

راهکارهای تعمیق رابطه مبلغان دینی با مردم از منظر قرآن و روایات

محمد مهدی کریمی نیا^۱، سعیده میرعمادی^۲، ابراهیم ولایتی فاضل^۳، مجتبی انصاری مقدم^۴

^۱ استادیار و عضو هیأت علمی دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم (نویسنده مسئول)

^۲ فارغ التحصیل کارشناسی ارشد دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم

^۳ فارغ التحصیل سطح سه حوزه علمیه قم

^۴ دکتری علوم قرآن و حدیث دانشگاه میبد، پژوهشگر و مدرس دانشگاه

چکیده

موضوع تبلیغ دین، از وظایف و دغدغه‌های مهم مبلغان و عالمان اسلام است که پرچم‌داران این امر می‌باشند، وظیفه‌ای خطیر که حرکت در مسیر انبیاء و دنباله روی رسالت ایشان است، به همین دلیل مبلغان در این مسیر باید خود را ملزم به ادامه‌ی راه انبیا نموده و برای تبلیغ پیام الهی از ایشان پیروی نمایند. در عصر حاضر، عدم رابطه‌ی موفق مردم با مبلغان دینی و به دنبال آن گسترش شیوه‌های تبلیغی در جهان امروز اقتضا دارد که در رساندن پیام دین از بهترین و کارآترین راهکارها استفاده نماییم. علت‌های فراوانی باعث شده است تا مردم از دین فاصله بگیرند و رابطه‌ی درستی با مبلغان برقرار نکنند که مهم‌ترین دلیل آن می‌تواند تهاجم فرهنگی دشمنان باشد، هم چنین بعضی از این دلایل به خود مبلغ بر می‌گردد. با توجه به اهمیت این موضوع سعی شده راهکارهایی ارائه شود تا مبلغان بتوانند مردم را به دین علاقه‌مند نموده و با آنها رابطه‌ی موفق برقرار کنند، مبلغان باید تلاش نموده با توجه به اقتضائات زمان از روش‌های تبلیغی نوین و به روز استفاده کنند و ابزار تبلیغی متناسب با آن را نیز انتخاب نمایند، آن‌ها باید مشکلات مردم را درک کرده، متناسب با درک و فهم مخاطب با او برخورد نموده و او را راهنمایی کنند، هم چنین سواد رسانه‌ای خود را بالا ببرند تا بتوانند در عرصه‌ی فضای مجازی انواع مخاطب را شناخته و پیام دین را به درستی به آنها منتقل کنند.

واژه‌های کلیدی: مبلغ دین، تعمیق رابطه، راهکار، قرآن، روایات

۱. مقدمه

هیچ نعمتی برتر از نعمت هدایت نیست و هیچ خدمتی برتر از اعطای این نعمت به انسان نمی باشد و به همین دلیل پاداش این کار برترین پاداش هاست. لذا در حدیثی از امیر کلام علی بن ابی طالب (ع) می خوانیم که می فرمایند: «هنگامی که رسول خدا (ص) مرا به سوی یمن فرستاد، فرمودند: «با هیچ کسی پیکار مکن مگر آنکه قبلاً او را دعوت به سوی حق کنی، به خدا سوگند اگر یک انسان به دست تو هدایت شود، برای تو بهتر است از تمام آنچه خورشید بر آن طلوع و غروب می - کند» [۱۰]. پس تبلیغ یکی از مهم ترین و حساس ترین امور است، تبلیغ وظیفه اصلی پیامبران الهی و ائمه (ع) و در عصر کنونی، وظیفه متولیان امور دینی به ویژه روحانیون است. انسان موجودی انعطاف پذیر است یعنی از محیط اطراف و عوامل گوناگون به آسانی اثر می پذیرد و بر اثر آن، اعمال و رفتار ارادی از خود نشان می دهد، این نعمت که در انسان به ودیعت نهاده شده پدیده‌ی خجسته‌ای است تا حرکات فعل و انفعالی در برابر داده‌ها داشته باشد. بعد از پیامبران (ص) و ائمه (ع) رهبران مسیر سعادت و رستگاری یعنی مبلغان می توانند به بهترین وجه از این پدیده الهی بهره ببرند و هدایت فرد و جامعه را بر عهده بگیرند. با توجه به پیشرفت اسلام و نیز گسترش شبهات دینی از طرف مخالفان این دین الهی، وظیفه مبلغان نیز سنگین تر شده است، مبلغی که قرار است معارف ناب و حقیقی خداوند و روش های رسیدن به حقیقت و کمال و قرب الهی را برای مردمان آشکار سازد، لازم است از قوانینی پیروی کند و به اصولی عالم و عامل باشد تا بتواند رسالت تبلیغ را به فرجام برساند و به تاسی از نبی مکرم اسلام (ص) و اهل بیت (ع) باید هم خودش آراسته به کمالات اخلاقی باشد و هم دیگران را به آن فراخواند.

