

# سه گام شور آفرین

## در تبلیغ مؤثر

علی اقلیدوی نژاد

راه حلی کلی، کوتاه، ساده و گویا در این راستا ارائه نکرده‌اند یا به گونه‌ای گذرا از کنار این مسأله پراهمیت گذشته‌اند.

این مقاله در نظر دارد راه حل خود را براساس بهره‌وری هر چه بیشتر طراحی و ارائه نماید تا بتوان آن را در کوتاهترین زمان و با تغییراتی در زمان‌های بلندتر به کار گرفت. بدیهی است گفتار ما در چگونگی تهیه متن و پیام شوق آفرین و تحریک کننده است و مبلغان را از مسائلی همچون شور و حرارت در گویندگان و ایمان به آنچه می‌گویند، توجه به مخاطبان و پردازش مستناسب سطح پیام با آنان،

هر مبلغ دلسوز و آگاه در طول عمر تبلیغی خود گاه با این پرسش جدی رو به رو می‌شود که چگونه می‌توانم دیگران را نسبت به انجام کارهای گوناگون مانند پرداخت هزینه مراسم مذهبی و مسجد یا انجام کارهای اخلاقی مانند کمک به بی‌سرپرستان، احترام به پدر و مادر، دوری از رباخواری و ... تشویق نمایم، احساسات آنان را برانگیزم و به هیجان در آورم.

بسیاری از مبلغان همواره در پی پاسخ این مسأله بوده‌اند، در این میان برخی با نوآوری‌های شخصی تا حدودی از مشکل خود کاسته‌اند اما



متغیرهایی به شمار می‌روند که بر فرآیند تأثیرگذاری، هیجان‌آوری و احساس‌سازی پیام تأثیر مثبت یا منفی

موقعیت‌شناسی و اعتدال و میانه‌روی بی‌نیاز نخواهد ساخت. چرا که هر کدام از موارد ذکر شده از جمله

بر جامی گذارد.

بی‌گمان ایمان به هدف موجب شور سخن خواهد شد و بی‌ایمانی نسبت به هدف جز افسردگی چیزی دامن‌گیر مخاطبان نخواهد کرد.

چرا که گفته‌اند: «افسرده دل، افسرده

کند انجمنی را.»

از سویی بی‌توجهی به مخاطبان و نبود هم‌زبانی با آن‌ها پیام را دچار کاستی می‌کند. پیام و حیانی خداوند به همین نکته اشاره دارد که می‌فرماید: «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ»؛ «هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم تا [حقایق را] برای آنان [آشکارا و شفاف] بیان نماید.» توجه به مخاطبان و هم‌زبانی با آنان از راهکارهای انکارناپذیر در تشویق و تهییج است. از دیگر سو موقعیت‌شناسی و درک شرایط زمانی و مکانی در پیدایش درک متقابل اثری شگرف دارد، اما به شرط آن که میانه‌روی به فراموشی سپرده نشود. هرگز نباید فراموش نمود که پیام شورآفرین زمانی بهترین بهره را خواهد داد که همراه با اعتدال باشد. از همین رو است که خداوند بزرگ در

کتاب گرانسنگ خویش همواره عذاب و عقاب را در کنار ثمره راه راست و صواب آورده است. مثلاً می‌فرماید: «لَإِنْ شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَإِنْ كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ»؛ «اگر شکر و سپاس به جا آورید [نعمت خود را] بر شما خواهم افزود و اگر راه ناسپاسی را انتخاب کنید مجازات و عذابم بسیار شدید خواهد بود.»

همین شیوه در گفتار علوی منعکس شده است و امیرمؤمنان و ظیفه دانایان را این چنین تعیین می‌فرماید: «دانای فهمیده و زیرک کسی است که مردم را از رحمت الهی ناامید نسازد و آنان را از آسایش و بسنده‌نوازی خدا مأیوس نگرداند، همچنین مردمان را از مکر و کیفر الهی آسوده خاطر ننماید.»<sup>۳</sup>

«یک اسقف مشهور انگلیسی در فاصله جنگ اول جهانی با گروهی از سربازان اردوگاه اپتون صحبت می‌کرد. قرار بود سربازها را به سنگر اجتماعات ببرند، تنها عده کمی از آن‌ها می‌دانستند چرا به آنجا می‌روند ...»

عالی جناب اسقف با این سربازان درباره مناسبات بین‌المللی و حق

حاکمیتِ صرب‌ها بر سرزمین خود صحبت می‌کرد. این در حالی بود که نیمی از سربازها نمی‌دانستند صرب نام یک شهر است یا بیماری. جلوی درهای ورودی نیز نگهبان بود تا نتوانند در طول سخنرانی از سالن خارج شوند. اسقف اگر دربارهٔ کهکشان‌ها و فرضیه‌های آسمانی هم حرف می‌زد، موضوع همین قدر بی‌معنا می‌شد.<sup>۴</sup>

به راستی چرا سخنان آن کشیش برای سربازان کسل‌کننده شد و نه تنها نتوانست آنان را به جنگ تشویق کند بلکه دلزده کرد؟ رمز و راز پاسخ در نداشت شناخت از اصول ترغیب و علاقمندسازی نهفته است. به صورت یک قاعده باید در نظر داشت که کلی‌گویی‌ها، عدم توجه به سطح مخاطبان، روحیه آنان و از همه تأسف انگیزتر نبود پیامی شورآفرین که جان و روان مخاطبان را به حرکت در آورد، همگی موجب از بین رفتن ارتباط افراد شده، محتوای پیام را دچار اختلال و گسستگی می‌نماید. اما راه حل چیست؟ در پاسخ باید گفت: راه حل بستگی به زمان، مکان و مخاطب دارد.

اما آنچه را می‌توان به صورت یک اصل کلی پذیرفت و با توجه به زمان و مکان ارتباط در آن تغییراتی ایجاد نمود، استفاده از فرمول معجزه‌آسای ترغیب است. با این فرمول و به کار بستن سه رکن اصلی آن می‌توانید در یک جریان آرام، لذت بخش و گیرا، ارتباط تبلیغی خویش را بهبود بخشیده، پیام ترغیبی خود را به دیگران ارائه نمائید. اگر چه این فرمول ویژه ارتباط‌های هیجان‌ساز و عاطفه پرور است امام می‌توان پاره‌ای از اجزا و اصول آن را در دیگر ارتباط‌ها به کار بست.

### فرمول هیجان‌سازی و شورآفرینی

این فرمول دارای سه جزء و پایه اساسی است که هر کدام را در ابتدا به صورت کوتاه و سپس با توضیح مطرح خواهیم ساخت.

