

«نگاهی به روش‌های پیام‌رسانی مبلغان مسیحی»

علی امیرخانی

اشاره:

الف) روش مستقیم (چهره به چهره)

در این شیوه، مبلغ آرای خود را بی‌واسطه به مخاطب ارائه می‌کند و طرفین به طور مستقیم به تفهیم و تفاهم می‌پردازند. بنابراین، حضور فیزیکی مبلغ ضروری است.

نوشتار زیر نگاهی گذرا به روش‌های پیام‌رسانی مبلغان مسیحی است که از دو نوشته‌ی «بررسی شیوه‌های تبلیغاتی مسیحیت علیه اسلام» و «مبلغان جدید» استخراج گردیده است. امید آن‌که خوانندگان گرامی را فایده بخشد.

روحانیان مسیحی همواره کوشیده‌اند، با بهره‌گیری از شیوه‌های مختلف و کارآمد تبلیغی، اقدام‌های گسترده‌ی خود را انسان دوستانه جلوه دهند و چنان وانمود کنند که فعالیت‌های خیل عظیم مروّجان آیین مسیحیت در راستای سعادت دنیا و آخرت بشر است و این به اصطلاح منجیان بشریت افرادی فداکارند. آن‌ها برای نفوذ در میان ملت‌ها از دو روش مستقیم و غیر مستقیم بهره می‌برند.

روحانیان مسیحی همواره کوشیده‌اند، با بهره‌گیری از شیوه‌های مختلف و کارآمد تبلیغی، اقدام‌های گسترده‌ی خود را انسان دوستانه جلوه دهند و چنان وانمود کنند که فعالیت‌های خیل عظیم مروّجان آیین مسیحیت در راستای سعادت دنیا و آخرت بشر است و این به اصطلاح منجیان بشریت افرادی فداکارند.

این روش به سبب عدم کارآیی لازم، به ندرت مورد استفاده قرار می‌گیرد و مبلغان معتقدند در برخی موارد نتیجه‌ی معکوس می‌دهد.^(۱)

یکی از روحانیان مسیحی می‌گوید: مسلمانان [و مخاطبان] می‌توانند عملیات تبشیری را در فرهنگ و بهداری تحمل کنند، ولی حاضر نیستند تبلیغات دینی را بشنوند.^(۲)

ب) روش غیر مستقیم

در این شیوه، اندیشه‌های مورد نظر به یاری ابزارهای گوناگون به مخاطبان ارائه می‌شود و مبلغان با لباس‌ها، چهره‌ها و عنوان‌های مختلف به ترویج فرهنگ خود می‌پردازند. برخی از شیوه‌های پیام‌رسانی غیر مستقیم مبلغان مسیحی عبارت است از:

۱. تلاش و تبلیغ گسترده در پوشش هیئت‌های پزشکی، بهداشتی، علمی، پژوهشی، نظامی، جهانگردی، روزنامه‌نگاری، شرکت‌های بازرگانی، مؤسسه‌های خیریه و انجمن‌های حمایتی و خدماتی
- پوشش به تناسب نیاز مخاطبان

انتخاب می‌شود؛ برای مثال بهترین دلیل مبشران مسیحی برای بهره‌برداری از حرفه‌ی پزشکی این است که هر جا بشر باشد بیماری وجود دارد؛ بیمار نیازمند پزشک است و هر جا پزشک نیاز باشد، فرصت مناسبی برای تبشیر و تبلیغ پدید می‌آید.^(۳)

رادیو واتیکان، روزانه به ۳۶ زبان برنامه پخش می‌کند. یک گروه مسیحی به نام «بایست‌ها» ۱۱۲ ایستگاه رادیویی در ۳۸ سرزمین دارد. در سال ۱۹۸۰ میلادی تنها برای رادیوی جنوب شرقی آسیا، بودجه‌ی معادل ۲۰ میلیون دلار اختصاص یافت. این رادیو به ۲۸ زبان آسیایی برنامه پخش می‌کند.

