآوری را بدعت نامید. نوآوری یعنی:«ادخال فی الدین ما لیس فی الدین »;چیزی را که در دین نیست از خود جعل کردن!  **تجدد گرایی های افراطی!**  باید توجه داشت که پرهیز از افراط و تفریط و گرایش به اعتدال در هرکاری، خالی از دشواری نیست. گویی همیشه راه اعتدال یک خطباریک است که اندک بی توجه ای موجب خروج از آن است. این که درآثار دینی وارد شده که «صراط » از«مو» باریک تر است، اشاره به همین نکته است که رعایت اعتدال در هر کاری، سخت و دشواراست. (19) بدیهی است که مشکلات جامعه بشری نو می شود و مشکلات نو،راه حل نو می خواهد. «الحوادث الواقعه » جز پدیده های نوظهوری است.  که حل آن ها بر عهده حاملان معارف اسلامی است. بنابراین ضرورت وجود مجتهد در هر دوره، و لزوم تقلید و رجوع به مجتهد زنده همین است; والا در سلسله مسایل ثابت ولایتغیر میان تقلید اززنده و مرده فرقی نیست.  اگر مجتهد(یا مبلغی) به مسایل و مشکلات روز توجه نکند، او راباید در صف مردگان به شمار آورد. کوتاهی و زیاده روی از همین جا پیدا می شود. (20)  گاه برخی آنچنان عوام زده هستند که تنها معیارشان سلیقه عوام است، عوام هم گذشته گراست و به حال و آینده کاری ندارد.  برخی دیگر که به مسایل روز توجه دارند و درباره آینده می اندیشند، متاسفانه سخاوتمندانه از اسلام مایه می گذارند، سلیقه روز را معیار قرار می دهند و به نام «اجتهاد آزاد» به جای آنکه اسلام را معیار حق و باطل زمان قرار دهند، سلیقه وروح حاکم بر زمان را معیار اسلام قرار می دهند، مثلا مهریه نبایدباشد، چون زمان نمی پسندد، تعدد زوجات یادگار عهد بردگی زن است، پوشیدگی همین طور، اجاره، مضاربه و مزارعه یادگار عهدفئودالیسم است! و فلان حکم دیگر، یادگارعهدی دیگر. اسلام، دین عقل و اجتهاد است. اجتهاد، چنین و چنان حکم می کند.  باید توجه داشته باشیم که حتی معیارهایی که دانشمندان روشنفکرو مترقی اهل تسنن، نظیر عبده و اقبال برای حل مشکلات جدیدارایه کرده اند، از قبیل تمایز قایل شدن میان عبادات و معاملات و تعبیرهای خاصی که آن ها از اجماع، اجتهاد و شورا و غیره کرده اند، و همچنین جهان بینی اسلامی که آن ها عرضه کرده اند، به هیچ وجه برای ما که پرورده فرهنگ اسلامی پیشرفته شیعی هستیم،قابل قبول نیست و نمی تواند الگو قرار گیرد، فقه شیعه، حدیث شیعه، کلام شیعه، فلسفه شیعه، تفسیر شیعه، فلسفه اجتماعی شیعه،از آنچه در جهان تسنن رشد کرده بسی رشد یافته تر و جوابگوتراست. (21)  مقایسه میان آنچه در طول تاریخ اسلام و بویژه سنوات اخیر ازجهان شیعه عرضه شده و آنچه از جهان تسنن عرضه شده است،می رساند که نظریات شیعی به برکت پیروی از مکتب اهل بیت(علیهم السلام) بسی عمیق تر و منطقی تر است.  به هر حال تجدد گرایی افراطی، که هم در شیعه و هم در سنی وجودداشته و دارد در حقیقت عبارت است از:  الف) آراستن اسلام به آنچه از اسلام نیست.  ب)پیراستن آن، از آنچه از اسلام هست، به منظور رنگ زمان زدن وباب طبع زمان کردن.  این ها آفت بزرگی برای نهضت اسلامی است. و وظیفه مبلغ آن است که با روشی مؤثر با تاثیرات ناشی از این آسیب ها مبارزه کند. (22)  **اوهام، خرافات و سنت های ناروا**  بی تردید یکی از آسیب های تبلیغات اسلامی، رواج آداب و رسوم وسنت هایی است که بر خلاف تعالیم اسلام بوده و همواره سد راه گسترش این دین مبین بوده است. مبارزه با این سنت ها و جانشین کردن سنت های الهی به جای اوهام و سنت های ناروای اجتماعی،همواره باید مورد توجه مبلغ مسلمان باشد. علمای بزرگ اسلام هرجا که سنت های جاهلی سد راه تکامل جامعه می شد، حتی به قیمت آبروی خویش با آن ها مبارزه می کرده اند. سنت شکنی وسیله ای برای رشد جامعه در بستر تعالیم اسلام و ایجاد فضای مناسب برای تعالی و ترقی فرهنگ و اندیشه در جامعه اسلامی است. البته در این راه گروهی همواره در مقابل حق جویان قرار دارند.  