اول: شروع پیام با یک تجربه دلپذیر، این بخش بیشترین قسمت پیام را گرفته، زمان بیشتری به خود اختصاص می‌دهد. پیام تجربی در این مرحله باید دارای اصول ده‌گانه مشترک<sup>۵</sup> باشد.

دوم: بعد از مرحله تجربه بایستی

روایتی که صرفاً مسائل علمی است  
خسته کننده است. ۶»

همان گونه که این مبلغ اشاره نمود  
برای رهایی از خمودگی و کسالت  
می توان شروع ارتباط را با تجربه ای  
شخصی یا داستانی جزئی همراه نمود.  
شاید بپرسید علت این رهنمود  
چیست؟ چرا به جای مقدمه ای عالمانه  
یا روایتی زیبا باید از تجربه یا داستان  
شروع نمود؟ پاسخ این پرسش در چند  
مسئله خلاصه می شود که یکایک به  
آن ها می پردازیم.

۱- تجربه بی رحمت ترین و  
بزرگترین استاد زندگی است و  
درس هایی را که به ما می آموزد آنچنان  
در روح و جانمان مؤثر می افتد که گاه تا  
پایان عمر آن را فراموش نمی کنیم.  
بی تردید همه دلسوزان و پیشگامان  
تبلیغ دینی علاقمند به پیروزی در نبرد  
تبلیغی می باشند، دوست دارند تلاش  
آن ها پرثمر باشد و فعالیتشان همراه با  
موفقیت. اگر شما هم به این گمان دل  
سپرده اید بایستی آن را در برنامه ریزی  
و دوران دیشی و این دو را در پرتو  
تجربه به دست آورید.

امیرمؤمنان می فرمایند: «الظفر

دیدگاه، خواست و مطالبه خویش را به  
گونه ای روشن، واضح و قابل فهم در  
پیام بگنجانید.

سوم: علت طرح دیدگاه خود را  
بیان کرده، سود و زیان مخاطب را برای  
وی تبیین کنید و ضرر به کار نبستن، و  
استفاده هایی را که او از به کار بردن  
دستورالعمل ها خواهد برد برایش  
تشریح نمایید.

بنابراین در این فرمول گام اول  
یعنی بیان تجربه مهمترین قسمت  
خواهد بود و دو گام بعدی وقت  
کمتری را به خود اختصاص خواهند  
داد.

اجازه دهید این قسمت را با  
تجربه ای از یک مبلغ آغاز کنیم: «آنچه  
را که خودم تجربه کردم و به کار  
می بندم این است که: مردم از کلی گویی  
خوششان نمی آید ولی هر قدر مسائل  
جزئی و مرتبط با متن زندگیشان باشد  
برایشان جالب است و استقبال  
می کنند. شخصاً شاهد بودم منبرهایی  
که سراسرش آیه و روایت بود  
نمی گرفت چون کلی گویی بود. البته  
روایتی که حکایتی را بیان می کند و  
داستانی دارد، شیرین است، ولی

کلی گویی‌ها،

عدم توجه به سطح

مخاطبان، روحیه آنان و از

همه تأسف انگیز تر نبود

پیامی شورآفرین

که جان و روان مخاطبان را

به حرکت در آورد،

همگی موجب از بین رفتن

ارتباط افراد شده،

محتوای پیام را دچار اختلال

و گسستگی می نماید

زبان برانید که خود تحت تأثیر آن قرار گرفته‌اید. به عنوان مثال اگر می‌خواهید در مورد خطرهای اعتیاد سخن بگویید باید از آمار و وقایعی استفاده کنید که از آن متأثر شده‌اید. در این هنگام است که مخاطبان با شما هم احساس گشته، دروازه عواطف خود را بر روی شما خواهند گشود.

۲- دومین علت آغاز سخن با

بالحزم و الحزم بالتجارب<sup>۷</sup>؛ پیروزی در سایه دوراندیشی است و دوراندیشی در پرتو تجربه‌ها به دست خواهد آمد.» این تجربه است که همچون معلمی بزرگ دست عواطف را گرفته و زبان شورآفرینی را به حرکت در می‌آورد. به همین خاطر است که وقتی تجربه‌ای را به دیگری منتقل می‌کنیم، همراه با آن احساسات و عواطف خاصی نیز از خود بروز می‌دهیم که موجب نزدیکی ارتباط بین ما و مخاطب می‌شود. البته شرط اصلی در این بخش ارائه زیبا و هنرمندانه تجربه است که می‌توان در این رابطه از فرمول خبرنگاران<sup>۸</sup> بهره برد. شاید در این جا پرسشی مطرح شود و آن این که ما همیشه و در همه موارد تجربه شخصی نداریم، پس چگونه می‌توانیم ارتباط ترغیبی خود را آغاز کنیم؟ جواب این پرسش روشن است. لزومی ندارد مبلغ در هر زمینه‌ای دارای تجربه‌ای شخصی باشد. بلکه وی می‌تواند از وقایعی که پیرامون او می‌گذرد و به نحوی از آن‌ها مطلع می‌شود استفاده نماید. اما یک نکته اساسی را نباید فراموش کرد و آن اینکه همیشه تجربیات یا وقایعی را بر

امام حسین علیه السلام با پیرمرد ناآشنا با وضو<sup>۱۱</sup> را ذکر کنید و برای تشویق و ترغیب بزرگسالان با واژه‌ها و جمله‌های عاطفی شروع نموده، تجربه و دستاوردهای خود را منتقل نمایید. می‌توان این آیات الهی که در مواجهه با بندگان گناهکار و پشیمان صادر شده است را نمادی از همین روش دانست.

﴿قُلْ يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا﴾<sup>۱۱</sup>؛ «بگو ای بندگان من، ای کسانی که بر خود اسراف و ستم نموده‌اید، از رحمت خداوند ناامید نشوید که خدا همه گناهان را می‌آمرزد.» این آیه آنچنان زیبا و مسحور کننده است که درون هر گناه آلوده‌ای را به جنبش در می‌آورد و وی را به توبه و بازگشت به سوی نیکی‌ها و می‌دارد.

واژه‌ای همچون **یا عبادی** (ای بسندگانم) از بار عاطفی بسیاری برخوردار است که در آغاز آیه، شوری در دل ایجاد می‌نماید.

