

رمز موفقیت در تبلیغ

محمد کرتی

﴿الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا﴾.

مقدمه:

است. اگر محتوا و ماهیت پیام، ویژه‌گی‌های لازم را نداشته باشد، هر چند بقیه‌ی عوامل هم موجود باشد، باز تبلیغ یک تلاش کور و بی‌حاصل خواهد بود.

ویژه‌گی‌هایی که به یک پیام، قدرت و نفوذ می‌بخشد، از این قرار است: یکم - قابل اثبات و استدلال باشد؛ یعنی، از ناحیه‌ی عقل و منطق حمایت شود و الا تنها، برای مدت کمی دوام پیدا خواهد کرد و لذا قرآن کریم، دائماً، روی تعقل و تفکر تاکید کرده است.

دوم - با احساسات عالی و دقیق بشر، هماهنگ و آرمان ساز و شوق انگیز و آرزو خیز و تعهدآور و مسئولیت ساز باشد.

سوم - با نیازها و انگیزه‌های زندگی بشر انطباق داشته باشد. به همین دلیل است که احکام و دستورهای قرآن و

عوامل مؤثر در تبلیغ، به دو دسته‌ی زیر تقسیم می‌شوند:

۱ - عوامل و شرایط درونی که از سه منبع پیام، پیام گیر، پیام رسان سرچشمه می‌گیرد.

۲ - شرایط و عوامل برونی و خارجی تبلیغ که از موارد متعددی، مانند راه، روش، وسایل، ریشه می‌گیرد.

با هماهنگی و یک سو شدن این دو دسته، راه موفقیت تبلیغ، پیموده خواهد شد.

اینک، به ترتیب، به توضیح و تشریح هر یک از موارد مذکور می‌پردازیم.

شرایط درونی:

الف: پیام

نخستین رکن موفقیت در تبلیغ، وجود ویژه‌گی‌های برتر در خود پیام

سنت، این انگیزه‌ها را می‌پذیرد و به آن‌ها اقرار می‌کند و در حدودی که مشخص کرده، خواهان اشباع آن‌ها است.

پیام اسلام، این ویژه‌گی‌ها را دارد و به همین دلیل بود که سران شرک، در مکه، علی رغم توافقی‌های قبلی، شبانه، به طور مخفی، به پشت دیوار خانه‌ی پیامبر ﷺ می‌آمدند تا آوای دل‌نشین و پر جاذبه‌ی قرآن را بشنوند، و بلال، با تحمل انواع شکنجه‌ها، باز هم فریاد «أَحَدٌ، أَحَدٌ» بر می‌آورد. ماجرای شنیدنی جعفر بن ابی طالب رضی الله عنه و دیگر مهاجران به حبشه، نمونه‌ی زیبایی از تاثیر معنوی پیام است. وقتی جناب جعفر، آیات آغازین سوره‌ی مریم را می‌خواند، نجاشی، به گریه می‌افتاد، به طوری که محاسن او خیس می‌شود، و رو به مشرکان قریش کرده، می‌گوید: «نه؛ به خدا سوگند: آن‌ها را به شما باز نخواهم گرداند...».

ب - پیام‌گیر (مخاطب)

چنان‌چه زمینه‌ی آماده نباشد، تبلیغ، چیزی جز سنگ بر سندان کوفتن و بذر در زمین شوره زار پاشیدن نیست. قرآن کریم، به پیامبر ﷺ می‌فرماید:

همانا، تو، نتوانی که مردگان، (و مرده دلان کافر) را سخن بشنوائی و یا کران (باطن) را که به (گمراهی) از

گفتارت روی می‌گردانند، به حقیقت، شنوائی (۱).

و در جای دیگری فرماید:

جز این نیست که تو، تنها، کسی را که از روز رستاخیز می‌ترسد، می‌توانی بیم و انذار کنی (۲).

