

سنگر تبلیغ

و

کسب مهارت (۲)

ف - خسروی

است و وسایل ارتباطی مختلف چنان نقاط مختلف این گروهی خاکی را به هم پیوند زده است که گویی در دهکده‌ای کوچک به سر می‌بریم و می‌توانیم با کمترین حرکت از اتفاقاتی که در جهان رخ می‌دهد، باخبر شویم.

وجود ابزارها و شبکه‌های صوتی و تصویری و تنوع برنامه‌های آنها توان انتخاب مخاطبان را در حد بالایی افزایش داده است تا جایی که آنان می‌توانند، با کمترین زحمت برنامه دلخواه خود را انتخاب کنند و در این بازار برنامه‌ای خریدار دارد که از لحاظ «محتوا» و «قالب» حرف اول را بزند.

«محتوا» در تبلیغ بسان مصالح

یاد آوری:

در قسمت پیشین با اشاره به جایگاه رفیع تبلیغ در اسلام و با الهام از روایات، مبلغ را چون طبیب و مجاهدی دانستیم که برای موفقیت در وادی «طبابت» و «جهاد فرهنگی» افزون بر در اختیار داشتن سرمایه‌ها، امکانات و تجهیزات کافی، باید «مهارت» به کار گیری آنها را به «تناسب» موقعیتی که در آن قرار دارد کسب کند. که مهارت «عمل» و «تبلیغ رفتاری» اصلی‌ترین آن است.

* * *

نگاهی به مهارت علمی (گفتاری و

نوشتاری):

عصری که ما در آن زندگی

می‌کنیم، عصر ارتباطات لقب گرفته

«مبلّغ» یک فروشنده است که کاری فرهنگی و معنوی «عرضه» می‌کند. او در این بازار داغ باید باور داشته باشد که اگر مرغوبترین اجناس را در اختیار داشته باشد اما آن را در قالب‌ها و بسته‌بندی‌های مناسب و جذاب به معرض نمایش نگذارد مشتری چندانی نخواهد داشت.

قالب‌ها و بسته‌بندی‌های مناسب و جذاب به معرض نمایش نگذارد مشتری چندانی نخواهد داشت.

محتوای ناب:

دین اسلام که بر بنای فطرت و عقل و اندیشه بنا شده است، بی‌شک با غنی‌ترین و نابترین منابعی که در آن یافت می‌شود، پاسخگوی تمامی نیازهای بشر در همه زمان‌ها و مکان‌هاست و هیچ‌گونه کم و کاستی در آن دیده نمی‌شود.

﴿وَنَزَّلْنَا عَلَيْكَ الْكِتَابَ تِبْيَانًا لِّكُلِّ شَيْءٍ وَهُدًى وَرَحْمَةً وَبُشْرَىٰ لِّلْمُسْلِمِينَ﴾^(۱)

«و ما این کتاب را بر تو نازل کردیم که بیانگر همه چیز و مایه‌ی هدایت و

ساختمانی برای بنا، دارو برای طبیب، مواد غذایی برای آشپز، پارچه برای خسیاط و جنس برای فروشنده است. اگر چه وجود مواد اولیه در همه‌ی این مشاغل ضروری است اما آنچه باعث رونق و جاذبه در این کارها می‌شود، همان «قالبی» است که محتوا و مواد اولیه را در آن می‌ریزیم و برای همین است که مردم در میان ساختمان‌ها، لباس‌ها، غذاها، گفته‌ها و نوشته‌ها تنها برخی را انتخاب می‌کنند و نسبت به آن‌ها اشتیاق نشان می‌دهند.

به بیانی دیگر «مبلّغ» یک فروشنده است که کاری فرهنگی و معنوی «عرضه» می‌کند. او در این بازار داغ باید باور داشته باشد که اگر مرغوبترین اجناس را در اختیار داشته باشد اما آن را در

رحمت و بشارت برای مسلمانان است». قرآن کریم این اقیانوس بی‌کران آسمانی چنان منبعی است که هرگز پایان نمی‌پذیرد و گرانبهارترین گوه‌های معرفت را در عمق خود جای داده است. قال الباقر علیه السلام:

«ان الله لم يدع شيئاً تحتاج اليه الامة الى يوم القيامة الا انزله في كتابه وبينه لرسوله وجعل لكل شى حداً وجعل عليه دليلاً يدل عليه»^(۲).

خداوند هر آنچه را امت تا روز قیامت بدان محتاج است، در کتاب خود فرو فرستاده و برای پیامبر خود صلی الله علیه و آله بیان کرده است و برای هر چیزی حدی معین کرده و دلیلی برای آن قرار داده است. و حدیث این جویبار همیشه جاری عترت چون گنجینه‌ای است که کیمیای سعادت بشر را باید در سایه‌ی آن جستجو کرد.