پرورش یافته مکتب قرآنی؛ علی علیه السلام نیز در گفتاری شگرف و ژرف به گونه‌ای لطیف و سراسر زیبایی

تجربه آن است که ذکر خاطره یا تجربه موجب بیرون روی از یک نواختی و قالب‌های مرسوم می‌شود. این مسأله به نوبه خود نظر و توجه مخاطب را به خود جلب می‌کند، زیرا مخاطبان از جمله‌های قالبی و کلیشه‌ای گریزان هستند و تشنه مطالب و قالب‌های نوین و جدید می‌باشند. امیر بیان علی علیه السلام گفتاری ارزنده دارند و می‌فرمایند: «إِنَّ هَذِهِ الْقُلُوبَ تَمَلُّ كَمَا تَمَلُّ الْإِبْدَانُ، فابْتَغُوا لَهَا طَرَائِفَ الْحُكْمِ»؛ دل‌ها [از اندیشه در یک موضوع] به ستوه آمده و خسته می‌شوند، همانگونه که بدن‌ها نیز [از پرداختن به یک کار] افسرده می‌گردند. بنابراین برای آن دل‌ها [و رفع افسردگی آن‌ها] از [دانش‌ها] روش‌های نوین و حکمت آموز سود برید.»

از این رو بایستی تلاش نمود در آغاز متن ارتباطی خویش از جملات و کلماتی سود برد که بتواند توجه مخاطب را جذب کند. به عنوان مثال برای نهادینه سازی حس احترام به بزرگسالان و تذکر محترمانه و از سوی دیگر آموزش وضو می‌توانید برای کودکان، داستان برخورد امام حسن و

دارد که نمونه عینی آن را می‌توان در سوره مبارکه ابراهیم مشاهده نمود. خداوند در آیه اول می‌فرماید: ﴿الر، كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ رَبِّهِمْ إِلَى صِرَاطٍ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ﴾؛ «الر، [این] کتابی است که بر تو نازل نمودیم تا مردم را از تاریکی‌ها [شُرک و ظلم و جهل] به سوی روشنایی [ایمان، عدل و آگاهی] به فرمان پروردگارشان درآوری، به سوی راه خداوند توانا و ستوده.»<sup>۱۳</sup> سپس بحث خروج از ظلمت و راهیابی به سوی نور را با تجربه‌ای تاریخی در هم می‌آمیزد تا بحث در روح و جان مخاطب جا گرفته، برای مخاطب تشنه قنابل فهم‌تر و عینی‌تر شود تا او بتواند این مسأله را با تمامی زوایای آن درک نماید.

از این رو در ادامه می‌فرماید: ﴿وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَىٰ بِآيَاتِنَا أَنْ أَخْرِجْ قَوْمَكَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ وَذَكِّرْهُمْ بِآيَاتِ اللَّهِ﴾<sup>۱۴</sup>؛ «ما موسی را با آیاتی از خود [به سوی قومش] فرستادیم [و دستور دادیم] قومت را از تاریکی‌ها به سوی نور [رهنمون شو] و بیرون آور و ایام الله را به آنان یادآوری کن.» سپس

گناهکاران را این‌گونه تشویق می‌کند و شور توبه را در آنان شعله‌ور می‌سازد: «ما اهْتَمَىٰ ذَنْبٍ امهلت بعده حتى اصلى ركعتين و اسأل الله العافية»<sup>۱۵</sup>؛ هیچگاه گناهی که پس از آن مهلت دو رکعت نماز و طلب اصلاح آن را یافتم اندوهگینم نساخت.» علی علیه السلام در ضمن ابراز راهکار توبه در قالبی تجربه‌گونه، بر روی عاطفه و احساس مخاطب انگشت گذاشته، وی را در مسیر بازگشت راهنمایی می‌نماید. به همین جهت بایستی پذیرفت که ایجاد ارتباط در قالب تجربه و دست‌آوردها نه تنهاگیرا و احساس‌ساز است بلکه با کمی نوآوری می‌توان در همان لحظات نخستین گام‌های بزرگی به سوی تحریک عواطف و احساسات مخاطبان برداشت.

در این جا مناسب است به این نکته توجه شود که بحث ترغیب براساس تجربه، روشی گمشده و نایافتنی در قرآن کریم نیست. کلام الهی در موارد بسیاری با ذکر شواهد تاریخی و تجربیات دینی بشر سعی در ترغیب و علاقمندسازی مخاطبان به سوی نیکی‌ها و پشت پازدن به بدی‌ها



افتاده، ذهن مخاطب را از زشتی بدحجابی و بی‌حجابی به جای دیگر منحرف ساخته‌اید. پس سزاوار است تجربه را براساس هدف محوریابی کرده و بر آن متمرکز شوید و هر نکته مناسب را در ارتباط با آن شرح و بسط دهید.

۲- در هنگام ارائه تجربه بسیار مناسب است حادثه را با حرکات متناسب به صورتی زنده به نمایش بگذارید. به عنوان مثال اگر می‌خواهید به صعود و فرود هواپیما اشاره کنید با دست خود این عمل را نشان دهید.

این مسأله حتی در ارتباط‌های آموزشی مانند احکام نیز بسیار کاربرد دارد. در غیر این صورت منتظر ارتباطی یخ زده باشید! این تجربه واقعی شاهدی گویا بر گفتار ما است: «جایی رفتم و برادری داشت سخنرانی می‌کرد. من طلبه هم نشستم تا استفاده کنم، سخنانش خوب و پرمحتوا بود، ولی او از اول منبر تا آخر کوچکترین حرکتی نکرد. از این نظر منبر تا آخر بسیار کسل‌کننده شده بود. در حالی که می‌توانست وقتی در اثناء سخن از آسمان می‌گوید با دست اشاره به بالا

قسمت‌هایی از داستان موسی علیه السلام را ذکر می‌نماید. بنابراین هیچگاه نباید استفاده از تجربیات و دستاوردهای ملموس را به فراموشی سپرد.

### هشدارها

۱- اگر چه تجربیات بایستی هنرمندانه و با ذکر جزئیات سامان یابد، اما باید این نکته را از نظر دور نداشت که تذکر همه جزئیات و رنگ و لعاب بیش از حد پسندیده و مطلوب نیست، چرا که نظرها را از هدف اصلی دور می‌سازد و نمی‌گذارد گوینده به هدف خود نایل شود. مثلاً اگر قرار است در مورد پی‌آمدهای سهمگین و برباد دهنده بدحجابی و بی‌حجابی صحبت کنید بایستی واقعه‌ای را که خود دیده‌اید، خوانده‌اید یا شنیده‌اید به ترتیب اولویت برای مخاطبان تعریف نمائید و داستان دختری را که به خاطر بی‌اعتنایی به مسایل مذهبی در دام گروه‌های فاسد افتاد شرح دهید و عاقبتش را که سراسر نگون بختی، تاریکی و تنهایی است متذکر شوید.