قرآن کریم در این باره می فرماید:  (وکذلک ما ارسلنا من قبلک فی قریه من نذیر الا قال مترفوهاانا وجدنا آبائنا علی امه وانا علی آثارهم مقتدون قال اولوجئتکم باهدی مما وجدتم علیه آباءکم قالوا انا بما ارسلتم به کافرون); (23)  (و همچنین ما هیچ رسولی پیش از تو در هیچ شهر و دیاری نفرستادیم جز آنکه اهل ثروت و مال آن دیار(به رسولان) گفتند:  ما پدران خود را بر آیین و عقایدی یافتیم و از آن ها البته پیروی خواهیم کرد. آن رسول ما به آنان گفت:«اگر من به آیینی بهتر از دین باطل پدرانتان شما را هدایت کنم، باز هم پدران راتقلید می کنید؟» آن ها پاسخ دادند: ما به آنچه شما به رسالت آورده اید کافریم!)  **غرور**  در فراز و نشیب کارهای تبلیغی همواره موفقیت ها در کنار برخی ناکامی های ظاهری هستند. گاهی تمجید و تحسین ها به دنبال یک سخنرانی جالب و مفید متوجه مبلغ می شود و گاهی نیز مبلغ درکارهای خود احساس موفقیت و کامیابی نمی کند. در هر دو صورت اوباید با تدبیر و تلاش به شناخت وظیفه و انجام آن، بپردازد.  **ناتوانی علمی**  از مهم ترین عوامل موفقیت در تبلیغ دینی آگاهی و توانایی لازم در بیان مسایل و موضوعات اسلامی است.  سخنوری که بدون علم و آگاهی از مطلبی در کرسی خطابه بحث می کندو پیرامون آن سخن می گوید، به ارزش کلام و شخصیت خود آسیب می رساند. و خویشتن را با عوارض نامطلوب آن مواجه می سازد. (24) چنانکه این نکته مهم، در کلام امیر بیان، حضرت علی(ع) چنین آمده است که:  «لاتقل ما لاتعلم...»  (درباره چیزی که از آن اطلاع نداری سخن مگوی...) (25)  **وابستگی مالی به افراد ناصالح**  تبلیغات اسلامی اگر آلوده به سودطلبی شد، بتدریج ارزش واقعیش را از دست می دهد و جذب کانون های قدرت مادی می شود و در بهترین و مردمی ترین شکلش به سوی عوام زدگی سوق پیدا می کند.  بندگان زر و زیور نمی توانند در تبلیغات برای خدا نقش سازنده ای داشته باشند. بزرگترین نقش آفرینان در این مسیر کسانی هستندکه خویشتن را از علقه این وابستگی ها رهانیده اند. مانند:  بزرگترین مبلغ تاریخ اسلام پیامبر اکرم(ص) است از قول قرآن که می فرماید:  (ما اسئلکم علیه من اجر، ان اجری الا علی رب العالمین) (26)  ای پیامبر، بگو: ( به خاطر رسالت و نبوت از شما اجر نمی طلبم بلکه اجر من بر پروردگار عالمیان است).  البته اگر مبلغان دینی بتوانند و سعی کنند برای تامین معاش خود فکر دیگری بکنند و از راه تبلیغ، امرار معاش نکنند، درکار خود موفق تر و مؤثرتر عمل خواهند کرد، چرا که راه های رزق وروزی در زندگی بسیار است. (27)  وابستگی مالی به افراد ناصالح به مرور زمان علاوه بر تاثیرمنفی بر روحیه مبلغ موقعیت و شخصیت اجتماعی و اخلاقی او را نیزدچار خطر انحراف و انحطاط خواهد کرد.  در تاریخ ادیان به بسیاری از عالمان و راهبان اهل کتاب برخوردمی کنیم که به اقطاب قدرت و ثروت نزدیک می شدند تا از یکسو ازوجهه آنان استفاده کنند و از سوی دیگر از دنیای آنان بهره گیرند.  