قال الباقر علیه السلام:

«ان حدیثنا یحیی القلوب»^(۳).

همانا حدیث و سخن ما دل‌ها را زنده می‌کند.

«مبلغ» باید چون غواصی ماهر در ژرفای قرآن و عترت گوه‌های هدایت را صید کند و جان عطش زده خود را از زمزم معارف آن‌ها سیراب نماید و مردمان پاک طینت را از تشنگی معنوی نجات دهد.

مبلغ باید بداند برای موفقیت در «سنگر تبلیغ» تنها داشتن محتوای ناب کافی نیست و کسب مهارت در به کار بستن قالب‌های مناسب و جذاب یک ضرورت انکار ناپذیر است.

و اگر عالمان فرهیخته‌ای را سراغ داریم که با احاطه بر منابع دینی و کنکاش در جزئی‌ترین موضوعات اسلامی در عرضه آن به بازار فرهنگی و تبلیغی ناتوانند، علت آن را باید در چگونگی عرضه، جستجو کرد. و اگر

«محتوا» در تبلیغ بسان مصالح ساختمانی برای بنا، دارو برای طبیب، مواد غذایی برای آشپز، پارچه برای خیاط و جنس برای فروشنده است

جذابیت‌های ظاهری بازار تبلیغ را گرم می‌کنند و عده‌ای را به دنبال خود می‌کشاند و می‌توان آن را از مهمترین و مؤثرترین راه‌هایی دانست که دشمنان ما آن را برگزیده‌اند و خود را کاملاً به آن مجهز کرده‌اند.

حالت «د» که عده‌ای به آن مبتلایند، کارایی ندارد و مشککش ناگفته پیداست.

مهارت علمی:

پیش از این از «تبلیغ عملی» به عنوان راه اصلی برای رساندن پیام‌های الهی به مردم یاد کردیم با نگاهی به آیات و روایات این حقیقت را در می‌یابیم که «مبلغ» دینی علاوه بر آن که باید خود به صورت جدی به همه‌ی اصول و ارزش‌های اسلامی پایبند باشد، لازم است برای به سامان رساندن این رسالت بزرگ، در سنگر تبلیغ؛ با سلاح‌ها و ابزارهای لازم آشنا باشد و با کسب مهارت علمی در به کارگیری آن‌ها محتوای ناب و غنی دینی را در قالبی مناسب و جذاب ارائه کند.

حوزه‌های علمی در کنار کار محتوایی گام به گام به مهارت‌گفتاری و نوشتاری توجه ویژه‌ای داشته باشند و طلاب نیز به اهمیت کسب این مهارت‌ها همت‌گمارند، قطعاً در جبهه‌ی فرهنگی و تبلیغی سهم بیشتر و مؤثرتری خواهند داشت.

ما برای تبلیغ و پیام‌رسانی چه حق و چه باطل چهار حالت را پیش رو داریم.

الف: محتوای قوی؛ قالب قوی.

ب: محتوای قوی؛ قالب ضعیف.

ج: محتوای ضعیف؛ قالب قوی.

د: محتوای ضعیف؛ قالب ضعیف.

حالت «الف» بهترین و مؤثرترین راهی است که ما می‌توانیم، در تبلیغ دینی داشته باشیم. چرا که محتوای ناب و آسمانی در اختیار داریم. اما غالباً به حالت «ب» که کار برد چندانی ندارد، گرفتار می‌شویم و با وجود مطالب ناب توان ارائه‌ی آن‌ها را در قالبی جذاب و قوی نداریم.

حالت «ج» را نیز عده‌ای انتخاب کرده‌اند و با این‌که اطلاعات عمیق و دقیقی از معارف اسلامی ندارند، تنها با

قرآن و عترت بهترین نمونه در این
وادی‌اند که معارف الهی را در اوج
فصاحت و بلاغت به نمایش گذارده‌اند.

قال الصادق علیه السلام: «اعربوا حدیثنا فانا
قوم فصحاء»^(۴).

سخنان ما را درست نقل و ادا کنید
زیرا ما خود فصیحیم و درست سخن
می‌گوییم.

سلاح «قلم» و «زبان»

«الرحمن علم القرآن خلق الانسان
علمه البيان»^(۵).

خداوند رحمان قرآن را تعلیم داد.
انسان را آفرید و به او (راه) آشکار کردن
(نهانش) را آموخت.