زیرا، تبلیغ، جزء لاینفک رسالت انبیا بوده است، بدون آن نمی تواند حق را از باطل جدا و از آن دفاع کرد. کسانی که به تبلیغ دین می پردازند برای درست انجام شدن آن لازم است اخلاق تبلیغ را در خویش نهادینه ساخته و خود را به آن اصول زینت دهند تا بتوانند به ابلاغ رسالت بپردازند و این، ضرورت پرداختن به این مطلب را می رساند، چرا که شناخت روش ها، شیوه-ها، ابزارها و ضرورت های تبلیغ برای اجرای بهینه آن امری لازم به شمار می آید. پژوهش حاضر بر آن است، از سویی عوامل عدم رابطه ی موفق بین مردم و مبلغان را در حال حاضر، و از سویی راهکارهای بهبود این رابطه را بازگوید و با ترسیم اسوه هایی از مبلغان موفق مانند پیامبران، به خوانندگان و مخصوصاً مبلغان عزیز کمک کرده تا بتوانند هر چه بهتر در این راه قدم بردارند و در تبلیغ پیام الهی موفق باشند.

آنچه امروزه جایگاه و اهمیت تبلیغ را بیش از پیش مهم می سازد، تلاش مستمر و بی وقفه ی سازمان های استعماری، با تکیه بر بودجه های کلان، به منظور کم فروغ ساختن نور اسلام و دست های آشکار و پنهان شیاطین؛ در ویران ساختن بنیاد عقیده و اخلاق با ایجاد شبهه و تشکیک در مبانی دینی و ترویج مفاسد اخلاقی است و این باعث می شود که مسئولیت همگان به ویژه مبلغان دین را برای رساندن پیام های الهی دو چندان کند. تلاش های مستعمران و تبلیغات سوء آنها در این مورد باعث فاصله ی بین مردم و مبلغان شد و گاهی نیز این فاصله با غفلت خود مبلغان یا مردم ایجاد می شود و اگر بخواهیم جامعه ی ما دینی و فرهنگمان اسلامی باشد حتما باید این مشکل برطرف شود و رابطه ی بین مردم و مبلغان بیشتر شود؛ اهمیت موضوع انجاست که این موضوع پایه و اساس است برای موضوعات دیگر مثل: چگونگی تبلیغ؛ ویژگی های مبلغ؛ روش های تبلیغ و ... به همین دلیل ابتدا باید به حل این مسئله و ارائه ی راهکار بپردازیم لذا بر آن شدیم که در چنین شرایطی، تصویری از تبلیغ و راهکارهایی برای تعمیق رابطه ی مبلغان دینی با مردم از منظر قرآن کریم و سیره ی قولی و عملی پیشوایان دینی ترسیم کنیم و خدمتی شایسته به جامعه دینی کرده باشیم.

۲. علل کمرنگ شدن رابطه ی مبلغان با مردم

در اینجا به بررسی علل کمرنگ شدن رابطه ی مبلغان با مردم در دو حیطه عوامل بیرونی و می پردازیم:

۱.۲. عوامل بیرونی

در سال های اخیر و به خصوص پس از هشت سال دفاع مقدس، گرایش به فرهنگ بیگانه و فرهنگ غربی زیاد تر شده و در نتیجه مردم از دین فاصله گرفته اند، به طوری که حتی بعضی از مردم علنی بی علافگی خود را به دین اظهار می کنند، که البته این فاصله به خاطر خود دین نیست، بلکه دلایل دیگری دارد از جمله یکی از این دلایل می تواند رفتار های نادرست مبلغان امروزه و مدعیان دین باشد، یا بخش عمده ی دیگر آن به دلیل تبلیغات کاذب و دروغین درباره ی دین و القای شبهات در بین مردم باشد، و چون مردم تحت تأثیر این شبهات قرار می گیرند و پاسخ درستی نیز در این زمینه نمی یابند از دین فاصله می گیرند و متمایل به فرهنگ غربی می شوند.

بنابراین یکی از عوامل کم رنگ شدن رابطه ی مبلغان با مردم تبلیغات دشمنان اسلام می باشد، دشمن برای دور ساختن مردم از دین، از انواع راه ها و شیوه ها استفاده می کند و به هر ترفندی دست می زند.