یک نویسنده‌ی مسیحی می‌گوید: «اروپا در جنگ‌های صلیبی از راه شمشیر ضرر کرد. اکنون تصمیم گرفته تا از راه تبشیر به مقاصد خود برسد. اروپا می‌خواهد با این جنگ صلیبی جدید بدون خونریزی به هدف برسد. اروپا برای رسیدن به این هدف کلیسا، مدارس،

بیمارستان و ... را استخدام و مبشرین را منتشر کرده است. (۴)

۲. نفوذ در محافل فرهنگی و تلاش در جهت سُست ساختن بنیان فرهنگ‌های دیگر

روحانیان مسیحی از طریق مراکز فرهنگی، رادیو و تلویزیون و دیگر رسانه‌ها در جهت تبلیغ آیین مسیحیت می‌کوشند. (۵)

رادیو واتیکان، روزانه به ۳۶ زبان برنامه پخش می‌کند. یک گروه مسیحی به نام «بایست‌ها» ۱۱۲ ایستگاه رادیویی در ۳۸ سرزمین دارد. در سال ۱۹۸۰ میلادی تنها برای رادیوی جنوب شرقی آسیا، بودجه‌یی معادل ۲۰ میلیون دلار اختصاص یافت. این رادیو به ۲۸ زبان آسیایی برنامه پخش می‌کند. (۶)

واتیکان همچنین در سراسر دنیا پنج هزار مجله و روزنامه در دو میلیارد تیراژ منتشر می‌کند. در خود واتیکان افزون بر روزنامه‌ی ایتالیایی - که از ۱۲۰ سال پیش تاکنون منتشر می‌شود - همه هفته مجله‌های متنوعی به زبان‌های انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، اسپانیایی و پرتغالی روانه‌ی بازار می‌سازد. (۷)

یک جمعیت مذهبی - که در ترویج آیین مسیحیت فعالیت می‌کند - روزنامه‌یی به نام «برج مراقبت» دارد که به هشتاد زبان و در تیراژ هشت میلیون منتشر می‌شود (۸). ریچارد استکینگ می‌نویسد: «مبلغین جدید، در نقطه‌ی مقابل نیاکان خود، بر این عقیده‌اند که تا حد امکان تعالیم انجیل باید از حیل‌گری‌های فرهنگ غرب عاری باشد و باید آن را با تمدن مردمی که تعالیم انجیل به آنان عرضه می‌شود تطبیق داد. طبق خط مشی جدید، در عوض مسیحی کردن منطقه‌یی مانند افریقا، می‌بایست در جهت افریقایی کردن مسیحیت تلاش نمایند و نظریه‌یی که اکنون کاتولیک‌ها در خصوص جریان تطبیق پیام مسیحیت با سنت‌های محلی مورد استفاده قرار می‌دهند، «ادغام فرهنگ» است. (۹)»

۳. انتخاب و تربیت مبلغان

روحانیان و به اصطلاح مبشران، بخشی از ابزارهای تبلیغاتی‌اند که مسیحیت برای دستیابی به اهداف خود از آن‌ها بهره می‌گیرد. از این رو، در جهت بهتر شدن کیفیت و کمیت این

ابزار تبلیغاتی می‌کوشد و با ایجاد مراکز آموزشی و دانشکده‌های گوناگون به افزایش توان علمی، تخصصی و حرفه‌یی آنان اهتمام می‌ورزد. مبلّغان پس از گذراندن دوره‌های آموزشی به مناطق مورد نیاز و حساس اعزام می‌شوند.

روحانیان و به اصطلاح مبشّران، بخشی از ابزارهای تبلیغاتی‌اند که مسیحیت برای دست‌یابی به اهداف خود از آن‌ها بهره می‌گیرد. از این رو، در جهت بهتر شدن کیفیت و کمیت این ابزار تبلیغاتی می‌کوشد و با ایجاد مراکز آموزشی و دانشکده‌های گوناگون به افزایش توان علمی، تخصصی و حرفه‌یی آنان اهتمام می‌ورزد.

مراحل جذب، آموزش و اعزام

مرحله‌ی جذب

در این مرحله، فرد یا افراد مورد نظر به روش‌های مختلف جذب می‌شوند. دو گونه‌ی رایج این روش‌ها عبارت است از:

الف) جذب از طریق مراکز آموزش زیر نظر مسیحیت

یکی از اهداف آموزش کلیسا جذب افراد مستعد از میان شاگردان و دانشجویان آموزشگاه‌ها و دانشگاه‌های مسیحی است. برخی از مبشّران می‌گویند: «این گونه مؤسسه‌ها در درجه‌ی اول وسیله‌های تهیه‌ی کشیش برای کلیسا است.»

