

## نوآوری در تبلیغ اسلامی .....

حمید نگارش

استادیار پژوهشکده تحقیقات اسلامی

### چکیده

این مقاله می‌کوشد ضمن بازشناسی چهار ویژگی مهم در پیام و پیام‌گزار به تبیین چند شیوه کاربردی در ارائه تبلیغ دینی اشاره نماید. راقم این سطور معتقد است استفاده اصولی و کاربردی از این شیوه‌ها به همراه توجه به ویژگی‌های مطرح شده در پیام و پیام‌گزار، فضای تبلیغی را مناسب‌تر کرده و زمینه ارتباط با مخاطبان را هموارتر می‌نماید. افزون بر این بعضی از ابزارهای الکترونیکی هنوز جای پای خود را در بین مبلغین باز نکرده که این نوشتار به بعضی از آنها اشاره دارد. این نگاه می‌تواند عرصه‌های جدیدی را فراوری مبلغان گرامی قرار دهد.

**کلید واژه‌ها:** نوآوری، تبلیغ، تبلیغ اسلامی، دین اسلام.

### مفهوم‌شناسی

#### تبلیغ

واژه تبلیغ گویای رساندن پیام به صورت صحیح می‌باشد. واژه‌های هم‌خانواده آن نیز در قرآن و کتب روایی زیاد بکار برده شده است. تبلیغ در معنای اصطلاحی، رساندن پیام به دیگری به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار است و بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام استوار می‌باشد.<sup>۱</sup> آنچه در این رابطه قابل توجه است آن است که در تبلیغ تنها رساندن یک ایده به مخاطب مراد نمی‌باشد، بلکه اقناع یا ترغیب او مورد

نظر است. پس باید کوشید تا با شفاف‌سازی پیام خود از طریق ابزارهای گوناگون و روش‌های جدید، مخاطب خویش را قانع ساخته به هدف خود مایل گردانید.

## دین

دین در لغت به معانی کیش، شریعت، طریقت، جزاء، طاعت، حساب، عادت، داوری، مذهب و... به کار رفته است.<sup>۲</sup> در اصطلاح دین عبارت از راه و روش خاصی در زندگی است که صلاح دنیا و سعادت آخرت را تأمین می‌کند. تأکید بر صلاح زندگی دنیوی و سعادت اخروی می‌فهماند که دین تنها به بیان رابطه انسان با خدا نمی‌پردازد که امری فردی تلقی گردد بلکه تنظیم روابط اجتماعی انسان‌ها و مانند آن را نیز مورد توجه قرار می‌دهد. مبلغان محترم باید در تبلیغ خود همه ابعاد دین را به صورت جامع و گسترده بیان نمایند تا شبهات مربوطه برطرف گردد. دین در اصطلاح قرآنی اسلام می‌باشد.

إِنَّ الدِّينَ عِنْدَ اللَّهِ الْإِسْلَامُ. (آل عمران: ۱۹)

وَمَنْ يَبْتَغِ غَيْرَ الْإِسْلَامِ دِينًا فَلَنْ يُقْبَلَ مِنْهُ. (آل عمران: ۸۵)

## نوآوری

نوآوری به معنی تازه‌آفرینی و تولید در ابعاد گوناگون می‌باشد. به فعلیت رساندن استعدادها و ظرفیت وجودی انسان‌ها، نوآوری در خصوص مسائل فرهنگی نیز بویژه در جوامع ارزشی و دینی همواره به عنوان یک ضرورت مطرح می‌شود. شاخصه‌های نوآوری عبارتند از: ۱. نوآوری در عرصه فکری و اعتقادی باید در طول آموزه‌های دین مبین اسلام باشد و در تعارض با بدعت‌ها، تحریف‌ها خرافه‌ها قد علم کند. ۲. نوآوری مطلوب در چهارچوب اصول، سنت‌ها و ارزش‌ها صورت می‌گیرد. ۳. نوآوری در روش‌ها و شیوه‌ها براساس تجارب صورت می‌گیرد تا راه بهتری برای رسیدن به هدف و مقصود انتخاب گردد. در بعد الزامات تحقق نوآوری باید گفت نوآوری در حوزه فردی جایگاه بسیار مهمی ایفا می‌کند که تحقق آن در جامعه نیز می‌تواند تأثیرگذار باشد. در حوزه فردی در سه محور می‌تواند بررسی شود. ۱. نوآوری در ارتباط با خالق و تقرب بدان

با تکیه بر شاخص‌ها ۲. نوآوری در ارتباط با نفس خویش ۳. نوآوری در شیوه‌های تعامل با هموعان. باری آنچه در این نگاه اجمالی می‌توان برداشت نمود آن است که ما مبلغان برای تحقق راهبرد نوآوری قبل از هر چیز باید تأملی در رفتارهای شخصی و اخلاق کاری خود داشته باشیم. مسلم است تأمل بیشتر در مسئولیت‌پذیری، نظم، اعتماد به نفس، دارا بودن روحیه کار، اخلاص، باور عمیق دینی همراه با استفاده از جدیدترین روش‌ها و ابزارها می‌تواند زمینه‌های جدیدی را فراروی مبلغان ایجاد نماید.

### تبلیغ دینی و اهداف متعالی آن

هر تبلیغی در بردارنده اهداف روشن و شفاف می‌باشد و مبلغ می‌کوشد به آن اهداف جامه عمل بپوشاند. اهداف هر چه با ارزش تر باشد جایگاه تبلیغ رفیع تر خواهد بود. از آنجا که اهداف تبلیغ در اسلام، در جهت تعالی انسان‌ها می‌باشد، امر تبلیغ ارزشمند و بلندمرتبه می‌باشد. مقام معظم رهبری در این رابطه می‌فرماید:

اگر این مطلب درست است که شرف هر فرد به شرف هدف و غایت آن فرد بستگی دارد باید بگوئیم یکی از اشرف آن همین تبلیغ دین است. زیرا هدف از تبلیغ دین تزکیه مردم و بالا بردن افکار مردم می‌باشد که این‌ها جزو اشرف هدف‌هاست.<sup>۳</sup>

در یک نگاه اجمالی می‌توان گفت اهداف مهم در تبلیغ اسلام عبارتند از: ۱. دعوت به توحید، بندگی خدا و اجتناب از طاغوت ۲. توجه دادن به معاد ۳. زنده گرداندن دل‌ها ۴. تعلیم و تزکیه ۵. توجه دادن انسان به مقام و منزلت خویش در هستی ۶. برانگیختن فطرت و ...