القای ناتوانی دین در حل مشکلات، از شیوه های دیگری است که امروز به منظور ضربه زدن به باورهای دینی از آن استفاده می گردد. این القانات با این هدف صورت می گیرد که دین نمی تواند در ابعاد مختلف زندگی اجتماعی حضور داشته باشد و فقط با مسائل فردی انسان ها سر و کار دارد. در واقع این گونه شبهات به ترویج افکار مکتب سکولاریسم می پردازد. سکولاریسم مکتب فکری جدیدی است که پس از قرن هیجدهم در جهان غرب رواج پیدا کرد در این قرن بود که عقل - گرایی بر اندیشه و فرهنگ جوامع غربی حاکم شد و این ذهنیت را القا کرد که بشر در سایه خرد و دانش تجربی خود می - تواند قوانین مربوط به فرهنگ، سیاست، قضاوت و مانند آن را پدید آورد و هیچ نیازی به دخالت دین در اداره زندگی اش نمی باشد [۵]. در واقع سکولارها معتقدند دین نباید مبنای فعالیت های اجتماعی قرار گیرد و این گونه می کوشند دین را از صحنه جامعه خارج سازند. آنها بر این باورند که در عرصه سیاست و زندگی جمعی انسان ها باید عقلانیت حاکم گردد. به عبارت دیگر آنان برای حاکمیت الهی جایگاهی قائل نمی باشند [۱۸].

قهرمانان و شخصیت های واقعی هر ملت، از عوامل پویایی و بالندگی آن ملت محسوب می شوند. آنان چون قله رفیع در بین جامعه درخشیده و نسل های جدید را به تلاش و کوشش و مجاهدت فرا می خوانند. دشمنان با گستردن دام های گوناگون سعی در تطمیع و تخریب آنان داشته و در صورت عدم موفقیت، با نشر شایعات و اکاذیب به ترور شخصیت افراد مؤثر می پردازند و در نهایت، برای تحقق اهداف شوم خویش دست خود را به خون پاک برگزیدگان و اندیشمندان و مجاهدان ملت آغشته می سازند که تاریخ انقلاب اسلامی ما نمونه های فراوانی از این نوع ترفندها در دل خود جای داده است [۱۳].

قرآن یکی از علل عمده گرایش به کفر و بی ایمانی را جهل و ضعف معرفتی انسان ها می داند، حضرت نوح (ع) به قوم خود می فرماید: ﴿وَلَكِنِّي أَرَأَيْتُمْ قَوْمًا تَجْهَلُونَ﴾ (هود/۲۹) «شما را مردمی ناآگاه می بینم». امام علی (ع) نیز در مورد علت کفر و بی دینی مردم فرمودند: «أَوَ أَنْ الْعِبَادَ حِينَ جَهَلُوا وَقَفُوا لَمْ يَكْفُرُوا، وَلَمْ يَضِلُّوا»؛ اگر مردم در موارد ناآگاهی درنگ و تأمل می کردند، هرگز به کفر و گمراهی نمی گراییدند [۱۲].

طبق آیه ی قرآن و سخن امام علی (ع) یکی از علل روان شناختی در همه ی انسان ها که باعث فاصله ی آنها از دین می شود، ضعف معرفتی و عدم آگاهی و شناخت آنها درباره ی اصل دین می باشد و این خود دلیلی است بر عدم رابطه آنها با مبلغان دینی و فاصله گرفتن از آنها.

۲.۲. عوامل درونی

از اموری که امروزه روند تربیت دینی و رشد باورهای دینی را کند نموده و آسیب های فراوانی متوجه جامعه دینی نموده، ناهماهنگی بین قول و فعل بعضی از مربیان و کارگزاران دینی است. البته در این که بسیاری صلحا، علما و فرهیختگان با تبلیغ عملی خود راه انبیاء و امامان را ادامه داده و برای امت های اسلامی و به خصوص امت مسلمانان ایران الگوهای جاودانه شدند و ماندند، شکی نمی باشد. اما در کنار این حرکت مخلصانه، کسانی نیز بودند که با عمل نادرست خود ضربه هایی سهمگین بر پیکر جامعه دینی زدند.

عملکرد نادرست برخی از عالمان دینی یکی از عوامل درونی کم‌رنگ شدن رابطه ی مبلغان با مردم است. قرآن کریم در عبارتی صریح در نکوهش دوگانگی رفتار و گفتار می فرماید: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ * كَبُرَ مَقْتاً عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (صف/۲ و ۳) «ای کسانی که ایمان آورده اید، چرا سخنی می گوئید که عمل نمی کنید؟ نزد خدا بسیار موجب خشم است که سخنی بگوئید که عمل نمی کنید». این آیه گفتار خالی از عمل را به شدت نکوهش کرده در قالب توبیخ، مؤمنان را از این گونه رفتار بر حذر می دارد، چرا که از بغض شدید خداوند نسبت به این رفتار سخن می گوید.

امام خمینی (ره) درباره تأثیر تبلیغ عملی دین می فرمود: «در بعضی از شهرستان هایی که تابستان ها به آنجا می رفتیم می دیدم اهالی آن بسیار مؤدب به آداب شرع بودند. نکته اش این بود که عالم صالح و پرهیزکاری داشتند. اگر عالم ورع و درست کاری در یک جامعه یا شهر و استانی زندگی کند، همان وجود او باعث تهذیب و هدایت مردم آن سامان می گردد و اگرچه لفظاً تبلیغ و ارشاد نکند» [۴].