آموزش «بیان» به انسان یکی از
مظاهر رحمت الهی است؛ او می‌تواند در

سایه این نعمت بزرگ مافی الضمیر خود
را بیان کند و به این وسیله با هم‌نوعان
خود ارتباط برقرار نماید.

انسان برای آشکار کردن
خواسته‌های درونی خود دو وسیله‌ی
مهم و اصلی در اختیار دارد که ما به دلیل
اهمیت موضوع تبلیغ از آنها به عنوان
سلاح یاد می‌کنیم.

مبلغ اگر بخواهد با مخاطبان خود
ارتباط مؤثر برقرار کند و آموخته‌ها و
باورهای درونی خود را با دیگران در
میان بگذارد، باید هنر «نویسندگی» و
«گویندگی» را به دست آورد و در به کار
گیری سلاح «قلم» و «زبان» مهارت لازم را
کسب کند. و معانی باطنی خود را بر
دوش واژه‌ها به مخاطب برساند.

قال علی علیه السلام:

«الالفاظ قوالب المعانی»^(۶).

واژه‌ها قالب‌هایی است که معانی
(درونی انسان) در آنها جای می‌گیرد.

قرآن کریم به قلم و نگارش سوگند
می‌خورد و از صدر اسلام این دو همواره
مورد توجه پیشوایان دینی بوده‌اند. و
خطابه نیز سابقه‌ی درخشانی در میان
آنان داشته است^(۷).

مبّلیغی که خود را مجهز به این دو
سلاح کارا کند، می‌تواند با موفقیت در
میدان مبارزه وارد شود و در «جهاد
فرهنگی» از خاکریزهای ارزش‌های
اسلامی پاسداری کند و یافته‌های دینی
و معارف خود را از راه قلم و زبان بر
سینه‌های تفتیده انسان‌ها جاری سازد و
در حفظ و تقویت نیروهای مذهبی و

جذب و نجات افرادی که در گردباد شبهات زهرآگین گرفتار شده‌اند بسیار مؤثر باشد.

درباره‌ی هنر نوشتاری اگر به بازار مطبوعات و کتاب سری بزنیم، خواهیم دید که، سهم چندانی در آن نداریم و اگر هم داریم، خریداران «محتوا» به دلیل جذابیت نداشتن کالاهایی که عرضه کرده‌ایم، رغبت چندانی به کارهایمان نشان نمی‌دهند.

درباره هنر گفتاری و خطابه نیز اگرچه کم و بیش جلساتی رسمی و غیر رسمی برگزار می‌شود، اما این هنر هم رو به افول است و به دلیل ارتباط عمیقی که بین نوشتار و گفتار وجود دارد، - این هنر هم به کاری سنتی و روزمره تبدیل شده و کارکرد گذشته خود را از دست داده و مبلغان نیز شور و شوق چندانی برای فراگیری فنون مربوط به آن نشان نمی‌دهند.

به نظر می‌رسد یکی از دلایل کم توجهی به این دو هنر نا آگاهی از ارزش و کار برد مؤثر آن‌ها در به سامان رساندن رسالت سنگین تبلیغ باشد. در حالی که «قلم» و «زبان» از ابزارهای اصلی و

ریشه‌ی هنرهای دیگر در وادی تبلیغ به شمار می‌رود.

در اینجا با نگاهی گذرا به برخی از آیات و روایات به نکاتی درباره اهمیت نوشتار و گفتار اشاره می‌کنیم و توضیح بیشتر را به قسمت‌های آینده‌ی مقاله وامی‌گذاریم.

۱ - خداوند متعال در قرآن کریم تعلیم «بیان» را به انسان یکی از مصادیق رحمت خود دانسته است.

«بیان» آشکار کردن مافی الضمیر است که هم با قلم و هم با بیان می‌تواند صورت بگیرد و نباید «بیان» را منحصر در گفتار دانست.

۲ - نوشتار و گفتار ارتباطی نزدیک با یکدیگر دارند و تجربه نشان داده است افرادی که مهارت نویسندگی را کسب کرده‌اند و زیبا می‌نویسند، به صورت غیر مستقیم این مهارت در گفتارشان نیز تأثیر می‌گذارد و گفتاری دلپسند دارند.

۳ - تبلیغ بر خلاف تصور برخی که می‌پندارند، یک سویه است، ارتباطی دو سویه است. به این معنا که مبلغ با نوع رفتار نوشتاری خود تعیین می‌کند، مردم چگونه رفتاری با او داشته باشند.

قال علی علیه السلام:

«اجملوا الخطاب (استمعوا) جمیل

الجواب» (۸).

در معاشرت با دیگران | آنان را زیبا خطاب کنید تا پاسخی زیبا دریافت کنید.