رهبر فرزانه انقلاب خطاب به مبلغان دینی می‌فرماید:

وظیفه اساسی هدایت مردم به سمت اهدافی است که قرآن کریم و پیامبران در طول تاریخ نبوت ترسیم کرده‌اند. ما در موضع کسی که می‌خواهد میراث فخیم علمای دین را در طول این هزار سال حفظ کند و هدایت مردم را استمرار بخشد باید به منقلب کردن دل‌ها و روشن کردن ذهن‌ها و تصحیح مسیرها و جهت‌گیری‌ها و خالص کردن اعمال و تحول درونی مردم به یک مؤمن واقعی با اخلاق حقیقی اسلامی همت گماریم.<sup>۴</sup>

## ضرورت تبلیغ در جهان امروز

در دنیای مدرن امروز، بیگانگان با قدرت هر چه تمام‌تر به میدان آمده تا هویت فرهنگی ملت‌ها را مسخ نموده و بواسطه این امر، زمینه‌های استثمار و استعمار آنان را بیش از پیش هموارتر نمایند. از طرف دیگر افکار بلند حاملان وحی پس از سالیان سال هنوز بر سر زبان‌هاست. این امر به همت و کوشش پیام‌گزاران بزرگواری بوده است که در انتشار آن افکار بلند از هیچ کوششی دریغ نورزیده تمام تلاش خود را جهت اعتلای دین به کار بسته‌اند. آنچه امروز جایگاه این مأموریت الهی را برای مبلغان دینی بیشتر می‌کند صف واحد بیگانگان در جهت نابودی آموزه‌های دینی اسلامی است. امروز دست‌های بیگانگان نه به صورت پنهان که به صورت آشکار آمده‌اند تا بنیان‌های دینی و فرهنگی جوامع اسلامی را نابود کنند. در چنین شرایطی بایستی مبلغان دینی دهها برابر گذشته سرمایه‌های علمی و عملی خود را تقویت کنند. باید سراغ ابزارهای جدید فرهنگی و تبلیغی روند. باید از شیوه‌های جدید برای جذب ملت‌ها استفاده نمایند. بپذیریم که ابزارهای گذشته، شیوه‌های گذشته به تنهایی جوابگوی نیازهای امروز جوامع نمی‌باشد. برای حل نابسامانی‌ها و اصلاحات فرهنگی می‌توان سراغ ابزار جدید رفت، سراغ شیوه‌های جدید رفت. اگر بخواهیم از قافله تمدن بشری عقب نمانیم باید مجهز به ابزار جدید شویم. باید با تسخیر ابزار جدید به سراغ جهت‌دهی افکار تشنگان حق و حقیقت شویم. باید شیوه‌های الگوهای بزرگ دینی را بازشناسی کنیم، قبول کنیم مهرورزی پایه اساسی دعوت پیامبر اکرم (ص) بود. آن یگانه دوران با اخلاق و رأفت بیش از حد، همه دل‌ها را به طرف خود جذب کرد. آن بزرگوار با مردم مدارا می‌کرد، بسیاری از لغزش‌ها را نمی‌دید، در صحنه‌های اجتماعی و مردمی همواره حضور به هم می‌رسانید. متناسب با نیاز مردم سخن می‌راند. او می‌کوشید با عمل خود دل‌ها را به طرف خود جذب کند. این‌گونه بود که زبانزد خاص و عام شد. پیامبر به سراغ مریض می‌رفت، پیامبر از فضا‌های تبلیغی مناسب حداکثر استفاده را می‌کرد و... امروز نیز مبلغان ما باید این سیره معصومین را بازشناسی کنند. بایستی خوش اخلاقی، عفو و گذشت، محبت، تواضع، حوصله و تحمل و تفقد و رسیدگی در دستور کار مبلغان قرار گیرد. چه کسی است که در شرایط امروزی با حجم حملات تخریبی

دشمنان اسلام منکر اهمیت و حساسیت تبلیغ دینی شود. اما مقابله اصولی رویکردی جدید را می‌طلبد. امروز کمتر کسی می‌پذیرد که سبک‌ها و ابزارهای گذشته می‌تواند جوابگوی نیازهای تشنگان معارف دینی شود.

باری قافله تمدن هستی شتابان در حال گذر است. راستی انسان با این شتاب و عجله به کجا می‌خواهد برود و برسد؟ آیا در تسخیر قله‌های تعالی است یا به سرعت به سوی بی‌هویتی پیش می‌رود. مدنیت نوین با ابزارهای پیچیده خود به انسان وانمود می‌کند که عصر بی‌نیازی، انسان‌محوری را جایگزین خدامحوری قرار داده است و انسان توانست جایگاه خدا را پر کند. سوگمندان باید اعتراف نمود سهم بسیار اندکی از مقابله با این تفکر نصیب دین‌مداران و انسان‌هایی است که درد دین دارند. آیا نباید با تدبیر و برنامه‌ریزی جهت این حرکت برق‌آسا را به سمت قله‌های تعالی بشریت رهنمون کرد. آیا وقت آن نرسیده است که دین‌مداران با استفاده از ابزارهای جدید به ترویج آموزه‌های دینی بپردازند. آیا نباید از این فرصت بدست آمده حداکثر استفاده را نمود. رهبری معظم انقلاب در این رابطه می‌فرماید:

برادران عزیز امروز فرصت عظیمی در اختیار روحانیت است. هیچ‌وقت در طول تاریخ از زمان رسول اکرم (ص) تا امروز چنین فرصتی در اختیار نبوده. فرصت عظیم و عزیزی است و ما باید بتوانیم امروز به عنوان مبلغان دین نقش کارآمد و ماندگاری ایفا کنیم. این وظیفه ماست و ما باید خودمان را آماده کنیم. امروز دنیای اسلام با تمام وجود نیازمند است.<sup>۵</sup>

### پیام تبلیغ و بازشناسی چهار شاخصه اصلی آن

پیام در اصطلاح، اعتقاد، اندیشه یا گرایشی است که پیام‌دهنده قصد دارد آن را به پیام‌گیرنده منتقل نماید و ممکن است بار اعتقادی، سیاسی، اقتصادی، اخلاقی و... داشته باشد.<sup>۶</sup>

پیام هر قدر از محتوا، جذابیت و کارایی لازم و درک فرهنگ زمان برخوردار باشد دارای اهمیت بیشتری است. پیام الهی اسلام دارای همین امتیازات بود که توانست در میان توده‌های مردم گسترش پیدا کند. چه محتوایی بالاتر از دعوت مردم به حق، ارشاد و هدایت به ارزش‌های الهی، بشر را از خودی رها کردن و به خدا رساندن. با این همه توجه

به چند شاخصه می‌تواند تأثیر بیشتری در مخاطب داشته باشد که به اختصار به بیان آنها می‌پردازیم.

### ۱. تناسب با نیاز مخاطبان

پیام باید متناسب با قدرت فراگیری، طرز تفکر، شایستگی، فرهنگ و درک پیام‌گیرنده باشد. توجه به این شرایط است که زمینه‌تناسب پیام با نیاز مخاطب را فراهم می‌نماید. سنجیدن فهم پیام‌گیرندگان به قدری مهم می‌باشد که تمام پیامبران الهی در راه تبلیغ دین مأموریت یافته‌اند که به این مهم توجه نشان دهند. پیامبر اکرم (ص) می‌فرماید:

انا معاشر الانبياء امرنا ان نكلم الناس على قدر عقولهم.<sup>۷</sup>

ما پیامبران مأموریم که در سطح درک مردم سخن بگوئیم.

اگر پیام الهی در دلها نفوذ می‌کند و همگان را تحت تأثیر قرار می‌دهد به جهت انطباق با نیازهای بشری است. استاد مطهری در این باره می‌فرماید:

برای این که محتوای پیام غنی باشد باید با احساسات بشر انطباق داشته باشد. توافق با احساسات و تا حدی اشباع احساسات عالی بشر و هماهنگی با نیازهای زندگی و نیازهای عملی و عینی بشر از شرایط غنی بودن محتوای یک پیام است. اگر پیام با نیازهای بشر ضدیت داشته باشد نمی‌تواند موفق باشد.<sup>۸</sup>

ما مبلغین تاکنون چه مقدار به این مهم توجه داشته‌ایم؟ آیا تا به حال قبل از ارائه پیام تبلیغی خود نیازسنجی کرده‌ایم؟ به راستی اگر این نیازسنجی‌ها صورت می‌گرفت آیا در جذب شنوندگان موفق‌تر نبودیم؟ بیاییم همانند معصومین پیام را متناسب با نیاز، علم، ادراک پیام‌گیرندگان ارائه دهیم تا پیام ما نیز همانند داروی پزشک معالج اثربخش باشد. توجه به نکات ذیل ما را در شناسایی نیاز مخاطبان بیشتر کمک می‌کند.