کار تبلیغ، از نظر پرورشی و تربیتی، بی شباهت به عمل یک باغبان نیست. همان‌طور که باغبان، علاوه بر دقت در بذر و... به رفع موانع می‌پردازد، مبلغ نیز با کنار زدن موانع، از سویی، و تهیه‌ی زمین‌های سالم در مخاطب، از سوی دیگر، باید مقدمه‌ی تأثیر پیام و هدایت پیام‌گر را فراهم کند.

مبلغ، پس از شناخت دقیق ویژه‌گی‌های فکری و روانی پیام‌گیر، از یک طرف، باید موانعی که تأثیر پیام را از بین برده و یا آن را کاهش می‌دهد، رفع کند، و از طرف دیگر، عوامل مؤثر در نشر پیام را به استخدام گیرد و سرانجام با مراقبت مستمر، تلاش‌های انجام شده در مراحل گذشته را تضمین کرده، از تحلیل رفتن نیروها جلوگیری کند.

در این جا به مهم‌ترین عوامل که در زمینه سازی مخاطب سهیم هستند و نادیده گرفتن آن‌ها، بسا، به عقیم ماندن تلاش‌های تبلیغی بینجامد، اشاره می‌کنیم:

۱ - تمل (۲۷): ۸۰ - ۲ - نازعات (۷۹): ۴۵.

ب / ۱- درجه‌ی ایمان و آگاهی

باید توجه داشت که همه‌ی مخاطبان از چنان ایمانی و آگاهی برخوردار نیستند که در نخستین مرحله‌ی دعوت، همه‌ی آنان پاسخ مثبت دهند. عدم توجه به این نکته، از یک رو، ممکن است باعث نومیدی و دل‌سردی مبلغ، و از سوی دیگر، موجب موضع‌گیری مخاطب گردد.

ب / ۲- ظرفیت

از نکات قابل توجه در تبلیغ و تربیت، توجه به این مسئله است که افراد، مانند معدن‌ها، دارای ظرفیت‌ها و استعداد‌های متفاوت‌اند.

رهبری و رهنمایی افراد، یک نسخه مشخص ندارد، بلکه برای هر یک باید نسخه‌ای پیچید.

به عبارت دیگر، تبلیغ، باید از خاصیت انعطاف‌پذیری برخوردار باشد تا مبادا بالا بودن سطح مطالب، کسی را که توان علمی کافی ندارد، ملول سازد و یا پایین بودن سطح مطالب، کسی او که از علم خوبی برخوردار است، خسته کند.

ب / ۳- پایگاه اجتماعی

در این‌که دعوت اسلام، محدود به طبقه و پایگاه اجتماعی و یا نژاد و قومیت خاصی نیست، تردید وجود ندارد، ولی راه و روش و ابزار تبلیغ برای همه‌ی گروه‌ها، یکسان نیست و هر یک، شیوه و روش و برخورد متناسب با

خود را لازم دارد.

ب / ۴- جایگاه مذهبی

پیروزی در رساندن یک پیام، آن‌گاه حاصل خواهد شد که جایگاه مذهبی طرف مقابل، مد نظر قرار گیرد. گاه، تبلیغ، تنها، نیاز به یک جرقه دارد و گاه، ایجاد یک موج و تلاطم شدید را می‌طلبد، و گاهی اوقات نیز مسیر تبلیغ ناهموار است و ضرورت دارد که در آغاز، سنگلاخ‌ها را برطرف و زمینه را مساعد کرد. در این‌جا، تبلیغ، باید با رنگ عاطفی بیش‌تری تجلی کند.

افراد، مانند معدن‌ها، دارای ظرفیت‌ها

و استعداد‌های متفاوت‌اند

رهبری و رهنمایی افراد، یک نسخه

مشخص ندارد، بلکه برای هر یک باید

نسخه‌ای پیچید

اسلام، با مشرکان، از موضع فکر و خرد مبتنی بر حقیقت کلی هستی سخن می‌گوید و در برخورد با ملحدان و بی‌دینان، به صورت آرام‌تری با تفکر آن‌ها برخورد کرده است. قرآن، ابتدا، آن‌ها را به تفکر در کل هستی و پدیده‌های آن فرا خوانده و از او می‌خواهد به فطرت پاک و آرامش فکری خویش برگردد^(۱).