۴ - اهل بیت علیهم السلام خود در اوج زیبایی و فصاحت و بلاغت سخن گفته‌اند. علی علیه السلام می‌فرماید: «وانا لامراء الکلام و فینا تنثبت عروقه وعلینا تهدلت غصونه» (۹).

«همانا ما فرمانروایان کشور سخنییم که ریشه‌های آن به ما چنگ زده و بسته شده و شاخه‌های آن به طرف ما آویخته گردیده است».

و مبلغان دینی که وارثان حقیقی آنانند، باید در این زمینه نیز مایهی افتخار آنان باشند.

عن سلیمان بن مهران قال: دخلت علی الصادق علیه السلام و عنده نفر من الشیعه فسمعه یقول:

«معاشر الشیعه کونوا لنا زیناً ولا تکونوا علینا شیناً قولوا للناس حسناً واحفظوا السننکم وکفوها عن الفضول وقبیح القول» (۱۰).

«ای گروه شیعیان! شما برای ما

زینت باشید نه مایه‌ی ننگ، با مردم نیکو سخن بگویید و مواظب زبانتان باشید و آن را از زیاده‌گویی و زشت‌گفتاری باز دارید.»

۵ - یکی از عوامل جذب افراد، شیوایی و گوارایی در نوشتار و گفتار است.

قال علی علیه السلام:

«من عذب لسانه کثر اخوانه» (۱۱).

کسی که شیرین‌گفتار باشد، برادرانش زیاد می‌شوند.

۶ - قلم و زبان دو وسیله‌ی مهم برای اظهار باورها و آشکار کردن مطالب نهفته در نهران انسان است.

قال علی علیه السلام: «الکتاب ترجمان النیه» (۱۲).

«نوشتار گویای مقصود درونی انسان است.»

قال علی علیه السلام: «الالفاظ قوالب المعانی».

«واژه‌ها قالب‌هایی‌اند که معانی (درونی انسان) در آن‌ها جای می‌گیرند.»

۷ - نوشته‌ها و گفته‌ها می‌تواند آثار ژرف خوب و بد در وجود افراد بگذارد.

قال علی علیه السلام: «رب قول انفذ من سهام» (۱۳).

«چه بسا سخنی که از تیرها مؤثرتر باشد.»

۸- شخصیت انسان زیر زبان و قلم او پنهان است و نوع گفتار و نوشتارش می‌تواند معرف روحیات و باورهای او باشد.

قال علی علیه السلام:

«تکلموا تعرفوا فان المرء مخبوء تحت لسانه» (۱۴).

«سخن بگویند تا شناخته شوید، همانا (شخصیت) انسان در زیر زبانش پنهان است.»

۹- تا موضوعی را نگفته و ننوشته‌ایم در اختیار ماست که کاملاً در بیانش دقت کنیم ولی پس از آن، دیگر در اختیار ما نیست و این مخاطبانند که چگونه آن را دریافت می‌کنند.

قال علی علیه السلام:

«الكلام فی وثاقک مالک تنکلم به

فاذا تکلمت به صرت فی وثاقه» (۱۵).

«تا وقتی صحبت نکرده‌ای سخن در اختیار توست، اما وقتی سخن گفتی تو در گروانی.»

موضوع قسمت آینده‌ی این مقاله ابزارها، شیوه‌ها و قالب‌های تبلیغی خواهد بود.

پی‌نوشت‌ها:

- ۱- نحل/ ۸۹، آیات دیگر: بقره/ ۱۸۵، آل عمران/ ۱۳۸ و انعام/ ۱۹.
- ۲- بصائر الدرجات/ ۶.
- ۳- بحار الانوار، ج ۷، ص ۱۴۴.
- ۴- اصول کافی، ج ۱، کتاب فضل العلم، باب ۱۷، حدیث ۱۳.
- ۵- الرحمن/ ۱- ۴.
- ۶- میزان الحکمة، ج ۸، ص ۴۵۲.
- ۷- برای توضیح رک: کتاب ادبیات و تعهد در اسلام تألیف محمد رضا حکیمی.
- ۸- میزان الحکمة، ج ۸، ص ۴۵۱.
- ۹- نهج البلاغه، خطبه ۱۳۳.
- ۱۰- میزان الحکمة، ج ۸، ص ۴۵۰.
- ۱۱- لعمان، ج ۸، ص ۴۵۱.
- ۱۲- میزان الحکمة، ج ۸، ص ۲۲۲.
- ۱۳- میزان الحکمة، ج ۸، ص ۴۳۵.
- ۱۴- نهج البلاغه/ ق/ ۳۹۲.
- ۱۵- نهج البلاغه/ ق/ ۳۸۱.