- توجه به سن مخاطبان.

- توجه به جنس و نوع مخاطبان.

- دقت در سطح تحصیلات مخاطبان.

- در نظر گرفتن شرایط و ویژگی روحی و روانی مخاطبان.

- توجه به زمان و مکان ارائه پیام.

## ۲. روشن و گویا بودن پیام

پیام تبلیغی اگر صریح، روان و عاری از الفاظ پیچیده باشد تأثیر بیشتری بر مخاطب خواهد داشت. قرآن این کتاب الهی در ارائه پیام آسمانی در اوج بلاغت، روشنی و گویایی است و ویژگی خود را این گونه بیان می‌کند.

الر تِلْكَ آيَاتُ الْكِتَابِ وَقُرْآنٍ مُّبِينٍ. (حجر: ۱)

قَدْ جَاءَكُمْ مِنَ اللَّهِ نُورٌ وَكِتَابٌ مُبِينٌ. (مائده: ۱۵)

اگر در اولین روزهای نزول قرآن مردم مجذوب قرآن شدند و حتی سران مشرکان در دل شب به نغمه‌های قرآن گوش فرامی‌دادند بدان سبب بود که مفاهیم بلند قرآن را به سادگی و روشنی می‌فهمیدند.

از طرفی دیگر پیامبران الهی هم مأمور بودند که پیام خود را صریح و روشن به گوش برسانند.

وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ. (عنکبوت: ۱۸)

موسی این پیامبر آسمانی در جهت تبلیغ الهی تقاضای گویایی بیان می‌کند و می‌فرماید:

وَأَخْلَلْ عَقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي. (طه: ۲۸)

از امیر البیان علی (ع) نقل شده که اگر پیامی مزین به اسلوب و بینش خاص شود به گونه‌ای که همگان آن را بفهمند، برترین پیام‌ها و گفتارها خواهد بود. ایشان می‌فرماید:

احسن الكلام ما زانه حسن النظام و فهمه الخاص والعام.<sup>۹</sup>

بکوشیم با تاسی به قرآن و سیره معصومین پیام دینی خود را صریح، گویا به پیام‌گیرندگان منتقل کنیم در این رابطه توجه به چند نکته مفید و سازنده خواهد بود.

- در ارائه پیام از کلمات روان، فصیح و زیبا استفاده کنیم.

- زمان، مکان، سطح فکر، روحیات مخاطبان و قدرت فراگیری پیام‌گیرندگان را کاملاً

بشناسیم و براساس آن نحوه ارائه پیام و محتوای آن را انتخاب کنیم.

- از تندگویی و شتاب زدگی اجتناب و سعی کنید که کلام و پیام شما به درازا نکشد و در

عین اختصار وافی به مقصود باشد.

### ۳. کاربردی بودن پیام

اگر پیام تبلیغی با عباراتی ساده، کوتاه، پربار در قالب ادبیات روز جهت گره‌گشایی به مخاطبان منتقل شود، آن پیام کاربردی خواهد بود.

ویژگی‌های پیام کاربردی

- استفاده از کلمات روان

قرآن شریف که زبان اسلام است واجد این مزیت می‌باشد.

وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ. (تحریر: ۱۷)

ما قرآن را برای تذکر آسان ساختیم آیا کسی هست که متذکر شود.

- بهره‌گیری از جملات کوتاه و پربار

برای کاربردی کردن پیام باید از جملات کوتاه و پربار استفاده نمود و فاصله بین نهاد و گزاره را کم کرد و اگر جمله‌ای به درازا می‌کشد به گونه‌ای نباشد که طول کلام، رابطه لفظ و معنی را قطع نماید. قال علی (ع):

آفة الکلام الاطالة.<sup>۱۰</sup>

آفت گفتار، کلام را به درازا کشاندن است.

- به کارگیری تشبیه و مثل

چه بسیار مطالب غامض و دشواری که با یک مثل یا تشبیه چنان روشن می‌گردد که برای پیام‌گیرنده کمترین ابهامی باقی نمی‌گذارد. اجازه بدهید برای روشن شدن تنها به ذکر یک مثل قرآنی بسنده کنیم.

أَمْ تَرَ كَيْفَ ضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا كَلِمَةً طَيِّبَةً كَشَجَرَةٍ طَيِّبَةٍ أَصْلُهَا ثَابِتٌ وَفَرْعُهَا فِي السَّمَاءِ.

(ابراهیم: ۲۴)

آیا ندیدی خدا چگونه کلمه طیبه و گفتار پاکیزه را به درخت پاکیزه‌ای تشبیه کرده که ریشه آن در زمین ثابت و شاخه آن در آسمان است.

### ۴. آگاهی و استفاده از ادبیات روز

استفاده از ادبیات روز، تأثیر پیام را در مخاطب چند برابر می‌کند. واژه‌های مغلق و دشوار که در ادبیات سنتی کاربرد داشت امروزه هیچ جایگاهی ندارد به این عبارت روان توجه کنید که نویسنده چگونه سلیقه به خرج داده و مصائب حضرت زهرا (س) را بیان می‌کند.



سوز اشک‌های فاطمه (ع) هنوز پای عارفان را در بیت‌الاحزان او سست می‌کند و کمر ابرار را می‌شکند و آتش بر جان اولیاء الله می‌اندازد. معاذ الله که رشحه‌هیچی قلمی بتواند با اشک سوزناک علی (ع) به هنگام شستن پیکر فاطمه (ع) برابری کند. کجاست اسماء؟ از او بپرسید فرشتگانی که در اشک‌های آن هنگام علی (ع) به تبرک غسل می‌کردند بال و پرشان نسوخت. آنچه بر پیشانی تاریخ تشیع چروک این چنین عمیق آفریده دردهایی از این دست است. دردهایی که گفتنی نیست، بیان کردنی نیست.<sup>۱۱</sup>

امروز ما باید به سراغ ادبیات روز برویم تا مخاطبان را جذب کنیم. مقام معظم رهبری در این رابطه می‌فرماید:

یک روز مرحوم مجلسی در کتاب حق‌الیقین و عین‌الحیة اخلاق و عقاید دینی را با همان زبان خودش می‌گفت و دنیایی را به تفکر اعتقادی شیعه نزدیک می‌کرد. اما امروز من و شما نمی‌توانیم حق‌الیقین و عین‌الحیة را تجویز کنیم. اگر هنر داریم باید آن مضمون را با زبان امروز بنویسیم. بنده امروز حق‌الیقین و عین‌الحیة را تجویز نمی‌کنم. پر از مطلب است البته نه مطلب باب جوان امروز.<sup>۱۲</sup>

### پیام‌گزار و بازشناسی چهار شاخصه اصلی آن

پیام‌گزار دینی کسی است که پیام دین را با استفاده از روش‌ها و ابزار مشروع به مردم می‌رساند و از کسی جز پروردگار جهانیان واهمه ندارد و اجر و پاداش کوشش‌های تبلیغی خود را نیز تنها از او امید دارد.

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَىٰ بِاللَّهِ حَسِيبًا. (احزاب: ۳۹)

### پیام‌گزار و بازشناسی چهار شاخصه اصلی

توجه به چهار شاخصه مهم در پیام‌گزار نیز می‌تواند تأثیر زیادی در پیشبرد اهداف متعالی او داشته باشد.