۱- بقره (۲): ۱۶۴.

نیز، برخورد با منکران معاد یا برخورد با منکران نبوت و... فرق می‌کند.

ب / ۵ - موقعیت روانی

سیر تبلیغ، آن‌گاه در مجرای طبیعی خود قرار خواهد گرفت که وضع نفسانی و روانی مخاطب، دقیقاً، ارزیابی شود، قرآن کریم، پس از این که می‌گوید: نیاز گرسنگی و نیاز امنیت شما را برطرف کردیم، رفع دو نیاز آدمی (رفع گرسنگی و امنیت: نیاز روانی) امر به پرستش خدا می‌کند.

﴿فَلْيَعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الصَّبِيِّ الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَءَامَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ﴾^(۱)

پس آن‌جا که روح آدمی، دست‌خوش کسالت و بی‌میلی و خسته‌گی می‌گردد، او، در بسته‌ای است که راه رخنه و نفوذی در آن وجود ندارد.

برای رفع ملامت، می‌توان از حکمت‌های شیرین استفاده کرد.

ج - پیام رسانی

ویژه‌گی‌های مبلغ را در دو بخش بررسی خواهیم کرد:

الف - ویژه‌گی‌هایی که مبلغ باید خود را به آن آراسته کند، عبارت است از:

۱- آگاهی

مبلفنی که می‌خواهد پیامی را برساند و نشر دهد، قبل از هر چیز، باید پیام و زوایای آن را بخوبی بشناسد.

۲- ایمان به هدف

آن‌چه به آگاهی جهت می‌دهد و

مانند پشتوانه‌ای محکم، در تمام مراحل تبلیغ، مددکار مبلغ است، باور قلبی‌اش به هدف است.

اگر پیام، در ژرفای جان پیام‌رسان ریشه دوانده باشد و با ایمانی راسخ به نشر آن همت گمارد، از یک سو، خواهد توانست نهان‌خانه‌ی دل پیام‌گیر را به تلالؤ دعوت، خیره سازد، و از سوی دیگر، در مقابل تندبادها، مانند سدّی سترگ، قد برافرازد، فریفته‌ی دام‌های تنیده و دانه‌های پاشیده نشود و تهمت و تکفیر و تطمیع و تهدید و استهزا و آزار و شکنجه، او را از پای در نیاورد.

قرآن کریم، صبر و پایداری و ایمان و یقین را، به عنوان دو مشخصه‌ی اساسی پیشوایان هدایت و پیامبران الهی ذکر کرده است:

﴿وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أَئِمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَكَانُوا بِآيَاتِنَا يُوقِنُونَ﴾^(۲)

برخی از بنی اسرائیل را، به دلیل این که شکیبایی کردند و آیات ما را باور داشتند، امامان و پیشوایانی قرار دادیم که به سوی امر ما هدایت می‌کنند.

مظاهر استقامت و استواری در سیره‌ی انبیا و پیشوایان حق، همه، به خاطر ایمان به هدف است.

۱- قریش (۱۰۴): ۳-۴.

۲- سجده (۲۲): ۲۴.

۳- عمل

مبلّغ، نه تنها در مقام تبلیغ و رساندن، بلکه در عمل نیز باید خود نخستین عمل کننده پیام و محتوای آن باشد تا از سویی، اطمینان و اعتماد مخاطب را جلب کند و از سوی دیگر، به او ثابت کند که پیاده کردن محتوای پیام، کار مشکلی نیست.