علی (ع) فرمود: «زله العالم کانکسار السفینة تغرق و تُغرق معها غیرها»؛ لغزش عالم چون شکسته شدن کشتی است که غرق می شود و گروهی را نیز با خود هلاک می کند [۲].

مسئله دیگری که باعث فاصله بین مردم و دین می شود اعمال خلاف کسانی است که مردم به عنوان الگو بدان ها توجه می کنند. این امر بسیار مهم و خطرناک است و باعث فاصله ی مردم با آنها می شود، در واقع یکی از شاخصه های مهم تبلیغ، یکرنگی و هماهنگی سخن با عمل مبلغ است.

امام صادق (ع) می فرماید: «ان العالم اذا لم يعمل بعلمه زلت موعظته عن القلوب كما يزال المطر عن الصفا» اگر عالم به دانش خود عمل نکند، موعظه اش از دلها میریزد، چنان که باران از روی سنگ صفا فرو می غلظد [۹].

پیامبر اسلام (ص) فرمودند: «انی لا اخاف علی امتی مومنا ولا مشرکا، اما المومن فیمنعه الله بایمانها و اما الشکر فیمنعه الله بشرکه و لکنی اخاف علیکم کل المنافق الجنان، عالم اللسان، یقول ما تعرفون و یفعل ما تنكرون»؛ من بر امت خویش از مومن یا مشرک نمی ترسم، چون خداوند به سبب ایمان مومن را حفظ می کند و به سبب شرک، مشرک را ریشه کن می کند، اما بر شما از کسی می ترسم که در درون منافق و در زبان دانشمند است و از نیکی ها سخن می گوید و به بدی ها عمل می کند [۱۵].

بنابراین هم سویی عمل و سخن که به عنوان اساس تبلیغ مدنظر قرار گرفته از زاویه ی دیگری نیز قابل توجه است و آن تاکید مبلغان دینی به فراخوانی غیر زبانی مخاطبان است. در متون دینی، این نکته به فراوانی مورد عنایت قرار گرفته که مردم را به غیر زبانتان به نیکیها دعوت کنید چون تأثیرگذاری آن بیشتر است به همین دلیل مبلغ دینی باید عمل کننده به دستورات دین باشد در غیر این صورت پیامدی چون فاصله از دین در پی خواهد داشت.

یکی دیگر از مهم ترین دلایل ایجاد فاصله بین مبلغ و مردم در عصر حاضر، جناح گرایی برخی از مبلغان دینی است. جانبداری های آشکار از یک گروه سیاسی ویژه، شخصیت مبلغ را پیش مردم تباه می سازد، حالت پذیرش را از آنان می گیرد و نگاه ها و داوری ها را به غرض آلوده می کند.

مبلغان دینی باید در مسائل سیاسی که مربوط به انتخابات است به شکل صریح از تبلیغ کردن برای فردی خاص دوری کنند، و از گرایش های سیاسی خاص که موجب بدبینی برخی افراد به او می شود، خودداری کند، مبلغ صرفاً باید در اعتماد- سازی تلاش نماید و هیچ گونه نقطه ضعفی از خود نشان ندهد، منظور از عدم وابستگی سیاسی، عدم ورود به جناح بندیهای سیاسی است و گرنه دفاع کردن از اصول انقلاب جزء وظایف بی چون و چرای مبلغ است [۳].

یکی دیگر از دلایلی که در عصر حاضر بین مبلغین و مردم فاصله ایجاد کرده است آشنا نبودن مبلغان با شیوه های نوین تبلیغ و بسنده کردن به روش تبلیغ سنتی است که در عصر حاضر کارآیی لازم را ندارد [۸].

یکی از دلایلی که باعث عدم موفقیت مبلغان در تبلیغ می شود، نابرورداری آن از ابزار به روز و متناسب با پیشرفت های زمانه است، دگرگونی های زمانه، نیاز های جدیدی را می آفریند و نیز روشهای ویژه ای را برای برطرف سازی آن نیازها طلب می کند، صرف وجود نیاز های فطری در درون آدمیان نمی تواند توجیه گر بهره گیری از ابزار سنتی برای ابلاغ پیام دینی باشد،