#### ۱. مردمی بودن

پیام‌گزار مردمی کسی است که از میان مردم برخاسته باشد. ارتباط روحی و عاطفی با ملتش داشته باشد؛ از مشکلات آنان آگاه باشد؛ به نفع مردم سخن بگوید و در راه مصالح آنان گام

بردارد و در برابر ناراحتی‌ها و رنج‌های مردم بی تفاوت نباشد. به هدایت جامعه علاقه‌مند باشد و به هرگونه خیر و سعادت، پیشرفت، خوشبختی و عزت جامعه عشق بورزد.<sup>۱۳</sup> اما سؤال اساسی این است که چگونه می‌توانیم یک پیام‌گزار مردمی باشیم. برای پاسخ به چند نکته اشاره می‌شود.

- ارتباط آسان، دوستانه، صمیمی با مردم داشته باشد. گوشه‌گیر و منزوی نباشد و درب خانه و محل کار خود را به روی مردم نبندد.

- به زبان مردم و با ادبیات رایج جامعه بگوید.

- نیازهای واقعی، فوری و مهم جامعه را بشناسد و بدانها پاسخ دهد.

- زندگی ساده و بدون تشریفات داشته باشد.

- هجرت و حرکت به سوی مردم داشته باشد و منتظر نباشد تا مردم به سوی او بیایند.

- درباره مخالفان خود ادب، احترام و عدالت را رعایت کند.

- سبقت در سلام، احوالپرسی، دست دادن، خوشروئی، اجازه خواستن هنگام ورود به

مکانی نه تنها از اهمیت و اعتبار انسان کم نمی‌کند بلکه بر عظمت او می‌افزاید.

- به کودکان، نوجوانان و جوانان توجه بیشتری داشته باشد.

- هیچ‌کس را ناامید برنگرداند. اگر می‌تواند نیازمندی او را برطرف نماید و اگر

نمی‌تواند با بیانی نیکو و آرام بخش او را دعوت به آرامش کند.

- خود را خدمت‌گزار مردم بداند.

- تمایلات فطری انسان‌ها را در نظر بگیرد.

## ۲. حسن خلق

حسن خلق و خوش خلقی در روایات معصومین به معانی نرم‌خوئی، مهربانی، ادب‌گفتار،

خوش‌روئی و الفت مردم آمده است.<sup>۱۴</sup>

پیام‌گزار اگر این ویژگی را در خود ایجاد نماید کارایی تبلیغ خود را چند برابر بیشتر می‌کند.

اما آنچه برای دست‌یابی پیام‌گزار به حسن اخلاق بایسته و مفید است عبارتند از:

- تمرین عملی خوش‌اخلاقی، وادار کردن خود به خوش‌خویی تا کم‌کم به صورت

ملکه و عادت درآید.

- اندیشیدن در آثار مادی و معنوی نیک‌خویی.
- بررسی زندگی پیشوایان بزرگ دین و الگوگیری از آنان.
- ارتباط با افراد نیکو خصال و دوری گزیدن از بد اخلاق‌ها.
- اما بعضی از آثار و فوائد خوش اخلاقی پیام‌گذار عبارتند از:
  - محبوبیت نزد پروردگار متعال
  - زیاد شدن دوستان
  - عزت و سربلندی در جامعه
  - مدیریت قوی و کارآمد در امور تبلیغی
  - زدودن کینه‌ها
  - رضایت از خدا، مردم و زندگی
  - موفقیت در زندگی فردی و اجتماعی و کارهای تبلیغی خود و...

### ۳. رفق و مدارا

شاخصه دیگر پیام‌گزار رفق و مدارا می‌باشد. رفق و مدارا به معنی نرمی، ملاحظت، ملایمت در گفتار و رفتار است. از زیبایی‌های اخلاق پیام‌گزار دینی و از عوامل مهم موفقیت در کار تعلیم و تربیت، محبت و مهربانی و آسان گرفتن است. این شاخصه یک روش قرآنی است که ریشه در وحی آسمانی دارد. خداوند خود را با اوصافی همچون رحمان، رحیم، غفور و امثال آن معرفی می‌کند که نشان‌دهنده مفهوم گذشت و مدارا با بندگان است. درباره فراریان جنگ احد که جبهه را رها کردند و گناه بزرگی مرتکب شدند خداوند می‌فرماید:

وَلَقَدْ عَفَا اللَّهُ عَنْهُمْ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ حَلِيمٌ. (آل عمران: ۱۵۵)

و خداوند آنها را بخشید. خداوند بسیار آمرزنده و مهربان است.

سیره رسول خدا نیز مؤید مدارای آن بزرگوار در صحنه‌های گوناگون زندگی است. در فتح مکه زمانی که مشرکان شکست خوردند و سربازان مسلمان وارد شهر گردیدند. برخی از فرماندهان لشکر با توجه به سابقه سوء و رفتار بدی که از مشرکان در خاطر داشتند به اذیت و آزار آنان اقدام کردند و می‌گفتند امروز روز انتقام گرفتن است. اما برخلاف انتظار

پیامبر به مردم مکه اعلان عفو کردند و حتی خانه ابوسفیان را که بزرگ مشرکان بود محل امن قرار دادند و هر که بدانجا می رفت در امنیت بود.<sup>۱۵</sup>

آن بزرگوار خود در حدیثی می فرماید:

مداراة الناس نصف الايمان والرفق بهم نصف العيش.<sup>۱۶</sup>

مدارا با مردم نصف ایمان است و مهربانی با آنها نصف زندگی است.

در حدیث دیگری می فرماید:

أمرتُ بمداراة الناس كما أمرتُ بتبليغ الرسالة.<sup>۱۷</sup>

من به مدارای با مردم مأمورم چنانکه به تبلیغ رسالت.

راه و رسم رفق و مدارا

برخی از کارها که نماد دوستی و خوش رفتاری باشد عبارتند از تبسم، دلجوئی، عفو و گذشت از خطاها، صبر و حوصله در پاسخ گویی به سؤالات و اشکالات، مهربانی به هنگام امر به معروف و نهی از منکر و....

برخی از آثار رفق و مدارا

- جلب دوستی و محبت مردم.

- علاقه مند کردن مردم به دین و برنامه های دین.

- زدودن کینه و دشمنی.

- ارتباط آسان و صمیمی با مخاطبان.

- برخورداری از امدادهای غیبی.

- کامیابی و موفقیت در تبلیغ.

#### ۴. شناخت زمان و مکان

از شاخص های مهم یک پیام گزار و مبلغ دینی شناخت زمان و مکان می باشد. شناخت وضعیت و شرایط زمانی و مکانی یکی از عوامل مؤثر در تبلیغ است و این شرایط دارای مفهومی گسترده و کلی است که مسائل جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی و مسائل مقطعی روز و مسائل درازمدت را در بر می گیرد. امام صادق (ع) می فرماید:

## العالم بزمانه لا تهجم عليه اللوايس. ۱۸

کسی که زمان خود را بشناسد اشتباهات بر او هجوم نمی آورد.

بیان مطالب در مواقع مناسب با پذیرش و استقبال فراوان مواجه می شود. اما در شرایط نامناسب تأثیر چندانی ندارد.