واقعیت این است که اگر پیام، از دل و درون پیام رسان برآید، بی شک، به سراپرده‌ی جان مخاطب جای خواهد کرد. از این رو امام صادق علیه السلام می فرماید:

به غیر زبان هایتان - یعنی با کردارتان - دعوت کننده‌ی مردم باشید تا ورع و سعی و تلاش و نماز و خیر و نیکی را، عملاً، در شما ببینند؛ چرا که تبلیغ، همین است. (۱)

۴- نرم خویی داشتن

از آن جا که تبلیغ، یک فعالیت اجتماعی است و مبلّغ، در ارتباط مستقیم با افراد قرار دارد، دقت در نحوه‌ی بیان و ارائه‌ی مطالب، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. اگر مبلّغ، دارای رفتاری تند و خشن و انعطاف ناپذیر باشد، دیری نخواهد پایید که افراد، از گرد او پراکنده خواهند شد.

قرآن مجید، خطاب به پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می فرماید:

﴿فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظًا لَفُتِّقُوا مِنَ حَوْلِكَ...﴾ (۲)

به لطف الهی، تو، نسبت به آن‌ها نرم و لین شدی و اگر خشن و سخت دل بودی، همه، از گرد تو پراکنده می شدند.

۵- ناصح بودن

از هر گونه دورویی و خیانت و فریب، احتراز می جوید و تبلیغ را از روی خیر خواهی بر خاسته از صداقت و اخلاص به انجام می رساند او، باید مانند پدری دل سوز و مهربان، مخاطبان را فرزند خویش به حساب آورده، و در نهایت محبت و الفت، به رشد دادن آن‌ها همت گمارد.

اصولاً، در سیره‌ی پیامبران الهی، «نصح» به عنوان یکی از عناصر اساسی تبلیغ و ویژگی‌های اجتناب ناپذیر مبلّغ مطرح بوده است. قرآن، در رابطه با دعوت هود علیه السلام می فرماید:

﴿أَتْلَغُّكُمْ رَسُولَاتٍ رَبِّي وَأَنَا نَكْمٌ نَاصِحٌ أَمِينٌ﴾ (۳)

پیام پروردگارم را به شما می رسانم و من برای شما، ناصح و خیرخواهی مشفق و امین‌ام.

۱- اصول کافی، ج ۲، ص ۷۸.

۲- آل عمران (۳): ۱۵۹.

۳- اعراف (۷): ۶۸.

۶- تواضع

او توقع داشته باشد، خویش را خسته کرده است. چنین شخصی به سواره‌ای می‌ماند که با شتاب و تندی حرکت کند، ولی طولی نخواهد کشید که پس از طی چند منزل، خویشتن را خسته و مرکب را زخمی و رنجور خواهد کرد. بنابراین، باید همت عالی و نقشه‌ای بزرگ داشت، ولی کار را از نقطه کوچک آغاز کرد.

۸- اراده و پشت‌کار

پس از آن‌که مبلغ، با دقت و تشخیص سود و زیان‌ها، عوامل و موانع را ارزیابی کرد، باید با قاطعیت، هدف را تعقیب کند و با اراده‌ای استوار، مشکلات را از سر راه بردارد. تردید، آفت موفقیت و نشانه‌ی بارز ضعف اخلاق است.

حضرت رسول الله ﷺ از هیچ فرصتی برای هدایت نمی‌گذشت و روح پر تلاش و سخت‌کوش او، لحظه‌ای آرام و قسار نداشت! سخت‌گیری‌های دشمنان‌اش و موانع و مزاحمت‌های طبیعی، او را از کارش باز نمی‌ایستاد، بلکه هرچه بیش‌تر سختی می‌دید، سخت‌تر می‌ایستاد!

زندگی مردان بزرگ، نشان می‌دهد که همه، مرد تلاش و کوشش و همت‌بلند و پشت‌کاری عمیق بوده‌اند.

مبلغ باید در برابر مردم، در نهایت فروتنی باشد و اظهار انسانیت و منیت نکند. ایزد، به پیامبر ﷺ فرمان می‌دهد که: ﴿قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ...﴾^(۱).

شرط آغازین پیام‌رسانی ایجاد ارتباطی سالم و عمیق و عاطفی و داشتن جاذبه‌ای برخاسته از فروتنی و تواضع است.