دنیاپی که در آن انسانها با مکاتب گوناگون دست و پنجه نرم می کنند و هر مکتبی در پی القای تئوری های خویش با شیوه ها و ابزار ابداعی وارد عمل می شود، دین نمی تواند در این بازار بی توجه به رقیبان به تبلیغ خود پرداخته و توفیق یابد. استفاده از ابزارهای درخور، کالای مبلغ را به میدان رقابت برابر می کشاند و تنها در این صورت است که مخاطب به آن چیزی روی می کند که از محتوای برتر برخوردار است، والا تردیدی نمی توان داشت که آن چه چشم نوازتر است در سبد کالای مخاطب جای می گیرد، بهره گیری از آنچه که امروزه در تبلیغ، تکنولوژی آموزشی نام یافته، ضرورت دارد، به کارگیری رایانه، تلویزیون، سینما، نمایش و تئاتر و نیز عرضه دین در قالب شعر، قصه، رمان و... همه ابزار های تبلیغ به شمار می آیند، بنابراین سبک سنتی و ابزار همیشگی و یکنواخت مانع جدی سر راه تبلیغ کارآمد است، چرا که در عصر حاضر، ناهمگونی ابزار تبلیغات با تکنولوژی تبلیغی جهان، بزرگترین مشکل تبلیغات ماست [۶].

۳. راهکارهای تعمیق رابطه مبلغان با مردم

امروزه مبلغان دینی که در عرصه ی تبلیغ دین و رساندن پیام الهی تلاش می کنند و در واقع همان راه پیامبران و اوصیاء آنها را ادامه می دهند، باید بکوشند با شناخت درست راه کارهای تبلیغی که در قرآن و روایات آمده و بهره گیری درست و صحیح از آنها به موفقیت در عرصه ی تبلیغ دین الهی برسند و نیز بتوانند در هر موقعیت و زمانی از راه کار متناسب با آن موقعیت استفاده کنند و مخاطبان بیشتری را جذب کنند. در اینجا به بررسی و تبیین چند راه کار مهم برای مبلغان می- پردازیم:

۱.۳. بهره مندی مبلغ از اخلاق نیکو

اخلاص شریف ترین مرتبه رفتار و زمینه ساز کسب عالی ترین مراتب اخلاقی است که باید مبلغ دینی از آن بهره مند باشد. آن عامل جامع و اساسی که می تواند اخلاص نیت را در رفتار انسان به ثمر رساند تصفیه و پالایش درون و باطن از هرگونه آلاشی است. به این معنی که انسان باید سر و باطن خویش را از توجه به غیر خدا از طریق عبادت و بندگی او پاکسازی کند. خداوند متعال در این باره می فرماید: ﴿فَاعْبُدِ اللَّهَ مُخْلِصًا لَهُ الدِّينَ﴾ «أَلَا لِلَّهِ الدِّينُ الْخَالِصُ» «پس خدا را پرستش کن در حالی که دین خود را برای او خالص کرده ای؛ آگاه باشید که دین خالص از آن خداست» (زمر / ۲ و ۳)؛ یا اینکه می فرماید: ﴿وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ﴾ (بینه / ۵) «به آنها دستوری داده نشده بود، جز اینکه خدا را پرستند و دین خود را برای او خالص کنند و به توحید بازگردند، و نماز را برپا دارند و زکات را بپردازند؛ و این است دین پایدار».

تجربه نشان داده است که اگر مبلغان در تبلیغ خدانگر باشند، خداوند آنان را بی مزد نخواهد گذاشت و دنیا و آخرتشان را تامین خواهد کرد، امام صادق (علیه السلام) می فرماید: «مَنْ أَرَادَ الْحَدِيثَ لِمَنْفَعَةِ الدُّنْيَا، لَمْ يَكُنْ لَهُ فِي الْآخِرَةِ نَصِيبٌ، وَمَنْ أَرَادَ بِهِ خَيْرَ الْآخِرَةِ، أَعْطَاهُ اللَّهُ خَيْرَ الدُّنْيَا وَخَيْرَ الْآخِرَةِ»؛ کسی که حدیث ما را برای سود دنیا بخواند، در آخرت بهره ای ندارد و هر که آن را برای خیر آخرت بجوید، خداوند خیر دنیا و آخرت را به او عطا فرماید [۹].

اگر مبلغ اخلاص نداشته باشد و هدفش از تبلیغ، دنیاطلبی و کسب درآمد و دیگر انگیزه های غیر الهی باشد، هم خودش از رشد معنوی باز می ماند و هم قادر به هدایت و ارتقای معنوی دیگران نخواهد بود و حتی چه بسا مانع بزرگی بر سر راه رشد معنوی دیگران و رهزن راه هدایت آنان شود [۱۷].

حضرت موسی (ع) به عنوان یک مبلغ، هنگام رفتن به سوی فرعون، برای هدایت او و آگاه نمودن مردم، از پروردگارش فراخی سینه و قدرت تحمل سختی ها را درخواست نمود؛ زیرا وجود این صفت برای مبلغ ضروری است؛ ﴿قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي﴾ «وَسِّرْ لِي أَمْرِي»؛ ﴿طه / ۲۵﴾؛ «خدایا! سینه ام را وسعت ده و کارم را آسان ساز».