چنانکه در آیه زیر آمده است:  (ان کثیرا من الاحبار والرهبان لیاکلون اموال الناس بالباطل ویصدون عن سبیل الله...) (28)  (بسیاری از عالمان اهل کتاب و راهبان اموال مردم را به باطل می خورند. و سد راه خدا می شوند...)  **ابهام در پیام**  پیام تبلیغی مورد نظر باید از هرگونه ابهام و گنگ بودن پیراسته باشد تا مخاطب دچار سوء برداشت نشود، هر چه پیام روشن تر باشد، آرامش مخاطب در برداشت از مطالب بیشتر خواهدبود. (29)  رسول خدا(ص) در این مورد می فرماید:  «انا معاشر الانبیاء امرنا ان نکلم الناس علی قدرعقولهم » (30) (ما گروه پیامبران، ماموریم که با انسانها به اندازه عقل هاشان سخن گوییم).  **پرگویی**  یکی از عواملی که موجب خستگی و کسالت مخاطبان می شود، آن است که مبلغ در بیان مقصود خویش بجای استفاده از کلام مختصر وبلیغ، پرگویی کند.  از امام صادق(ع) روایت شده است که فرمود:  «قیل ما البلاغه؟، فقال(ع) من عرف شیئا قل کلامه فیه وانما سمی البلیغ لانه یبلغ حاجته باهون سعیه » (31)  از امام صادق(ع) سؤال شد بلاغت چیست؟ فرمود: آنکه چیزی راشناخت سخنش درباره آن کم می شود. بلیغ نیز به همین خاطر چنین نام گرفته است، زیرا که با اندک تلاشی به مقصود خود نایل می آید.  امام کاظم(ع) نیز در این باره فرموده اند:  (هر کس با زواید سخن خود، شیرینی و زیبایی های حکیمانه سخن رامحو کند... گویا بر نابودی عقل خویش اقدام کرده است.) (32)  حضرت علی(ع) فرمود:«خیر الکلام مالا یمل ولایقل » (33)  بهترین سخن آن است که نه کم باشد و نه ملال آور.  همچنین آن حضرت فرموده اند:«قلیل یدوم علیک خیر من کثیرمملول » (34) اندکی که دوام دارد، بهتر است، از زیادی که ملال آورباشد.  سنت پیامبر گرامی(ص) هم سخنرانی های کوتاه و مفید بوده است. (35)  **توجه به هدف تبلیغ**  انسان در نقطه پایانی کمال خویش به جایگاهی می رسد که جواررحمت خدا است. چنانکه قرآن می فرماید:  (ان المتقین فی جنات ونهر فی مقعد صدق عند ملیک مقتدر) (36)  محققا اهل تقوا در باغها و کنار نهرها منزل گزینند. درمنزلگاه صدق و حقیقت نزد خداوند با عزت و سلطنت جاودانی متنعم اند.  کمال نهایی انسان در رسیدن به قرب ربوبی است و آمدن انسان به این جهان برای تحصیل آمادگی جهت وصال به حق است. از این روتمامی کوشش های تبلیغی باید در جهت تحصیل این آمادگی و کسب شایستگی برای رسیدن به لقای الهی باشد. انحراف از این هدف کلی می تواند موجب سردرگمی مبلغ و مخاطب شود.  اهداف فرعی و انحرافی، گرمی جلسه، خوش آمد مخاطب و بانی مجلس،جذب مریدان، کسب شهرت در خطابه و منبر و. .. در دراز مدت موفقیت مبلغ را در رسیدن به اهداف متعالی اسلام با خطر کاهش تاثیر مطلوب و خدای ناکرده تاثیر گذاری منفی در تبلیغ شوندگان مواجه خواهد کرد.  مولی الموحدین حضرت علی(ع) می فرماید:«یثیروا لهم دفائن العقول » (37) انبیا آمدند تا عقلهای خفته را برانگیزند.  هدف، نشر قانون خدا است. مبارزه با ظلم است. دعوت به عدالت وتقوا است. اتمام حجت و ارشاد و امر به معروف و نهی از منکراست.  تبلیغ کار بسیار ارزشمندی است که اول مسوولیت آن از طرف خداوند بر عهده انبیا و اولیا و سپس بر عهده علمای ربانی است.  هدف تبلیغ در مکتب انبیا نجات مردم از طاغوت ها، هواهای نفسانی، جهل، تفرقه، شرک، دعوت به ایمان به خداوند و قانون آسمانی و معاد و... است. بنا به فرمایش قرآن محتوای تبلیغ تمام انبیا یکی بوده است:(ان اعبدوالله واجتنبوا الطاغوت) (38)  **تندخویی و زود رنجی**  این ها دو صفت است که از ارزش مبلغ دینی می کاهد.  