در حدیث است که حضرت عیسی بن مریم به حواریون گفت: «خواهشی از شما دارم؛ آیا می‌توانید آن را برآورید؟». گفتند: «خواست شما پذیرفته است ای روح الله!». پس برخاست و پای یکایک آنان بشست. عرض کردند: «ای روح الله، ما به این کار سزاورتر بودیم!». گفت: «شایسته‌ترین مردم در انجام خدمت، شخص عالم است. من نیز چنین تواضع کردم تا شما هم پس از من در برابر مردم فروتنی پیشه کنید». سپس گفت: «حکمت در زمین تواضع، شکوفا می‌شود، نه تکبر، چنان‌که گیاه، در دشت و زمین حاصل‌خیز می‌روید، نه در کوه و سنگ»^(۲).

۷- طرح و تدبیر

چنان‌چه مبلغ، بخواهد تمام مطالب را در نخستین برخورد با مخاطب، در میان بگذارد، و مسائل و مسئولیت‌های بزرگ را، از همان آغاز، از

۱- کف (۱۸)، ۱۱۰.

۲- اصول کافی، ج ۱، ص ۳۷.

درباره‌ی شیخ مفید، رحمة الله علیه، می‌گویند:

ما كان المفيد ينام من الليل إلا هجعة ثم يقوم يُصَلِّي أو يطالع أو يدرس أو يتلو القرآن^(۱)؛ مفید، جز اندکی از شب را نمی‌خوابید و بقیه‌ی شب را با نماز می‌گزارد یا مطالعه می‌کرد یا به تدریس می‌پرداخت و یا قرآن تلاوت می‌کرد.

۹- بی‌نیازی

مبلغ، باید این مطلب را مورد توجه قرار دهد که تبلیغ، یک وظیفه و مسئولیت است، نه یک پُست و مقام، لذا هیچ‌گاه نباید این وظیفه‌ی خطیر را یک امتیاز و کسب و کار تلقی کند که مزد و اجرت به دنبال دارد.

این مطلب، در قرآن کریم، از زبان پیامبران الهی چنین گفته شده است:

﴿وما أسألكم عليه من أجرٍ إن أجري إلا على ربِّ العالمين﴾^(۲) من، بر این پیام‌آوری، از شما اجری نمی‌خواهم. پاداش من، جز بر پروردگار جهانیان نیست.

۱۰- سعه‌ی صدر

پیام رسان چه بسا در مسیر تبلیغ، با جبهه‌گیری‌ها و کار شکنی‌ها و سنگ اندازی مخالفان رو به رو می‌گردد، فرد موفق، کسی است که تمام این‌ها را بر خود هموار سازد و با روحی بلند و فکری وسیع و حوصله‌ای سرشار، به پیش‌باز

سختی رود و تمام تهمت‌ها، و ناسازها و... را به راحتی تحمل کند و از میدان به‌در نرود.

پیام رسان چه بسا در مسیر تبلیغ، با جبهه‌گیری‌ها و کار شکنی‌ها و سنگ اندازی مخالفان رو به رو می‌گردد، فرد موفق، کسی است که تمام این‌ها را بر خود هموار سازد و با روحی بلند و فکری وسیع و حوصله‌ای سرشار، به پیش‌باز سختی رود و تمام تهمت‌ها، و ناسازها و... را به راحتی تحمل کند و از میدان به‌در نرود

نمونه‌ی زیبای چنین روحیه‌ای، در سیره‌ی انبیاء^{علیهم‌السلام} مشاهده می‌شود:

﴿قَالَ الْعَلَاءُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي سَفَاهَةٍ وَإِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَادِبِينَ﴾^(۳) «گروهی از سران قوم هود که کافر شدند، گفتند: به‌راستی که ما تو را سفیه و سبک مغز می‌بینیم و فکر می‌کنیم که از دروغ‌گویان هستی». هود^{علیه‌السلام} گفت: «ای قوم من! مرا سفاهتی نیست، بلکه من فرستاده‌ی پروردگار جهانیان ام.»