مقام معظم رهبری در این رابطه می فرماید:

یک ملای بزرگی داریم که او محقق قمی و میرزای قمی، صاحب جامع الشتاة است. در کتاب جهاد جامع الشتاة سؤال هایی از او می شود که اگر کسی نگاه کند می فهمد این سؤال ها را دربار فتحعلی شاه از او کرده و این عالم زمان شناس و آگاه به تمام اوضاع و احوال یک ذره و یک لحظه فریب نمی خورد و جواب های رندانه او از نشانه های هوشیاری یک عالم دین و فقیه بزرگوار است. اگر همه علمای ما در زمان خودشان مثل میرزای قمی بودند حداقل در این ۲۰۰ سال اخیر شاید وضع ما الان بهتر می بود. ۱۹

در این رابطه توجه به چند نکته مفید می باشد.

- پیام گزار دینی بنابر وظیفه و مسئولین که بر دوش دارد باید سعی کند آگاه ترین مردم به زمان خویش باشد.

- تطبیق و هماهنگ سازی شیوه ها، ابزارها و محتوای تبلیغ با نیازمندی ها و پرسش های مخاطبان در دستور کار مبلغ باشد.

- بهره گیری از روش ها و ابزارهای نوین اطلاع رسانی و تبلیغات مانند رسانه های تصویری رایانه و... در اولویت قرار گیرند.

- ارتباط علمی و مشورت با عالمان آگاه و زمان شناس پیوسته انجام گیرد.

- با طبقات و گروه های مختلف مردم معاشرت و ارتباط دوستانه داشته باشد.

## شیوه های کاربردی در ارائه تبلیغ دینی

دین مبین اسلام بر روی شیوه و چگونگی تبلیغ دین اهمیت فراوانی قائل است. ۲۰ این اهمیت از اصل نیاز دین به تبلیغ ناشی می شود و بهره گیری از شیوه های جذاب و کارآمد نقش مهمی در تأثیر تبلیغ ایفا می کند. شما مبلغان به خوبی می دانید که جذب اقشار

گوناگون مردم بویژه نسل جوان جز با شیوه‌های نوین تبلیغ میسر نمی‌باشد. در اهمیت پرداختن به شیوه‌های کارآمد تبلیغ همین بس که رهبری می‌فرمایند:

اگر چنانچه ما به شیوه تبلیغ توجه نکنیم و به آن نپردازیم هیچ کاری نکرده‌ایم بایستی یک آهنگ زیبا و دل‌نشین از زیر و بم‌های شیوه تبلیغ به وجود آورد.<sup>۲۱</sup>

در این مقال به چند شیوه کاربردی که کمتر به آن توجه می‌شود بیان می‌گردد.

### ۱. تبلیغ چهره به چهره

از شاخص‌های نظام تبلیغی پیامبر خدا و ائمه اطهار، تبلیغ حضوری و چهره به چهره می‌باشد. پیامبر (ص) خود به سراغ مردم می‌رفت و آنان را به اسلام دعوت می‌کرد و معارف دین را برای آنان ارائه می‌نمود. دعوت پیامبر حضوری و چهره به چهره بود و تک تک افراد را به دین اسلام فرامی‌خواند و برنامه خویش را اعلام می‌نمود. این روش متأسفانه در میان ما مبلغان از جایگاه والائی برخوردار نمی‌باشد. ذکر چند مورد از عملکرد معصومین اهمیت این شیوه را نمایان‌تر می‌کند.

بهترین نمونه در خصوص این نوع تبلیغ، داستان زید بن حارثه است که پیامبر اکرم او را از برده فروشان خرید و در راه خدا آزاد کرد؛ اما او پس از آزادی پیامبر را رها نکرد و همواره در خدمت آن حضرت بود تا این که پیامبر مبعوث به رسالت شد و اسلام را به او عرضه کرد. وی بلافاصله ایمان آورد و اسلام را به عنوان دین حق پذیرفت. امامان نیز با تاسی با پیامبر اعظم از این روش بهره‌ها بردند. مانند جریان ملاقات امام حسین (ع) با زهیر بن قین در یکی از منازل میان کوفه و مدینه و دعوت حضرت از ایشان که فرمایشات امام انقلاب درونی در او ایجاد کرد به گونه‌ای که آمد و خیمه خود را کنار خیام امام حسین (ع) نصب کرد و گفت من حسینی شده‌ام. آنچه از سیره رسول خدا به دست می‌آید این است که جوانان بیش از دیگران به دعوت‌های حضوری و انفرادی رسول خدا پاسخ مثبت می‌دادند و به خدا و پیامبر ایمان می‌آوردند. دلیل این امر ایمان آوردن تعداد قابل توجهی از جوانان مکه است که برخلاف میل بزرگان قریش و موالی‌شان به دین اسلام گرویدند و برنامه‌های او را بادل و جان پذیرفتند.<sup>۲۲</sup> اهمیت تبلیغ چهره به چهره در این است که مبلغ به تنهایی وارد شخصیت او شده و می‌کوشد شخصیت او را تحت تأثیر قرار دهد و اگر مبلغ دلایل

روشنی ارائه دهد در جسم و جان او اثر عمیق می‌گذارد. بپذیریم که نسل جوان امروز در محاصرهٔ انبوهی از اطلاعات و تراکم عوامل مزاحم در رشد و تعالی روحی و معنوی خود است که اگر در خلوت با آنها گفتگو شود بسیاری از ناگفته‌های درونی خود را ابراز می‌کنند و برای رهایی از آن مدد می‌جویند. مبلغ می‌تواند از طریق گفتگوی مستقیم به حل مشکلات او بپردازد.

باری آیا ما تا به حال این‌گونه وارد عمل شده‌ایم. آیا در ایام فراغت تابستان، ما روحانیون جلسه با فامیل و یا فرزند همسایگان داشته‌ایم و... قضاوت را به عهدهٔ خود شما می‌گذاریم.

## ۲. پاسخ به سؤالات

از روش‌های تبلیغی کارآمد پاسخ دادن به سؤالات می‌باشد. ابلاغ پیام به شکل پرسش و پاسخ اندیشهٔ مخاطب را به تکاپو می‌اندازد و او را به طور غیر مستقیم ارشاد می‌کند. این شیوه انواع و اقسامی دارد گاهی پیام‌گزار سؤالی را طرح می‌کند و بدون دادن جواب از پیام‌گیرنده می‌خواهد که با مراجعه به فکر و عقل خود جواب را بیابد و گاهی پس از طرح سؤال جواب آن را هم می‌دهد و گاهی از مخاطبان می‌خواهد که سؤال کنند و جواب خود را بشنوند این شیوه در قرآن مجید کاربرد گسترده‌ای دارد<sup>۲۳</sup> و در موارد متعدد پس از ذکر سؤال جواب می‌آید. در پاره‌ای از موارد هم مطالب مهم و اساسی به صورت سؤال مطرح شده و پاسخ آن به فکر مخاطب و گذار گردیده و باید به طور تلویحی جواب آن داده شود. مانند این دو آیه که می‌فرماید:

أَلَلَّهُ مَعَ اللَّهِ تَعَالَى اللَّهُ عَمَّا يُشْرِكُونَ. (نمل: ۶۳)

آیا معبودی با خداست؟ خداوند برتر است از آنچه برای او شریک قرار می‌دهند.

أَفِي اللَّهِ شَكٌّ فَاطِرِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ. (ابراهیم: ۱۰)

آیا در وجود خدا شک است خدایی که زمین و آسمان را آفرید.