اما اگر در این میان برخورد نیروهای انتظامی را با آب و تاب بیشتری نقل کنید، از هدف خود دور

کند، وقتی در مورد زمین می‌گوید اشاره به پایین کند، وقتی در مورد قلب می‌گوید با دستش به قلب خودش اشاره کند و خلاصه منبر را از حالت یک نواختی و کسل‌کنندگی به درآورده و شنونده را سر ذوق بیاورد.<sup>۱۵</sup>

۳- اگر چه زحمت دارد، اما خاطره بایستی مناسب با حال و هوای ارتباط و هدف مورد نظر باشد و گرنه جز تخریب ارتباط چیزی به دنبال نخواهد آورد. از این رو از پراکنده‌گویی باید بر حذر بود.

گام دوم: ارائه خواست و دیدگاه به گونه‌ای شفاف

پس از گذر از مرحله ارائه تجربه و استفاده صحیح و درست از فرمول خبرنگاران، نوبت به گام دوم می‌رسد. در این مرحله ناچار از رعایت اصولی اساسی می‌باشیم تا ثمره گفتار تجربی گذشته قوام یابد و مخاطب هدف را به خوبی مشاهده نماید. مرحله ارائه خواست از ظریف‌ترین و مهم‌ترین بخش‌های ارتباط ترغیبی است.

اصل اول: دیدگاه خود را به صورت کاربردی مطرح سازید. مخاطبان زمانی دل به پیام می‌بندند که

کاربردی بوده، بفهمند از آن‌ها چه چیزی خواسته شده است. از آن جا که گام دوم، مرحله راهیابی به عمل و تصمیم‌سازی است و مبلغ باید مخاطب را به این سمت و سو راهنمایی کند، بهتر است جملات به دور از کلی‌گویی‌های غیرقابل عمل، رنگ کاربردی بگیرد. تنها در این صورت است که می‌توان از آنان انتظار عمل داشت. بنابراین مناسب است به جای رهنمودهای کلی مانند «والدین، بسیار محترمند، سعی کنید آن‌ها را از خود خشنود سازید» بگوییم: «جمعه این هفته به خواست خداوند همگی ما سعی کنیم با پدر و مادر خود دیدار نموده، هدیه مورد نیازشان را برای آنان تهیه نماییم و همراه خود ببریم.»

اجازه دهید این بحث را با یاری‌طلبی از کتاب آسمانی دنبال کنیم. قرآن این ذخیره و کلام بی‌جان‌شین به گونه‌ای راستین بر توصیه‌های کاربردی که در متن زندگی قابلیت پیاده شدن را داشته باشد پای می‌فشارد.

در موضوع احترام به پدر و مادر در یک رهنمود کلی این چنین اظهار

«پروردگارت فرمان داده که جز او را نپرستید و به پدر و مادر نیکی کنید؛ هرگاه یکی از آن دو یا هر دوی آن‌ها نزد تو به سن پیری رسند، کمترین اهانتی به آن‌ها روا مدار و آن‌ها را از خود مران [و بر آن‌ها فریاد نزن] و گفتار لطیف، سنجیده و بزرگووارانه به آن‌ها بگو و بال‌های تواضع خویش را از محبت و لطف در برابر آنان فرود آر و بگو: پروردگارا همان گونه که آن‌ها مرا در کوچکی تربیت کردند، مشمول رحمتشان قرار ده.»<sup>۱۹</sup>

در این دو آیه خداوند متعال لزوم احترام و نهایت بزرگداشت پدر و مادر را در قالب ۶ دستورالعمل کارا یادآور می‌شود:

یک. لزوم احسان بدون واسطه به پدر و مادر «و بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا»

دو. کوچکترین اظهار ناراحتی نمودن به آن‌ها «فَلَا تَقُلْ لَهَا أَفٌّ»، امام صادق علیه السلام در تفسیر این بخش می‌فرماید: «اگر چیزی کمتر از اف وجود داشت، خدا از آن نهی می‌فرمود و این کمترین میزان مخالفت و بی‌احترامی به پدر و مادر است و از جمله این گونه بی‌احترامی نگاه تند به

می‌دارد: «و بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا»<sup>۱۶</sup>؛ «به پدر و مادر نیکی کنید.» در این توصیه کوتاه نکته بس ژرف و عمیقی نهفته است که رهنمود فوق را از کلیت خارج می‌سازد و آن این که کلمه «احسان» هرگاه با کلمه «الی» ذکر شود، مفهوم آن نیکی کردن است اگر چه به طور غیرمستقیم و با واسطه باشد اما زمانی که با کلمه «باء» ذکر گردد معنای آن نیکی کردن به طور مستقیم و بی‌واسطه است. بنابراین، آیه شریفه بر این نکته تأکید می‌کند که موضوع نیکی به پدر و مادر را باید به گونه‌ای پراهمیت دانست که شخصاً و بدون واسطه انجام گیرد.<sup>۱۷</sup> این کتاب شگفتی‌آفرین با دقت در واژگان مورد استفاده، نکته‌ای کاربردی را به مخاطبان گوشزد می‌نماید. اما به این توصیه کوتاه بسنده نمی‌نماید و در جای دیگر به صورتی روشن می‌فرماید:

«وَقَضَىٰ رَبُّكَ أَلَّا تَعْبُدُوا إِلَّا إِيَّاهُ وَ بِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا إِمَّا يَنْفَعَنَّ عِنْدَكَ الْكِبَرَ أَحَدُهُمَا أَوْ كِلَاهُمَا فَلَا تَقُلْ لَهَا أَفٌّ وَلَا تَنْهَرْهُمَا وَقُلْ لَهَا قَوْلًا كَرِيمًا \* وَأَخْفِضْ لَهَا جَنَاحَ الذَّلِيلِ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ أَرْزُقْنَاهَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا»<sup>۱۸</sup>؛

از جمله‌های مبهم و کلی باید پرهیز کرد زیرا این گونه جمله‌ها عمل مشخصی را از مخاطبان درخواست نمی‌نماید. هرچه درخواست‌ها دارای دو معیار عمل مشخص و از سوی دیگر زمان معین باشند، بر صراحت و شفافیت آن افزوده خواهد شد و قابلیت سنجش عملکرد تبلیغی را برای مبلغ فراهم خواهد ساخت. یعنی مبلغ می‌تواند پس از زمان تعیین شده میزان تأثیرگذاری سخن خود را ارزیابی نماید و این مقوله بسیار مهم است. پس اگر می‌خواهید به عده‌ای بگویید: «بد حجابی بد است و عواقب وحشتناک و ترسناک اجتماعی به دنبال دارد»، بهتر است بگویید: «خواهران محترم با توجه به تجربه‌ای که گفته شد آیا بهتر نیست از همین لحظه و در همین جلسه حجاب خود را بهتر از گذشته رعایت کنید و پیش از استراحت روزانه در مورد آن بیاندیشید؟»