۱- لسان المیزان ج ۵، ص ۲۶۸.

۲- شعراء (۲۶): ۱۰۹-۱۲۷-۱۴۵-۱۶۴-۱۸۰.

۳- اعراف (۷): ۶۶-۶۷.

چنان که می بینم حضرت هود علیہ السلام در یک برخورد انفعالی به آن ها نگفت: «سفیه، شما هستید که بت می پرستید و معبودانی جز ایزد را به ربوبیت گرفته اید!»، بلکه با کمال متانت و نزاکت و حوصله پاسخ داد.

یونس بن عبدالرحمن، گوید:

حضرت موسی بن جعفر علیهما السلام گفت: «ای یونس! با آن ها نرمی و مدارا کن، زیرا سخن تو بر آنان سخت و گران است.» یونس عرض کرد: «آنان، به من تهمت بی دینی و زندقه می زنند!» حضرت گفت: «تورا چه زیان اگر مروارید به کف داشته باشی و گویند سنگ است؟! و تورا چه سود اگر سنگ به کف داشته باشی و گویند مروارید است؟!»^(۱)

۱۱ - صبر

صبر و استقامت، در هر زمینه ای، از لوازم جدا ناشدنی پیروزی است. با توجه به این واقعیت است که ایزد، رسول خویش را از ترفندهای بیمار دلان و کزسیرتان هشدار داده و به صبر و امید می خواند:

﴿فَاصْبِرْ إِنَّ وَعْدَ اللَّهِ حَقٌّ وَلَا يَسْتَخِفُّكَ الَّذِينَ لَا يُوقِنُونَ﴾^(۲)

ای پیامبر! صبر پیشه کن که وعده ی ایزد، البته حق [حتمی] است و مراقب باش که مردم بی یقین، مقام حلم و وقارت را به خفت و سبکی نکشانند!

ب - خصوصیاتى که مبلّغ باید خود را از آن ها پیراسته سازد عبارت است از:

۱ - تکلف

تکلف، چند گونه است:

کاری که انسان از روی تصنع و ظاهر سازی، بدان اقدام کند؛ یعنی، انسان، از خود، اعتقادی خودجوش نداشته باشد، ولی آن را بر خود ببندد و بخواهد با زور، در دل مردم جای دهد. - دنبال کردن چیزی با دشواری و مشقت، در حالی که عقل، اقتضای آن را ندارد.

- گفتاری که مستند به علم و آگاهی نباشد، بلکه بافته ی تخیلات بی پشتوانه باشد.

به هر حال، تکلف، به هر یک از معانی فوق که باشد، زیبنده ی پیام رسان نبوده و باید در مقام تبلیغ، سه رکن آگاهی و ایمان و عمل را تکیه گاه قرار داد و از هر گونه تکلف احتراز جست.

۲ - عوام فریبی

عوام فریبی، یعنی هر گونه بهره گیری از غفلت و جهل و دیگر نقاط ضعف پیام گیر، به قصد تسریع در روند نشر پیام. به طور مثال، هیچ گاه نمی توان

۱ - رجال کشی، ص ۴۸۸.

۲ - روم (۳۰): ۶۰

برای جذب افراد، به حيله و فریب و دروغ متوسل شد و حدیثی را جعل کرد.

چنین تاکتیکی، ممکن است که در کوتاه مدت، برای نشر پیام، مؤثر واقع شود، ولی یقیناً، در دراز مدت، تیشه به ریشه‌ی پیام خواهد زد. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید: «ما هدم الدین مثل البدع»^(۱) «هیچ چیز مانند بدعت، موجب ویرانی دین نمی‌شود».