معصومین نیز از این شیوه در تبلیغ دین استفاده می‌کردند. رسول اکرم (ص) گاهی با یک لبخند و یا انجام عملی غیر منتظره در اطرافیان خود سؤال ایجاد می‌کرد تا پیامی را به آنان ابلاغ کند. به عنوان مثال اسیرانی را پیش پیامبر آوردند. با دیدن آنها لبخندی زد. اسیران

گفتند: حق داری بر ما ناتوانان بخندی! پیامبر اکرم (ص) فرمود به خدا سوگند از روی استهزا بر شما نخندیدم؛ خنده‌ام برای این است که می‌خواهم شما را به بهشت برسانم و شما نمی‌پذیرید.<sup>۲۴</sup>

امامان نیز با طرح پرسش‌های فکری و علمی اذهان مردم را به جستجو وامی‌داشتند و با پاسخ‌های منطقی به سؤالات، گره‌های فراوانی را از مشکلات علمی می‌گشودند. نیز امیر البیان (ع) گاهی بر فراز منبر و گاه در حین ملاقات با اشخاص و حتی پس از ضربت خوردن از مردم درخواست می‌کرد تا از وی سؤال کنند وی فرمود: قبل از این که مرا از دست دهید از من پرسید.<sup>۲۵</sup>

توجه به چند نکته در این رابطه می‌تواند مفید باشد،

- گاهی پیامتان را به صورت سؤال و جواب مطرح کنید. این کار تبلیغ شما را متنوع و جذاب می‌کند.

- روحیه پرسشگری را در مخاطبان خود تقویت کنید.

- سعی کنید از پرسش‌های مردم بویژه جوانان آگاه شوید و بیان و تبلیغ خود را براساس پاسخ به آن سؤالات تنظیم کنید.

- پاسخ‌های روشن، شفاف و منطقی بدهید.

- اگر پاسخ سؤالی را نمی‌دانید با صراحت بگوئید نمی‌دانم و در صدد دانستن آن برآیید.

- هرگز بین پرسش و پاسخ فاصله طولانی نیندازید.

### ۳. تبلیغ عملی

تبلیغ عملی از کارسازترین شیوه‌های تبلیغ در سازندگی فرد و جامعه است. شما پیام‌گزاران دین اگر بخواهید تبلیغتان مؤثر افتد حتماً بدان چه می‌گوئید، عمل کنید. قرآن می‌فرماید:

وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا يُعْمِنُ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا. (نصفت: ۳۳)

چه کسی گفتارش بهتر است از آن که دعوت به خدا کند و عمل صالح انجام دهد.

در قرآن کریم هر جا سخن از ایمان است در کنارش عمل صالح را مطرح می‌نماید.

مَنْ آمَنَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَآمَلَ صَالِحًا فَلَا خَوْفٌ عَلَيْهِمْ وَلَا هُمْ يَحْزَنُونَ. (مانده: ۶۹)

بسیاری از مبلغان در تبلیغ خود به شیوه گفتاری بسنده می‌کنند و حال آنکه این شیوه در



همه جا جوابگو نمی باشد. امروزه ثابت شده که از نظر روان شناسی تأثیرات آموزش عملی در توده های مردم بخصوص نسل جوان بسیار کارسازتر می باشد. این سیره را در معصومین بارها دیده ایم. قرآن، مبلغان بدون عمل را مورد نکوهش قرار داده می فرماید:

أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ. (بقره: ۴۴)

رسول اکرم (ص) اولین عمل کننده به سخنان خود بود. اگر تشویق به جهاد می کرد خود پیشاپیش همه در میدان بود. اگر بحث از انفاق و تعاون داشت، خود پیشرو مردم بود. آن بزرگوار در خصوص نماز از همین شیوه استفاده کرد و می فرمودند:

صَلُّوا كَمَا رَأَيْتُمُونِي. ۲۶

نماز بگزارید آنگونه که من نماز را می گزارم.

در حالات حضرت فاطمه زهرا (س) می خوانیم که ضمن هدایت فرزندان به انجام فرائض دینی خود ارزش آن را عملاً به آنان نشان می داد. از امام حسن مجتبی (ع) نقل شده که در یکی از شب های جمعه دیدم مادرم زهرا (ع) تا صبح نماز را خواندند و برای تک تک همسایه ها دعا کردند ولی برای اهل خود و اهل خانه دعایی نکرد (پرسیدم) چرا این همه برای دیگران دعا کردی و برای خودت دعا نکردی فرمود:

يا بنی الجار ثم الدار.

فرزندانم اول همسایه بعد اهل خانه.

در حدیث دیگری می خوانیم که امیر مؤمنان (ع) به فرزند خود محمد بن حنفیه فرمود: فرزندم مقداری آب بیاور تا وضو بگیرم. محمد ظرف آبی خدمت پدر آورد حضرت نخست دست را در آب فرو برد و فرمود بسم الله والحمد لله الذی جعل الماء طهوراً و لم یجعله نجساً سپس حضرت تا پایان وضو دعاهای مربوط به هر قسمت را به محمد بن حنفیه یاد داد در آخر رو به محمد کرد و فرمود:

يا محمد من توحا مثل وضوئی و قال مثل قولى، خلق الله عزوجل من كل قطره ملكاً یقدسها و یسبحه و یكبره. ۲۷

هر بنده مؤمنی همانند من وضو بگیرد و آنچه که در حال وضو خواندم بخواند خدا در برابر هر قطره آب وضویش فرشته ای می آفریند که تا روز قیامت برایش تسبیح گوید.

مقام معظم رهبری در این رابطه می فرماید:

اگر ما می خواهیم مردم را موعظه کنیم لازمه آن در درجه اول اتعاض نفسی خود ماست. یعنی برای کسی که بنا بر گویندگی دین دارد تهذیب نفس یک امر الزامی است تا حرف او مؤثر واقع شود و از دل بگوید و عمل او تقویت کننده قول او و شاهدهی بر آن باشد.<sup>۲۸</sup>

## تأملی در ابزارهای جدید تبلیغ دین

ابزار تبلیغ یکی از ارکان مهم پیام‌گزاری است که امر تبلیغ بدون آن سامان نمی‌یابد. امروز از جمله ضروری‌ترین وظایف مدیران تبلیغاتی، شناخت انواع ابزارهای تبلیغی، کاربری آنها و نحوه تأثیرگذاری این ابزارها بر مخاطبان است. پیشرفت صنعتی، تنوع ساختاری و تحول روزمره ابزارها می‌طلبد که پیام‌گزاران دینی هر چه بیشتر خود را به اطلاعات جدید در مورد ابزارها مجهز کنند و توانمندی خود را در به‌کارگیری آنها افزایش دهند. امروز دشمنان دین و بشریت با وسایل مدرن و به صورت غیر مستقیم به جنگ با ارزش‌های الهی برخاسته‌اند و این می‌طلبد که ما هم در حد توان از همان وسایل در جهت تبلیغ دین و گسترش آن استفاده کنیم. در این صورت است که می‌توانیم عرصه را بر دشمن تنگ کنیم. مقام معظم رهبری می‌فرمایند:

امروز دنیا در زنده‌ترین مسائل و علوم مورد احتیاج مردم که در میدان و صحنه تبادل نظر هست، ساعت به ساعت روش‌های نو را به کار می‌گیرد. شما امروز اگر نظریه‌ای را خواندید، یک ماه بعد نمی‌توانید به عنوان آخرین نظریه به آن تکیه کنید. چون روش‌ها عوض می‌شود. چگونه می‌خواهیم حرف حق خودمان را به همان شیوه و روشی که با مردم صد سال پیش گفته می‌شد امروز در میان بگذاریم. امروز حتی با قبل از انقلاب هم فرق دارد. آن منبری که در روزهای پیش از انقلاب در سال ۵۶، ۵۷ می‌توانست مفید باشد ممکن است امروز همه جا آنقدر مفید و مؤثر نباشد...<sup>۲۹</sup>

این نگاه معظم له ضرورت تحول در ابزارهای تبلیغ دین را در ابعاد گوناگون نشان می‌دهد. این قسمت از مقاله به بعضی از این ابزارهای جدید اشاره می‌کند.