﴿وَلَا يَحْزَنكَ قَوْلُهُمْ إِنَّ الْعِزَّةَ لِلَّهِ جَمِيعًا هُوَ السَّمِيعُ الْعَلِيمُ﴾؛ (یونس / ۶۵)؛ «مبلغ با ایمان از زخم زبان ها و طعنه های منکران غمگین نمی شود و صبر پیشه می کند و می داند که عزت از آن خداست و او شنوا و داناست».

قرآن کریم صبر، پایداری، ایمان و یقین را به عنوان دو مشخصه اساسی پیشوایان هدایت و پیامبران الهی ذکر کرده است: ﴿وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْدُونَ بِأَمْرِنَا لَمَّا صَبَرُوا وَ كَانُوا بآيَاتِنَا يُوقِنُونَ﴾؛ (سجده/ ۲۴)، «و از آنان پیشوایانی قرار دادیم که به فرمان ما (مردم را) هدایت می کردند؛ چون شکیبایی نمودند و به آیات ما یقین داشتند».

۲.۳. استفاده ی صحیح از ابزار تبلیغ

ابزار تبلیغ یکی از ارکان مهم پیام گزاری است که امر تبلیغ بدون آن سامان نمی یابد و توجه بدان یکی از رمزهای موفقیت مبلغان دینی است. امروزه از جمله ضروری ترین وظایف مبلغان دین، شناخت انواع ابزار های تبلیغی، کاربری آنها و نحوه تأثیرگذاری این ابزارها بر مخاطبان است.

امروزه که دشمنان دین و بشریت، با وسایل مدرن و به طور غیر مستقیم به جنگ با ارزش های الهی برخاسته اند و این می - طلبد که شما هم در حد توانتان از همان وسائل و ابزار تبلیغاتی استفاده کنید و به تبلیغ دین و گسترش آن بپردازید؛ چرا که قرآن کریم می فرماید: ﴿فَمَنْ اعْتَدَى عَلَيْكُمْ فَاعْتَدُوا عَلَيْهِ بِمِثْلِ مَا اعْتَدَى عَلَيْكُمْ﴾؛ (بقره/ ۱۹۴) «هر کس به شما تجاوز کرد، همانند آن بر او تعدی کنید! طبق این آیه مبلغان دین هم باید با استفاده درست از ابزار تبلیغات آنها را علیه دشمن به کار بگیرند تا آنها نتوانند بین مردم و دین فاصله بیندازند».

مبلغان باید بدانند که ابزار تبلیغ اهمیت زیادی دارد به طوری که خداوند به دو وسیله مهم آن؛ یعنی «قلم» و «نوشته» سوگند یاد کرده و فرموده است: ﴿ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ﴾؛ (قلم/ ۱)

همچنین خداوند متعال در مورد «بیان» که جامع ترین ابزار تبلیغی است، می فرماید: ﴿الرَّحْمَنُ عَلَّمَ الْقُرْآنَ خَلَقَ الْإِنْسَانَ عَلَّمَهُ الْبَيَانَ﴾؛ (الرحمن/ ۳/ ۴) «خداوند رحمان، قرآن را تعلیم فرمود، انسان را آفرید و به او بیان را آموخت».

۳.۳. روش های نوین در تبلیغ

در قرآن مجید روش های تبلیغ دین اهمیت فراوانی دارد و در آیه ۱۲۵ سوره نحل به مهم ترین این شیوه ها تأکید شده است، می فرماید: ﴿ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...﴾؛ 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 دارد.

مبلغان دین باید بدانند که جذب اقشار مختلف جامعه به ویژه نسل جوان جز با شیوه های نوین تبلیغ، ممکن نیست و آنچه که بر ضرورت این جذب می افزاید تهاجم فرهنگی دشمن است.

کارآمدی شیوه های تبلیغ باید هر چند وقت یک بار بررسی شود، ارزشیابی مکرر از شیوه ها، توجه به نکات قوت و ضعف، توجه به مقتضای حال مخاطب، توجه به بازخوردها و... می تواند به نوآوری در شیوه های تبلیغ دین بینجامد، در واقع این نوآوری ها هرگز به معنای تجددطلبی و سنت زدگی نیست؛ بلکه معنای آن استفاده ی بهینه و درست از شیوه های جدید است که مبلغان و سازمان های تبلیغ دینی در هر عصری باید به آن بپردازند [۷].

۴.۳. شناخت زمان و مکان

امام صادق (ع) می فرماید: «العالمُ بزمانه لا تهجمُ عليه اللوابسُ»؛ کسی که زمان خود را بشناسد، اشتباهاتش بر او هجوم نمی آورد [۹].

گاهی مبلغ موضوع غلط و نادرستی را مطرح نمی کند، ولی چون شرایط زمانی و مکانی را مورد توجه قرار نمی دهد، تبلیغش تأثیر مطلوبی بر مخاطب نمی گذارد [۱۶].