اگر به دقت در سیره‌ی نبوی صلی الله علیه و آله و سلم و پیشوایان معصوم علیهم السلام بنگریم در می‌یابیم که در هیچ موقعیتی، از جهل و نا آگاهی مردم، پلّی برای رسیدن به مقاصد خویش نساخته‌اند و لو این‌که از این راه بتوان به یک پیروزی سطحی نایل آمد. یک گروه از قبیله‌ی ثقیف، پیش پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم آمدند و گفتند: «با سه شرط، مسلمان می‌شویم: اول این‌که اجازه دهید تا سه سال دیگر لات را پرستش کنیم، دوم این‌که نماز بر ما خیلی ناگوار است، بگذار آن را انجام ندهیم؛ سوم این‌که نگوئید بت بزرگ را خودتان بشکنید». پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم شرط یکم و دوم آن‌ها را - که مغایر با دین اسلام بود - نپذیرفتند گفتند: «تنها، سومی را می‌پذیریم»^(۲).

۳ - شتاب زدگی

تجربه، ثابت کرده است که هر گاه، کاری، بدون طرح و نقشه قبلی و ارزیابی درست از روند آن صورت گیرد، نتیجه‌ای

به دست نخواهد داد. سیره‌ی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم نشان می‌دهد که آن حضرت، هیچ گاه، بی‌گدار به آب نمی‌زد، بلکه با دقت و ژرف نگری، موقعیت و امکانات را سنجیده، آن گاه به آن کار اقدام می‌کرد.

شرایط برونی

الف - راه

منظور ما از «راه تبلیغ»، نوع تبلیغی است که به فرا خور روحیه‌ی پیام‌گیر ارائه می‌گردد. به خاطر این‌که روحیه‌ها، از تنوع و گوناگونی برخوردارند و بعضی، سرکش و برخی، مقاوم و بعضی دیگر، روحیه‌ای خفته دارند. بدیهی است که تبلیغ نمی‌تواند در یک شکل و قالب معین برای تمام افراد ارائه شود، لذا باید به تناسب هر یک از افراد مذکور، تبلیغی مشخص انجام گیرد.

روش‌های تبلیغی

الف ۱ - حکمت

برخی افراد، دارای روحیه‌ای منطقی هستند و مسائل را جز از راه برهان و استدلال و فکر نمی‌پذیرند و تا مطلب، رنگ عقلی به خود نگیرد، بدان گردن نمی‌نهند. اینان را نمی‌توان با

۱ - بحار الأنوار: ج ۷۸، ص ۹۲.

۲ - السیره النبویه (لابن هشام)، ج ۴، ص ۱۸۴ - ۱۸۵.

انگیزش و یا احساسات به‌راه آورد، بلکه ضرورت دارد با تکیه بر اندیشه و استدلال، پیام را شکل منطقی داده و به آنان ارائه کرد.

الف / ۲ - موعظه

افرادى نیز هستند که دارای روحیه‌ای سرکش و بی‌قرارند و خواست‌ها و گرایش‌ها و کشش‌هایی طوفانی و احساسات و عواطفی جوشان دارند. این افراد، تاب شنیدن مطالب خشک و استدلالی را ندارند و باید از رهگذری به آنان نزدیک شد که این زبانه‌های سرکش، فروکش کرده و با آرامی به تفکرشان وا دارد. این رهگذر، همانا موعظه است.

موعظه، مانند صیقلی است برای انسانی که در زیر غبار میل‌ها و هواها و احساسات، روح خویش را تیره و آلوده ساخته است. موعظه، زنگ بیدار باشی است برای وجدان‌های غافل و تجدید حیاتی است برای انسان‌های خفته و مدفون.

امیر بیان حضرت علی علیه السلام می‌گوید^(۱):

المواعظ صقال النفوس وجلاء القلوب؛ «موعظه‌ها، صیقل دل‌ها و باعث روشنی قلوب‌اند.» بالمواعظ تنجلی الفظة بوسيلة موعظه، غفلت‌ها و تاریکی‌ها زوده می‌شوند. ثمرة الوعظ الانتباه نتیجه و میوه‌ی وعظ، بیداری

است.