اجازه دهید این گفتار خود را با سخنان امیر مؤمنان علیه السلام عمق بخشیم که در توصیه‌ای کارا و زمان‌بندی شده به پنددهی می‌پردازد: «لَا يَكُونُ الصَّدِيقُ

سوی پدر و مادر است.»<sup>۲۰</sup>

سه. برسر آن‌ها فریاد نزن ﴿وَلَا تَنْهَرُهُنَّ﴾

چهار. با آنان کریمانه و بزرگوارانه سخن بگو ﴿وَقُلْ لَّهُمَا قَوْلًا كَرِيمًا﴾

پنجم. نهایت فروتنی در برابر آن‌ها ﴿وَأَخْفِضْ لَّهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ﴾. جالب این که قرآن کریم به هنگام توصیه پیامبر به احترام‌گذاری برای مؤمنین می‌فرماید: ﴿وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ﴾<sup>۲۱</sup> اما به هنگام فروتنی در مقابل والدین کلمه خفص جناح را که کنایه از احترام بسیار است به همراه واژه «ذل» می‌آورد و می‌فرماید: برای والدین ذلیلانه و از موضع کوچکی فروتنی نمایید. ﴿وَأَخْفِضْ لَّهُمَا جَنَاحَ الذُّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ﴾

شش. طلب رحمت برای آن‌ها در هنگامه مناجات ﴿وَقُلْ رَبِّ أَرْحَمُهُمَا كَمَا رَبَّيَانِي صَغِيرًا﴾

همان گونه که مشاهده نمودید قرآن توصیه‌های خود را براساس متن زندگی کارانموده است. از این رو مبلغ نیز بایستی به کارآیی و کاربردی بودن توصیه‌ها و خواست خود توجه لازم را مبذول نماید.

مخاطب خودداری کرد. در این قسمت نیز مناسب است قالب پیام با مثال‌های در خور آمیخته شود تا جنبه‌های عینی آن برای مخاطبان شفاف و روشن شده، فوران علاقمندی در چهره او آشکار شود. جالب آنجاست که قرآن کریم نیز استراتژی خود را در ارائه مثال‌ها، حکایت‌ها و شاهد‌های تاریخی براساس اصل یادآوری، تذکر و تصمیم‌سازی قرار داده است و می‌فرماید: «وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ»<sup>۲۳</sup>؛ «خداوند برای مردم مثال‌ها می‌زند، شاید متذکر شوند (پسند گیرند و راه خویش را بیابند).»

بنابراین اگر می‌خواهید عده‌ای را تشویق به حفظ قرآن نمایند بهتر است با توجه به مخاطبان پر مشغله خود، به جای توصیه‌ای مبهم مانند: «برای بالا بردن حافظه می‌توانید قرآن حفظ کنید»، بگوئید: «کسانی که می‌خواهند حافظه خود را تقویت کنند سعی کنند روزانه یک حدیث کوچک یا آیه قرآنی را پنج بار با صدای بلند با فاصله یک دقیقه بخوانند تا حفظ شوند.» پس هیچگاه در ارائه خواست و هدف

صدیقاً حَتَّى يَحْفَظَ أَخَاهُ فِي ثَلَاثِ: فِي نَكِيْتِهِ وَ غِيْبَتِهِ وَ وَفَاتِهِ<sup>۲۲</sup>؛ بارعایت سه شرط در سه وقت، دوست می‌تواند ادعای دوستی کند: در رنج و گرفتاری [با مال و جان همراه او باشد] و در نبودش [از گفتار سنجیده حفظش کند] و در وفات و درگذشت او [با طلب آموزش یادش کند].

### اصل دوم: شفاف و رسا

از دیگر اصول مورد نظر در گام دوم شفافیت، سادگی و رسایی در هسته اصلی پیام است. باید توجه داشت که هسته اولیه تصمیم‌سازی در جان مخاطبان در این قسمت شکل می‌پذیرد. به عبارتی تمامی تلاش مادر گام‌های اول و سوم برای نهادینه‌سازی گام دوم یعنی ارائه خواست است، تا بتوانیم پذیرش مخاطب را شاهد باشیم. به همین خاطر اگر ارتباط‌گر نتواند با شفافیت خواست خود و به تعبیر دیگر هدف اصلی را بیان نماید در روند تصمیم‌سازی و ترغیب مخاطب اختلال ایجاد می‌شود. از این رو بایستی برای دوری از این مشکل از کلی‌گویی، فنی‌پردازی و درخواست‌های نامناسب با توان

سوی روشنایی [ایمان، داد و آگاهی]،  
خارج سازی.»

### اصل سوم: ایمان و شور

سومین اصل در گام دوم، یکی از  
مهمترین و کلیدی‌ترین راهکارهای  
دستیابی به موفقیت در امر ترغیب و  
تشویق است.

پیام بایستی به گونه‌ای باشد که  
ایمان و شور در لابلای کلمات و  
واژه‌های آن هویدا گردد. تنها در این  
صورت است که نقش مورد نظر در  
جان مخاطب حک می‌شود. در غیر این  
صورت حس همدلی مخاطب از  
دست خواهد رفت.

نمونه عملی آن که الگویی  
بی‌بدیل است در رفتار و گفتار پیامبر  
در جریان مباحثه آشکار است.  
پیامبر ﷺ آنچنان با ایمان و استحکام و  
شور، پیام خود را ارائه دادند که از  
لابلای گفتارشان ایمان به هدف  
مشاهده می‌شود. بدیهی است چنین  
صلابت نموداری در پیام، روح  
مخاطب را به هیجان در می‌آورد و  
علمای مسیحی را به فکر فرو می‌برد.  
﴿تَغَالُوا نَدْعُ أَبْنَاءَنَا وَابْنَاءَكُمْ وَنِسَاءَنَا وَ  
نِسَاءَكُمْ وَ أَنْفُسَنَا وَ أَنْفُسَكُمْ ثُمَّ نَبْتَلُ

اساسی خود این توصیه قرآن را  
فراموش ننمائیم: ﴿وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ  
لِلذِّكْرِ فَهَلْ مِنْ مُدَكِّرٍ﴾<sup>۲۴</sup>؛ «قرآن را برای  
پند گرفتن و یادآوری آسان نمودیم، آیا  
پند گیرنده‌ای هست؟»

قرآن کریم خود پرچمدار  
شفافیت در گفتار و ارائه خواست و  
هدف مورد نظر خود است. با ذکر  
حکایات و مثال‌های گوناگون  
بسترسازی می‌نماید و سپس به  
گونه‌ای روشن هدف خویش را اعلام  
می‌کند. پیامبر را مورد خطاب قرار  
می‌دهد و با بیانی رسا هدف از بعثت و  
برانگیختن او را این گونه گوشزد  
می‌نماید: ﴿إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ... دَاعِيًا إِلَى اللَّهِ  
بِإِذْنِهِ﴾<sup>۲۵</sup>؛ «تو را فرستادیم تا باذن و  
فرمان خداوند مردم را به سوی او  
دعوت کنی.»