در رهنمودی از امام صادق (ع) چنین آمده است «درباره آنچه سودت نبخشد سخن مگو و بسیاری از کلام مفید را واگذار، مگر آنکه فرصت را برای آن مناسب بیابی، که ای بسا گوینده ای که مفید و به حق سخن بگوید، اما چون به جایش نیست، به زحمت می افتد» [۱۱].

حالات روحی مردم در زمان های مختلف فرق می کند و برخورد خاصی را می طلبد، باید برای زمان های مختلف مثل ماه محرم، ماه رمضان، ایام حج، ایام شادی و یا عزای مردم، مطالب مناسب باید ارائه شود زیرا هر سخن و سفارشی در وقت مناسب خودش تاثیر دارد. برای مبلغان لازم است که به این دو عنصر مهم در تبلیغ اهمیت بدهند و آن را رعایت کنند تا مردم به پیام های الهی که از جانب آنها ارائه می شود توجه لازم را داشته باشند.

هم چنین مبلغان در این راستا باید به نکات زیر توجه نمایند:

- مبلغان بنابر مسئولیتی که دارند سعی کنند آگاه ترین مردم به زمان خویش باشند.
- تطبیق و هماهنگ سازی شیوه ها، ابزار ها و محتوای تبلیغ با نیازمندی ها و پرسش های مخاطبان.
- بهره گیری از روش ها و ابزار های نوین تبلیغات.
- ارتباط علمی و مشورت با عالمان آگاه و زمان شناس.

۵.۳. شناخت مخاطبان

زمانی تبلیغ مؤثر است که که مخاطبان منظور مبلغ و محتوای کلام او را درک کنند و البته لازمه این نوع تبلیغ بیان مطالب بر مقتضای شعور مخاطبان است، چنانکه سیره ی تبلیغ گفتاری نبی اکرم (ص) نیز چنین بوده است پیامبر (ص) با شناخت کامل مخاطبان برای هدایت آنها شیوه های متفاوتی به کار می گرفت، ایشان فرمودند:

«إِنَّا مَعَاشِرَ الْأَنْبِيَاءِ أَمَرْنَا أَنْ نُكَلِّمَ النَّاسَ عَلَى قَدْرِ عَقُولِهِمْ»؛ ما گروه پیامبران دستور داریم که با مردم به اندازه عقلشان سخن بگوییم [۹].

قرآن نیز درباره ی پیامبران می فرماید: ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا يَلْسَنُ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ﴾؛ (ابراهیم/۴)؛ ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم تا (حقایق را) برای آنها آشکار سازد.

شناخت مخاطبان به معنای آشنایی، آگاهی و شناساندن دریافت کنندگان پیام تبلیغی و دانستن خصوصیات فردی و اجتماعی آنان است. در واقع مخاطب اسلام، فطرت پاک و الهی انسان هاست، پیام الهی محدود به گروه، نژاد، زبان و طبقه اجتماعی و اقتصادی خاصی نیست. عموم مردم به خصوص کودکان، نوجوانان و جوانان دارای فطرت پاک انسانی هستند و آماده پذیرش پیام حق. افرادی نیز که فطرت انسانی خود را با کارهای ناشایست آلوده کرده اند، با برنامه ریزی مناسب، قابل درمان و هدایت اند؛ مبلغان نباید از ارشاد و هدایت هیچ کس نا امید شوند [۱۰].

مهم ترین آگاهی هایی که مبلغان درباره مخاطبان نیاز دارند:

- شناخت میزان توانایی فکری و روحی و مقدار دانش و بینش آنها.

- دانستن گرایش ها، نگرش ها، باورها، وابستگی ها و دل بستگی های آنان.

- آشنایی با زبان مخاطبان.

- شناخت گروه سنی مانند کودک، نوجوان، جوان، میانسال و کهنسال.

- شناخت جنسیت یعنی مرد یا زن بودن.

- آداب و رسوم ملی و فرهنگی.

- محیط و مکان زندگی مخاطبان.

روش شناخت مخاطبان باید به روش های زیر باشد:

- مصاحبه حضوری و گفتگو با مخاطبان.

- زندگی در میان مخاطبان.

- مطالعه تجربیات مبلغان پیشین.

- مشورت با سازمان ها و نهادهای تبلیغی [۱۱].