قرآن کریم، موعظه را مقید به «حسنه» کرده است یعنی، در موعظه، از خشونت باید پرهیز، و با نرمی رفتار کرد. علامه‌ی طباطبایی، رحمة الله علیه، گوید:

حُسن موعظه، از جهت حُسن اثر آن در احیای حَقِّ مورد نظر است و حُسنِ اثر، وقتی است که واعظ، خودش، به آن چه وعظ می‌کند، متعیظ باشد، و از آن گذشته، در وعظ خود، آن قدر حُسن خلق نشان دهد که کلام‌اش در قلب شنونده، مورد قبول بیفتد و قلب، با مشاهده‌ی آن خُلق و خوی، رقت یابد و پوست بدن‌اش جمع شود و گوش‌اش آن را گرفته، چشم در برابرش خاضع شود...^(۲)

نوع مسائلی که در مواعظ مطرح است، عبارت است از: تقوا، زهد، دنیا، طولِ اَمَل، هوای نفس، عبرت از گذشته‌گان، احوال مرگ و قیامت...

الف / ۳ - مجادله

مبَلِّغ، ممکن است با افرادی رو به رو شود که در مقابل پیام، از خود سر سختی نشان دهند و در برابر مطالب برهانی و استدلالی و یا مطالب موعظه‌ای و نرم کننده، مقاومت کنند،

۱ - غرر الحکم و درر الکلم، ج ۷، ص ۴۰۸.

۲ - المیزان، ج ۱۲، ص ۳۷۲.

لذا مبلغ، در این مرحله، باید از راه جدل وارد شود.

جدل، بحثی است که بین دو نفر رد و بدل می‌شود تا یکی دیگری را از موضعی که دارد، منصرف کند و زمینه را برای اثرگذاری پیام فراهم سازد. شاید بتوان گفت که سخت‌ترین مرحله تبلیغ، تغییر و تصرف در عقیده‌ی مخاطب است؛ چرا که ارزشمندترین دارایی هر فرد، باورهای درونی او است و دست بردن در چنین دارایی، کار ساده‌ای نیست. بنابراین، اگر مبلغ بخواهد رسوبات فکری مخاطب را بزداید، باید دقت کرده و بهترین طریق ممکن را اتخاذ کند.

نکاتی که در جدال احسن، باید مراعات کرد، به این شرح است:

۱- آزادی

از آن جا که باور و عقیده را نمی‌توان با زور و اکراه، تغییر داد، ضرورت دارد که تبلیغ، در جوئی آرام و آزاد صورت پذیرد و مخاطب، فرصت اظهار عقیده را بیابد. اگر شخص مخاطب احساس کند که پیام رسان در صدد تحمیل عقیده خود به او نیست، بلکه با دلایل منطقی تلاش دارد تا حقیقت را ارائه کند، انگیزه‌ی بیش‌تری برای قبول پیام دروئی به وجود می‌آید.

۲- شخصیت

در مقام مجادله، باید از هر گونه مشاجره و کوچک شمردن مخاطب، احتراز جست و شخصیت او را محترم شمرد. مبلغ، نباید به مخاطب خود بگوید: «الآن اثبات می‌کنم که شما اشتباه می‌کنید!».

چنانچه مبلغ بخواهد با بسی حوصله‌گی و رفتار انفعالی، در نخستین برخورد، عقیده و باور مخاطب را به باد استهزا و تمسخر بگیرد، عملاً، امکان برقراری هر گونه ارتباط را از میان برده و او را به دفاع از عقاید خود وادار خواهد کرد و از سوی دیگر، کینه و نفرت وی را شعله‌ور خواهد ساخت. امیر المؤمنین علیه السلام می‌فرماید:

الإفراط فی الملامة یسب نار اللجاجه^(۱)؛ افراط و زیاده روی در سرزنش و ملامت، باعث شعله‌ور شدن آتش لجاجت و عناد می‌گردد.

۳- تفاهم

پیام رسان، آگاه، باید بحث را از مطالبی که مورد پذیرش طرف مقابل است، آغاز کند و از این راه وی را متجرب سازد.

۱- غرر الحکم، ج ۷، ص ۲۵۹.