و در جای دیگر هدف از فرو  
فرستادن قرآن را در آیه‌ای کوتاه بیان  
می‌کند، بیانی که سراسر اشاره، کنایه و  
تشبیه است: ﴿كِتَابٌ أَنْزَلْنَاهُ إِلَيْكَ لِتُخْرِجَ  
النَّاسَ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ بِإِذْنِ  
رَبِّهِمْ﴾؛ «[این قرآن] کتابی است که به  
سوی تو فرو فرستادیم تا مردمان را از  
تاریکی‌های [شُرک و ظلم و جهل] به

«۱۵ سال است که به طور مستمر در محلی به تبلیغ می‌روم. در زمانی که جنگ بود برای جبهه پول جمع می‌کردند و من روی منبر و در هر فرصتی مردم را تشویق می‌کردم که کمک کنند، اما هر وقت می‌خواستیم کمک کنم به خاطر اخلاص بیشتر پول را مخفیانه می‌دادم. مدت‌ها گذشت، یک روز یک نفر با عصبانیت از آخر مسجد با صدای بلند گفت: حاج آقا! شما که اینقدر از ثواب کمک به جبهه و جهاد با مال می‌گوئید چرا خودتان هیچ وقت کمک نمی‌کنید؟ - این در حالی بود که کسانی که در صف اول می‌نشستند می‌دیدند که من همیشه مخفیانه کمک می‌کنم - بعد از آن حادثه تجربه پیدا کردم و هر بار که کمک‌ها جمع‌آوری می‌شد، به عنوان اولین نفر و به صورت آشکار پول در کیسه می‌انداختم، چرا که برای بعضی از مردم دیگر هم این پرسش به وجود آمده بود که: اگر این ثواب‌ها حقیقت دارد، چرا خودشان پیشقدم نیستند؟ همچنین دریافتم که گاهی برای خدا باید کارهای مخفی را علنی نمود. براساس همین تجربه بار دیگر که

فَتَجْعَلْ لِنَفْسِكَ عَلَى الْكَاذِبِينَ»<sup>۲۶</sup>؛

«بیاید هر کدام فرزندان خود را دعوت کنیم، ما زنان خویش را دعوت می‌کنیم و شما هم زنانتان را دعوت کنید، ما از نفوس خود دعوت می‌نمائیم، شما نیز از نفوس خود، آن‌گاه مباحثه کنیم و لعنت خدا را بر دروغگویان قرار دهیم.»

پیامی این چنین تکان دهنده که از ژرفای ایمان و اعتقاد بر می‌خیزد، پهنای دل مخاطب را آماج شور می‌سازد و وی را به تجدیدنظر فرا می‌خواند. تصور کنید مبلغی پاکبخته در جریان تعمیر مسجد به مردم رو کند و بگوید: «شما می‌دانید که من منزل شخصی ندارم، اما مقداری پس انداز برای تهیه خانه کنار گذاشته‌ام. اما الان با توجه به وضع موجود نصف یا تمام پس‌اندازم را برای بازسازی و جلوگیری از خراب شدن مسجد اهدا می‌کنم.»

به نظر شما آیا کسی در آن محله خواهد ماند که به مسجد و تعمیر آن یاری نرساند اگر چه با کار دستی و کارگری. مناسب است برای روشن شدن بحث به این خاطره توجه کنیم:

می سوزاند. ثانیاً: روضه خوان باید به آن روضه معتقد باشد و برایش حقیقت قایل شود. اگر چنین بود آن روضه تأثیرگذار و گیرا است و گرنه گاهی می بینیم شعر خوب و صدای زیبا وجود دارد ولی چون اعتقاد و ایمان و سوزدل در کار نیست جاذبه‌ای ندارد.<sup>۲۸</sup>

شاید پرسیده شود چگونه می توان به مرحله شور و ایمان دست یافت و این گوهر ناب را به چنگ آورد؟ در پاسخ باید گفت: ترک آنچه نهی می کنیم و انجام آنچه به آن امر می نمایم راز دستیابی به این صفت ارزشمند است.

چرا که قرآن از زبان شعیب رضی الله عنه فرموده است: «مَا أُرِيدُ أَنْ أُلَاقَكُمْ إِلَّا بِمَا أَنهَاكُمْ عَنْهُ، إِنْ أُرِيدُ إِلَّا الْإِصْلَاحَ مَا اسْتَطَعْتُ»<sup>۲۹</sup>؛

«من هرگز نمی خواهم چیزی که شما را از آن باز می دارم مرتکب شوم، من جز اصلاح - تا آنجا که توانایی دارم - نمی خواهم.»

تنها در این صورت است که می توان امیدوار بود ریشه های ایمان در تار و پود کلام ما شاخه دواند.

می خواستند برای ساختن خانه بهداشت خودیاری جمع کنند، خودم پنج هزار تومان به طور علنی پرداختم و تأثیر بسیاری نمود که دیگران بیست و سی و حتی چهل هزار تومان پرداخت کردند.<sup>۲۷</sup>»

ایمان به گفتار آثار بیرونی خود را چه در پیام و چه در عمل و رفتار بر جای می گذارد و از همه مهمتر، این ایمان و اعتقاد است که روح پیام ما را به گوش جان مخاطب می رساند و گرنه جز زیان چیزی به بار نمی آورد.

شاید این تجربه نیز گویای همین بعد از مسأله ایمان و شور در پیام باشد:

«یک بار به شعر خوبی برخوردم، آن را یادداشت کردم و فکر می کردم با این شعر به خوبی می توانم در روضه خوانی فیض خوبی برسانم.