۴. نتیجه گیری

تبلیغ پیام الهی در عصر حاضر اهمیت فراوانی دارد و وظیفه ی خطیر مبلغ دینی می باشد، که بعد از پیامبران الهی و اوصیای آنها بر عهده ی مبلغان گذاشته شده است که باید به آن توجه بسیار شود. جامعه ی کنونی مشکلات فراوانی در عرصه ی تبلیغ پیش رو دارد که باعث شده است رابطه ی مبلغان نیز با مردم بسیار کم رنگ تر از گذشته شود، بخشی از این عوامل بیرونی می باشد یعنی نتیجه ی عملکردهایی از دیگران است، به عنوان مثال تهاجم فرهنگی دشمنان باعث شده است که مردم بسیاری به فرهنگ غربی گرایش پیدا کنند و از دین گریزان شوند و از طرفی ضعف معرفتی خود مردم نیز این نتیجه را به دنبال داشته است، بخش دیگری نیز از این عوامل که درونی می باشد و بر رابطه ی مبلغ و مردم تأثیر گذاشته است، نتیجه ی عملکرد نادرست خود مبلغان می باشد، بین قول و عمل برخی از مبلغان تناسبی وجود ندارد و یا به دلیل ضعف علمی از روش ها و ابزارهای متنوع بهره نمی برند و در حاضر که عصر ارتباطات می باشد سواد رسانه ای کافی ندارند تا بتوانند متناسب با مقتضای زمان در فضای مجازی به تبلیغ دین بپردازند، تمام این عوامل باعث شده است که رابطه ی مبلغ و مردم روز به روز کم رنگ تر شود، بنابراین راهکارهایی در این راستا ارائه شده است که می تواند در بهبود این رابطه مؤثر باشد، مبلغ باید به اخلاق الهی آراسته باشد، از ابزارها و شیوه های نوین در عرصه ی تبلیغ استفاده کند و زمان و مکان و مخاطبان خود را بشناسد.

مراجع

قرآن کریم

- [۱] بابانزاده، علی اکبر، شیوه های تعلیم و تربیت، قم، انتشارات دانش و ادب، ۱۳۸۲.
- [۲] حرانی، ابن شعبه حسن بن علی، تحف العقول عن مناقب آل رسول (ص)، ترجمه: صادق حسن زاده، قم، انتشارات آل علی (ع)، ۱۳۸۲.
- [۳] خان محمدی، کریم، جامعه پذیری دینی در جامعه اطلاعاتی، مجله شیعه شناسی، شماره ۱۶، ۱۳۸۵.
- [۴] خمینی، روح الله، جهاد اکبر (مبارزه با نفس)، تهران، مؤسسه نشر و تنظیم آثار امام خمینی (ره)، چاپ اول: ۱۳۸۳.
- [۵] ربانی گلیپایگانی، علی، دین و دولت، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، ۱۳۸۱.
- [۶] رزاقی، احمد، جایگاه تبلیغات در جهان امروز، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی، چاپ اول: ۱۳۷۷.
- [۷] ساجدی، علیا نسب و علی اکبر، ضیاء الدین، شیوه های نوین تبلیغی در بستر اخلاق حرفه ای، پژوهشنامه اخلاق، سال ششم، شماره ۲۲، ۱۳۹۲.
- [۸] صالحی، محمد، مقاله ی تحلیل ناکارآمدی روش تبلیغ دینی از منظر روش تحقیق، قم: فرهنگستان علوم اسلامی قم، ۱۳۹۶.
- [۹] کلینی، محمد بن یعقوب، اصول کافی، ترجمه: صادق حسن زاده، تهران، دارالکتب الاسلامیه، چاپ دوم: ۱۳۶۵.
- [۱۰] مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی، بحار الانوار الجامعه لدرر أخبار الائمة الاطهار (ع)، بیروت، دار احیاء التراث العربی، بی جا، بی نا، چاپ یکم، بی تا.
- [۱۱] محمدی ری شهری، محمد، تبلیغ بر پایه قرآن، حدیث و تاریخ، ترجمه: علی نصیری، قم، مؤسسه علمی و فرهنگی دارالحدیث، چاپ سوم: ۱۳۸۵.
- [۱۲] محمدی ری شهری، محمد، میزان الحکمه، ترجمه: حمیدرضا شیخی، قم، دارالحدیث، چاپ پنجم: ۱۳۸۴.
- [۱۳] مرکز فرهنگی سپاه، فرهنگ و تهاجم فرهنگی، تهران، نشر سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، ۱۳۷۸.
- [۱۴] مطهری، مرتضی، تبلیغ و مبلغ در آثار شهید مطهری به کوشش عبدالرحیم موگهی، قم، بوستان کتاب دفتر تبلیغات اسلامی، چاپ دوم: ۱۳۸۱.
- [۱۵] مفید، محمد بن نعمان، الامالی، بیروت، دار المفید، ۱۴۱۴ق.

[۱۶] منصوری، جواد، جنگ فرهنگی علیه انقلاب اسلامی، مشهد، آستان قدس رضوی مؤسسه چاپ و انتشارات، چاپ چهارم: ۱۳۷۶.

[۱۷] نبوی، محمد حسن، موفقیت در تبلیغ، قم: نشر ذکری، ۱۳۹۵.

[۱۸] نصری، عبدالله، انتظار بشر از دین (بررسی دیدگاه ها در دین شناسی معاصر)، تهران، نشر دانش و اندیشه معاصر، ۱۳۸۶.