مردمی که گرد مبلغ جمع می شوند گاهی اسباب آزردگی و دلسردی اورا فراهم ساخته و با اصرارها، نادانی ها، خشنونت ها، بدرفتاری هاو پرگویی های خویش، مبلغ را به ستوه می آورند.  مبلغ دینی هر چه باشد یک انسان است و انسان از کارهای ناپسندآزرده می گردد و آزردگی خود را آشکار می کند. و نیز انسان هرچه باشد به خشم می آید و گاهی خشم خود را آشکار می سازد.  در نتیجه خشم و آزردگی، مردم پراکنده می شوند. چنانکه خداوندمتعال در قرآن کریم به پیامبر عظیم الشان و مبلغ کبیراسلام(ص) می فرماید:  (فبما رحمه من الله لنت لهم ولو کنت فظا غلیظ القلب لانفضوا من حولک) (39) ای رسول رحمت، خدا تو را با حمت خویش با خلق مهربان و خوش خوی گردانید و اگر تندخو و سخت دل می بودی، مردم از گردتو پراکنده می شدند.  مردم از مبلغان توقع دارند که نیکوترین اخلاق را داشته باشند وبرای دیگران الگو و اسوه باشند، و به دیگر سخن، مردم انتظاردارند که مبلغ و نماینده مذهبی در صفات برتر و ملکات نیکوخلیفه و جانشین رسول اکرم(ص) و ائمه طاهرین(علیهم السلام)باشد.  **خشم علی (ع)**  داستان معروف امام علی(ع) را شنیده ایم. آن حضرت در میدان جنگ «عمرو بن عبدود» حریف رزمی خود را نقش زمین می سازد و روی سینه او می نشیند. دشمن مغلوب که همه توان خود را از دست داده و از هرگونه اقدامی ناتوان مانده است، آب دهان به طرف امیرالمؤمنین(ع) پرتاب می کند. عمل خبیث و نگران کننده اوعلی(ع) را ناراحت می کند تا سریع تر علی(ع) کار او را تمام کند،اما امام(ع) تعلل می کند و از روی سینه «عمرو» برمی خیزد،اندکی صبر می کند و قدم می زند، تا خشمش فرو می نشیند آنگاه، سردشمن را«خالصا لوجه الله »، از بدن جدا می کند. (40)  امام هم غضب می کند; عصبانی می شود، این ها جنبه های بشری است،اما در اثر تسلط بر نفس، خشم و غضب خود را مهار می کند. و عمل خود را با هوای نفس آمیخته نمی سازد، بلکه خالصا لوجه الله دشمن دین را به نیستی می کشاند. چنین رفتاری می تواند برای افراد بشر درس عملی واقع شود. (41)  **دامن زدن به اختلافات**  بی شک در هر اجتماعی، اختلافاتی میان مردم آن به وجود می آید، که گاه به لحاظ زمانی تا حدی هم ریشه دار و عمیق می باشد.  و همچنین گاهی میان مسئوولین یک منطقه و یا یک شهر و...اختلافاتی وجود دارد.  البته وجود این تنش ها و تقابل ها بر حسب علت و انگیزه قابل بررسی و ریشه یابی است. اما مبلغ باید از دامن زدن به این گونه نزاع ها با هوشمندی و لطافت دوری گزیند. و اگر توانست باید آن اختلافات را کاهش داده و جلوی گسترش آن ها را بگیرد. مبلغ بایدبا نرمش و رفتاری منطقی مردم را به سوی راه راست هدایت کند.  گرایش برخی مبلغان به جناح ها و گروه های سیاسی باعث می شود تامردم سخنان او را همواره حمل بر طرفداری و تبلیغ جناح و گروهی کنند، که مبلغ خودش را منتسب به آن می داند.  **ساده لوحی، زود باوری و اعتماد به همه!**  مبلغ نباید هر آنچه را می شنود باور کند و به همه افراد اعتمادکند. البته نباید با سوء ظن برخورد کرد; بلکه سخن در این است که به سادگی مطلب شنیده یا خوانده ای را نقل نکرده و عکس العمل نشان ندهد.  قرآن می فرماید:  (ان جائکم فاسق بنبا فتبینوا) (42)  اگر فاسقی برای شما خبر آورد تحقیق کنید.  **آشنایی با دانش آمارگیری**  آشنایی با مبانی آماری و برآوردهای عمل کرد تبلیغاتی و نیزشیوه های بررسی بازتاب در آموزه های تبلیغی، نقش مهمی در پیشبردتبلیغ دینی دارد.  تبلیغ دینی یک خدمت آموزشی و تربیتی است.  قرآن کریم در این باره می فرماید:  (ولا تقف ما لیس لک به علم ان السمع و البصر و الفواد کل اولئک کان عنه مسئولا. ) (43)  [ای انسان!] آنچه را که نسبت به آن آگاهی نداری دنبال مکن که چشم و گوش و دل، همه مسوولند.)  متاسفانه دانش بشری، تجارب اجتماعی و فرهنگی و پژوهش های علمی معمولا در مراکز و موسسات پژوهشی و آموزشی رسمی، کتابخانه ها،گزارش های رسمی دولتی و اسناد اداری جمع آوری و معمولا بایگانی می شود.  اگر نشر و تعلیم این آموزه ها به طور مستمر در موسسات آموزشی رسمی وجود دارد، دایره آن بسته به محدوده عمل کرد موسسات آموزشی رسمی و محدود است، در حالی که در نظام تبلیغ می توان ازاین دستاوردهای علمی و پژوهشی برای گسترش فرهنگ و رشد اجتماعی استفاده فراوانی کرد. (44)  همچنین کم اطلاعی و عدم بهره گیری از قالب های هنری در جهت آمیختن تبلیغات و هنر را نیز می توان از جمله کمبودهای تبلیغی این زمانه دانست.  پی نوشت ها:  1- الافه: عرض یفسد ما یصیبه; المصباح المنیر ج 1 ص 29، الافه.  2- قال علی (ع): لکل شی ء آفه...; ر.ک میزان الحکمه، ج 1،الافات ح 514.  3- بقره(2):43.  4- بقره(2): 148 و 48، (پس پیشی گیرید در نیکی ها).  5- اصول کافی، ج 2، ص 78.  6- انعام(6): 112.  7- اسرا (17):36.  8- نور(24): 15.  9- اصول کافی، ج 1، ص 44.  10- نحل(16):116.  11- یونس(10):39.  12- بحار الانوار، چاپ بیروت، موسسه الوفاء، ج 36، ص 227.  13- آل عمران(3): 78.  14- طه(20):95 و96.  15- نهج البلاغه، فیض الاسلام، خطبه 5/137.  16- تفسیر نمونه، ج 13، ص 286، به نقل از تفسیر نور الثقلین،ج 3، ص 392.  17- کتاب سیره نبوی، تالیف شهید مطهری(ره) ص 126 - 128 به نقل از کتاب تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری به کوشش عبدالرحیم موگهی، ص 184.  18- همان .  19- کتاب بررسی اجمالی نهضت های اسلامی در صد سال اخیر، ص 90 92، (به نقل از کتاب تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری(ره)عبدالرحیم موگهی. ص 333 - 334.  20- همان.  21- کتاب تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری، تالیف عبدالرحیم موگهی، ص 334.  22- بررسی اجمالی نهضت های اسلامی در صد سال اخیر، به نقل ازکتاب تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری(ره)، ص 335.  23- زخرف(43):23 و 24.  24- روشهای تبلیغ، مولف رضا علی کرمی، ص 123.  25- غرر الحکم، ص 828.  26- شعراء(26):127.  27- گامهایی در راه تبلیغ، تالیف علامه محمدحسین فضل الله،ترجمه دکتر احمد بهشتی ص 89.  28- توبه(9): 34.  29- روشهای تبلیغ، تالیف رضا علی کرمی، ص 33.  30- اصول کافی، ج 1، ص 27.  31- تحف العقول، ص 377.  32- اصول کافی، ج 1، ص 17.  33- غرر الحکم و درر الکلم، ج 1، فصل 29، حدیث 23.  34- غررالحکم و دررالکلم، ج 2، فصل 61، حدیث 28.  35- به نقل از قرآن و تبلیغ، حجه الاسلام والمسلمین محسن قرائتی،ص 94.36 قمر(54): 55 - 54.  37- نهج البلاغه، خطبه 1.  38- نحل(16):36.  39- آل عمران(3):159.  40- به نقل از کتاب روش تبلیغ و سخنرانی، تالیف احمد صادقی اردستانی، صص 126 - 128.  41- همان.  42- حجرات (49):6.  43- اسراء(17):36.  44- مبانی تبلیغ، محمد حسن زورق، ص 40. |