## ۱. رایانه

عصر حاضر که عصر انفجار اطلاعات است بدون شک رایانه‌ها نقشی اساسی در تبلیغ معارف دینی دارند چرا که امروزه حجم گسترده اطلاعات، کمبود فرصت‌ها و تهاجم فکری و فرهنگی استعمارگران می‌طلبد که پیام‌گزاران دینی و مراکز فرهنگی خود را به سلاح پیشرفته رایانه مجهز کنند و از آن در راستای گسترش سریع، دقیق و برنامه‌ریزی شده معارف دینی بهره‌گیرند. رایانه‌ها در تبلیغ دین کاربرد گسترده‌ای دارند و با توجه به تجربیات جهانی و تحولات روزافزونی که هر روز شاهد آن هستیم می‌توان از این ابزار شگرف استفاده‌های تبلیغی گوناگون نمود.

برخی از کاربردهای رایانه در تبلیغ دین عبارت‌اند از:

- ارائه افزون‌تر و سریع‌تر موضوعات دینی همراه با صوت و تصویر
- بهره‌وری از رایانه در کارهای هنری
- ثبت تجربه‌ها و اطلاعات تبلیغ دینی موجود در سطح جهان و دسترسی به آنها در حداقل زمانی
- پرونده‌سازی جهت مناطق مختلف تبلیغی و اطلاع سریع از نیازها
- استفاده از رایانه در امر مدیریت و هماهنگی مراکز تبلیغی
- صرفه‌جویی و سرعت ویرایش و تایپ متون دینی
- ارائه برنامه‌های تفریحی و مذهبی سالم جهت پرکردن اوقات فراغت نوجوانان و جوانان

### اینترنت (internet)

شبکه رایانه‌ای گسترده‌ای است که برای ارتباط دادن دیگر شبکه‌های دولتی و خصوصی در سطح جهان تاسیس شده است. از آن جا که جهان امروز به دهکده‌ای تبدیل شده که هر نقطه‌ای از آن نقطه‌ای دیگر اثر می‌پذیرد ضرورت دارد متولیان فرهنگی با استفاده از این ابزار پیام دین را به گوش جهانیان برسانند.

### کاربردهای اینترنت

- شما مبلغان دینی می‌توانید با کمک اینترنت معارف اسلامی را در اقصی نقاط جهان

تبلیغ کنید.

- آسان‌ترین و بهترین وسیله‌ای است که می‌تواند فیلم‌ها و سریال‌های آموزنده دینی را در معرض دید جهانیان قرار دهد.

- می‌توانید از این طریق با مردم جهان ارتباط تبلیغی داشته باشید و ترتیب دهید تا دیگران با شما ارتباط برقرار کنند.

- از طریق اینترنت در بسیاری از منابع اطلاعاتی و علمی جهان به کاوش بپردازید و از آخرین داده‌های علمی در رابطه با دین و تبلیغ آشنا شوید.

- اینترنت این امکان را به شما می‌دهد که از انتقادهایی که در سراسر جهان نسبت به اسلام و مسلمانان وجود دارد آگاه شوید و خود را آماده پاسخ‌گویی کنید.

- گشت و گذار در اینترنت شما را با نیازهای فکری و فرهنگی جهان آشنا می‌سازد.

باری امروز اینترنت توانمندترین فناوری انسان معاصر در عرصه‌های اطلاع‌رسانی، آموزش، تحقیق، تبلیغ، اخبار، تجارت، مکاتبات، مخابرات، دوست‌یابی، تخلیه‌های روانی، دانلود نرم‌افزار می‌باشد. قابلیت‌های بی‌شمار، اینترنت را تابوی تمدن مدرن کرده است. این توسن تیزپای استعداد شگفتی در کوتاه کردن راه‌ها دارد چنان‌که فاصله انسان‌ها را تا فاسدترین محیط‌های اخلاقی به اندازه کوبیدن ضربه‌ای بر سر دگمه‌ای کوچک و رام کوتاه می‌کند. اما همو نیز می‌تواند سالک دل سوخته‌ای را با یک کلیک از منزلی به منزل دیگر ببرد و سلوک او را سیری تازه بخشد. آری این دست ساخت لجام گسیخته بشر گویی به مسند مرشدان و خرقة پیران طریقت نیز طمع بسته است. در میان همه امکانات اینترنت وبلاگ حکایتی دیگر دارد. وبلاگ‌ها که فضا‌های رایگان و ارزان اینترنتی هستند که یادداشت‌های شخصی و نیز آخرین رهیافت‌های علمی و عاطفی آنان را در خود جای می‌دهد و در دیدرس میلیون‌ها رهگذر آشنا و ناآشنا می‌گذرانند. وبلاگ محیطی است که به شما امکان انتشار ایده‌ها و دیدگاه‌های خود را می‌دهد و این امکان را برای همه اقشار فراهم می‌کند که با ابزاری ارزان قیمت همه نظرات خود را ارائه نماید و از نظرات مخاطبان خود نیز نسبت به مطالب مطرح شده آگاهی یابد.<sup>۳۰</sup> بپذیریم که بسیاری از ما مبلغان از این ظرفیت‌ها در امر تبلیغ دین استفاده نکرده‌ایم و شاید ناآگاهی و ناآشنایی با ابزارهای جدید این عدم استفاده را برای ما ایجاد کرده است.

به هر حال بسیاری از این ابزارها برای ما شناخته شده نمی‌باشند و خوب است از آنها استفاده تبلیغی کنیم. مثلاً

○ آیا می‌دانیم که:

bluetooth یا بلوتوث نیز یکی دیگر از ابزارهای نوین است که کاربرد بالایی دارد. بلوتوث یک فناوری بی‌سیم با برد کوتاه است که به تلفن‌های همراه، رایانه‌ها و دستگاه‌های ضبط، لوازم خانگی و همه وسایلی که می‌توانید به ارتباط آنها با یکدیگر فکر کنید ارتباط می‌دهد.

○ آیا می‌دانیم که:

memory حافظه‌ای است جانبی که بوسیله آن می‌توان اطلاعات را جابجا کرد و متداول‌ترین آن حافظه Ram می‌باشد که از طریق کارت خوان آن یا Ram reader قابل خواندن می‌باشد. البته بسیاری از دستگاه‌های الکترونیکی مانند گوشی‌های همراه، رایانه‌ها و... نیز می‌توانند اطلاعات رم را بخوانند.

○ آیا می‌دانیم که:

infrared قابلیت تبادل اطلاعات به طریقه بی‌سیم بوسیله اشعه مادون قرمز است که در تلفن‌های همراه نیز استفاده از آن رایج شده است.

○ آیا می‌دانیم که:

Port در واقع همان درگاه ورودی، خروجی است که می‌توانیم وسایل جانبی مانند دوربین، تلفن همراه و مانند آن را به رایانه متصل سازیم و تبادل اطلاعات نمائیم. مانند پورت موازی (Parallel) پورت سریال (serial) پورت USB و....

○ آیا می‌دانیم که:

email یا همان پست الکترونیکی قابلیت بسیار سریعی برای انتقال متن، عکس و مانند آن دارد.