اتفاقاً در روضه های همان شعر را با آب و تاب خواندم، ولی هیچ فیضی نداشت و آنچه را که قبلاً می دانستم تثبیت شد و آن این که اولاً روضه خوان وقتی در روضه موفق است که روضه را از روی سوز دل خودش بخواند، آنگاه است که سوز دل او روی دیگران تأثیر می گذارد و آن ها را هم



## گام سوم: سود و زیان مخاطبان را گوشزد نمایید

پس از آن که تجربه‌ای بیان گشت و هدف با روشنی مطرح گردید، مخاطب با این پرسش رو به رو می‌شود که این کار چه سود و زیانی برای من یا جامعه دارد؟ به تعبیری عامیانه‌تر، اگر این کار را انجام ندهم چه می‌شود؟ در پاسخ به این پرسش است که گام سوم مطرح می‌شود. در این قسمت مبلغ باید بتواند به دور از بیهوده‌گویی و طولانی ساختن گفتار و ذکر دلایل، علت‌هایی را برای انجام دادن یا انجام ندادن کار بر شمارد. به خاطر داشته باشیم که مخاطب در گام سوم مقداری از توانایی تمرکز خود را از دست داده است و اینک باید با گزینش راهی کوتاه و درست، او را به ادامه ارتباط مشتاق و علاقمند ساخت و گرنه او از ادامه همراهی دست خواهد کشید و فرایند ترغیب ناتمام خواهد ماند. چرا که امیرمؤمنان علیه السلام فرمودند: «إِنَّ الْقَلْبَ إِذَا أَكْرَهَ عَمِيَ»<sup>۳۰</sup> هنگامی که قلب و جان [مخاطب] وادار [به شنیدن سخنی] شود، [روی بر می‌تابد] و کور می‌شود.» بر همین

اساس در این مرحله رعایت دو نکته در خور اهمیت است.

### نکته نخست: تناسب

دلایلی که ذکر می‌شود با مثال و تجربه‌ای که در آغاز پیام آمده است تناسب داشته باشد، همچنین دلیل به گونه‌ای باشد که درخواست شما در گام دوم را موجه سازد. به عنوان مثال اگر در مورد احترام به پدر و مادر صحبت می‌کنید باید دلیل شما آن گونه باشد که مخاطب در مواجهه با آن تاب و توان خود را از دست بدهد و تسلیم دلیل گردد و لذت احترام را در کام خود بچشد و ارزش معنوی یا مادی آن را دریابد. در همین رابطه قرآن کریم در خصوص عظمت احترام به مادر به تشریح دلیل آن می‌پردازد و با گفتاری کوتاه لزوم رعایت حقوق مادر و تقدم او بر پدر را برمی‌شمارد. «وَوَصَّيْنَا الْإِنْسَانَ بِوَالِدَيْهِ إِحْسَانًا حَمَلَتْهُ أُمُّهُ كُرْهًا»<sup>۳۱</sup>؛ «ما به انسان توصیه کردیم که به پدر و مادرش نیکی کند، مادرش او را با ناراحتی حمل می‌کند و باناراحتی بر زمین می‌گذارد.»<sup>۳۲</sup> همان گونه که مشاهده می‌شود این آیه با بزرگداشت حق مادر، آن را برتر از حق پدر

شما باشد ذکر دلایل بسیار، او را خسته می‌کند و اگر مخالف باشد به خاطر سرعت شما در پردازش دلایل و عدم توجه به نظرات یا ظرایف مسأله، از شما رو بر خواهد تافت. چه زیبا فرموده‌اند امام کاظم علیه السلام: «من محاطائف حکمته بفضول کلامه فکأنما اعان هواه علی هدم عقله»<sup>۳۲</sup>؛ هر کس با زواید سخن خود شیرینی و زیبایی حکمت و نکات باریک و دقیق آن را از نظرها دور کند، گویا هوای خود را بر نابودی خرد خویش کمک نموده است.» در این زمینه آگهی‌های تجارتی بسیار قوی عمل می‌کنند. در این نوع آگهی‌ها هیچگاه لیستی از دلایل برتری کالا ارائه نمی‌شود بلکه با استفاده از روش‌های روانشناسانه، تنها به دلایلی کوتاه یا تنها یک دلیل بسنده می‌شود اما همان دلیل به زیباترین شکل مطرح می‌شود. از این رو بهتر است بر روی قانع‌کننده‌ترین، همه فهم‌ترین و مهم‌ترین دلیل خود پافشاری نمائیم.

اجازه دهید ادامه بحث را در خدمت قرآن پی‌گیری نمائیم و با مثالی روشن این ویژگی خاص قرآن را نیز مشاهده کنیم. در یکی از آیات در رابطه با حرمت تجسس و غیبت می‌فرماید: «وَلَا تَجَسَّسُوا وَلَا يَغْتَبَ

می‌داند. چراکه در آغاز مسأله احسان و نیکی به پدر و مادر را به صورت کلی بیان نمود، سپس مادر را جداگانه ذکر کرده، مشقت و رنج وی در هنگام بارداری و زایمان را بازگو می‌نماید.<sup>۳۳</sup> در جهت ایجاد تنفر نیز دلیل باید روشن و قانع‌کننده باشد تا مخاطب با توجه به تجربه از پیش گفته شده و خواست مطرح شده، حق را به شما دهد و احساس ناخوشایندی نسبت به مثلاً ربا پیدا نماید. پس تناسب بین تجربه، خواست و دلیل را نبایستی فراموش نمود.

### نکته دوم: پافشاری بر یک دلیل

در ارائه دلیل یا دلایل بهتر است بر قوی‌ترین آن‌ها تکیه شود. البته قوی‌ترین در این جا نسبی است؛ یعنی با توجه به مخاطبان باید دست به گزینش زد. چه بسا استدلال‌هایی که نزد مخاطبان غیر فرهیخته پذیرفته نمی‌شود و چه بسا گفتارهای عام‌پسندی که نزد خواص جایی ندارد. اما آنچه در گام سوم مهم است گزینش تنها یک دلیل قوی و برگزیده است. هیچگاه تصور نکنید با ارائه انبوه دلایل می‌توانید مخاطب خویش را تسلیم نمائید. چون اگر موافق با

امیرمؤمنان در جملاتی کوتاه سود مخاطب را به وی بنمایانند: «ای مردم با ایمان، هر کس ستم و ظلمی را ببیند که رواج یافته و عمل می‌شود و منکر و ناپسندی را مشاهده نماید که به آن دعوت می‌شود و در آن هنگام با دل از او روی برگردانده، انکار نماید [از پاسخ‌گویی در روز رستاخیز] رهایی یافته و [از گناه] بیزاری جسته است. و هر کس آن را بازبان خود انکار نماید پاداش خواهد گرفت و او از منکر به دل پاداشش بیشتر است و هر که در مقابل آن با شمشیر بایستد تا کلمه خدا در جایگاه عالی خود قرار گیرد و مکتب ستمگران پست شود، او راه یافته سیل رستگاری است و به راه راست هدایت یافته و نور یقین در دل او فروزان می‌گردد.»<sup>۳۷</sup>