اقدام‌های میسیونرهای مسیحی در تأسیس مدرسه برای کودکان و نوجوانان در همین راستا است و هدف اصلی آن‌ها جذب کودکان و جوانان، به ویژه زنان جوان، است. این افراد بعدها به عنوان معلم و راهب برای تدریس و تبلیغ به نواحی مختلف گسیل می‌شوند. ب) جذب و گزینش از نقاط محروم و فقیر

گروه‌هایی از میسیونرهای مسیحی مسئول شناسایی نقاط محروم و فقیرند. این گروه از کشیش‌ها با برنامه‌ریزی دقیق و گرفتن مجوز قانونی از دولت به روستاهای دور دست و عقب افتاده سفر می‌کنند و با هم‌آهنگی پلیس، افراد یتیم و بی‌سرپرست را شناسایی کرده، به

خانه‌های ایتم در مرکز شهرها می‌برند تا ضمن تعلیم و تربیت آنان از نیروی فکری آنان در برنامه‌ریزی‌های آینده استفاده کنند. این امر در کشور هند رایج است. مَبشّران مسیحی می‌کوشند با ساختن بیمارستان، کودکستان، پرورشگاه، مدرسه و دانشکده‌هایی که کیفیت آموزشی بالایی دارد مغزهای جوان هند را در راستای اهداف خود به خدمت گیرند^(۱۰).

امروز بر خلاف گذشته مَبلغان کاتولیک خود را به فقرا بسیار نزدیک کرده‌اند و آنان را تشویق می‌کنند به خاطر «عدالت اجتماعی» مبارزه کنند. «پاپ ژان پل دوم» از سیاست نزدیکی به تهیدستان روحانیان مسیحی، تا زمانی که به طور مستقیم در سیاست دخالت نکنند، حمایت کرده است. مسیحیت گروهی از کشیشان را، به عنوان مَبلغ محلی، تربیت می‌کند. این گروه از طریق عرضه‌ی مشاغل مختلف به محرومان به تبلیغ می‌پردازد و به آنان چنان القا می‌کند که به خود و «بابائوئل» متکی باشند. ویلی سیلر، دبیر هیئت‌های مَبلغ

کلیسای اصلاحی سیاهپوستان، می‌گوید: «نقش واقعی مَبلغ تنها این است که به تقلید از عیسی به فقرا رسیدگی نماید... ما یک پیام داریم که باید آن را اعلام کنیم. پیام این است که از دیدگاه مسیحیت ضعفا در جامعه دارای اولویت اول هستند. پیام مسیحیت در این خصوص رسیدگی به ضعفا است.»^(۱۱)

مَبلغان مسیحی معتقدند مَبشّران باید وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم منطقه‌ی تبلیغی خود را بدانند، برای اصلاح آن بکوشند و ثابت کنند که برای تبشیر نیامده‌اند. در این راستا، مَبشّران بیش تر به جوانان مجرد یا بی‌کار عنایت دارند.

آموزش و پرورش

پس از جذب افراد، اصول، تعالیم و آداب و رسوم مسیحیت به آنان آموزش داده می‌شود. این مرحله در دو مقطع مقدماتی و عالی تحقق می‌یابد.^(۱۲)

نظامی و ... به مناطق مورد نظر می‌شتابند (۱۵).

۴. توجه به روش و آداب زندگی، آموختن زبان‌های گوناگون و تعلیم هنرهای مختلف مانند موسیقی

مسیونرهایی که به قاره‌ی افریقا اعزام می‌شوند، می‌کوشند زبان محلی و شیوه‌ی زندگی آن جا را بیاموزند. تجربه به آنان آموخته است که بی‌واسطه با بومیان سخن گفتن مؤثرتر است (۱۶).