○ و سرانجام این‌که آیا می‌دانیم که:

chat یکی از امکانات بسیار بزرگ و مهمی است که محیط اینترنت برای ارتباطات صوتی، تصویری و متنی به کاربران می‌دهد و از قابلیت‌های بسیار سودمند برای تبلیغ و

تبادل اطلاعات می‌باشد که متأسفانه در حوزه تبلیغ یا اصلاً جایگاهی ندارد یا اگر دارد بسیار ضعیف می‌باشد. از طریق این امکان نوین فنی شما می‌توانید همزمان با چند نفر به صورت زنده ارتباط برقرار کنید و آموزه‌های دینی را برای آنها بیان کنید.

## ۲. تصاویر (فیلم، عکس، اسلاید، گرافیک، کاریکاتور)

تصویرها از ابزارهای مهم ارتباط برقرار کردن با مخاطب هستند. تصویرها اگر خوب و هنرمندانه ارائه شوند مخاطبان زیادی را به خود جذب کرده با کمترین هزینه بیشترین پیام را به بینندگان القا می‌کنند. در این میان نقش فیلم از همه برجسته‌تر است زیرا سمعی بصری است و با توجه به جذابیتی که دارد بیشترین تاثیر را در بینندگان می‌گذارد.

عکس‌ها و ابزارهای مشابه آن نیز اموری همچون صلابت، جذابیت، و مسائلی از این نوع را بدون زبان بازگو می‌کنند. عکس‌ها می‌توانند زنده‌کننده خاطر‌ها و حماسه‌ها و توجه‌دهنده انسان به دنیائی باشد که قبلاً در آن زندگی می‌کرده است و تصاویر مطالب را ماندگارتر می‌سازند. امروز در دهکده جهانی در و دیوار شهرها مملو از عکس‌ها و صحنه‌هایی است که گوئی با شما حرف می‌زنند و افکار من و شما را به طرف خود جذب می‌کنند آیا در امر تبلیغ آموزه‌های دینی از این ظرفیت استفاده بهینه صورت گرفته است.

آیا در برابر این همه عکس‌های مبتذل و کاریکاتورهای اهانت‌آمیز ما چقدر در بعد دینی کار تولیدی کرده‌ایم؟ امروزه بعضی از آسیب‌شناسان معتقدند بعضی از تصاویر معادل هزار واژه با شما حرف می‌زند آیا بر این کاربردها اندیشه کرده‌ایم؟

امروز براحتمی از طریق تلفن همراه تصاویر گوناگونی در اختیار مخاطبان گذاشته می‌شود. آیا اندیشه کرده‌ایم که نکته‌های تبلیغی و تصاویر ارزشی را از طریق تلفن همراه به دیگران منتقل کنیم. امروز شما براحتمی می‌توانید پیام‌های خود را از طریق پیامک به هر مخاطبی که در نظر دارید ارائه دهید. آیا مدیریت تبلیغی اقتضا نمی‌کند که برای سهولت کار به سراغ این وسایل برویم.

## نتیجه گیری

از مجموع مطالب ارائه شده بدست می آید که:

۱. تبلیغ دین در شرایط جدید و پیرو حجم انبوه تخریب دشمنان امری بسیار ضروری و حساس می باشد.
۲. پیام تبلیغ باید متناسب با نیاز مخاطبان تنظیم گردد.
۳. پیام تبلیغ باید روشن، گویا، کاربردی و با استفاده از ادبیات روز تهیه گردد.
۴. مبلغ و پیام‌گزار باید مردمی، خوش‌رو، صبور و آشنای به زمان و مکان باشد.
۵. سعی شود در تبلیغ دین از شیوه‌های کاربردی استفاده کنیم.
۶. تبلیغ چهره به چهره، پاسخ به سؤالات و تبلیغ عملی از کارسازترین شیوه‌های تبلیغ کاربردی می باشد.
۷. از جمله ضروری‌ترین وظایف مدیران تبلیغی شناخت ابزارهای نوین تبلیغی و نحوه کاربری آنهاست.
۸. از طریق اینترنت می‌توانیم با مردم جهان ارتباط تبلیغی برقرار کنیم و بسیاری از افراد را با آموزه‌های دین اسلام آشنا سازیم.
۹. از طریق ابزارهای مانند بلوتوث، infrared و chat می‌توانیم سرعت تبلیغ و حجم آن را به صدها برابر افزایش دهیم.
۱۰. بازشناسی سیره معصومین و تدبیر در کار آنها راهکارهای جدیدی را در امر تبلیغ بر روی ما فراهم می‌نماید.

## پی‌نوشتها:

۱. ر.ک. پژوهش در تبلیغ، محمدتقی رهبر، نشر سازمان تبلیغات اسلامی، تابستان ۷۱.
۲. لغت‌نامه دهخدا، واژه دین.
۳. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، سازمان مدارک فرهنگ انقلاب اسلامی، بهار ۷۵.
۴. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۲۸۴.
۵. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۲۸۸.
۶. پژوهشی در تبلیغ، محمدتقی رهبر، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۱، ص ۱۹۱.
۷. بحار الانوار، علامه مجلسی، دارالکتب الاسلامیه، تهران، ج ۱، ص ۸۵.
۸. مجموعه آثار، استاد مطهری، نشر صدرا، ج ۱۷، ص ۳۲۵.

۹. غررالحکم، ج ۱، ص ۲۱۰.
۱۰. غررالحکم، ج ۱، ص ۳۰۸.
۱۱. کشتی پهلوی گرفته، مهدی شجاعی، نشر مدرسه، ۷۵، ص ۶.
۱۲. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۲۹۳.
۱۳. تفسیر نمونه، مکارم شیرازی، دارالکتب الاسلامیه، ج ۸، ص ۲۰۶.
۱۴. لغت نامه دهخدا، ذیل واژه حسن.
۱۵. منتهی الامال، شیخ عباس قمی، هاتف، ۱۳۸۱، ص ۱۱۰.
۱۶. اصول کافی، ج ۳، ص ۱۸۰. (ترجمه و شرح مصطفوی)
۱۷. تبلیغ در قرآن و حدیث، محمدی ری شهری، دارالحدیث، ۱۳۸۰، ص ۲۲۴.
۱۸. اصول کافی، ج ۱، ص ۳۱. (ترجمه و شرح مصطفوی)
۱۹. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۲۹۹.
۲۰. ادع الی سبیل ربک بالحکمة والموعظة الحسنة و جادلهم بالتي هي احسن. (نحل: ۱۲۵)
۲۱. روزنامه جمهوری اسلامی، ۲۸ / ۱۰ / ۱۳۶۱.
۲۲. مجله علمی تخصصی معرفت، مقاله نظام تربیتی پیامبر اعظم، محمد احسانی، شماره نهم، آذر ۸۵، ص ۴۲.
۲۳. ر.ک. به سوره بقره آیات، ۲۸۹، ۲۱۵، ۲۱۷، ۲۱۹، ۲۲۰.
۲۴. تبلیغ دین از منظر دین، حمید نگارش و همکاران، ص ۱۵۴.
۲۵. نهج البلاغه، صبحی صالح، خ ۹۳.
۲۶. بحارالانوار، ج ۸۵، ص ۲۷۹.
۲۷. ثواب الاعمال، شیخ صدوق، ص ۳۳.
۲۸. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۳۰۴.
۲۹. فرهنگ و تهاجم فرهنگی، ص ۲۹۱.
۳۰. ر.ک. به مجله پیام، ش ۷۶، مقاله ضرورت‌ها و ظرافت‌های ویلاگ برای دینورزان، رضا بابانی.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
 رتال جامع علوم انسانی