از این رو باید تلاش نمود تا ضمن دلیلی روشن و شفاف، محکم و استوار در آخرین مرحله گام زد و قدم پایانی را در جهت شوق آفرینی با موفقیت به پایان رساند. در پایان این بحث چکیده گفتار خود را در کلام علی علیه السلام جست و جو می‌کنیم که فرمودند: «اذا از دحم الجواب خفی الصواب»<sup>۳۸</sup>؛ هرگاه [در برابر پرسشی] جواب‌های بسیار داده شود، راه درست

بعضُکم بغضاً ایحِبُّ احدُکم انْ یا کُلَّ لحمِ اخیه مینتاً فکرهتُموه»<sup>۳۵</sup>؛ «هرگز [در کار دیگران] تجسس نکنید و هیچ یک از شما دیگری را غیبت نکند، آیا کسی از شما دوست دارد که گوشت برادر مرده خود را بخورد [به یقین] همه شما از این امر کراهت دارید.»

در این آیه با بیانی زیبا و در ضمن تشبیهی جالب، ضرر غیبت تشریح می‌شود. جهت نهی و بر حذر داشتن از غیبت، آن است که این صفت ناپسند اجزاء جامعه بشری را یکی پس از دیگری فاسد می‌سازد، انس و الفت را کاهش می‌دهد و ترس از یکدیگر را به جامعه تزریق می‌نماید. و این با اساس جامعه اسلامی که بر «إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ» استوار است، سازگار نیست. راز مرده خواندن غیبت شده نیز آن است که او بی‌خبر از غیبت است و توانایی پاسخ‌گویی را ندارد و قسمتی از آبرویش به وسیله کسی به دندان غیبت گرفته شده است.<sup>۳۶</sup>

به نظر می‌رسد همه مبلغان آگاه بایستی با الگو قرار دادن کلام و حیانی، گزیده‌گویی را در بیان سود و زیان برگزینند و تا می‌توانند در گام سوم از حاشیه‌پردازی دوری کنند و مانند

پنهان خواهد ماند [و مخاطب به دو دلی  
دچار می شود.]

این چند نکته را همیشه در نظر داشته  
باشیم:

**گام اول:** تجربه و دستاوردی  
دلنشین، پندآموز و زیبا

**گام دوم:** درخواست شفاف به دور  
از کلی‌گویی و فنی‌گویی، براساس اعتقاد  
راستین

**گام سوم:** شناساندن سود و زیان  
مخاطب و رفع ابهام.

### پی‌نوشت‌ها:

۱- ابراهیم / ۴.

۲- ابراهیم / ۷.

۳- «القیه کُلّ القیه من لم یقظ الناس من رحمة الله  
ولم یؤتسهم من روح الله ولم یؤمنهم من مکر الله»،  
نهج البلاغه فیض الاسلام، حکمت ۸۷  
۴- آیین سخنرانی، دلیل کارنگی، ص ۱۲۸. با تغییر و  
تصرف.

۵- در مجله مبلغان شماره ۱۸ صفحه ۲۸ به بعد به این  
اصول دهگانه اشاره شده است. این اصول عبارتند از:

۱- موضوعات مورد علاقه و شورا فرین ۲- توان  
مخاطبان ۳- راستی و صمیمیت ۴- تصویرسازی با  
کلمات ۵- سادگی و روانی ۶- فرمول خبرنگاران  
۷- مرزشناسی در موضوع ۸- چینش، سنجش،  
گزینش ۹- شناخت زبان، فرهنگ و بینش ۱۰- پیام  
احترام‌آمیز.

۶- تجارب مبلغان هنرمند، ص ۱۱۳ و ۱۱۴.

۷- غرر الحکم، ح ۴۲.

۸- که، کجا، کی، چه، چرا، چگونه.

۹- نهج البلاغه فیض الاسلام، حکمت ۸۹.

۱۰- داستان راستان، ج ۲، ص ۱۰۳.

۱۱- زمر / ۵۳.

۱۲- نهج البلاغه فیض الاسلام، حکمت ۲۹۱.

۱۳- ترجمه آیت الله مکارم شیرازی / ۲۵۵.

۱۴- ابراهیم / ۵.

۱۵- تجارب مبلغان هنرمند، ص ۱۱۶.

۱۶- انعام / ۱۵۱.

۱۷- هزار و یک نکته از قرآن، ص ۴۳۵ به نقل از المنار،

ج ۸، ص ۱۸۵ و نمونه، ج ۶، ص ۳۳.

۱۸- اسرا / ۲۳ و ۲۴.

۱۹- ترجمه آیت الله مکارم، ص ۲۸۴.

۲۰- لو علم الله شیئا ادنی من اف لئهی عنه و هو ادنی

العفوق ومن العفوق ان ینظر الرجل الی والدیه فیحدّ

النظر الیهما، هزار و یک نکته از قرآن، ص ۴۳۸ به نقل

از نور التفلین، ج ۳، ص ۱۴۹.

۲۱- حجر / ۸۸.

۲۲- نهج البلاغه فیض الاسلام، حکمت ۱۱۵۱/۱۲۹.

۲۳- ابراهیم / ۲۵.

۲۴- قمر / ۱۷.

۲۵- احزاب / ۴۵-۴۶.

۲۶- آل عمران / ۶۱.

۲۷- تجارب مبلغان هنرمند، ص ۹۸ با اندکی تغییر و

تصرف.

۲۸- همان، ص ۱۲۳، با اندکی تصرف.

۲۹- هود / ۸۸.

۳۰- نهج البلاغه صبحی صالح، ص ۵۰۳.

۳۱- احقاف / ۱۵.

۳۲- ترجمه آیت الله مکارم، ص ۵۰۴.

۳۳- با استفاده از تفسیر کبیر، ج ۲۸، ص ۱۴، هزار و

یک نکته از قرآن، ص ۴۳۷.

۳۴- اصول کافی، ج ۱، ص ۱۷.

۳۵- حجرات / ۱۲.

۳۶- برداشتی از تفسیر المیزان، ج ۱۸، ص ۳۲۳.

۳۷- نهج البلاغه فیض الاسلام، حکمت ۳۶۵،

ص ۱۲۶۲-۱۲۶۳.

۳۸- همان، حکمت ۲۳۵، ص ۱۱۹۴.