آن‌ها به قبایل کمک می‌کنند تا مسیحیت را با آداب و رسوم محلی خود ترکیب کنند و دین خود قرار دهند. حتی مبلغان در برخی از مناطق اجازه می‌دهند مردانی که بیش از یک همسر دارند، همسران خود را نگه دارند. آن‌ها چنان استدلال می‌کنند که اگر مردان همسران خود را رها کنند، قبیله دچار از هم گسیختگی خواهد شد و فحشا رواج می‌یابد.

مبشران می‌کوشند با رعایت نظافت ظاهری جلب توجه کنند و در فعالیت‌های تبشیری موفقیت به دست آورند (۱۷).

کلیسا مبلغان را چنان آموزش می‌دهد که برخلاف مردم عادی وجود خود را ضروری ندانند. یکی از روحانیان کلیسا می‌گوید: «یک هیئت تبلیغی که از نظر شهید دادن مشکل داشته باشد، بی‌فایده است» (۱۳).

یکی از مراکز آموزش دوره‌های تخصصی مسیحیت مؤسسه‌ی مطالعات عربی و اسلامی «رم» است. این مؤسسه‌ی وابسته‌ی به جامعه‌ی اسقفی در میدان «سنت آیولفیاره» رم فعالیت می‌کند و در کشورهای با اکثریت مسلمان به تبلیغ مسیحیت مشغول است. مدیر این مؤسسه می‌گوید: «هدف این مؤسسه آموزش مبلغین مذهبی جهت اعزام به مناطقی است که تراکم شدیدی از مسلمانان در آن وجود دارد» (۱۴).

اعزام مبلغ

پس از پایان دوره‌های آموزش، گروهی از مبلغان به طور رسمی با عنوان مبلغ اعزام می‌شوند و دسته‌ای با عنوان‌هایی چون پزشک، مهندس، جهانگرد، روزنامه نگار، بازرگان، مستشار

۵. ارتباط و گفت و گو

مبلغان، به یاری دیدار و گفت و گوهای مکرر، با افراد علاقه‌مند و مورد توجه ارتباط برقرار می‌کنند و کتاب‌ها و جزوه‌های گوناگون به آن‌ها ارائه می‌دهند. (۱۸)

۶. دخالت در امور اجتماعی

برخورد انسان دوستانه با مشکلات اجتماعی و اقتصادی نیز از اموری است که روحانیان مسیحی را در جلب توجه مردم و دوستی با آن‌ها یاری می‌دهد. مبلغان مسیحی معتقدند مبشران باید وضعیت اجتماعی و اقتصادی مردم منطقه‌ی تبلیغی خود را بدانند، برای اصلاح آن بکوشند و ثابت کنند که برای تبشیر نیامده‌اند. در این راستا، مبشران بیش‌تر به جوانان مجرد یا بی‌کار عنایت دارند. (۱۹)

پی‌نوشتها:

- ۱- بررسی شیوه‌های تبلیغاتی مسیحیت علیه اسلام، مرتضی نظری (با اندکی تغییر)، ص ۱۰۵. سازمان تبلیغات اسلامی.
- ۲- همان.
- ۳- همان، ص ۱۰۷.
- ۴- همان.
- ۵- همان، ص ۲۳۶.
- ۶- همان، ص ۲۵۹.
- ۷- همان، ص ۲۳۷.
- ۸- همان، ص ۲۳۷.
- ۹- مبلغان جدید، ریچارد استکینگ، ص ۱۰، ترجمه‌ی اداره‌ی کل اعزام مبلغ به خارج از کشور.
- ۱۰- بررسی شیوه‌های تبلیغات مسیحیت علیه اسلام، ص ۲۴۴ و ۲۴۵.
- ۱۱- مبلغان جدید، ص ۳۵.
- ۱۲- همان، ص ۲۴۶.
- ۱۳- همان، ص ۱۰ و ۲۶.
- ۱۴- بررسی شیوه‌های تبلیغاتی مسیحیت علیه اسلام، ص ۲۴۶.
- ۱۵- همان، ص ۲۴۸ و ۲۴۹.
- ۱۶- همان، ص ۲۵۲.
- ۱۷- همان.
- ۱۸- همان، ص ۲۵۳.
- ۱۹- بررسی شیوه‌های تبلیغاتی مسیحیت علیه اسلام، همان، ص ۲۵۳.